

## INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort der Autoren _____	11
<b>1 SCHACH DEM EINKAUF? _____</b>	<b>13</b>
1.1 Ergebnisse der Bestandsaufnahme des Einkaufs	
in der deutschen Industrie _____	14
Der Einkauf in der deutschen Industrie _____	15
Informationssysteme ermöglichen schlagkräftigen Einkauf _____	15
Externe Kommunikation zu Lieferanten fokussiert _____	16
Bedarfs- und Kapazitätsplanung muss beobachtet werden _____	16
Die Einbindung in strategische Fragestellungen ist ausreichend _____	16
Maßgeschneiderte Ansätze pro Beschaffungsgruppe müssen gestärkt werden _____	17
Unzureichende Personalausstattung _____	17
Analytische Defizite _____	17
1.2 Der Paradigmenwechsel im Einkauf _____	18
1. Fortschreitende Konzentration am Lieferantenmarkt _____	18
2. Steigende Energiepreise _____	19
3. Ressourcenhungern der schnell wachsenden Volkswirtschaften _____	19
<b>2 VON VIER BASISSTRATEGIEN ZU 64 ANSÄTZEN _____</b>	<b>21</b>
2.1 Die Nachfrage steuern _____	25
Nachfragemanagement _____	26
Co-Sourcing _____	27
Volumenbündelung _____	28
Nutzung kaufmännischer Daten _____	29

2.2 Die Natur der Nachfrage verändern _____	30
Risikomanagement _____	31
Innovationsdurchbruch _____	32
Nutzung technischer Daten _____	33
Re-Spezifizierung _____	34
2.3 Den Wettbewerb unter den Lieferanten nutzen _____	35
Globalisierung _____	36
Ausschreibung _____	37
Zielpreise _____	38
Prüfung des Lieferantenpricing _____	39
2.4 Gemeinsam mit dem Lieferanten nach einem Vorteil suchen _____	40
Integrierte Operations-Planung _____	41
Wertkettenmanagement _____	42
Kostenpartnerschaft _____	43
Wertpartnerschaft _____	44
3 DIE ANWENDUNG DES EINKAUFSSCHACHBRETT <sup>TM</sup> _____	45
3.1 Der »Fingerabdruck« von Unternehmen auf dem Einkaufsschachbrett <sup>TM</sup> _____	47
3.2 Ein Beispiel für die Anwendung des Einkaufsschachbretts <sup>TM</sup> _____	50
4 DAS EINKAUFSSCHACHBRETT <sup>TM</sup> IM DETAIL _____	61
A1 Nachfragereduktion _____	62
A2 Compliance Management _____	64
A3 Einkaufsoutsourcing _____	66
A4 Einkaufsgemeinschaft _____	68
A5 Engpassmanagement _____	71
A6 Vertikale Integration _____	74
A7 Kernkostenanalyse _____	75
A8 Invention on Demand _____	77
B1 Vertragsmanagement _____	81
B2 Closed Loop Spend Management _____	82

B3	Mega-Supplier-Strategie	83
B4	Einkaufskonsortien	85
B5	Management politischer Rahmenbedingungen	86
B6	Intelligente Vertragsstruktur	88
B7	Design for Sourcing	90
B8	Nutzung von Innovationsnetzwerken	92
C1	Bündelung über Produktlinien	94
C2	Lieferantenkonsolidierung	96
C3	Stammdatenmanagement	97
C4	Nutzung von Kostendaten	99
C5	Produktbenchmarking	100
C6	Composite Benchmarking	102
C7	Produkt-Teardown	105
C8	Bewertung von Funktionalitäten	106
D1	Bündelung über Standorte	108
D2	Bündelung über Generationen	110
D3	Ausgabentransparenz	111
D4	Standardisierung	113
D5	Komplexitätsreduktion	115
D6	Prozessbenchmarking	117
D7	Design for Manufacturing	119
D8	Spezifikationsanalyse	120
E1	Global Sourcing	121
E2	Make-or-Buy	124
E3	Lieferantenmarktforschung	126
E4	RFI/RFP-Prozess	128
E5	Transparente Prozessorganisation (VPO)	132
E6	Kollaboratives Kapazitätsmanagement	137
E7	Lieferanten-Tiering	139
E8	Rekonfiguration der Wertschöpfungskette	141
F1	LCC Sourcing	143
F2	Best Shoring	146
F3	Reverse Auktionen	148
F4	Expressive Bidding	150

F5	Lieferantengesteuerte Bestände (VMI)	151
F6	Virtuelles Bestandsmanagement	153
F7	Nachhaltigkeitsmanagement	155
F8	Umsatzteilung	157
G1	Kostenbasierte Preismodellierung	158
G2	Kostenregressionsanalyse	159
G3	Preisbenchmarking	162
G4	Total Cost of Ownership	164
G5	Lieferantenentwicklung	166
G6	Lebenszykluskonzept	169
G7	Projektbezogene Partnerschaft	171
G8	Gewinnteilung	173
H1	Linear Performance Pricing	174
H2	Faktorkostenanalyse	175
H3	Entbündelung von Preisen	176
H4	Nutzung von Marktungleichgewichten	178
H5	Lieferantenfitnessprogramm	179
H6	Partnerschaftliche Kostenoptimierung	181
H7	Value Based Sourcing	183
H8	Strategische Allianz	184
5	FAZIT	187
	ANHANG	188
	AUTOREN	189
	Das Einkaufsschachbrett™	191