

---

## Vorwort

„Purchasing is a profit making job!“ Diese Aussage begleitet mich als Leitmotiv seit meinem beruflichen Wechsel in den Einkauf Anfang der 1990er-Jahre. Die Grundlagen für das Profitpotential liegen unter anderem in dem durchschnittlichen Kostenanteil von mehr als 50 % für die Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen an den Gesamtkosten von Unternehmen. Ob aber Potentiale vor sich hin schlummern oder gehoben werden, hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab.

Dazu gehören die organisatorische Einbindung des Einkaufs auf Geschäfts- bzw. Vorstandsebene mit einer optimalen Einkaufsorganisation, die frühe Einbindung in die internen und externen Prozessketten (SCM), das Lieferantenmanagement und die Nutzung von E-Procurement. Daneben sollte der Einkauf im operativen und strategischen Bereich auf „Best Practice Level“ agieren und Instrumente wie Lead-Buyer-Konzepte, Materialgruppenmanagement (MGM), Kennzahlensysteme und Rahmenverträge einsetzen sowie Methoden zur Preis- und Kostenreduzierung (Wertanalysen und Kosten- bzw. Preisstrukturanalysen, SWOT etc.) beherrschen. Der Aufbau eines Berichtswesens inkl. Balanced Scorecard – auch als Marketinginstrument des Einkaufs nach innen – ist zu empfehlen.

Doch damit nicht genug. Der Einkauf benötigt gut ausgebildete, kompetente und motivierte Mitarbeiter. Der demografische Wandel steht erst am Anfang und die Jagd nach Fachkräften, wie zum Beispiel Top-Einkäufern, hat bereits begonnen. Aber ob Jungeinkäufer, Top-Einkäufer oder Einkaufsleiter, sie alle benötigen das richtige Rüstzeug, um als professionelle Verhandlungsführer ihre und die Ziele ihres Unternehmens in Verhandlungen zu erreichen. Dieses Buch soll einen Beitrag dazu leisten, Empfehlungen, Anregungen und Hilfestellung geben sowie nebenbei die Verhandlungskompetenz der Leser steigern. *Die wenigsten Verhandler werden als Verhandlungsprofis oder gar als Verhandlungskünstler geboren.* Jeder kann sich aber das notwendige Rüstzeug aneignen und damit *souveräner* und *erfolgreicher* in Verhandlungen agieren.

Verhandlungen sind selten einfach. Sie sind komplex und gehen oft mit Konflikten einher. Der Verhandlungsverlauf zeigt häufig, dass Mängel in der

sachlichen und mentalen Vorbereitung (z. B. hinsichtlich des Verhandlungsgegenstands oder Verhandlungspartners) liegen. Das Buch widmet daher diesem Teil eine intensive Betrachtung. Die Verhandlungsführung, als „Kernprozess“ der Verhandlung, wird ebenso ausführlich dargestellt, wie die – leider – oft zu kurz kommende Verhandlungsnachbereitung. Daneben werden auch Themen, die eng mit Verhandlungen verknüpft sind und direkte oder indirekte Auswirkungen auf Verhandlungen haben, angesprochen. Es handelt sich hierbei um die wichtigen Bereiche der Kommunikation, Psychologie, Soziologie und Kultur.

Dabei kann ich auf Erfahrung aus der eigenen Einkaufs- und Verkaufspraxis sowie auf die Erfahrungen meiner Seminarteilnehmer aus Einkaufs- und Verhandlungsseminaren zurückgreifen. Ihnen möchte ich an dieser Stelle danken. Dank gebührt auch meiner Familie, die es mir ermöglicht hat, mit diesem Buchprojekt mein zweites Werk zu vollenden. Vergessen möchte ich auch nicht meiner Programmleiterin, Frau Stefanie Brich, für ihr verständnisvolles Zeitmanagement zu danken.

Ausschließlich für die Lesbarkeit ist die männliche Form gewählt worden. Das Thema und der Inhalt sind jedoch nicht geschlechterspezifisch und beziehen immer sowohl Leserinnen als auch Leser mit ein. Wenn das Geschriebene nur für Frauen oder nur für Männer gilt, wird explizit darauf hingewiesen. Den von mir wahrgenommenen Zuwachs von Einkäuferinnen in allen Branchen begrüße ich an dieser Stelle ausdrücklich. Mögen sie alle mit zur Steigerung der Wertstellung des Einkaufs beitragen.

Salzgitter, im Frühjahr 2014

Georg Sorge

Verhandeln im Einkauf

Praxiswissen für Einsteiger und Profis

Sorge, G.

2014, XV, 192 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-02756-8