

**Werner Hug und Jürgen Weber**

**Herausgeber der Schriftenreihe:  
Prof. Dr. Dr. h.c. Jürgen Weber**

## **Wertetreiber Einkauf**

*Wertehebel im Einkauf als Controllingaufgabe*

Advanced Controlling, Band 77



**WILEY-  
VCH**

**WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA**

# Inhalt

## **Vorwort** 7

### **1 Einleitung** 9

Ziele des Bandes 9

Struktur des Bandes 10

### **2 Selbstverständnis und Rahmenbedingungen eines modernen Einkaufs** 11

Veränderte Rahmenbedingungen für den Einkauf 11

Verändertes Selbstverständnis des Einkaufs 14

### **3 Bedeutung und Hebel des Einkaufs** 17

Strategische Bedeutung des Einkaufs 17

Einkaufshebel zur Steigerung des Unternehmenswertes 21

### **4 Kennzahlen und Erfolgsermittlung** 33

Kennzahlen und Performance-Measurement im Einkauf 33

Ermittlung von Einkaufsergebnissen und -erfolgen 42

### **5 Einkaufscontrolling und cross-funktionale Zusammenarbeit** 53

### **6 Fallstudien zum wertorientierten Einkauf** 55

Fallstudien zur Implementierung eines wertorientierten Einkaufs im

Maschinenbau 55

### **7 Mit der Einkaufs-BSC Wertetreiber und Erfolgsfaktoren strategieorientiert vernetzen** 75

### **8 Theoretische und praktische Implikationen für das Einkaufscontrolling** 79

Performance-Measurement und vertikale Erfolgsspaltung 79

Einkaufscontroller und Supply-Management-Ausbildung 80

Praxiserfahrungen bei Deutsche Post DHL – Dr. Stefan Zeisel, Leiter Global

Sourcing Services bei DP DHL im Interview mit Dr. Jochen Holzwarth, Partner bei

CTcon 82

<b>9</b>	<b>Verwendete Literatur</b>	85
<b>10</b>	<b>Weiterführende Literatur</b>	89
<b>11</b>	<b>Stichwortverzeichnis</b>	91
	<b>In eigener Sache</b>	93