



Der Strategische Einkauf – Die Vorgehensweise:

1. Der Strategische Einkauf von Welt-Klasse Unternehmen – Der WIN³-Einkauf:

Der nachfolgende Text basiert auf meinem Buch (Teil I) der Einführung in den Strategischen Einkauf von Welt Klasse Unternehmen im Westen (USA + Europa) sowie Japan. Er soll nur einen groben Überblick vermitteln.

Eine vollständige und detaillierte Darstellung von dem Strategischen Einkauf auf Welt Klasse Niveau, wie z.B. der WIN³-Einkauf, würde den Rahmen von dem Teil I sprengen.

Ich kann in dieser Einführung nicht auf alle Punkte, Details, Unterschiede, Besonderheiten, Ausnahmen, Hintergründe, Entwicklungen, Trends, Historische Entwicklung sowie Veränderungen, ... eingehen.

Der Teil I stellt eine kurze Zusammenfassung einiger Key Punkte von dem Strategischen Einkauf dar. Einige Punkte werden daher auch nur kurz sowie stichpunktartig aufgeführt.

Der Teil I basiert auf meinem „Blue Book – Der WIN³-Einkauf + Die WIN³-Entwicklung“.

Das „Blue Book“ berücksichtigt meine Lessons von (ex) Toyota Mitarbeitern, ... sowie meine Erfahrung von 34 Jahren Praxis – Praxis – Praxis, sowohl im Einkauf als auch Entwicklung sowohl bei einem OEM Automobil-Industrie als auch als Berater.

2. Der Strategische Einkauf – Der WIN³-Einkauf:

Der WIN³-Einkauf basiert i.W. auf dem Japanischen Einkauf (u.a. der Einkauf von Toyota) sowie dem Einkauf der Entrepreneure und dem Einkauf der Benchmarks.

Der WIN³-Einkauf basiert daher nicht auf dem Westlichen Einkauf.

Der Westliche Einkauf ist der gegensätzliche Einkauf zum WIN³-Einkauf und dem Japanischen Einkauf.



a) Der Strategische Einkauf auf Welt-Klasse Niveau – Der WIN³-Einkauf:

Wir diskutieren in dem Teil I den Strategischen Einkauf von Welt-Klasse Unternehmen, vorallem den WIN³-Einkauf im Vergleich zu dem Westlichen Einkauf.

Der Westliche Einkauf und der WIN³-Einkauf basieren auf zwei gegensätzlichen Einkaufs Systemen und erzielen daher – der Logik entsprechend – zwei gegensätzliche Ergebnisse.

Das Savings-Potential + Das Erfolgs-Potential:

Der Fokus liegt in dem Teil I auf dem Savings-Potential von dem WIN³-Einkauf – im Vergleich zu dem Westlichen Einkauf.

Das Erfolgs-Potential von dem WIN³-Einkauf – im Vergleich zu dem Westlichen Einkauf – wird im Teil II diskutiert. Hier im Teil I wird nur das Ergebnis von dem Erfolgs-Potential vorgestellt.

Das negative Erfolgs-Potential vs das positive Erfolgs-Potential:

Im Westlichen Einkauf existiert kein positives, sondern ein negatives Erfolgs-Potential. (Negativer Einkaufs-Hebel)

Im WIN³-Einkauf existiert ein positives Erfolgs-Potential. (Positiver Einkaufs-Hebel)

b) Das Einkaufs System vs Der Operative Einkauf – Das generische vs das individuelle Einkaufs System:

Wir unterscheiden zwischen dem Einkauf auf „System“-Ebene, das WIN³-Einkaufs System sowie dem Einkauf auf „Operativer“-Ebene (Nicht System-Ebene), der WIN³-Einkauf.

Ferner unterscheiden wir auch das generische Einkaufs System sowie das individuelle Einkaufs System.



c) Der Strategische Einkauf – Definition:

In Bezug auf den Einkauf erfolgt eine Differenzierung zwischen dem Strategischen Einkauf (Direkter Einkauf), dem Service-Einkauf (Indirekter Einkauf), dem Operativen Einkauf sowie dem After-Sales Einkauf.

Nachfolgend wird nur der Strategische Einkauf (Projekt-Einkauf + Serien-Einkauf) diskutiert.

Was sind die Unterschiede von Projekt-Einkauf bzw. Serien-Einkauf:

1. Der Projekt-Einkauf ist der Einkauf vor SOP
2. Der Serien-Einkauf ist der Einkauf nach SOP

d) Der Strategische Einkauf – Maturity Level:

Natürlich befinden sich nicht alle Unternehmen, die den Strategischen Einkauf anwenden, auf dem gleichen Maturity Level.

Diese Unterschiede betreffen hier aber nur die Operative Ebene, nicht die generische System-Ebene.

Die generischen System-Elemente sind nahezu alle identisch. Sie werden jedoch auf der Operativen Ebene jeweils individuell, von Unternehmen zu Unternehmen bzw. von Einkäufer zu Einkäufer, unterschiedlich angewendet.

e) Der Strategische Einkauf – Das Traditionelle Auto:

Der Fokus von dem Teil I liegt auf der globalen Automobil-Industrie im Westen (USA + Europa) sowie Japan. Für die Automobil-Industrie existieren z.Z. 2 - 3 Versionen für den Strategischen Einkauf, je nach Produkt und Service.

Wir diskutieren hier nur den Strategischen Einkauf für das Traditionelle Auto bzw. den Verbrenner. Die anderen Versionen werden in Teil III diskutiert.



3. Die Einkaufs Systeme:

Das Japanische Einkaufs System (u.a. Toyota, Honda, Nissan) wird nur kurz diskutiert. Andere Einkaufs Systeme werden nicht berücksichtigt.

4. Das WIN³-Entwicklungs System vs Das Westliche Entwicklungs System:

Das WIN³-Entwicklungs System (ähnlich – wie das Entwicklungs System von Toyota) wird hier nicht berücksichtigt.

Die Potentiale der WIN³-Entwicklung, die Domino-Effekte, ... sowie die Synergien WIN³-Einkauf + WIN³-Entwicklung + ... werden nicht diskutiert.

5. Die Sprache meiner Klienten:

Da nahezu alle meine Klienten das Wort Savings (Kosten-Reduzierung) verwenden, werde ich das Wort Savings in diesem Buch ebenfalls benutzen.

Aber – Vorsicht:

Auf Basis von dem WIN³-Einkauf diskutieren wir nur Cost-Savings (Kosten-Reduzierung), keine Price-Savings (Preis-Reduzierung), kein Squeezing, keine Cost-Avoidance, keine Fake-Savings, ...

Aber – Im Westlichen Einkauf liegt der Fokus zumeist nur auf den Price-Savings.

Ich werde z.T. englische Wörter bzw. Sätze verwenden, da diese auch von der Mehrzahl meiner Klienten verwendet werden bzw. bekannt sind.

Zum besseren Verständnis werde ich die ein oder andere Aussage etwas „überspitzt“ formulieren.



6. Der Purpose von diesem Buch:

Was ist der Purpose von diesem Buch?

→ Learning To See + To Listen + To Understand + ... = Learning To Implement with Success

Das klingt – auf den ersten Blick – sehr banal.

Aber für die Welt Klasse Unternehmen ist das sehr wichtig.

Ich kenne Welt Klasse Unternehmen, die beschäftigen sich seit **30 - 50** Jahren mit „Learning“.

Diese verfügen z.B. auch über einen VP für „Learning“.

Meine Reise zur Welt Klasse im Einkauf startete mit: Learning + Learning + Learning + ...

- Dem Learning to un-learn + dem Learning to learn (fast) + ...

- Den 4 Stufen des Lernens / Bewusstseins, ...

- Dem Systems Thinking, ...

→ Is Learning + How to learn + fast: The most important thing an organization, team, person can learn?

→ Determiniert die Lernkurve den Erfolg?

7. Keine KI – Kein alter Wein in neuen Schläuchen – Kein ...:

Ich möchte ausdrücklich darauf aufmerksam machen, dass das Buch (Teil I) nicht, wie heute vielfach üblich, mittels KI erstellt wurde.

Das wäre objektiv auch nicht möglich, da das hier aufgeführte Wissen & die Erfahrung bis dato zumeist nicht öffentlich diskutiert wurde.



8. Über Mich – 34 Jahren Wissen + Erfahrung im Einkauf:

Nach **34** Jahren Wissen + Erfahrung im Einkauf (Praxis – Praxis – Praxis + Theorie), ca. **300** On Site Benchmarkings, ca. **600** Paper Benchmarkings, **47** Benchmarking Tours in Japan, ca. **140** Projekte, ... verfüge ich über viele Beispiele, Benchmarks, ... und Lessons aus der Praxis.

Ich hatte u.a. die einmalige Chance, mehr als **12** Jahre ein 1:1 On The Job Training & Coaching von ex Toyota Sensei`s in Japan, USA und Europa wahrzunehmen.

Der Start erfolgte in der Produktion, gefolgt von dem Einkauf sowie der Entwicklung.

Wenn man das Welt Klasse Niveau erzielen möchte, muss man alle Systeme berücksichtigen. Das kann man aber nur dann optimal, wenn zuvor „Learning To See + ...“ erfolgte.

9. Das WIN³-Entwicklungs System und das WIN³-Business System:

Die Website für das **WIN³-Entwicklungs System** und das **WIN³-Business System** wurde deaktiviert.

Ich bitte um Ihr Verständnis, wenn ich zukünftig keine Fragen i.B. auf das **WIN³-Entwicklungs System** bzw. das **WIN³-Business System** beantworte.

Ich kann z.Z. kein Projekt für das **WIN³-Entwicklungs System** bzw. das **WIN³-Business System** anbieten.

Nun – Wünsche ich Ihnen viel Spaß beim Lesen + Sehen + Verstehen + Umsetzen + Lernen – Von dem Strategischen Einkauf auf Welt Klasse Niveau.



Weitere Information zum **WIN³-Einkaufs System** bzw. zum **Westlichen Einkauf** finden Sie auf der Website <https://www.win3-einkauf.de/>.

Wenn Sie Fragen, Anregungen, Wünsche, ... haben, die eine oder andere Aussage bzw. Frage reflektieren wollen oder Unterstützung für Ihren Strategischen Einkauf auf Welt Klasse Niveau benötigen:

Dann Rufen Sie mich bitte an +49 173 874 16 38 oder senden Sie mir bitte eine E-Mail michael.seilberger@win3-einkauf.de.