Wie weit sind wir im Einkauf eigentlich gekommen?

Alle Welt scheint mit flackernden Augen in die Zukunft zu blicken: Wo führt der Weg hin? Wo finden wir (unsere) Nische? Standortbestimmung ist angesagt! Ein Blick zurück ist dabei durchaus erlaubt – und äußerst hilfreich beim Nachdenken. Hier einige Anregungen:

„Als großes Übel muß es angesehen werden, wenn man in großen Betrieben den bedeutenden Vorteil einer wohlorganisierten Einkaufsabteilung noch nicht erkannt hat. Erfahrungsgemäß hat dieser Mangel einen nicht unwesentlichen Einfluß auf den Erfolg. Jeder einsichtige Geschäftsmann wird ein besonderes Einkaufsbureau schaffen."

Die Schreibweise des Begriffs „Einkaufsbureau" deutet darauf hin, dass dieses Zitat aus alten Zeiten stammt … Und wie verhält es sich mit dem Folgenden?

„Alle mit dieser Abteilung zusammenhängenden Angelegenheiten müssen dieser bekannt gegeben werden und andererseits hat deren Erledigung nur durch die Einkaufsabteilung zu geschehen. Durch diese Vorschrift können folgende Vorfälle vermieden werden: doppeltes Ausschreiben von Bestellungen, unrichtige Preisfestsetzungen, unvorsichtige Mahnungen, wogegen die Sperrung doppelter, so die Kontrolle über den Eingang falscher Waren, erreicht werden kann."

„Der Einkäufer ist der Direktion direkt unterstellt und hat in allen wichtigen Angelegenheiten mit dieser in enger Fühlung zu bleiben, insbesondere vor Abschluß der wichtigsten finanziell in die Waagschale fallenden Bestellungen von Waren und Materialien sich mit derselben zu verständigen. Er muß auch mit den Abteilungsvorstehern, Meistern, sowie Materialverwaltern ständige Fühlung nehmen, damit er stets auf dem Laufenden bleibt."

„Zu den Obliegenheiten des Einkaufsbureaus gehören sämtliche Einkäufe, welche durch schriftliche Bestellungen (diese allein sind maßgebend) der Materialien und Fabrikbedürfnisse unter den jeweiligen Einkaufsrechnungen abgeschlossen werden; anderseits sind durch diese Abteilung auch alle Anfragen zu erlassen und mit der größten Umsicht die günstigsten Bezugsquellen zu ermitteln. Sofern die Konkurrenz billiger verkauft, ist es auch zu prüfen, ob deren Fabrikate auch von gleich guter Qualität sind und ob die angegebenen Liefertermine als günstig angesehen werden können. Wenn es auch freilich bequemer ist, wohlgefällig bei dem alten Lieferanten zu bleiben, so ist dies keineswegs der richtige kaufmännische Weg."

Vor 107 Jahren beschrieb dies Carl Redtmann im Artikel „Das moderne Einkaufsbureau im Fabrikbetriebe", wie der Einkauf aufgestellt sein sollte, damit „das Wissen und die Erfahrung des Einkäufers, die sich aus seiner Tätigkeit ergeben, dem gesamten Betriebe zugute kommen". Begriffe wie Maverick Buying, Qualitätsmanagement, Transparenz, eindeutige Prozesse, Compliance, enge Bindung zu internen Kunden und zur Geschäftsleitung kannten zu der Zeit weder Duden noch der Autor Carl Redtmann. Aber: Die Passagen scheinen bis heute nichts an Aktualität eingebüßt zu haben. Google listet keinen Hinweis auf den Berliner Autor auf, aber seine Gedanken sind in der „Zeitschrift für Handelswissenschaft und Handelspraxis 1910" verewigt – Heft 2, Seiten 55 bis 62*.

1910 bis 2017: Wie weit sind wir nun gekommen im Einkauf? Wie stabil ist unser Wissen heute? Auf welchen Erfahrungen beruhen unsere Prozesse? Was haben wir aus den „industriellen Revolutionen" zuvor gelernt? Fast scheint es so, als füllten wir neuen Wein in alte Schläuche. Redtmanns Beschreibungen bieten gerade jetzt einen idealen Anlass, um den Bogen von der Historie über den Status quo bis in die nicht konkret fassbare Zukunft zu schlagen.

*Historische Quelle (zur Verfügung gestellt von Prof. Dr. Lutz Kaufmann, WHU – Otto Beisheim School of Management), den Artikel von Carl Redtmann lesen Sie im Internet unter www.beschaffung-aktuell.de/history (mit Genehmigung des Verlags Schäffer-Poeschel).

Sabine Ursel, Journalistin