

Zitate aus dem Buch „Hamster oder Haifisch?“**Peter Zühlsdorff, Deutsche Industrie-Holding (DIH)**

„Die größte Herausforderung ist das Schließen der großen Umsetzungslücke, also der Weg von der Erkenntnis zum Ergebnis.“

Christoph Achenbach, INTES Beratung für Familienunternehmen

„Viele Unternehmer glauben ein gutes Gefühl dafür zu haben, wie gut sie im Einkauf aufgestellt sind. Aber: Dies beruht eben leider „nur“ auf einer subjektiven Einschätzung und nicht auf konkret vorliegenden Einkaufs-Kennzahlen oder fundierten Benchmarks und Analysen.“

Erich Harsch, dm-drogerie markt GmbH + Co. KG

„Nachhaltigkeit verstehen wir nicht als Zustand, sondern als die innere Haltung, die dem gesamten unternehmerischen Handeln zugrunde liegen muss.“

Markus Miele, Miele & Cie. KG

„Der Einkauf hat zur Umsetzung unserer globalen Wachstumsstrategie einen ganz wesentlichen Beitrag geleistet.“

Norbert Unterharnscheidt, Managementberater

„Trotz des hohen Anteils am Gewinn ist das Image des Einkäufers in vielen Familienunternehmen meistens schlechter als das des Verkäufers. Dies hat zur Folge, dass die Einordnung des Einkaufs in die Unternehmensorganisation oft nicht seinem Anteil an den Gesamtkosten entspricht. Kurz: Seine Wertschätzung entspricht nicht seiner Leistung.“

Gerd Stotmeister, Sto AG

„Klare Strukturen erleichtern die Zusammenarbeit zwischen Einkauf und Fachbereichen“

Burkhard Dahmen, SMS Siemag AG

„Unsere Einkäufer befinden sich in einer permanenten Lernphase, um global erfolgreich zu agieren“

Jörn Kreyenhop, Kreyenhop & Kluge GmbH & Co. KG

„Mehr als zwanzig Jahre Erfahrung in Asien haben uns gezeigt, dass man vor Ort sein muss, um erfolgreich Geschäfte zu machen, oder wie es in Asien heißt, ‚ein Tigerjunges zu fangen‘.“

Lutz Kaufmann, WHU – Otto Beisheim School of Management und Said Business School, Oxford

„Auch familiengeführte Unternehmen spüren den wirtschaftlichen Wandel: Sie müssen zunehmend global denken und rasch handeln, ohne dabei ihre ureigensten Stärken zu vernachlässigen. Gleiches gilt für den professionellen Einkauf im Familienunternehmen.“

Robert Fieten, BME e. V.

„Einkäufer und Einkaufsorganisation sollten so gepolt sein, dass sie je nach Marktsituation mal mehr wie ein Haifisch, mal mehr wie Hamster agieren und dabei die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens fest im Auge haben.“

Markus Bergauer und Frank Wierlemann, INVERTO AG

„Wir sind davon überzeugt, dass gerade Familienunternehmen die besten Voraussetzungen haben, um im Einkauf den Spagat zwischen Kostensenkung und Nachhaltigkeit zu schaffen.“