



SCHNITTSTELLENMANAGEMENT IM EINKAUF

DER EINKAUF ALS BUSINESS-PARTNER AUF AUGENHÖHE

Der Einkauf hat viele Schnittstellen mit den übrigen Unternehmensbereichen und -prozessen. Das bedeutet, dass es an diesen vielen Berührungspunkten auch zu Reibungsverlusten kommen kann. In diesem Seminar lernen Sie Wege und Ansätze kennen, wie Sie an den verschiedenen Schnittstellen effektiv mit den Fachabteilungen zusammenarbeiten, früher in Projekte eingebunden werden, Konflikte lösen, Leuchtturmprojekte identifizieren, die Leistungen des Einkaufs intern darstellen und so als Partner auf Augenhöhe wahrgenommen werden.

ZIELGRUPPE: Fach- und Führungskräfte aus Einkauf und Category Management, die sich mit internen Fachabteilungen wie z.B. Geschäftsführung, Technik/Entwicklung, Produktion, Marketing, Qualität, IT, HR, Logistik oder Sales abstimmen müssen und die Zusammenarbeit verbessern wollen

METHODIK: Fachvortrag, Praxisbeispiele, Übungen, Diskussion

SEMINARLEITUNG: Dr. Werner Graßl oder Kollegen



[bme.de/eks-smg](https://www.bme.de/eks-smg)

SEMINARINHALTE

Der Einkauf als Schnittstelle

- › Wie funktionieren Schnittstellen?
- › Berührungspunkte der Fachabteilungen mit dem Einkauf
- › Unternehmenszusammenhänge und Prozesse erkennen
- › Gemeinsame und konträre Ziele der beteiligten Abteilungen identifizieren und verstehen
- › Interdisziplinäres Denken und Handeln
- › Welche Rolle soll und will der Einkauf einnehmen?

Schnittstellenmanagement

- › Was müssen Schnittstellenmanager können?
- › Ihr Persönlichkeitsprofil
- › Stärken und Schwächen kennen und nutzen
- › Die Persönlichkeit des Gegenübers erkennen und darauf eingehen

Moderation und Kommunikation als Kernkompetenz

- › Kommunikation als Erfolgsfaktor
- › Konsensorientierte Gesprächsführung
- › Meetings bzw. Besprechungen leiten
- › Argumente optimal einsetzen
- › Arbeiten im Team
- › Alle ins Boot holen
- › Wann wird wer eingebunden?
- › Mit Konflikten souverän umgehen

Internes Einkaufsmarketing

- › Die Leistungen des Einkaufs präsentieren
- › Wertschätzung des Einkaufs steigern
- › Dienstleistungsmentalität im Einkauf stärken
- › Die Fachabteilung als Kunde?
- › Leuchtturmprojekte identifizieren und einsetzen
- › Den Mehrwert durch den Einkauf sichtbar machen
- › Erfolge darstellen
- › Professioneller Auftritt in Besprechungen und Meetings

Erfolgreiche Ansätze für eine funktionsübergreifende Zusammenarbeit

- › Raus aus der Opferrolle – was muss der Einkauf tun, damit es klappt?
- › Wie leiste ich Überzeugungsarbeit im eigenen Team?
- › Gemeinsame Ziele identifizieren
- › Early Involvement fördern
- › Informationsfluss sicherstellen
- › Prozesse definieren und optimieren
- › Kompetenzen definieren und Kompetenzportfolios erstellen
- › Möglichkeiten der Erfolgsmessung



Möchten Sie dieses Seminar als INHOUSE-Schulung buchen? Sprechen Sie uns an unter inhouse@bme.de oder 06196 5828-251



22. – 23.09.2025
01. – 02.12.2025
19. – 20.01.2026
23. – 24.03.2026
08. – 09.06.2026



ONLINE
MÜNCHEN
HAMBURG
ONLINE
FRANKFURT



382530916
352512001
352601001
382630327
352606001



zzgl.
MwSt.

1.495,-
1.495,-
1.495,-
1.495,-
1.495,-



PRÄSENZ:

1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr
2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr

ONLINE:

1. – 2. Tag: 09.00 – 16.00 Uhr



06196 5828-200



06196 5828-299



anmeldung@bme-akademie.de



www.bme-akademie.de