

# Crisis? What Crisis?

## Einkaufen in der Finanz-, Staats-, Währungs- und Rohstoffkrise



**Prof. Dr.  
Ronald Bogaschewsky**

Mitglied des Vorstands  
des BME e.V.  
Centrum für Supply  
Management – CFSM GmbH

Am Scheidmännlein 19  
97230 Estenfeld  
(bei Würzburg)

Telefon:  
+49-(0)172-9053036

e-mail: [boga@cfsm.de](mailto:boga@cfsm.de)

„Crisis? What Crisis?“ ist der Titel des 1975 erschienenen Albums der den meisten Lesern sicher bekannten britischen Rock-/Pop-Band Supertramp. Lang, lang ist's her. Ob die Band bei der Produktion Angst hatte, an den Erfolg ihres Vorgängeralbums „Crime of the Century“ anknüpfen zu können oder die aktuellen politisch-gesellschaftlichen Prozesse kommentieren wollte, bleibt im Verborgenen. Immerhin war die Rote Armee Fraktion (RAF) in Deutschland ein großes Thema und die DDR verbrüdete sich noch enger mit der UdSSR. Wir alle hatten sicher mehr Angst vor atomaren Kurz- und Mittelstreckenraketen als – vielleicht wie heute – vor der Konkurrenz aus China.

Heute dominiert die Euro-, oder besser allgemein die Finanzkrise mit – länderweise abwechselnd – maroden Banken oder Staaten (oder beides), verbunden mit einem schwachen Euro. VWL-Professoren sind sich ebenso uneinig wie Politiker, was das richtige Konzept sei, um die Dinge zu verbessern. Derweil feiern reiche Griechen weiter Parties auf ihren Luxusyachten und das Volk soll eisern sparen. Aus der Finanzkrise wird immer weitgreifender eine Wirtschaftskrise und nicht nur bei den Hellenen auch eine Staats- und Gesellschaftskrise. Ganz nebenbei erfreut sich der Einkäufer höchst volatiler Rohstoffpreise und zunehmend ernster werdender Rohstoffengpässe. Auch wenn seit einigen Monaten die Preise moderater aussehen, geht der langfristige Trend angesichts knapper werdender Reserven und Handelsbeschränkungen zur Sicherung nationaler Interessen mit einiger Sicherheit weiter nach oben.

Einkaufen ist nicht erst seit gestern eine Aufgabe, die verlangt, dass man versteht, was in der Welt vor sich geht. Wer global die besten Lieferanten zu seinem Partner in der Wertschöpfungskette machen will, wird kaum mit dem Basis-ABC auskommen. Einkaufen – und hier schließe ich das Management der Supply Chain bewusst ein – verlangt heute hervorragend qualifizierte Führungspersönlichkeiten, die in der Lage sind, die ökonomischen, ökologischen und sozial-ethischen (triple bottom line) Bedingungen im Umfeld der geopolitischen Gegebenheiten und Entwicklungen richtig einzuschätzen und für sein spezifisches Unternehmensumfeld bestmöglich zu nutzen.

Wirtschaftliche Entwicklungen kann man, bis auf „externe Schocks“, zumindest grob an entsprechenden Frühindikatoren ablesen. Gegen Währungsschwankungen gibt es Absicherungsinstrumente. Zwar sind kurzfristige Schwankungen auf den Rohstoffmärkten und die resultierenden erhöhten Materialkosten in der gesamten Wertkette auch angesichts der vielen Wettinstrumente der Finanzjongleure kaum exakt vorherzusehen, jedoch gibt es klare Signale für die Langfriststrategie. Das gilt insbesondere auch, wenn sich Politiker, Ingenieure und nachfolgend das Marketing in Strategie zu „vergallopierten“ scheinen, für die es keine funktionierende Versorgungsstrategie zu geben scheint (siehe E-Mobilität).

Hier ist der sachkundige Einkaufschef gefordert seinen Kollegen (möglichst im Vorstand) zu verdeutlichen, dass Verkaufen und Produzieren ohne komplette Supply Chain nur in der ppt-Version funktioniert. Dafür muss er aber in den Vorstand – und er muss es drauf haben!