

Quelle:
AHGZ
am 8. Mai 2010

Allgemeine Hotel- und
Gastronomie-Zeitung

Kampfgeist zeigen

Top Supply 2010: Boxkampfstrategien beim Einkauf

Wer Umsatzeinbußen durch besseres Einkaufen wettmachen möchte, muss in seinem Hotel an vielen Schraubchen drehen. Das machte kürzlich der von der Einkaufsgesellschaft Prognos organisierte Kongress Top Supply deutlich (AHGZ vom 1. Mai). „Wir wollen mit dem Kongress unter anderem erreichen, dass im Hoteleinkauf Maßnahmen zur Kostenoptimierung nicht verpasst und Einkaufsprozesse verbessert werden“, sagt Prognos-Geschäftsführer Jochen Oehler. Das Thema wurde aus den verschiedensten Blickwinkeln beleuchtet. Denn beim Einkauf sind

nicht nur Rechenkünste, sondern auch Instinkt, Menschenkenntnis und ein gewisser sportlicher Kampfgeist gefragt. Berater Frieder Gamm spricht auch gerne von Boxkampfstrategien, die bei Einkaufsverhandlungen von Vorteil sein sollen. Gamm erläuterte, wie man Verhandlungspartner beeinflussen kann. Dazu gehört auch, sich vorab so gut wie möglich über sein Gegenüber zu informieren, um zu erfahren, mit was für einem Menschen man im Ring steht. Wissen ist Macht. Auch beim Einkauf. *mia*

► www.prognos.de



Blickkontakt: Auch der Einkäufer muss wissen, wer sein Gegner ist

Foto: Mauritiu: