

# Hallo Zukunft

## Karriere im Einkauf ! ?

Der Ansatz der Deutschen Telekom.

Martin Sonnert  
Leiter Einkaufsstrategie und -organisation  
Zentralbereich Konzerneinkauf

Deutsche Telekom AG

Karriere im Einkauf der Deutschen  
Telekom  
Oktober 2006, Seite 1

Welcher Geschäftsführer oder Vorstand hat seine  
Karriere im Einkauf gestartet?

Welcher Geschäftsführer oder Vorstand hat seine Karriere im Einkauf gestartet?

Wer kennt einen Geschäftsführer und/oder Vorstand, der aus dem Einkauf heraus seine Karriere gestartet hat?

Welcher Geschäftsführer oder Vorstand hat seine Karriere im Einkauf gestartet?

Wer kennt einen Geschäftsführer und/oder Vorstand, der aus dem Einkauf heraus seine Karriere gestartet hat?

Kann man aus dem Einkauf heraus überhaupt Karriere in einem Unternehmen machen?

Welcher Geschäftsführer oder Vorstand hat seine Karriere im Einkauf gestartet?

Wer kennt einen Geschäftsführer und/oder Vorstand, der aus dem Einkauf heraus seine Karriere gestartet hat?

Kann man aus dem Einkauf heraus überhaupt Karriere in einem Unternehmen machen?

Kann Einkauf ein Karriere-Ziel sein, bzw. ist „Leiter des Einkaufs“ ein Karriereziel?

Warum bloß hat Marketing das Image „sexy“  
zu sein

und Einkauf das Image „langweilig“?

oder

Warum bloß hat Marketing das Image „sexy“  
zu sein

und Einkauf das Image „langweilig“?

oder

gilt eine Position im Einkauf gar als

K a r r i e r e f r i e d h o f ?

# Was bedeutet eigentlich Karriere im Einkauf ?

und

Was bedeutet eigentlich  
Karriere im Einkauf ?

und

Wie muß eine Karriere nach klassischem  
Verständnis im Einkauf / über den Einkauf  
organisiert sein?

# Agenda

1. Zentrale Herausforderungen an den Einkauf  
- gestern / heute / morgen

# Agenda

1. Zentrale Herausforderungen an den Einkauf  
- gestern / heute / morgen
2. Anspruch des Einkaufs an sich selbst  
- die Situation bei der Deutschen Telekom

# Agenda

1. Zentrale Herausforderungen an den Einkauf  
- gestern / heute / morgen
2. Anspruch des Einkaufs an sich selbst  
- die Situation bei der Deutschen Telekom
3. **Karrieremanagement im Einkauf**  
- **der Ansatz der Deutschen Telekom**

# Agenda

1. Zentrale Herausforderungen an den Einkauf  
- gestern / heute / morgen
2. Anspruch des Einkaufs an sich selbst  
- die Situation bei der Deutschen Telekom
3. Karrieremanagement im Einkauf  
- der Ansatz der Deutschen Telekom
4. Was geschieht derzeit und was planen wir?

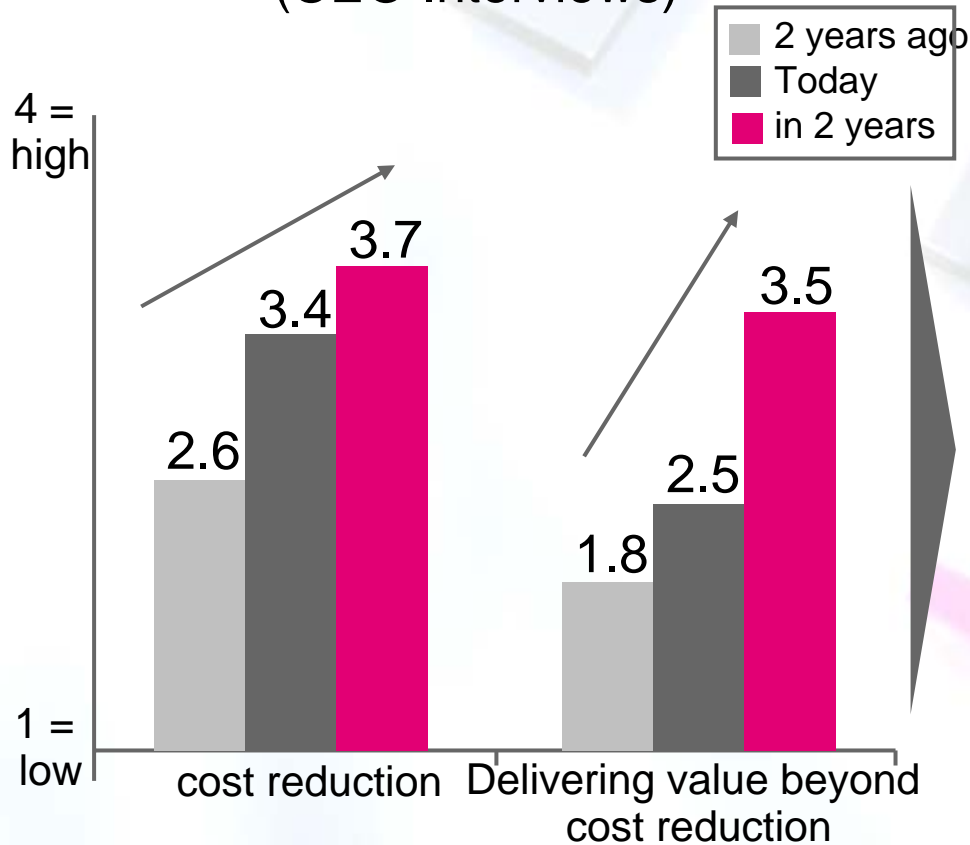
# Agenda

- 1. Zentrale Herausforderungen an den Einkauf - gestern / heute / morgen**
2. Anspruch des Einkaufs an sich selbst  
- die Situation bei der Deutschen Telekom
3. Karrieremanagement im Einkauf  
- der Ansatz der Deutschen Telekom
4. Was geschieht derzeit und was planen wir?

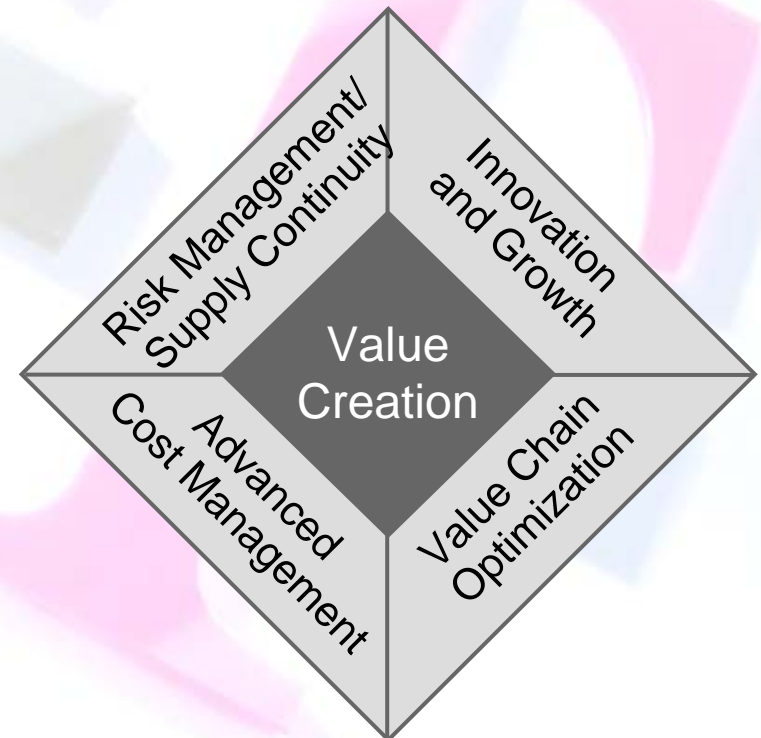
# Zentrale Herausforderungen an den Einkauf

- gestern / heute / morgen.

Expected contribution of procurement  
(CEO Interviews)



Four levers  
for value creation



Source: A.T.Kearney

# Zentrale Herausforderungen an den Einkauf

- gestern / heute / morgen.

## Traditional Sourcing

- Focus on prices
- Total cost of ownership
- Process-driven sourcing approaches
- Seek comparability
- Involvement in spec definition phase
- CPO reports to Executive Committee
- Procurement Skills
- Procurement is ‚independent‘ and act as a counter part

Source: A.T.Kearney

# Zentrale Herausforderungen an den Einkauf

- gestern / heute / morgen.

## Traditional Sourcing

- Focus on prices
  - Total cost of ownership
  - Process-driven sourcing approaches
  - Seek comparability
  - Involvement in spec definition phase
  - CPO reports to Executive Committee
  - Procurement Skills
  - Procurement is aligned and intrinsically linked to business stakeholders
- and *Caveat: ,there is still the need for traditional sourcing*

## Value Based Sourcing

- Focus on value
- Total contribution of ownership
- Strategic intent driven sourcing approach
- Seek differentiation
- Involvement in strategic decisions
- CPO is member of Executive Committee
- Business Skills
- Procurement is aligned and intrinsically linked to business stakeholders

Source: A.T.Kearney

# Zentrale Herausforderungen an den Einkauf

- gestern / heute / morgen.

What concrete organization trends and best practices can be observed at leading companies:

- The mandate of corporate procurement is changing from managing corporate synergies to managing a flexible network of buyers

Source: A.T.Kearney

# Zentrale Herausforderungen an den Einkauf

- gestern / heute / morgen.

What concrete organization trends and best practices can be observed at leading companies:

- The mandate of corporate procurement is changing from managing corporate synergies to managing a flexible network of buyers
- Leading organizations manage to fully synchronize business and supply management strategies

Source: A.T.Kearney

# Zentrale Herausforderungen an den Einkauf

- gestern / heute / morgen.

What concrete organization trends and best practices can be observed at leading companies:

- The mandate of corporate procurement is changing from managing corporate synergies to managing a flexible network of buyers
- Leading organizations manage to fully synchronize business and supply management strategies
- The procurement function is moving away from a ‚one size fits all‘ and is closely aligning itself to the various business stakeholders

Source: A.T.Kearney

# Zentrale Herausforderungen an den Einkauf

- gestern / heute / morgen.

What concrete organization trends and best practices can be observed at leading companies:

- The mandate of corporate procurement is changing from managing corporate synergies to managing a flexible network of buyers
- Leading organizations manage to fully synchronize business and supply management strategies
- The procurement function is moving away from a 'one size fits all' and is closely aligning itself to the various business stakeholders
- New functions within procurement are emerging and are changing the way procurement is interfacing with its counterparts

Source: A.T.Kearney

# Zentrale Herausforderungen an den Einkauf

- gestern / heute / morgen.

What concrete organization trends and best practices can be observed at leading companies:

- The mandate of corporate procurement is changing from managing corporate synergies to managing a flexible network of buyers
- Leading organizations manage to fully synchronize business and supply management strategies
- The procurement function is moving away from a 'one size fits all' and is closely aligning itself to the various business stakeholders
- New functions within procurement are emerging and are changing the way procurement is interfacing with its counterparts
- Increasingly, procurement will find itself in the business of managing the external value chain instead of managing spend

Source: A.T.Kearney

# Daraus ergeben sich folgende zentrale Skills für Mitarbeiter

1. Notwendiges fachliches Know-How ist Basis erfolgreicher Arbeit im Bereich Einkauf
2. Fähigkeit zur Abstraktion und konzeptionellen Tätigkeit  
– Sourcing-Management
3. Hohe Kompetenz im professionellen Umgang mit Komplexität und hoher Dynamik
4. Sozialkompetenz und Leadershipfähigkeit
5. Hoher Grad an Lernfähigkeit und Flexibilität

# Agenda

1. Zentrale Herausforderungen an den Einkauf  
– gestern / heute / morgen
- 2. Anspruch des Einkaufs an sich selbst  
- die Situation bei der Deutschen  
Telekom**
3. Karrieremanagement im Einkauf  
- der Ansatz der Deutschen Telekom
4. Wie läuft es im Moment und was planen wir?

# Die Vision des Einkaufs der Deutschen Telekom.

Best in Class. (Oktober 2002)

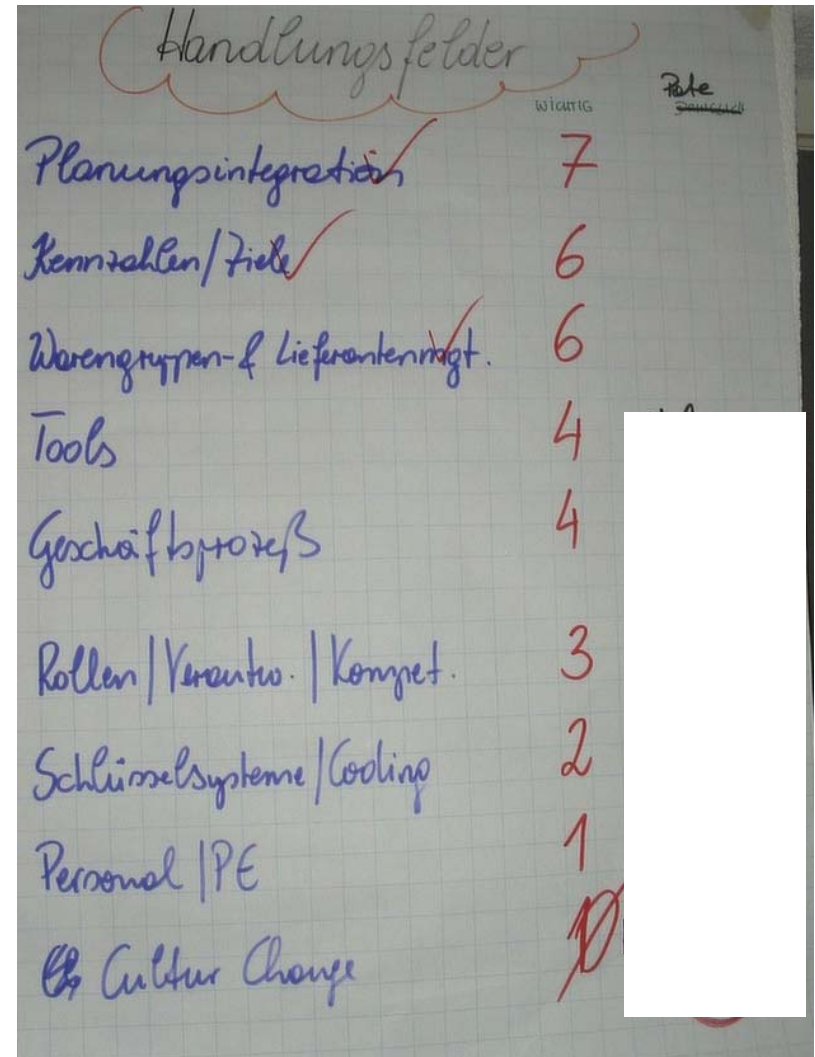
A photograph of a person standing on a beach. The word "VISION" is written in large letters in the sand. The person is wearing a light blue shirt and dark shorts. The background shows the ocean and a clear sky.

„Als das führende Dienstleistungsunternehmen der Telekommunikations- und Informationstechnologie-Industrie verbinden wir die Gesellschaft für eine bessere Zukunft.

Mit höchster Qualität, effizient und innovativ zum Nutzen unserer Kunden. In jeder Beziehung.“

# Aus der Vision entwickelte Ziele und Handlungsfelder für 2003 (priorisiert).

Thema	Nennung
Planungsintegration	7
Kennzahlen/Ziele	6
Warengruppen- und Lieferantenmanagement	6
Tools	4
Geschäftsprozess	4
Rollen/Verantwortung/Kompetenzen	3
Schlüsselsysteme/Coding	2
Personal/PE	1
Culture Change	0



# Review im Strategieworkshop September 2003

nichts passiert.

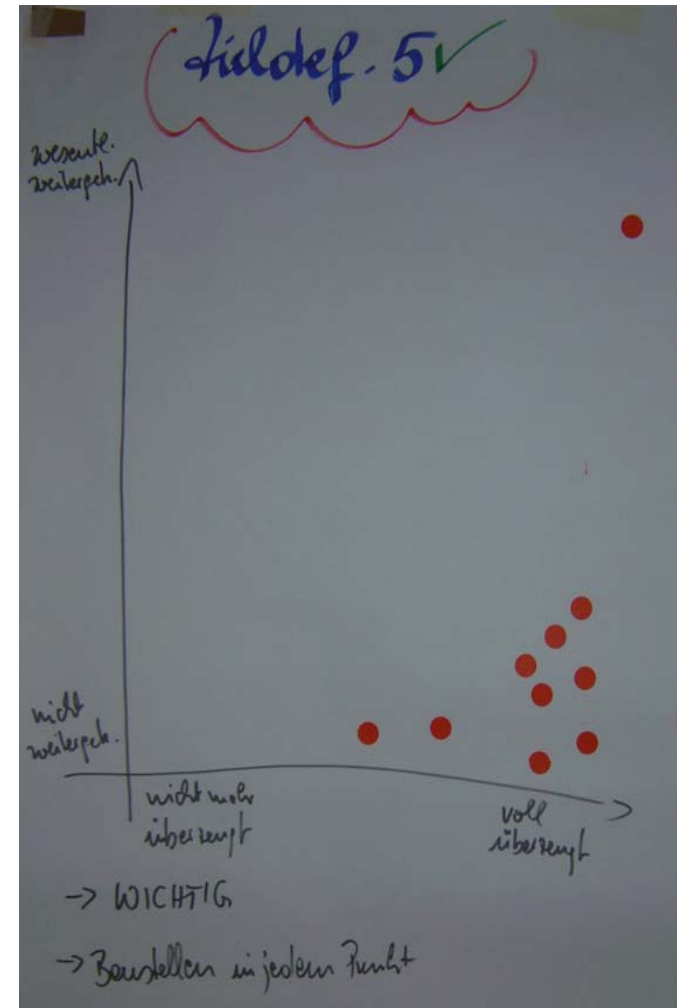
## Zieldefinition 5:

2003: Ein PE Konzept ist erstellt.

2004: Wir haben an den strategisch wichtigen Positionen hochqualifizierte und kundenorientierte Mitarbeiter.

### Kernaussagen:

- > Wichtig
- > Baustelle in jedem Punkt



# Review im Strategieworkshop Oktober 2004

es bewegt sich etwas.

## Zieldefinition 5:

2004: Wir haben an den strategisch wichtigen Positionen hochqualifizierte und kundenorientierte Mitarbeiter.

2005: Ein Skillsentwicklungsprofil ist eingeführt  
Das Personalentwicklungsprogramm ist erstellt.  
Ein Wissensmanagement für den Einkauf ist konzipiert.

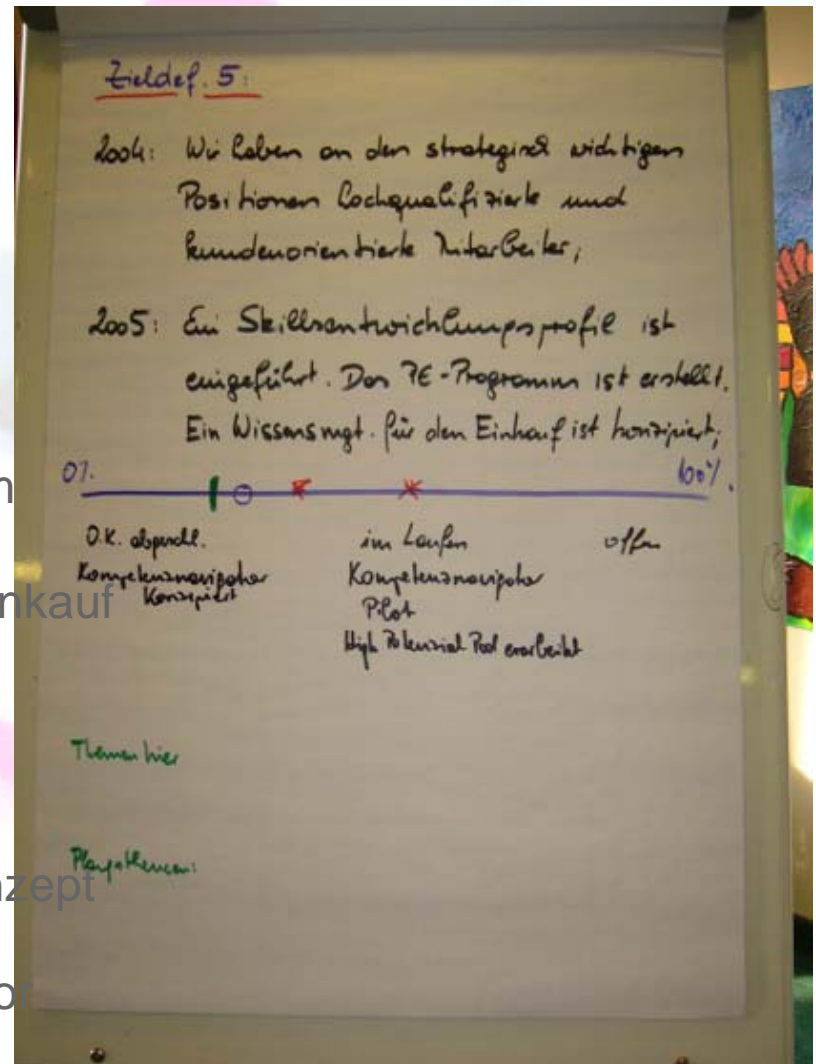
OK abgeschlossen:

Kompetenznavigator

übergeordnetes HR Konzept

im Laufen:

Pilot Kompetenznavigator  
High Potential Program



# Agenda

1. Zentrale Herausforderungen an den Einkauf  
- gestern / heute / morgen
2. Anspruch des Einkaufs an sich selbst -  
- die Situation bei der Deutschen Telekom
- 3. Karrieremanagement im Einkauf  
- der Ansatz der Deutschen Telekom**
4. Wie läuft es im Moment und was planen wir?

# DT Procurement Campus

## Herzstück des Karrieremanagements des Einkaufs der Deutschen Telekom (1/2)

Unabhängig von den individuellen HR Entwicklungsaktivitäten der Strategischen Geschäftsfelder werden einheitliche Konzepte für folgende Themen entwickelt:

- **Kompetenzmodell**  
für den Einkauf konzernweit und global
- **Qualifizierungsprogramme**  
Entwicklung der Mitarbeiter auf die nächste Funktionsstufe
- **Individuelle Entwicklungsmodule**  
Seminar- & Trainingsangebote zu spezifischen Themenfeldern
- **Instrumente zur Personalauswahl**  
vom Mitarbeiter bis zur Führungskraft mit einheitlichen Standards & Verfahren

# DT Procurement Campus

Herzstück des Karriereprogrammes des Einkaufs der Deutschen Telekom (2/2)

- **Instrumente zur Feststellung von Potenzialen**  
Development Center
- **Innovative Konzepte**  
Business Partnership als Netzwerkprogramm mit anderen Unternehmen
- **Jobvisiting / Jobrotation**  
Förderung des Austauschs von Know-how & Steigerung der gegenseitigen Akzeptanz im Konzern
- **Skill Management Systeme**  
Kompetenznavigator (Verwaltung und Management von Skills der Mitarbeiter im Konzern)
- **Advanced Procurement Program**  
Top Programm für Top Leistungsträger („Change Agents“ in der Einkaufsorganisation)

# Auszug aus dem Procurement Campus

## Karriere – Management Einkauf als Modulkonzept

### KARRIERE – MANAGEMENT EINKAUF

#### Micro Census

**Mitarbeiterstruktur**  
aller  
Einkaufsorganisationen

- Informationen zur Mitarbeiterstruktur
- Grundlage für Managemententscheidungen

#### Kompetenznavigator

##### Kompetenzprofile

- Einkaufs- und Social Skills
- scans all employees skills

##### Procurement Curriculum

Bereitstellung konzernweiter Entwicklungsmaßnahmen

#### Potential Pool High Potential Program Procurement

- Konzernweiter "Talent-Pool"
- Networking der künftigen Führungskräfte im Einkauf

##### High Potential Curriculum

Maßgeschneiderte

Entwicklungsmaßnahmen

#### Development Center

Mitarbeiterauswahl

## 4 Module

- a) Der Micro Census
- b) Der Kompetenznavigator
- c) Das Development Center
- d) Das High Potential Program

# 4 Module

- a) **Der Micro Census**
- b) Der Kompetenznavigator
- c) Das Development Center
- d) Das High Potential Program

# Der Micro Census liefert die HR Kennzahlen und weist auf strukturelle Probleme hin

Alter/ Geschlecht	Wie sieht die Alter-/Geschlechtsstruktur des Einkaufs aus? Wie wird sie in 5 Jahren Aussehen? Sind hier Engpässe zu erwarten?
Ausbildung	Wie ist unsere Organisation ausgebildet? Gibt es Einheiten mit einer eindeutigen "Schiefelage"? Aus welche Basis treffen unsere HR Konzepte?
Erfahrung	Welche Erfahrung hat unsere Organisation? Würden wir sie erweitern, wären eher mehr Einkaufserfahrungen oder Erfahrungen aus anderen Bereichen notwendig?

# Der Micro Census liefert die HR Kennzahlen und weist auf strukturelle Probleme hin

Alter/ Geschlecht	Wie sieht die Alter-/Geschlechtsstruktur des Einkaufs aus? Wie wird sie in 5 Jahren Aussehen? Sind hier Engpässe zu erwarten?
Ausbildung	Wie ist unsere Organisation ausgebildet? Gibt es Einheiten mit einer eindeutigen "Schiefelage"? Aus welche Basis treffen unsere HR Konzepte?
Erfahrung	Welche Erfahrung hat unsere Organisation? Würden wir sie erweitern, wären eher mehr Einkaufserfahrungen oder Erfahrungen aus anderen Bereichen notwendig?

**Der Microcensus erstellt mit den HR Kennzahlen ein Profil des Einkaufs, das die Entwicklung der Organisation im Zeitablauf verfolgt!**

# Der Micro Census liefert die HR Kennzahlen und weist auf strukturelle Probleme hin

## Mitarbeiter

OrgE:

Standort

Eingabeblatt

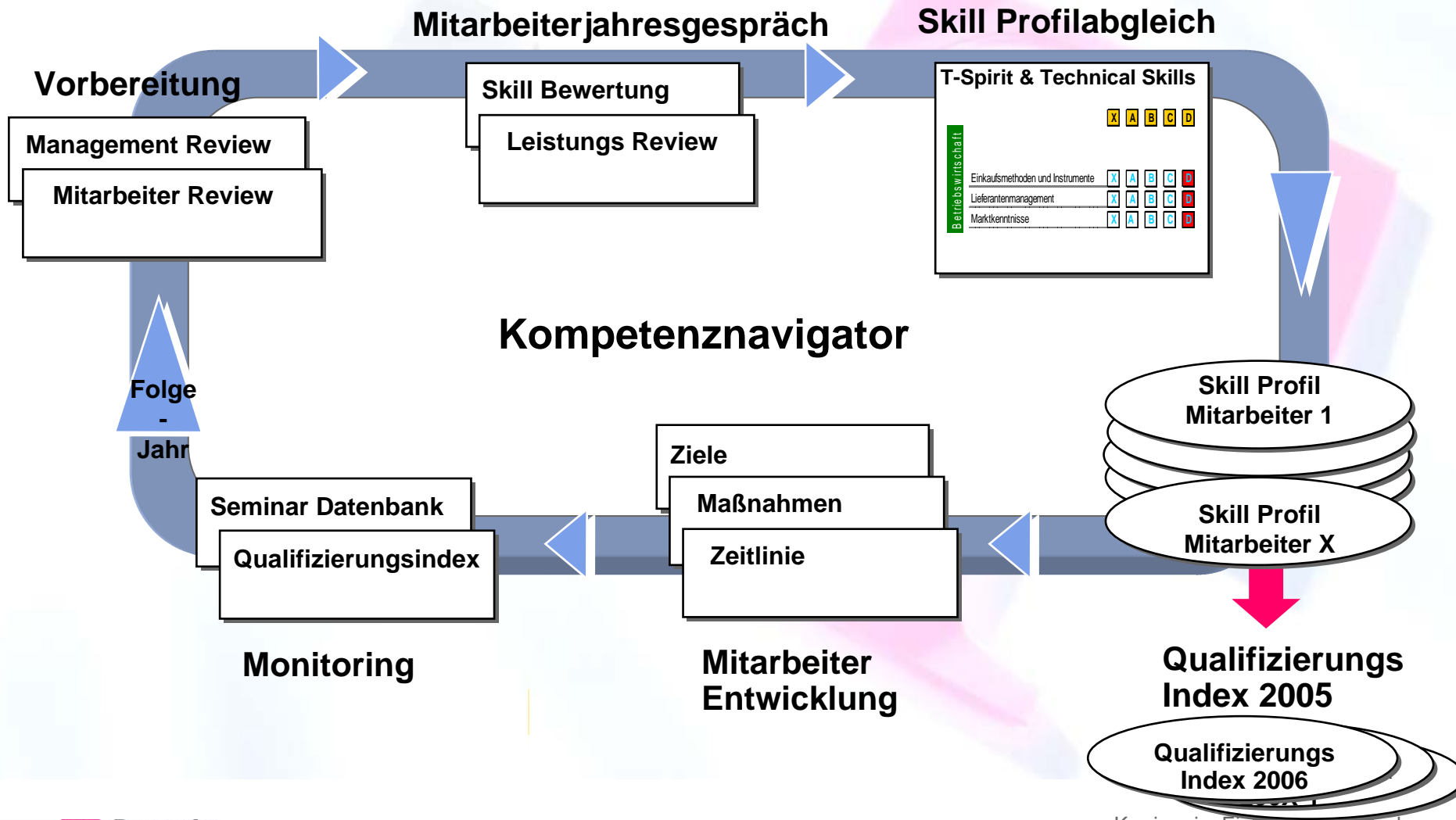
Angaben zur Person		Angabe als Zahl
Alter	20-34 Jahre	
	35-49 Jahre	
	50-55 Jahre	
	56-65 Jahre	
Geschlecht	männlich	
	weiblich	
Förderprogramm		

Angaben zur Person		Angabe als Zahl
Ausbildung	kaufmännische Ausbildung	
	technisch Ausbildung	
	Diplom (Uni/FH) Wirtschaft	
	Diplom (Uni/FH) Technik	
	Diplom (Uni/FH) Wirtschaftsingenieur	
	Diplom (Uni/FH) Andere	
Erfahrung im Einkauf	Erfahrung im Einkauf	
	Erfahrung im Einkauf DT AG	
	Erfahrung in anderen Bereichen der DT AG	
	Führungsverantwortung	
	Auslandsprojekte	

# 4 Module

- a) Der Micro Census
- b) Der Kompetenznavigator**
- c) Das Development Center
- d) Das High Potential Program

# Der Kompetenz Navigator ist ein Instrument zur Skill Ermittlung und zur Skill Erweiterung



# Einkaufs-Skills sind pro Funktionscluster definiert und mit Verhaltensbeschreibungen hinterlegt

## Funktionscluster "Referent Einkauf"

	X	A	B	C	D	
<b>Betriebswirtschaft</b>	Einkaufsmethoden und Instrumente	X	A	B	C	D
	Lieferantenmanagement	X	A	B	C	D
	Marktkennnisse	X	A	B	C	D
<b>Verhandlung</b>	Verhandlungsführung	X	A	B	C	D
	Wirkung der eigenen Persönlichkeit	X	A	B	C	D
<b>eBusiness, SW</b>	Interne eBusinessstools: eBanf, eSourcing, eCatalogue, eOrdering, elnvoice	X	A	B	C	D
	externe eBusinessstools	X	A	B	C	D
	MS Office	X	A	B	C	D
	SAP R3	X	A	B	C	D
	fachspezifische IV Anwendungen	X	A	B	C	D
<b>Recht</b>	BGB, HGB, UN-Kaufrecht	X	A	B	C	D
	VOB	X	A	B	C	D
	TKG	X	A	B	C	D
	Vertragsrecht	X	A	B	C	D
	DT AG Allgm., spez GB	X	A	B	C	D

## Fachkompetenzen

	X	A	B	C	D	
<b>Objektkennnisse</b>	kundenorientierte Beratung zur Bedarfsspezifikation	X	A	B	C	D
	eingesetzte Technologie und deren Entwicklungstrend	X	A	B	C	D
	Technologien im Konzern	X	A	B	C	D
<b>Prozesse</b>	Prozesse im Aufgabengebiet	X	A	B	C	D
	Prozesse und Schnittstellen	X	A	B	C	D
	Aufzeigen von Prozeßoptimierungsp	X	A	B	C	D
	Supply Chain Management	X	A	B	C	D
<b>Englisch</b>	hören	X	A	B	C	D
	lesen	X	A	B	C	D
	schreiben	X	A	B	C	D
	sprechen	X	A	B	C	D

# Einkaufs-Skills sind pro Funktionscluster definiert und mit Verhaltensbeschreibungen hinterlegt

## Funktionscluster "Referent Einkauf"

	X	A	B	C	D	
Steigerung des Konzernwertes	Marktverständnis	X	A	B	C	D
	Ziel und Ergebnisorientierung	X	A	B	C	D
Partner für den Kunden	Serviceverhalten	X	A	B	C	D
	Kontaktfähigkeit	X	A	B	C	D
Innovation	Flexibilität	X	A	B	C	D
	Lernfähigkeit	X	A	B	C	D

## T-Spirit Kompetenzen

	X	A	B	C	D	
Respekt und Integrität	Fähigkeit zum Perspektivenwechsel	X	A	B	C	D
	Teamfähigkeit	X	A	B	C	D
	Umgang mit Wissen	X	A	B	C	D
	Verbindlichkeit	X	A	B	C	D
Top Exzellenz	Qualitätsbewußtes Handeln	X	A	B	C	D
	Selbständigkeit	X	A	B	C	D
	Arbeitsorganisation/Zeitmanagemen	X	A	B	C	D

# Hallo Zukunft -

- a) Der Micro Census
- b) Der Kompetenznavigator
- c) Das Development Center**
- d) Das High Potential Program

# Das Development Center „Future Mind AG“

## Hintergrund.

Das DC „Future Mind AG“ ermöglicht ...

- durch das Agieren der Teilnehmer in einer möglichst **natürlichen Unternehmenssituation**, durch die kontinuierliche Arbeit in den Teams, im Management, in den Profit Centern, Leistungs- und Ergebnisdruck etc., geht nach und nach das „out of the box-Klima“ klassischer Assessments verloren.
- ein **substanzvolles Beobachten** über den Zeitablauf – garantierte Beobachtungs-kontinuität
- eine genaue Anpassung der Arbeitsinhalte an die verschiedenen Bedürfnisse unseres Unternehmens.
- **Zeit und Kostenersparnis** durch ein Assessment von max. 40 Personen innerhalb von 2 ½ bzw. 3 Tagen.

# Das Development Center „Future Mind AG“

## Ziel und Beobachtungsfelder (1/2)

Der Unternehmenssimulator erlaubt eine qualifizierte Bewertung der Teilnehmer zu deren ...

- **Verständnis** über die **Zusammenhänge** im Unternehmen und das Zusammenwirken der verschiedenen Funktionen und Prozesse - **Vieldimensionalität** organisatorischer Abläufe.
- **Problembewusstsein**, Produktideen **markt-** und **kundengerecht** in **Teamarbeit** zu designen.
- Verständnis die Auswirkungen von **Managemententscheidungen** und -**verhaltensweisen** auf Markt, Organisation und Mitarbeiter.
- **Sensibilität** über die **Auswirkungen unterschiedlichen Führungsverhaltens** (autoritär, partizipativ) in verschiedenen Situationen und dessen Wirkung auf Mitarbeiter.

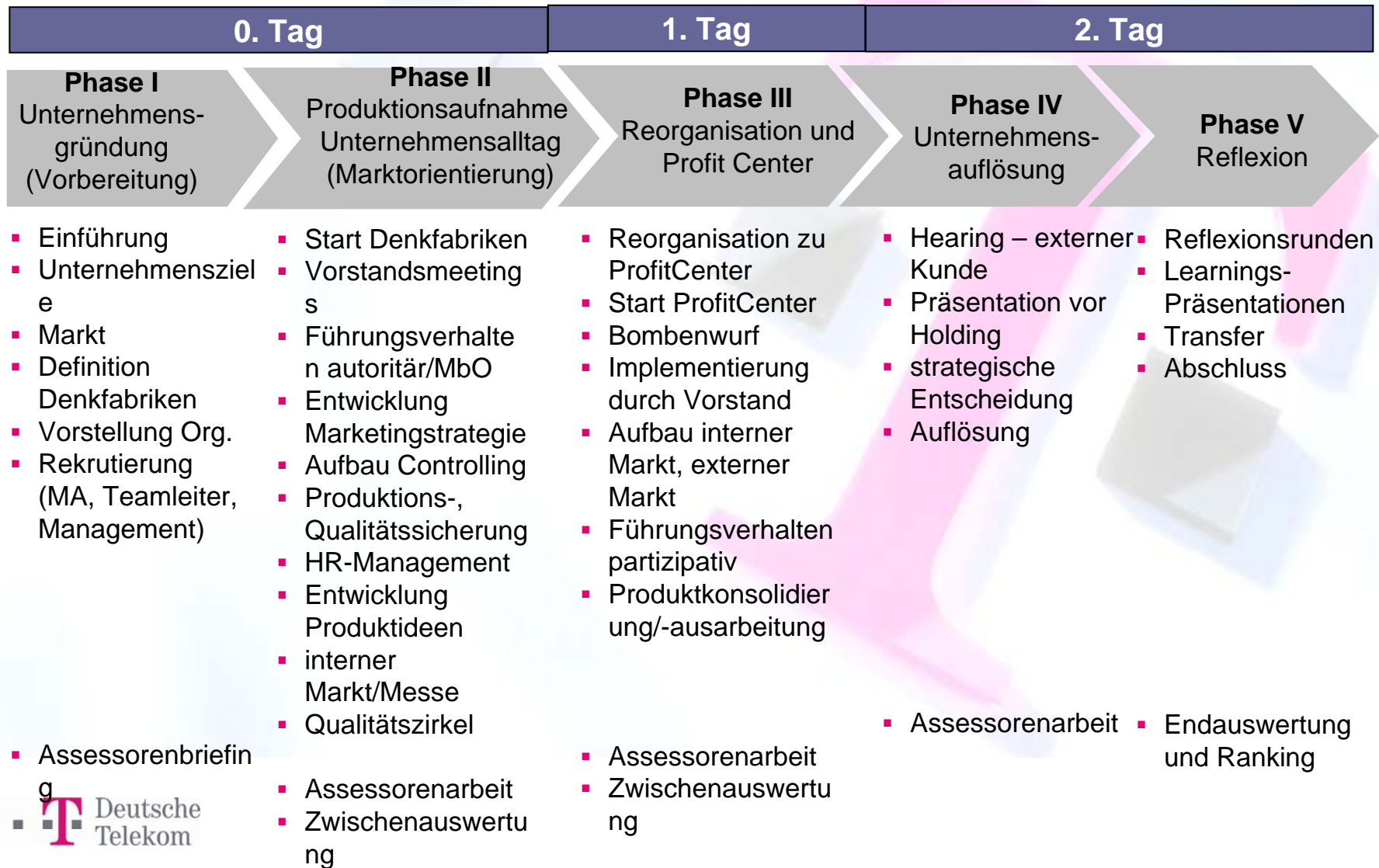
# Ziele des Development Center „Future Mind AG“ – Ziel und Beobachtungsfelder (2/2).

Der Unternehmenssimulator erlaubt eine qualifizierte Bewertung der Teilnehmer zu deren ...

- **Kenntnis** und **Anwendbarkeit** moderner **Management-Tools** sowie deren Einsetzbarkeit.
- Fähigkeit zur **kritischen Reflexion** (über sich, die Arbeitsgruppe, die Arbeitsprozesse etc.) zum **eigenen Führungs-, Team- und Sozialverhalten** und die Fähigkeit sich mit seinen eigenen **Stärken** und **Schwächen** besser einschätzen zu können (Rolle als Führungskraft und als Mitarbeiter).
- Sensibilität die **soziale Dynamik** im Unternehmen besser einzuschätzen und ihr **Verhalten** daran zu **orientieren**.
- Fähigkeit unter **hohem Druck** Entscheidungen zu treffen und Prioritäten zu setzen.

# Development Center „Future Mind AG“

## Der konzeptionelle Aufbau.



# Hallo Zukunft -

- a) Der Micro Census
- b) Der Kompetenznavigator
- c) Das Development Center
- d) **Das High Potential Program**

# High Potential Program

Künftige Führungskräfte fit machen und untereinander vernetzen.

Procurement Skill"

Social Skills

Networking

Global Sourcing at a glance

Supply Strategies

Procurement Methods & Tools

Supply Chain Management

Supplier Relation Management

costumized modules  
case studies, exercises  
2-3 days/module

Leading Power: Tools of  
modern leadership

International negotiations skills

Systemic Management

TTC modules  
lessons, active learning  
2-3 days/module

Cross divisional Mentoring

Jobrotation / Jobvisiting

Innovation Day

Individual modules

# High Potential Program

## Procurement Skills (1/2).

Topic	Content	Take out
 <p>Global Sourcing at a Glance</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Paradigm shift: from purchasing to supply management</li> <li>▪ Strategic supply management</li> <li>▪ Supply strategies and communication</li> <li>▪ Global markets vs. regional markets</li> <li>▪ Specific &amp; intercultural facts</li> <li>▪ Management and procurement marketing</li> <li>▪ Competitive advantages through efficient suppliers</li> </ul>	<p>Introduction of</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ strategic sourcing</li> <li>▪ global sourcing</li> <li>▪ supply chain</li> </ul>
 <p>Supply Strategies</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PreSession Case Study: SWOT analysis</li> <li>▪ Strategic buying versus sourcing</li> <li>▪ Supply chain principle &amp; templates</li> <li>▪ SWOT: Foundation tool of strategy</li> <li>▪ 4cell strategy matrix: Portfolio management</li> <li>▪ Cost principles: TCO and ABC</li> <li>▪ Identifying and managing cost drivers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alternate strategy sets</li> <li>▪ Apply strategic sourcing tools</li> <li>▪ Become strategic</li> </ul>

# High Potential Program

## Procurement Skills (2/2).

Topic	Content	Take out
<p>Procurement Methods and Tools</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PreSession Case Study for selective categories</li> <li>▪ Principles of strategic sourcing</li> <li>▪ Benchmarking: Best practices</li> <li>▪ Situation Analysis:</li> </ul> <p>Gathering and managing data</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Profounding sourcing tools</li> <li>▪ Enable benchmarking</li> <li>▪ Develop data management</li> </ul>
<p>Implementing Sourcing Strategies</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PreSession Case Study on application of sourcing tools</li> <li>▪ Managing Supplier Relationships</li> <li>▪ Internal Process Management</li> <li>▪ Supply Chain Effectiveness</li> <li>▪ Recap of Learning and Evaluation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Enabling supplier report DT</li> <li>▪ Apply the supply chain process, org.-issues, internal relationships</li> <li>▪ “Lock in” learning and eprsonal commitment to applying training “take outs” at home</li> </ul>

# High Potential Program

## Social Skills.

Topic	Content	Take out
Leading Power: Tools of modern leadership	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasks and comprehension of leadership</li> <li>Styles and tools of leadership</li> <li>Diversity of employees</li> <li>Standing situations as a leader</li> <li>Meyers Briggs Test</li> <li>Theory</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Understand scope and responsibilities of leading people</li> <li>Act and react in an adequate manner in interactive situations</li> </ul>
International negotiation skills	<ul style="list-style-type: none"> <li>Managing and focusing negotiation</li> <li>Guideline for negotiation</li> <li>Moderating negotiations</li> <li>Harvard concept</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Understand negotiation principles</li> <li>Manage and make best use of negotiations</li> </ul>
Systemic Management	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interactive management seminar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Change perspective</li> <li>Understand organizations as systems</li> <li>Understand systemic processes and frame conditions</li> </ul>

# High Potential Program

## Social Skills.

Topic	Content	Take out
Corss divisional Mentoring	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ individually; to be defined by Mentee and Mentor</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Sharing of experience</li><li>▪ Coaching</li></ul>
Jobrotation Jobvisiting	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 2 week Jobrotation with participant from other division</li><li>▪ 3 days Jobvisiting in other functions</li><li>▪ 2 days with the customer</li><li>▪ Shadowing</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Understand negotiation principles</li><li>▪ Manage and make best use of negotiations</li></ul>
Innovation Day	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ One Day Workshop with Innovation Group and Top Procurement Management</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Networking</li><li>▪ Think different</li></ul>

# Agenda

1. Zentrale Herausforderungen an den Einkauf  
- gestern / heute / morgen
2. Anspruch des Einkaufs an sich selbst  
- die Situation bei der Deutschen Telekom
3. Karrieremanagement im Einkauf  
- der Ansatz der Deutschen Telekom
4. **Was geschieht derzeit und was planen wir?**

# Woran arbeiten wir und wo wollen wir hin?

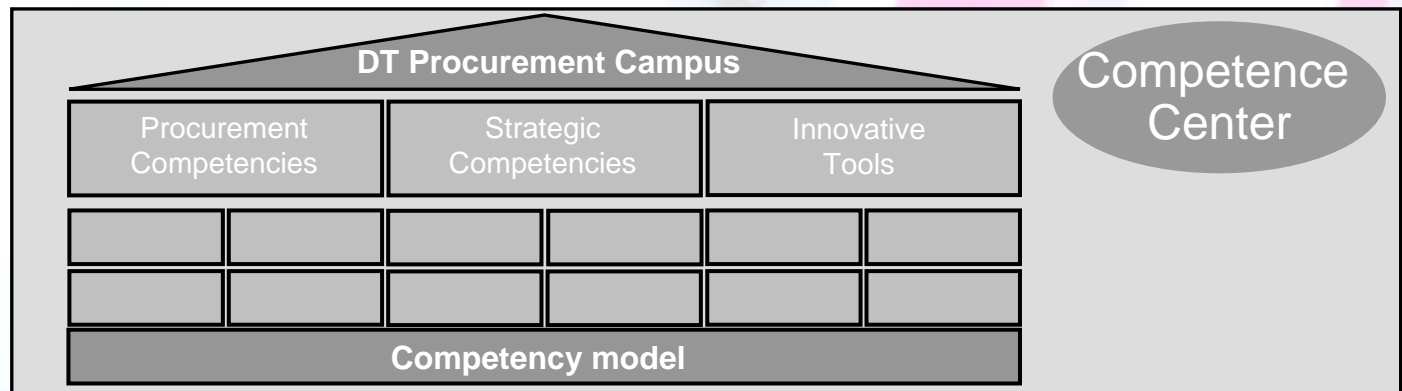
- Integration aller Module und Tools in konzernweitem, intranetbasiertem DT-Procurement Campus

# Woran arbeiten wir und wo wollen wir hin?

- Integration aller Module und Tools in konzernweitem, intranetbasiertem DT-Procurement Campus
- Entwicklung und Implementierung konzernweitliches Besetzungsvorgehen auf Basis abgestimmter Kompetenzpfade (im Einkauf und in allen anderen Funktionen)

# Woran arbeiten wir und wo wollen wir hin?

- Integration aller Module und Tools in konzernweitem, intranetbasiertem DT-Procurement Campus
- Entwicklung und Implementierung konzernweitliches Besetzungsvorgehen auf Basis abgestimmter Kompetenzpfade (im Einkauf und in allen anderen Funktionen)
- Entwicklung und Implementierung eines Competence Center / „DT Hochschule“



Best person on the right job  
Karriereoptionen bereitstellen

Was bedeutet eigentlich  
Karriere im Einkauf?

und

Wie muß eine Karriere nach klassischem  
Verständnis im Einkauf / über den  
Einkauf organisiert sein?

# Fazit und Beantwortung der Ausgangsfrage

- Karriere im Einkauf bedeutet für uns:

Kompetenzen zu vermitteln, transparente Karrierepfade bereitzustellen, ... um wirklich Karriere machen zu können!

Wir versuchen in zentralen Bereichen unserer Organisation Vorreiter zu sein und so ein anerkanntes, positives Image für den Einkauf zu schaffen – nach Innen und nach Außen

# Fazit und Beantwortung der Ausgangsfrage

- Karriere im Einkauf bedeutet für uns:

Kompetenzen zu vermitteln, transparente Karrierepfade bereitzustellen, und ... wirklich Karriere machen zu können!

Wir versuchen in zentralen Bereichen unserer Organisation Vorreiter zu sein und so ein anerkanntes, positives Image für den Einkauf zu schaffen – nach Innen und nach Außen

- Karriere über/im Einkauf muß durch 2 Pfade ermöglicht werden:
  1. Karriere innerhalb des Einkaufs im klassischen Sinne der Professionalisierung der Fachkompetenz in Hinblick einer einheitlichen Karrierelaufbahn
  2. Einkauf als „Karrieresprungbrett“ in die Organisation durch engste cross-funktionale Vernetzung und Skillentwicklung im Sinne der Managementkompetenzen



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.**