



CURRICULUM: INDIREKTER EINKAUF

Der Indirekte Einkauf wurde in der Vergangenheit in vielen Unternehmen vernachlässigt, obwohl indirekte Einkaufskategorien je nach Sektor einen bedeutenden Anteil der Ausgaben repräsentieren können. Auch war und ist Maverick Buying in diesem Bereich noch immer sehr ausgeprägt. Die Folge: unnötig hohe Ausgaben und verschenkte Einsparpotenziale. Führende Unternehmen sind längst umgeschwenkt und gehen Einsparziele im Indirekten und Dienstleistungseinkauf strategisch und gut organisiert an.

Das Curriculum „Indirekter Einkauf“ bietet Ihnen umfassende Kenntnisse, die für professionelles Handeln im Indirekten Einkauf wesentlich sind: von den Zielen und Beschaffungsinstrumenten über Strategien und Verhandlungskompetenzen bis hin zu Vertragsfragen und Controlling.



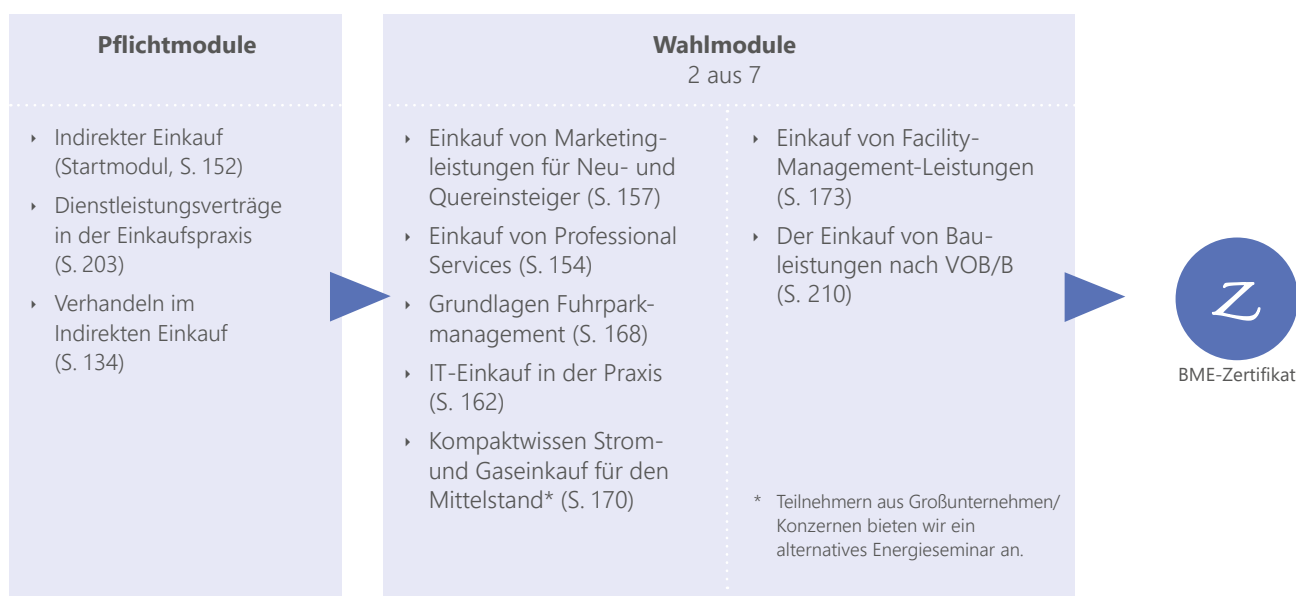
www.bme.de/ind-curriculum

Durch den modularen Aufbau in **Pflichtmodule** und **Wahlmodule** können Sie sich ein auf Sie zugeschnittenes Weiterbildungsprogramm zusammenstellen. Die Pflichtmodule bilden jeweils die Kernkompetenzen ab. Die Wahlmodule bieten Ihnen die Möglichkeit, Ihr Wissen individuell und fachspezifisch zu vertiefen.

Um das Teilnahmezertifikat „Indirekter Einkauf“ zu erhalten, müssen Sie die in der Grafik angeführten **3 Pflichtmodule** sowie **2 Wahlmodule** innerhalb von 18 Monaten durchlaufen.

IHRE VORTEILE

- + Sie stellen Ihre Schwerpunkte selbst zusammen.
- + Sie qualifizieren sich in den jeweiligen Kernkompetenzen.
- + Sie erhalten Kenntnisse in spezifischen Bereichen des Indirekten Einkaufs.
- + Sie bekommen nach jeder erfolgreichen Modulteilnahme ein Teilnahmezertifikat sowie ein Gesamtzertifikat nach erfolgreicher Absolvierung des gesamten Curriculums.



INFORMATIONEN

Genauer zu **Inhalten, Terminen und Preisen für die Einzelbuchung** der Module erhalten Sie auf der jeweils angegebenen Seminarseite, auf Anfrage oder unter



www.bme.de/ind-curriculum



IHRE ANSPRECHPARTNERIN

Anna Riedl
Teamleiterin Seminare
Telefon: 06196 5828-253
E-Mail: anna.riedl@bme.de

%

IHRE ERSPARNIS

Bei Buchung des Curriculums sparen Sie 15 % gegenüber einer Einzelbuchung der Kurse!





INDIREKTER EINKAUF

STRATEGISCHE ANSÄTZE FÜR EINEN STRUKTURIERTEN UND WERTSTEIGERNDEN INDIREKTE EINKAUF

Ziel des Seminars ist es, die bedeutenden Kategorien des Indirekten Einkaufs nach ihren wert-/preisbestimmenden Faktoren zu strukturieren. Indirekte Beschaffungskategorien können je nach Branche einen bedeutenden Anteil der Ausgaben repräsentieren. Daher soll das Seminar eine dieser Bedeutung angemessene strategische und organisatorische Behandlung des Indirekten Einkaufs aufzeigen. Es wird eine deutliche Abgrenzung zum Direkten Einkauf in Bezug auf die interne Kommunikation mit Fachbereichen, die Bedarfsermittlung, die Erfolgsmessung und das Lieferantenmanagement vorgenommen. Erfolgreiche methodische Ansätze aus dem direkten strategischen Einkauf werden auf den Indirekten Einkauf angepasst und ihre zielgerichtete Anwendung aufgezeigt.

ZIELGRUPPE: Angesprochen sind Fach- und Führungskräfte in der Beschaffung indirekter Einkaufskategorien, deren Aufgabe in der systematischen Bearbeitung der Beschaffungsmärkte und der nachhaltigen Kostenreduzierung und Wertsteigerung des Indirekten Einkaufs besteht.

METHODIK: Lehrgespräch, Gruppenarbeiten, Diskussion, Praxisbeispiele, Erfahrungsaustausch

SEMINARLEITUNG: Hanno Dettlof



Sie haben auch die Möglichkeit, dieses Seminar als Bestandteil des umfassenden Curriculums „Indirekter Einkauf“ zu wählen (Seite 151).

www.bme.de/bek-ind

SEMINARINHALTE

Grundlagen und Organisation des Indirekten Einkaufs

- Abgrenzung des Indirekten Einkaufs in Produktions- und Dienstleistungsbetrieben
- Organisatorische Varianten für den Indirekten Einkauf
- 3-stufige Warengruppenlogik für strategische Ausgabenanalytik
- Die 8 Schlüsselkompetenzen für den effizienten Indirekten Einkauf

Zusammenarbeit mit Fachbereichen und Projektmanagement

- Einbindung des Einkaufs durch aktives Stakeholdermanagement (Stakeholdermatrix)
- Rolle des Einkaufs in der Kommunikation mit Fachbereichen (Fragetechniken)
- Bedeutung von Projektmanagement-Skills für den Indirekten Einkauf (Project Charter Template)

Warengruppenmanagement und strategische Einkaufssteuerung

- Erfolgsfaktoren einer Warengruppenstrategie – Erstellung von Dossiers und Management-Zusammenfassungen
- Portfolio-Management im Indirekten Einkauf inkl. individueller Konzepte für Dienstleistungen
- Normstrategien, strategische Stoßrichtungen und Beispiele für eine Road Map im Indirekten Einkauf

Einkaufshebel und Optimierungsansätze im Indirekten Einkauf

- Einkaufshebelauswahl – Erstellung von effektiven „Werkzeugkästen“
- Von Pay-per-Use-Konzepten, 1-Kreditoren-Modellen bis zur Lieferantenentwicklung – ein Überblick wichtiger Stellhebel
- Richtige Priorisierung von Einkaufshebeln/Maßnahmen für den Indirekten Einkauf

Lieferanten- und Leistungsbewertung im Indirekten Einkauf

- Lieferantenbewertungen – wie qualitative Faktoren gemessen werden
- Der Unterschied von Leistungsbewertung vs. Lieferantenbewertung
- Kriterienkataloge zur Auswahl und Bewertung von Material und Dienstleistung

Beispiele aus dem Warengruppenmanagement

- Kurze Einblicke in das Warengruppenmanagement von
 - Beratungsleistungen
 - Marketingleistungen
 - Facilitymanagement
 - Reisedienstleistungen
 - Veranstaltungseinkauf
 - C-Materialbeschaffung

Erfolgsmessung im Indirekten Einkauf

- Die Bedeutung von „Kostenvermeidung, Produktivität und Lebenszykluskosten“
- Warum es ohne klare Ziele keine KPIs geben kann!



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

24. – 26.11.2026	ONLINE	382631120	1.595,-	PRÄSENZ: 1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr 2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr ONLINE: 1. – 3.Tag: 09.00 – 13.00 Uhr
26. – 27.01.2027	KASSEL	352701003	1.595,-	
13. – 14.04.2027	MÜNCHEN	352704014	1.595,-	
24. – 26.08.2027	ONLINE	382730801	1.595,-	
19. – 20.10.2027	FRANKFURT	352710018	1.595,-	



DIENTLEISTUNGSVERTRÄGE IN DER EINKAUFSPRAXIS

OPTIMIERTE VERTRAGSARBEIT UND UMSETZUNGSHILFEN

Sie lernen verschiedene Kategorien von Dienstleistungsverträgen kennen. Hierbei werden die jeweiligen rechtlichen Besonderheiten sowie deren unterschiedliche Gewichtungen aufgezeigt. Sie erhalten ein Gespür für Lösungsmöglichkeiten in der Praxis und sind in der Lage, beim Vertragsabschluss kompetent mitzuwirken.

ZIELGRUPPE: Fachkräfte im Einkauf, die für den Abschluss von Dienstleistungsverträgen verantwortlich sind, sich in den Bereich einarbeiten oder/und diese in der Abwicklung betreuen.

Grundlegende Kenntnisse im Einkaufsrecht sind wünschenswert.

METHODIK: Vortrag, Gruppenarbeit, Erörtern konkreter Fälle, Besprechung Ihrer Beispiele

SEMINARLEITUNG: RA Claudia Zwilling-Pinna oder RA Carsten Frost

Sie haben auch die Möglichkeit, dieses Seminar als Bestandteil des umfassenden Curriculums „Indirekter Einkauf“ zu wählen (Seite 151).



www.bme.de/rec-dlv

SEMINARINHALTE

Dienstleistungsverträge rechtlich einordnen, zielführend vorbereiten

- › Einfluss der Dienstleistungsart auf vertragsrechtliche Vorschriften
- › Aufbau der Vertragsarbeit über Angebotseinholung, Bestellungen und/oder Einbindung dieser in Rahmenverträge
- › Einsatz Geheimhaltungsvereinbarung
- › Zielrichtung von Angebotsunterlagen
- › Bedeutung der Einordnung als Werkverträge, Dienstverträge, Geschäftsbesorgung, Abgrenzung zur Arbeitnehmerüberlassung
- › Besonderheit bei gemischten Verträgen
- › Lage vor Vertragsabschluss, wenn Leistungen schon erbracht werden

- › Gewährleistung bei mangelhafter Dienstleistungserbringung?
- › Möglichkeiten/Risiken der Begrenzung der Haftung
- › Einfluss auf Haftungsklauseln bei Einsatz Allgemeiner Geschäftsbedingungen
- › Versicherbare Risiken, Deckungssummen
- › Vertragslaufzeit, Kündigung
- › Wege der Streitbeilegung

Berührungspunkte zu einem besonderen rechtlichen Umfeld erkennen und berücksichtigen

- › Gewerblicher Rechtsschutz, IP-Rechte
- › Urheberrecht

Sinnvollen Vertragsaufbau wählen, um gefährliche Abgrenzungen, Lücken und Unklarheiten zu verhindern

- › Reihenfolge und Einbeziehung von Anlagen in Verträge
- › Haupt- und Nebenpflichten der Vertragspartner
- › Einschaltung von Subunternehmern oder Free-Lancern durch Auftragnehmer
- › Einfluss von Mitwirkungspflichten
- › Formalisiertes Änderungsverfahren
- › Möglichkeiten der Leistungsbemessung durch Nachweise, Abnahmeverfahren
- › Preis – Abrechnung – Zahlung
- › Gesetzliche Haftung des Dienstleisters
- › Haftungsmerkmale und Einfluss bei Mitverschulden des Bestellers
- › Verantwortung bei Nichteinhaltung zeitlicher Vorgaben, Verzug, Vertragsstrafen



- + Hohe Praxisnähe der Referentin
- + Umfangreiche Dokumentation
- + Checkliste über die wesentlichen Vertragsinhalte
- + Einbindung einzelner Vertragsbeispiele



ANÜ-Verträge sowie sozialversicherungs- und gewerberechtliche Fragestellungen werden in diesem Seminar nicht behandelt. Dazu bieten wir Ihnen die Seminare „Aktuelles Arbeitnehmerüberlassungsgesetz“ (Seite 205) und „Rechtssicherheit bei verschiedenen Einsatzformen von Fremdfirmen und Selbstständigen“ (Seite 204).

			zzgl. MwSt.	
19. – 20.10.2026	HAMBURG	352610022	1.595,-	PRÄSENZ/ONLINE: 1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr 2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr
08. – 09.12.2026	FRANKFURT	352612013	1.595,-	
03. – 04.03.2027	ONLINE	382730306	1.595,-	
14. – 15.06.2027	NÜRNBERG	352706022	1.595,-	
08. – 09.11.2027	MAINZ	352711008	1.595,-	



VERHANDELN IM INDIREKTEN EINKAUF

Verhandlungen im Indirekten Einkauf/Dienstleistungseinkauf haben eigene Regeln und sehr verschiedene Verhandlungspartner. Die Verhandlungsgegenstände sind nicht immer vergleichbar und manchmal befinden sich diese auch in einem monopolistischen Markt. Diese Regeln zu erkennen und sich auf die besonderen Verhandlungssituationen einzustellen und damit sicherer und erfolgreicher zu verhandeln, ist das Seminarziel. Besonderer Wert liegt auf dem Übungsteil: Hier haben Sie die Möglichkeit, Ihr erlerntes Wissen in Übungen zu festigen.

ZIELGRUPPE: Mitarbeiter aus dem Indirekten Einkauf, die Verhandlungen führen

METHODIK: Kurzreferate, Gruppenarbeiten, Fallstudien, Praxisbeispiele und Rollenspiele mit einer Video-Feedbackanalyse

SEMINARLEITUNG: Bernd Sehnert

Sie haben auch die Möglichkeit, dieses Seminar als Bestandteil des umfassenden Curriculums „Indirekter Einkauf“ zu wählen (Seite 151).



www.bme.de/ver-ind

SEMINARINHALTE

Voraussetzungen für die Verhandlung

- › Mein Rollenverständnis im Beschaffungsprozess
- › Bestelle ich oder kaufe ich ein?
- › Struktur einer Einkaufsverhandlung
- › Analyse der Angebote – wo stecken die Preistreiber?

Ziele der Einkaufsverhandlung

- › Welche Ziele habe ich, welche meine internen Kunden?
- › Maximal-Ziel, Minimal-Ziel
- › Das Gesetz der Reziprozität
- › Mentale Ziele, denn mein Denken beeinflusst die Verhandlung

Was lässt sich verhandeln?

- › Preisverhandlungen
- › Wenn beim Preis nichts mehr geht – nicht nur Preise sind verhandelbar
- › Die Preisgrenzen der Gegenseite ausloten

Besonderheiten des Indirekten Einkaufs

- › Komplexität verringern
- › Versteckte Kosten in die Verhandlung einbeziehen
- › Spezielles Wording
- › Marktmacht stärken durch mehrere Angebote
- › Vergleichbarkeiten herstellen

Monopole und Jahresgespräche

- › Jahresgespräche, die eine Langzeitwirkung haben
- › Monopole erkennen und langfristig bearbeiten
- › Besondere Verhandlungsformen im Monopol-/Oligopol-Markt



- + Praktische Übungen zur Festigung des Erlernten
- + Übertragbare Beispiele aus den Bereichen: Agentur, Beratung, Reiseleistung, Bauleistung
- + Eigene Beispiele sind willkommen
- + Erarbeiten einer individuellen Verhandlungsscheckliste



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

16. – 17.11.2026	HAMBURG	352611018	1.595,-	PRÄSENZ/ONLINE: 1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr 2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr
19. – 20.04.2027	ONLINE	382730418	1.595,-	
13. – 14.07.2027	NÜRNBERG	352707009	1.595,-	
13. – 14.12.2027	DÜSSELDORF	352712019	1.595,-	



EINKAUF VON MARKETINGLEISTUNGEN FÜR NEU- UND QUEREINSTEIGER

AGENTURAUSWAHL – VERGÜTUNGSMODELLE – ERFOLGSFAKTOREN DER ZUSAMMENARBEIT

In diesem Grundlagenseminar lernen Sie, welche Möglichkeiten Sie haben, den Einkauf von Marketingleistungen mit Fokus auf Agenturleistungen zu optimieren. Sie erfahren, wo wesentliche Optimierungspotenziale im Marketingeinkauf liegen und wie Sie diese heben. Sie lernen, wie Sie die passende Marketingagentur finden, wie Sie zielführend ausschreiben, wie Sie die Angebote vergleichen und auswerten. Sie lernen außerdem verschiedene Vergütungsmodelle kennen und erfahren, welche wesentlichen rechtlichen und vertragsrelevanten Aspekte zu beachten sind. Zahlreiche Praxisbeispiele veranschaulichen die Seminarinhalte und liefern Ihnen praktische Tipps für Ihre Arbeit.

ZIELGRUPPE: Mitarbeiter aus den Bereichen Einkauf und Marketing, die neu mit der Beschaffung von Marketingleistungen, besonders von Agenturleistungen, betraut sind oder betraut sein werden

METHODIK: Kurzvorträge, Praxisbeispiele, Bewertungsmatrix

SEMINARLEITUNG: Andrea Münch



www.bme.de/bek-mkt

SEMINARINHALTE

Der Markt für Marketingleistungen: ein kurzer Überblick

- › Begriffe und Definitionen – kleines Marketing-Glossar
- › Kreativ- versus Nicht-Kreativleistungen
- › Marketingleistungen: Messen, Events, (neue) Medien, Corporate Design/Corporate Identity, Direktmarketing, Callcenter, Drucksachen, Werbemittel, Kreativ-/Agenturleistungen etc.
- › Commodity-Definition

Kostenaspekte und Optimierungspotenziale

- › Interne Bedarfsbestimmung – welche Marketingleistungen werden beschafft? Und von wem?
- › Wo liegen (versteckte) Kosten?
- › Abstimmung interner und externer Prozesse
- › Erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Einkauf und Fachabteilung (Marketing)
- › Auftragsbündelung – so gelingt sie beim Einkauf von Marketingleistungen
- › Vermeidung von Maverick Buying als wesentliches Element

Die richtige Marketingagentur: So findet man sie

- › Die Landschaft der Marketingagenturen: Agenturvielfalt, Leistungsspektrum, Agenturprofile
- › Vorauswahl: Ermittlung der Profile und Stärken der Agenturen
- › Der Ausschreibungsprozess
- › Die exakte Definition der ausgeschriebenen Leistung – so erhalten Sie klare Angebote und vermeiden Aufschläge und Nachverhandlungen
- › Auswahlkriterien – welche sind wichtig und brauchbar?
- › Angebotsvergleich und Auswahl der Agentur
- › Entscheidungsfindung: Probeauftrag oder Wettbewerbspräsentation?

Erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Marketingagentur

- › Effektives Lieferantenmanagement
- › Sichtweise der Agentur
- › Typische Schwierigkeiten und Lösungsvorschläge
- › Der richtige Umgangston mit Agenturen
- › Briefings als wichtige Grundlage für eine gute Zusammenarbeit: Aufgabe, Ziel, Inhalt und Aufbau des Briefings

- › Informationen, die die Agentur haben muss, haben kann oder besser nicht haben sollte

Erfolgsmessung und Vergütung von Agenturleistungen

- › So kalkuliert die Marketingagentur
- › Definition und Gewichtung von Leistungskriterien – wann hat eine Agentur gut gearbeitet?
- › Messbarkeit von Agenturleistungen – Bewertung von Agenturen
- › Regelmäßiges Feedback über die (Un-)Zufriedenheit
- › Verschiedene Vergütungsmodelle: Pauschalhonorare, aufwandsbezogene und erfolgsabhängige Vergütung, Provisionen etc.
- › Tipps für die Verhandlung mit der Agentur

Umgang der Marketingagenturen mit Subkontraktoren

- › Hat der Einkauf Einflussmöglichkeiten auf die Auswahl der Subkontraktoren?
- › Sicherung der Qualität
- › Direkte Verhandlung mit dem Subkontraktor – sinnvoll?

Einige rechtliche Aspekte bei der Beschaffung von Marketingagenturleistungen

- › Urheberrecht, Lizenzrecht
- › Geheimhaltungsvereinbarung
- › Optimale Absicherung von Nutzungsrechten
- › Möglicher Vertragsaufbau
- › Wichtige Vertragsbestandteile
- › Einbindung von Subkontraktoren
- › Änderungsvorbehalte zum Leistungsumfang



- + Konkrete Fallbeispiele
- + Intensiver Erfahrungsaustausch
- + Zeit für individuelle Fragestellungen
- + Bewertungsmatrix



08. – 09.12.2026
03. – 04.06.2027
30.11. – 01.12.2027



MÜNCHEN
DÜSSELDORF
STUTTGART



352612012
352706007
352711040



1.595,-
1.595,-
1.595,-



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



EINKAUF VON PROFESSIONAL SERVICES

Professional Services sind wissensintensive Dienstleistungen. Entsprechend komplex sind der Einkauf sowie das Management dieser Dienstleistungen. Nur ein standardisierter und optimierter Anfrage-, Auswahl- und Vergabeprozess gewährleistet Compliance, Qualität und Kosteneffizienz. Vor diesem Hintergrund erfahren Sie im Seminar sämtliche Prozessschritte für den erfolgreichen Einkauf von Professional Services. Basierend auf einer initialen Reifegradanalyse identifizieren Sie im Seminar Optimierungspotenziale. Sie lernen anhand von Praxis-Beispielen die notwendigen Methoden kennen und lernen, wie Sie mit den Fachabteilungen effizient zusammenarbeiten, Bedarfe richtig formulieren und nach welchen Kriterien Service-Anbieter bewertet und ausgewählt werden. Sie erhalten Expertenwissen zur Erhöhung des Reifegrads beim Einkauf von Professional Services.

ZIELGRUPPE: Fach- und Führungskräfte im Einkauf oder aus Fachabteilungen, die Professional Services und Beratungsleistungen einkaufen, insbesondere: Wirtschaftsprüfung, Unternehmensberatung, IT-Beratung, Personalberatung, Rechtsberatung, Ingenieursdienstleistungen, Coaching

METHODIK: Initiale Reifegradanalyse (vorab/online), Kurzvorträge, Fallbeispiele, Checklisten, Methoden & Werkzeuge, Gruppenarbeit

SEMINARLEITUNG: Gregory N. Vider



www.bme.de/bek-ser

SEMINARINHALTE

Professional Services im geschäftlichen Alltag

- › Definition „wissensintensive Dienstleistungen“
- › Abgrenzung zu weiteren Dienstleistungen
- › Out- vs. In-Sourcing

Beschaffungsprozesse professionalisieren

- › Unterschiede beim Einkauf von Gütern und Dienstleistungen
- › Rolle von Einkauf und Fachabteilung
- › Wachsende Bedeutung von Compliance

Bedarfs- und Leistungsbeschreibung

- › Zusammenspiel zwischen Einkauf und internen Bedarfsträgern
- › Spezifische vs. Allgemeine Leistungsbeschreibung
- › Zieldefinition

Dienstleistervorauswahl

- › Effiziente Anbieterrecherche
- › Das eigene Netzwerk
- › Auswahl- und Bewertungskriterien

Der effiziente Anfrageprozess

- › Aufbau und Inhalte einer professionellen Anfrage
- › Bedeutung eines verbindlichen Anfragezeitplans
- › Umgang mit Nachfragen der Dienstleister
- › Vor- und Nachteile möglicher Vergütungsmodelle
- › Vergleichbarkeit von Angeboten gewährleisten
- › Konzepte kollaborativ bewerten
- › Beauty Contests erfolgreich einsetzen
- › Feedback an die Dienstleister
- › Vorbereitung und Durchführung von Verhandlungen

Von Maverick Buying zum strategischen Dienstleistermanagement

- › Strategisches Dienstleistermanagement
- › Aufbau eigener Datenbanken
- › Nutzung internen Wissens
- › Kundenzufriedenheit steigern
- › Durchlaufzeiten verkürzen
- › Compliance sichern

Leistungsüberwachung und Qualitätssicherung

- › Der Wert von kontinuierlicher Leistungsüberwachung
- › Projekt- und Dienstleisterportfolio überwachen
- › Controlling und Reporting (Kennzahlen)
- › Kommunikation und Eskalation
- › Abschlussbericht

Hinweise zur Vertragsgestaltung aus Praxisicht

- › Das eigene Briefpapier
- › Geheimhaltung und Wettbewerbsklauseln
- › Rahmen- und Projektverträge
- › Umgang mit Leistungsanpassungen
- › Vergütungsmodelle und Zahlungskonditionen
- › Haftungsfragen
- › Umgang mit Konflikten



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

14. – 15.10.2026	ONLINE	382630939	1.595,-	PRÄSENZ: 1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr 2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr ONLINE: 1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr 2. Tag: 09.00 – 17.00 Uhr
02. – 03.12.2026	FRANKFURT	352612019	1.595,-	
07. – 08.04.2027	ONLINE	382730405	1.595,-	
08. – 09.09.2027	FRANKFURT	352709004	1.595,-	
24. – 25.11.2027	ONLINE	382731118	1.595,-	



GRUNDLAGEN FUHRPARKMANAGEMENT

Im Rahmen dieses Seminars erhalten Sie grundlegende Informationen zum Aufbau und Management einer ökonomisch sinnvollen Fuhrparkflotte. Sie erfahren, wie Sie einen PKW-Fuhrpark gemäß Vorgaben und Nachhaltigkeitskriterien auf- bzw. umbauen und diesen anschließend effizient steuern. Darüber hinaus erhalten Sie Einblicke in die Themen Controlling sowie Finanzierungskonzepte und Outsourcing.

ZIELGRUPPE: Mit dieser Veranstaltung richten wir uns an Neu- und Quereinsteiger aus den Bereichen Fuhrpark- bzw. Flottenmanagement sowie Einkäufer, die für die Beschaffung von Fuhrparkleistungen sowie das Management einer Fahrzeugflotte innerhalb eines Unternehmens verantwortlich sind.

METHODIK: Fachvortrag, Fallbeispiele, Diskussion, praktische Übungen

SEMINARLEITUNG: André Horl



www.bme.de/bek-fur

SEMINARINHALTE

Grundlagen, Organisation und Analysen

- Fuhrparkmanagement innerhalb der Unternehmensorganisation
- Aufgaben des Fuhrparkmanagements
- Personalpolitische Anforderungen
- Fuhrparkanalysen: Bestands-, Reparatur- und Prozessanalysen
- Fuhrparkorganisation: Fuhrparkverwaltung und Fuhrparklösungen
- [Vorlagen für eine virtuelle Fahrzeugakte/Dokumentation von Fahrzeugunterlagen](#)

Bedarfsermittlung, Beschaffung und Steuerung

- Unternehmensspezifische Bedarfsermittlung
- Nachhaltigkeitsanforderungen und rechtliche Rahmenbedingungen
- Auswahl und Formen der Beschaffung
- Gestaltung von Ausschreibungen und Empfehlungen für Großkundenverträge
- Vor- und Nachteile sowie Vergleich von Teil- bzw. Full-Service-Angeboten
- Auswahl geeigneter Geschäftspartner
- Einsparpotenziale im Fuhrpark: Fahrzeugauslastung, Kostentreiber, verhandelbare Elemente

Finanzierungskonzepte, Outsourcing und Controlling

- Kauf, Leasing oder Miete – Fuhrparkfinanzierungskonzepte auf dem Prüfstand
- Gestaltungsmöglichkeiten zu Kilometer- oder Restwertverträgen mit und ohne Kaufoption
- Vergleichsrechnung der Finanzierungsformen
- Verhandelbare Elemente in Leasingverträgen
- Die Entscheidung: Make or Buy
- Betriebswirtschaftliche Analyse: Aufteilung von fixen und variablen Fahrzeugkosten
- Kalkulationsmethoden
- Kosten- und Leistungsrechnung
- Tools für ein sinnvolles Controlling und Reporting

Dienstwagenordnung

- Bedeutung einer Car Policy
- Definition eines Nutzerberechtigtenkreises
- Nutzungsumfang und Überlassungsbedingungen
- Abstimmungen zu Fahrzeugen und Ausstattung
- Fahrzeugübergabe, Nutzungsdauer und Fahrzeugrückgabe
- [Mögliche Inhalte einer Dienstwagenordnung](#)

Risiko- und Schadenmanagement

- Bedeutung Risk- und Schadenmanagement
- Fahrzeugschäden: Einsatz von Smart Repair und freien Werkstätten
- Ladungssicherung
- Reifenmanagement
- Tankkartenmanagement
- Mietwagenmanagement

%

Sie sparen 200,- €

Buchen Sie diesen Kurs gemeinsam mit dem Seminar „Basiswissen Fuhrparkrecht“ (Seite 169) zu unserem Paketpreis.



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



28. – 29.10.2026
09. – 10.03.2027
30.06. – 01.07.2027
07. – 08.10.2027



DÜSSELDORF
MANNHEIM
ONLINE
HANNOVER



352610035
352703008
382730636
352710007



zzgl.
MwSt.

1.595,-
1.595,-
1.595,-
1.595,-



PRÄSENZ/ONLINE:

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



06196 5828-200



06196 5828-299

@ anmeldung@bme-akademie.de



www.bme-akademie.de



IT-EINKAUF IN DER PRAXIS

In diesem Seminar erhalten Sie einen umfassenden Überblick über praxisnahe, effiziente und erprobte Strategien und Ansätze einer kostenorientierten und erfolgreichen Beschaffung von IT-Liefer- und Dienstleistungen. Lernen Sie, wie Sie Ihren IT-Einkauf ausrichten, Lieferanten konsolidieren und dadurch schneller, besser und günstiger Informationstechnologie beschaffen können.

ZIELGRUPPE: Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen IT-, Software- und Hardware-Einkauf, Technischer Einkauf, Global Procurement und Materialwirtschaft sowie Lizenz- und IT-Management

METHODIK: Fachvortrag, Diskussion, Praxisbeispiele

SEMINARLEITUNG: Volker Lopp

Sie haben auch die Möglichkeit, dieses Seminar als Bestandteil des umfassenden Curriculums „Professioneller IT-Einkauf“ zu wählen (Seite 159).



www.bme.de/bek-ite

SEMINARINHALTE

Strategischer und operativer Einkauf von IT-Leistungen

- › Ablauf- und Aufbauorganisationsformen des IT-Einkaufs
- › Prozesskosten senken
- › Umsetzung effizienter Sourcingstrategien
- › Bündelung und Konsolidierung von IT-Lieferanten

Erfolgreiche Beschaffungsstrategien in IT-Projekten

- › Die Einkaufshebel der IT-Branche
- › Preistransparenz erhöhen
- › Einkaufsprojekte erfolgreich steuern
- › Der Beschaffungszyklus

Gründliche Verhandlungsvorbereitung als Erfolgsfaktor der Beschaffung

- › Mit den richtigen Rahmenbedingungen die Erfolgschancen steigern
- › Was wichtig ist bei der Verhandlungsvorbereitung
- › Ausarbeitung des Ablaufs der Verhandlung

Auswahl von Systemanbietern bzw. Dienstleistern

- › Global- vs. Local-Sourcing
- › Kriterien zur Lieferantenauswahl und -bewertung
- › Praxistipps

Fallbeispiel: Beschaffung von Hardware in der Praxis

- › Spezifikation der Anforderungen
- › Festlegung der Bieterliste
- › Ablauf der Ausschreibung

Praxis-Tipps für die Software-Beschaffung

- › Die großen Anbieter
- › Wichtige Vertragsinhalte aus der Praxis
- › Lizenzmodelle und -audits
- › Die Einkaufshebel der Software-Branche

%

Sie sparen 100,- €

Buchen Sie diesen Kurs gemeinsam mit dem Seminar „Recht beim Einkauf von IT-Leistungen“ (Seite 163) zu unserem Paketpreis.



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

07.10.2026	FRANKFURT	352610010	895,-	PRÄSENZ: 09.00 – 17.00 Uhr
13. – 15.01.2027	ONLINE	382730101	895,-	
05.04.2027	STUTT GART	352704001	895,-	ONLINE: 1. – 3. Tag: 09.30 – 12.00 Uhr
30.08. – 01.09.2027	ONLINE	382730806	895,-	
01.12.2027	DÜSSELDORF	352712002	895,-	



KOMPAKTWISSEN STROM- UND GASEINKAUF FÜR DEN MITTELSTAND

Sie erhalten einen Überblick über den Strom- und Gasmarkt inkl. geltenden Verordnungen. Sie erfahren, welche Möglichkeiten Ihnen bei der Strom- und Gasbeschaffung zur Verfügung stehen und wie Sie mögliche Einsparpotenziale heben bzw. steigenden Energiepreisen entgegenwirken können.

ZIELGRUPPE: Fach- und Führungskräfte aus mittelständischen Unternehmen, die sich mit der Thematik der Energiebeschaffung vertraut machen bzw. ihr vorhandenes Wissen vertiefen möchten

METHODIK: Fachvorträge, Praxisbeispiele, Übungen, Diskussion
Eigene Beispiele aus Ihrem Arbeitsalltag und Fragen zu bestehenden Strom- und Erdgasvereinbarungen (mit entspr. Unterlagen) sind willkommen.

SEMINARLEITUNG: Rainer Hertel



www.bme.de/bek-gas

SEMINARINHALTE

Energiepreise und deren Zusammensetzung

- › Bestandteile der Strompreise, deren Berechnung und Optimierung
 - Sämtliche Kostenumlagen und gesetzliche Abgaben
 - Stromsteuer
 - Netznutzungsentgelte
 - Energiekosten
- › Bestandteile der Erdgaspreise, deren Berechnung und Optimierung
 - Sämtliche Kostenumlagen und gesetzliche Abgaben
 - Erdgassteuer
 - Netznutzungsentgelte
 - Energiekosten
- › Sonderregelungen und deren Anwendung
 - Besondere Ausgleichsregelung EEG
 - Individuelles Netzentgelt
 - Spitzenausgleich Strom und Erdgas
 - Konzessionsabgabenverordnung

Vom Gasmarkt zu den Einkaufsstrategien für Erdgas

- › Grundlagenwissen Erdgas
- › Struktur des Gasmarktes in Deutschland
- › Öl- und Gaspreisentwicklung
- › Beschaffungsstrategien im Vergleich
 - Vollversorgung zum Festpreis
 - Formelindizierte Beschaffung
 - Horizontale und vertikale Tranchenbeschaffung
 - Tranchenbeschaffung mit Monats- und Spotmarktanteil
 - Portfoliomanagement und weitere Einkaufsstrategien
- › Notwendige Anfragedaten
- › Bewertung der eigenen Verbrauchsstruktur
- › Erstellung von Bedingungen für Anfrage und Vergabe
- › Anfragevorbereitung und -durchführung, Angebotsbewertung
- › Benchmarking eigene Konditionen vs. Marktentwicklung

Vom Kyoto-Protokoll zur Energieeffizienz

- › Das Kyoto-Protokoll und seine Eckpunkte
- › Kyoto – flexible Mechanismen
- › Energieeffizienz mit Praxisbeispielen

Contracting

- › Grundbegriffe des Contracting
- › Anwendungsbeispiele

Vom Strommarkt zu den Einkaufsstrategien für Strom

- › Grundlagenwissen Strom
- › Struktur des Strommarktes in Deutschland
- › Handelsplätze und -plattformen
- › Strompreisentwicklung
- › Beschaffungsstrategien im Vergleich
 - Vollversorgung zum Festpreis
 - Indexorientierte Beschaffung
 - Horizontale und vertikale Tranchenbeschaffung
 - Tranchenbeschaffung mit Monats- und Spotmarktanteil
 - Portfoliomanagement und weitere Einkaufsstrategien
- › Notwendige Anfragedaten
- › Bewertung der eigenen Verbrauchsstruktur
- › Erstellung von Bedingungen für Anfrage und Vergabe
- › Anfragevorbereitung und -durchführung, Angebotsbewertung
- › Benchmarking eigene Konditionen vs. Marktentwicklung

Optimierung des Energieeinkaufs durch Bündelung

- › Voraussetzungen für die erfolgreiche Bündelung
- › Konzeptbeispiele
- › Erfahrungen aus der Praxis



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



28. – 29.10.2026
09. – 10.06.2027
17. – 18.11.2027



STUTTGART
HANNOVER
NÜRNBERG



352610034
352706016
352711024



zzgl.
MWSt.

1.595,-
1.595,-
1.595,-



PRÄSENZ:

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



EINKAUF VON FACILITY-MANAGEMENT-LEISTUNGEN

Der Einkauf von Facility-Management-Leistungen gehört aufgrund der Bandbreite der einzukaufenden Leistungen zu den besonders komplexen Aufgaben des Einkaufs. Dieses Seminar bietet einen praxisorientierten Einstieg in diesen Bereich. Sie erfahren, wie Ausschreibungen von FM-Leistungen optimal gestaltet werden, wie Sie den passenden Dienstleister finden und welche rechtlichen Aspekte beim Einkauf von FM-Leistungen zu beachten sind.

ZIELGRUPPE: Das Seminar richtet sich an alle, die mit dem Einkauf von Facility-Management-Leistungen betraut sind oder künftig betraut sein werden.

METHODIK: Fachvortrag, Diskussion, Praxisbeispiele, Ihre Fragen

SEMINARLEITUNG: Sandra Schulz, RA Klaus Forster

Sie haben auch die Möglichkeit, dieses Seminar als Bestandteil des umfassenden Curriculums „Indirekter Einkauf“ zu wählen (Seite 151).



www.bme.de/bek-fml

SEMINARINHALTE

Basiswissen Facility Management

- Begriffsdefinitionen
- Was fällt unter Facility Services und was unter Facility-Management-Leistungen?
- Was sind nicht delegierbare Leistungen des Eigentümers/ Nutzers?
- Make-or-Buy-Entscheidungen

Ausschreibung von Facility-Management-Leistungen

- Grundlagenermittlung und Definition von Facility-Management-Leistungen
- Ausrichtung der Service Level Agreements an den eigenen Key Performance Indicators
- Fehlerquellen bei der Ausschreibungsvorbereitung und -durchführung erkennen und vermeiden
- Vergabe und Kalkulation von ausgewählten Facility-Management-Leistungen

Auswahl von Dienstleistern

- Wirksame Abgrenzung von Muss- und Kann-Anforderungen
- Bewertung von Angeboten und Entwicklung von Bewertungstools
- Nachverhandlungen richtig führen
- Transparentes Zuschlagsverfahren und Kommunikation

Rechtliche Grundlagen im Facility Management

- Rechtliche Rahmenbedingungen für Auftraggeber und Auftragnehmer
- Die Betreiberverantwortung – was bedeutet sie und wen betrifft sie?
- Grundsätze der Delegation und aktuelle Rechtsprechung zur Überwachung von Fremdfirmen
- SLA und allgemein anerkannte Regeln der Technik – welche Leistungsstandards sollen vereinbart werden?
- Freie Mitarbeiter, Arbeitnehmerüberlassung und Fremdfirmenmitarbeiter – welche Regeln gelten für den Einsatz von Fremdpersonal?
- Die richtige Risikoverteilung zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer

Vertragsgestaltung bei der Beschaffung von FM-Leistungen

- Vertragsvarianten und Vertragsarten (Dienstleistungsvertrag, Werkvertrag ...)
- Die wesentlichen Vertragsbestandteile
- Durchsetzung von Ansprüchen gegenüber Vertragspartnern
- Was tun bei Vertragsbruch und Schlechtleistung – welche Rolle können Bonus-Malus-Klauseln spielen?
- Richtige Laufzeit und Kündigungsoptionen
- Wie wichtig ist der Versicherungsschutz des Auftragnehmers?
- „Vertragsoptimierung durch Weglassen“ vermeiden – Steuerungsoptionen der Leistungserbringung im FM
- Preisanpassung vs. Festpreis
- Das Spannungsfeld Einkauf <-> Fachabteilung optimal auflösen

7

Dienstleistungs-/
Indirekter Einkauf



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



18. – 19.03.2027
07. – 08.10.2027



ONLINE
KÖLN



382730318
352710008



1.595,-
1.595,-



PRÄSENZ:

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

ONLINE:

1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr
2. Tag: 09.00 – 15.30 Uhr



06196 5828-200



06196 5828-299



anmeldung@bme-akademie.de



www.bme-akademie.de



DER EINKAUF VON BAULEISTUNGEN NACH VOB/B

Sie lernen die Chancen und Risiken der VOB/B speziell im Hinblick auf den Einkauf von Bauleistungen kennen. Sie erlangen Rechtssicherheit für den Abschluss von VOB-Bauverträgen und lernen, Haftungsrisiken bei der Durchführung von Bauverträgen zu vermeiden.

ZIELGRUPPE: Fach- und Führungskräfte aus Einkauf oder Beschaffung, die für den Abschluss und/oder die Durchführung von Bauverträgen zuständig sind

METHODIK: Vortrag, Behandlung praxisnaher Fälle, Gruppendiskussion, Checkliste zur Durchführung von Bauvorhaben

SEMINARLEITUNG: RA Berthold Bockamp



www.bme.de/rec-vob

SEMINARINHALTE

Allgemeines zur VOB/B

- › Inhalt der VOB/B
- › Was ist die VOB/B?
- › Wann gilt die VOB/B?
- › Wann liegen Bauleistungen im Sinne der VOB/B vor?

Die VOB/B und das AGB-Recht

- › Sind die Regelungen der VOB/B Allgemeine Geschäftsbedingungen?
- › Wann findet eine Kontrolle durch das AGB-Recht statt?
- › Auswirkungen auf die VOB/B, wenn in Bauverträgen von den Regelungen der VOB/B abgewichen wird

Vergütung nach der VOB/B

- › Einheitspreis-/Pauschalpreisvertrag
- › Wie wirken sich Mengenabweichungen aus?
- › Leistungsänderungen und zusätzliche Leistungen
- › Nachtragsmanagement – wann sind Nachträge berechtigt?
- › Leistungen ohne Auftrag
- › Stundenlohnverträge

Mängelansprüche des Auftraggebers vor der Abnahme

- › Wann liegt ein Mangel i.S.d. VOB/B vor?
- Anpassung des Mangelbegriffs an die Schuldrechtsreform
- › Welche Bedeutung haben die anerkannten Regeln der Technik?
- › Welche Ansprüche hat der Auftraggeber bei Vorliegen eines Mangels vor der Abnahme?
- › Formale Fallstricke der VOB/B

Bauverzögerung

- › Rechte des Auftraggebers bei Nichteinhaltung der Ausführungsfristen
- › In welchem Umfang stehen dem Auftraggeber Schadensersatzansprüche zu?
- › Unter welchen Voraussetzungen kann der Auftraggeber den Bauvertrag kündigen?
- › Bauzeitverlängerung/Behinderungsanzeigen
- › Wirksamkeit und Auswirkungen von vereinbarten Vertragsstrafen

Besonderheiten der VOB/B hinsichtlich der Abnahme

- › Förmliche Abnahme
- › Fallstricke der fiktiven Abnahme
- › Wirkungen der Abnahme
- › Wann darf die Abnahme verweigert werden?
- › Folgen unberechtigter Nichtabnahme

Mängelansprüche nach der Abnahme

- › Nachbesserung, Ersatzvornahme
- › Wann darf der Auftragnehmer die Nachbesserung verweigern?
- › In welchem Umfang stehen dem Auftraggeber Schadensersatzansprüche zu?
- › Inwieweit darf der Auftraggeber bei Mängeln seine Zahlung zurückbehalten?
- › Wann verjähren die Mängelansprüche nach der VOB/B?

Zahlungen

- › Abschlagszahlungen
- › Schlussrechnung
- › Prüffrist
- › Zahlungsverzug

Gegenüberstellung VOB/B und das neue Bauvertragsrecht seit 2018

- › Reform des Werk- und Bauvertragsrechts
- › Vor- und Nachteile des VOB/B-Bauvertrags gegenüber dem BGB



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



13. – 14.10.2026
25. – 26.11.2026
25. – 26.01.2027
04. – 05.03.2027
10. – 11.06.2027
14. – 15.09.2027

ONLINE
LEIPZIG
NÜRNBERG
ONLINE
HAMBURG
DÜSSELDORF



382631009
352611029
352701001
382730308
352706019
352709009

1.595,-
1.595,-
1.595,-
1.595,-
1.595,-
1.595,-

PRÄSENZ/ONLINE:

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