

# 29 „Wertvolle Leistungseinheit“

Der Einkauf sollte mehr über das sprechen, was er leistet, sagt Bibiane Sibera, Generalsekretärin Forum Einkauf (ÖPWZ). Der Bereich leide an seinem verstaubten Image – auch bei Absolventen. Das soll sich nun ändern.

Heidi Aichinger

Hat es der Verkauf als Unternehmensbereich in vergangener Zeit gut auf den Radar von Absolventen und potenziellen Mitarbeitern geschafft, war vom Bereich des Einkaufs eigentlich selten die Rede. Womit des Pudels Kern zutage tritt: Der Einkauf führt – im Verhältnis zum Verkauf – mehr oder weniger ein Schattendasein und stellt oft für Karrieristen keine besonders reizvolle Option dar. Schaut man auch auf die Top-Führungsetagen der Unternehmen: Einkäufer sind da nicht viele vertreten.

Das sei in gewisser Weise auch historisch so gewachsen, sucht Bibiane Sibera, Generalsekretärin des Forum Einkauf beim ÖPWZ, nach Gründen. „Im Verkauf gibt es klare Verkaufszahlen“, sagt sie. „Den Erfolg im Einkauf darzustellen ist schwierig“, so Sibera weiter. Einkäufer agieren im Hintergrund, bauen sich über längere Zeit Netzwerke und Partnerschaften mit Lieferanten auf. Nach wie



**So einfach war es nie: Die Abteilung Einkauf ist kein Bestellbüro. Die Komplexität des Aufgabenbereichs ist stark gestiegen – ebenso die Anforderungen an die Mitarbeiter im Einkauf.**

Foto: iStockphoto

vor, sagt Sibera, sei das Bild des „Bestellbüros“ in den Köpfen vieler verankert. Ein klassisches Imageproblem, das von der Realität reichlich weit entfernt sei: Je nach Branche verantworte der Einkauf durchschnittlich 45 bis 50 Prozent, manchmal bis zu 80 Prozent der Kosten in einem Unternehmen, so Sibera, der Einkauf ist eine wertvolle Leistungseinheit eines jeden Unternehmens, ist sie sich sicher. Ein präzise arbeitender Einkauf sei nicht selten erfolgsentscheidend.

## Komplexes Profil

Mit der zunehmenden Komplexität von Produkten ist auch die Aufgabenstellung an die Einkäufer komplexer geworden. Um sich über das Berufsbild und die dafür notwendigen Kompetenzen einen Überblick zu verschaffen, wurde das „KarriereModell Forum Einkauf“ konzipiert. Einer groben Einteilung in vier Funktionen des Einkäufers (Sachbearbeiter, Fach-einkäufer, Strategischer Einkäufer, Leitung Einkauf) folgt die Zuteilung der jeweiligen typischen Rollen (insgesamt 20 – von Einkaufsziel und -strategie bis hin zu IT-Anwendungen).

Damit möchte man nicht nur ein möglichst präzises Bild des Berufsbildes darstellen, sondern etwa „bei der Erstellung gezielter Stellenbeschreibungen und bei der

Einschätzung, ob ein Kandidat im Unternehmen erfolgreich sein kann“, unterstützen, so Sibera. Auch könnten sich Führungskräfte bei der Erstellung von Weiterbildungsmaßnahmen aus dem KarriereModell entsprechende Informationen holen. Nicht zuletzt sollen sich Absolventen einen Überblick über die Aufgabenbereiche des Einkaufs verschaffen können, der als Entscheidungsgrundlage für die Berufswahl dienlich sein könnte.

Mehr Frauen, besonders in gehobeneren Positionen, könnte der Einkauf auf jeden Fall brauchen: Laut Sibera sind über 90 Prozent der Einkaufsleiter Männer. Auf Sachbearbeiterebene sei der Frauenanteil mit 50 bis 60 Prozent wiederum sehr hoch.

Das durchschnittliche Bruttoeinkommen von Einkaufsleitern (die aktuellsten Zahlen der ÖPWZ Einkäufer Gehaltsstudie sind aus dem Jahr 2011) richtet sich nach Umsatz und Branche. In Unternehmen mit mehr als 100 Mio. Euro liegt das Jahresbrutto bei 105.839 Euro – bei Unternehmen mit weniger als 100 Mio. Euro Umsatz bei durchschnittlich 63.381 Euro. Die Einkäufer in der Energiebranche verdienen laut Studie die höchsten Gehälter (durchschnittlich 106.200 Euro). Die niedrigsten Gehälter werden mit 37.425 Euro im Dienstleistungssektor gezahlt. [www.opwz.com](http://www.opwz.com)