

Einkäufer ohne Augenhöhe

Procurement. Wenige Akademiker, kein Talentmanagement: Der Einkauf hinkt anderen Abteilungen hinterher. Auch in der Kommunikation mit dem Vorstand.

Nur knapp die Hälfte der Einkaufsleiter in österreichischen Unternehmen tragen einen akademischen Titel. Bei strategischen Einkäufern ist es gar nur jeder Fünfte. Das ergibt eine Studie der Managementberatungen Penning Consulting und Kerkhoff Consulting gemeinsam mit dem Forum Einkauf des Österreichischen Produktivitäts- und Wirtschaftlichkeitszentrums (ÖPWZ). Befragt wurden 132 Unternehmen in Österreich.

Für die Studienautoren hängt das Verhältnis zum Topmanagement gerade vom Bildungsgrad ab: Durch die „massive Unterakademisierung“ könnten Einkäufer nur selten auf Augenhöhe mit dem Vorstand kommunizieren, schlussfolgert Stephan Penning, geschäftsführender Gesellschafter von Penning Consulting.

Zwar hätten die Unternehmen die strategische Bedeutung des Einkaufs erkannt und die Anforderungen an Einkäufer nach oben geschraubt. Es mangle aber am akademischen Angebot, sagen die Autoren. Das mache sich bemerkbar: Mehr als ein Viertel (28 Prozent) der Befragten gaben an, offene Stellen im Einkauf im Vergleich zu anderen Bereichen schwieriger zu besetzen. Die Suchdauer liegt bei über sechs Monaten.

Talente gezielt fördern

Für Penning ist es nicht nur wichtig, neue Talente einzustellen, sondern auch, vorhandene zu halten. Ein strategisches Talentmanagement hat aber keines der befragten Unternehmen etabliert. Die Weiterbildung der Einkäufer erfolgt sehr traditionell: Rund ein Drittel

(36,3 Prozent) der Unternehmen schicken ihre Einkäufer zu öffentlich zugänglichen Seminaren; ein Fünftel offeriert interne Qualifizierungen. Ein Viertel (25,2 Prozent) lässt sie On-the-Job lernen, sprich: Es gibt keine gesonderte Weiterbildung. Für Penning „kann das nur ein Anfang sein“.

Darüber hinausgehende Maßnahmen wie Mentoring-Programme, Netzwerkveranstaltungen, individuelles Coaching oder Jobrotation nutzen die Unternehmen so gut wie gar nicht.

Zusammengefasst: zu wenige Akademiker, keine Förderung und ein Nachhinken des Einkaufs hinter anderen Fachabteilungen. Der Preis: Unternehmen verlieren durch Prozess- und direkte Einkaufskosten Geld, das sie anderswo gut brauchen könnten. (rk)