

Strategischer, digitaler, vernetzter: Der Beruf des Einkäufers wird immer anspruchsvoller

- Das Berufsbild wandelt sich: strategische sowie digitale Kompetenzen werden wichtiger
- Digitalisierung und Internationalisierung fordern Einkäufer
- Einkäufer in Deutschland kaufen am liebsten im Inland ein
- Der Handelskonflikt zwischen USA und China beeinflusst deutsche Einkäufer kaum

Hamburg, 13. November 2019 – Heute startet in Berlin das BME-Symposium Einkauf und Logistik, der größte europäische Kongress für Supply Chain Manager. Passend dazu veröffentlicht der zu Visible gehörende B2B-Marktplatz „Wer liefert was“ den „Einkäufer Report 2019“ und zeigt, dass das Berufsbild professioneller Einkäufer im Wandel ist. So ist der Aufgabenbereich von professionellen Einkäufern in den vergangenen Jahren digitaler und strategischer geworden. Darüber hinaus ergeben sich immer mehr Schnittstellen des Einkaufs zu anderen Unternehmensbereichen.

Verhandlungen mit Lieferanten, Marktanalysen oder Bestellvorgänge: Die Aufgaben von professionellen Einkäufern sind vielfältig und erfordern organisatorische, kaufmännische und betriebswirtschaftliche Kompetenzen ebenso wie kommunikative Fähigkeiten. Gerade in produzierenden Unternehmen steht und fällt das reibungslose Herstellen von Produkten, deren Qualität und der generierte Umsatz mit den Leistungen des Einkaufs. Werden die benötigten Teile besonders günstig gekauft? Besitzen alle Teile eine hohe Qualität? Verhandelt der Einkäufer geschickt Preisnachlässe und hat er die notwendigen Lieferzeiträume und den Bestand stets im Blick? Die Fragen zeigen, welche zentrale Rolle dieser Position für den Unternehmenserfolg zukommt.

Für den „Einkäufer Report 2019“ hat der führende B2B-Marktplatz „Wer liefert was“ insgesamt 633 professionelle Einkäufer in Deutschland online befragt. Der Report zeigt: Das Berufsbild des Einkäufers befindet sich im Wandel. Über ein Drittel (35 Prozent) der Teilnehmer finden, dass ihr Aufgabenbereich in den vergangenen drei Jahren anspruchsvoller geworden ist, 39 Prozent empfinden ihren Arbeitsbereich als zunehmend strategischer und knapp die Hälfte der Befragten (46 Prozent) geben an, ihr Arbeitsbereich sei in den vergangenen Jahren digitaler geworden. Zudem ergeben sich immer mehr Schnittstellen zu anderen Bereichen, wie 30 Prozent der Befragten finden.

Wie breit gefächert das Berufsbild des Einkäufers heute ist, spiegeln auch die Antworten zu den konkreten Aufgaben wider: Zwar nehmen Verhandlungen mit Lieferanten mit rund 18 Prozent und Bestellvorgänge mit 14 Prozent immer noch die Spitzenplätze unter den Aufgaben ein. Darüber hinaus zählen aber auch gezielte Marktanalysen und Bewertungen von potenziellen Lieferanten (15 Prozent), das Kosten-Controlling (13 Prozent) sowie die Koordination von Produktion und Einkauf (13 Prozent) zu den zentralen Aufgaben des Einkaufs.

Um diese Tätigkeiten effizient ausführen zu können, werden digitale Tools immer wichtiger: Für einen Großteil der Einkäufer gehören Suchmaschinen wie Google (80 Prozent) oder spezielle B2B-Einkaufsplattformen wie „Wer liefert was“ und EUROPAGES (74 Prozent) zu ihren Arbeitsmitteln. Über die Hälfte (52 Prozent) vertraut zudem weiterhin auf persönliche Empfehlungen, beispielsweise von Kollegen.

Digitalisierung und Globalisierung beschleunigen den Wandel des Berufsbildes

Was sind die Gründe für den Wandel des Berufsbildes? Neben der Digitalisierung ist vor allem die zunehmende Internationalisierung für die Veränderungen des Berufs verantwortlich. Der internationale Wettbewerb wirkt sich auch auf den Einkauf aus: Über die Hälfte der Befragten (56 Prozent) bestätigte einen wachsenden Kostendruck für den deutschen Mittelstand. Als Folge der veränderten Rahmenbedingungen wandelt sich auch das Berufsbild – etwa, wenn die Anforderungen an das Verhandlungsgeschick oder an die Recherchefähigkeiten steigen, um den günstigsten Anbieter einer Ware zu finden. Dabei kauft die Mehrheit der Befragten (60 Prozent) hauptsächlich im Inland ein, 20 Prozent beschafft die benötigten Waren vornehmlich in Westeuropa, mit großem Abstand gefolgt von Asien (6 Prozent.) Der vergleichsweise relativ geringe Einkauf in Asien hat nach Ansicht der Befragten wenig mit dem Handelsstreit zwischen den USA und China zu tun: Rund 66 Prozent gaben an, dass sich ihre Beschaffungsstrategie durch den Konflikt nicht verändert hat.

Pressekontakt

Visible GmbH
Carsten Brandt
ABC-Straße 21
20354 Hamburg
+49 40 2 54 40-131
carsten.brandt@visible.com

Pressekontakt

PIABO PR GmbH
Julia Loeser
+49 30 2576205-19
wlw@piabo.net

Über „Wer liefert was“

„Wer liefert was“ (wlw) ist der führende Online-B2B-Marktplatz in der DACH-Region. Mit einem Firmenprofil auf wlw können insbesondere mittelständische Unternehmen ihre Reichweite im Internet erhöhen. „Wer liefert was“ bietet als meistbesuchte Internetplattform für den professionellen Einkauf in der DACH-Region Zugriff auf Millionen von Produkten und Dienstleistungen im B2B-Segment. Auf wlw.de, wlw.at und wlw.ch treffen monatlich 1,3 Millionen Einkäufer mit echtem Bedarf auf rund 590.000 Lieferanten, Hersteller, Händler und Dienstleister in rund 47.000 Kategorien. Die präzise und einfache Suche liefert Einkäufern jeden Monat verlässliche Informationen zu Unternehmen und ihren Produktportfolios inklusive aktueller Kontaktdaten und Preise. Der Service wurde 1932 gegründet und startete als erster Anbieter gedruckter Nachschlagewerke für gewerbliche Einkäufer. „Wer liefert was“ ist für Einkäufer und als Standardprofil für Inserenten kostenfrei. Seit 1995 ist der Services online verfügbar. Heute gehört „Wer liefert was“ gemeinsam mit der führenden europäischen B2B-Plattform EUROPAGES als Produkt zur Visible GmbH. Weitere Informationen zu „Wer liefert was“ finden Sie [hier](#).

„Wer liefert was“ im Dialog bei

