

## Fortsetzung von Seite 1 IT-Sicherheitszertifikate veralten schnell

Welchen Stellenwert die Cyber-Sicherheit beim Einkauf von Produkten besitzt, hängt laut dem Wissenschaftler wesentlich von der Position des Unternehmens in der Wertschöpfungskette ab. „Befinde ich mich weit vorne in der Kette und kaufe relativ einfache Vorprodukte ein, dann ist das Risiko überschaubar. Kaufe ich dagegen komplexe Produkte zu, in denen bereits Software verbaut ist, dann bin ich in einer ganz anderen Risikoposition.“ Insofern ist der Vorstoß von Siemens doch wohl mehr als ein Marketing-Gag, denn der Elektrokonzern verkauft Produkte, von denen unter Umständen Menschenleben abhängen können – etwa Computertomographen oder Kraftwerke.

### Software schwer zu überprüfen

Sich auf Sicherheitszertifikate von IT-Anbietern zu verlassen, ist laut Piller auch nicht ganz risikolos: „Die veralten schnell und sobald eine neue Software-Version auf dem Markt ist, beginnt das Spiel von vorne.“ Besonders schwierig zu überprüfen ist „Embedded Software“, also Software, die in Produkten eingebaut worden ist. „Da müsste man die Software sozusagen herauschneiden, um sie zu überprüfen“, so der Informatiker.

Und außerdem: Wie soll eine Einkäuferin aus Deutschland oder Österreich wissen, ob die Ware auf dem Weg zu ihr nicht verändert worden ist? Das gilt übrigens nicht nur für Produkte chinesischer Lieferanten: Wie Edward Snowden bereits 2013 enthüllte, hat der US-Auslandsgeheimdienst NSA routinemäßig Router, Server und andere Netzwerkprodukte aus amerikanischer Produktion mit sogenannten Backdoors ausgestattet. Mit Hilfe dieser „Hintertürchen“ konnten dann ganze Firmennetzwerke im Ausland ausspioniert werden. Kein Wunder, dass Cyber-Sicherheitsexperte Piller klagt: „Software ist eine Katastrophe. Mit der Digitalisierung haben wir ein Riesenloch aufgemacht.“

Mark Krieger

## Österreich

### „Gender Pay Gap“ beträgt 22 Prozent

Männlich, in Excel versiert, der Digitalisierung gegenüber aufgeschlossen – so in etwa lässt sich der durchschnittliche Einkäufer in einem österreichischen Unternehmen charakterisieren. Das geht aus einer Studie hervor, die das Österreichische Produktivitäts- und Wirtschaftlichkeits-Zentrum ÖPWZ und die Steuerprüfungs- und Beratungsgesellschaft KPMG kürzlich vorgelegt haben. Für die „Einkäufer-Gehaltsstudie 2018“ wurden 146 Einkäuferinnen und Einkäufer befragt. Die Teilnehmer kommen überwiegend aus dem produzierenden und verarbeitenden Gewerbe, ein kleinerer Teil aus Dienstleistungsbranchen.

Die Studie bestätigt in einigen Punkten frühere Untersuchungen. Zum Beispiel, dass das Gehalt positiv mit Unternehmensgröße, Beschäftigungsdauer und Verantwortungsbereich korreliert. Und dass die Einkaufsprofession von Männern dominiert wird: 83 Prozent der Teilnehmer sind männlich, 17 Prozent weiblich. Dabei nimmt der Männeranteil zu, je größer der Verantwortungsbereich ist. Beträgt das Männer-Frauen-Verhältnis auf der Ebene des operativen Einkaufs noch 56 zu 44 Prozent, sind es im strategischen Einkauf schon 83 zu 17 und auf der Ebene der Einkaufsleiter 88 zu 12.

### Digitalisierung wird positiv gesehen

Dass Männer im Einkauf durchschnittlich mehr verdienen als Frauen, ist ebenfalls keine Neuigkeit. Im Schnitt bringen die Teilnehmer der Studie 73.885 Euro pro Jahr nach Hause, aber während das Durchschnittsgehalt bei den Männern 78.637 Euro beträgt, sind es bei den Frauen nur 50.886 Euro. Um zu bestimmen, wie hoch das „Gender Pay Gap“ tatsächlich ist, haben die Studienautoren Einflussfaktoren wie Alter, Position oder Arbeitszeit herausgerechnet. Ergebnis: Die geschlechtsspezifische Differenz beim Gehalt liegt bei 16.504 Euro beziehungsweise 22 Prozent.

Interessant sind die Antworten zum Thema Digitalisierung. Grundsätzlich stehen die Befragten der Digitalisierung positiv gegenüber, „spannend“ und „motivierend“ lauten die

am häufigsten verwendeten Attribute. Soziale Medien wie Xing, LinkedIn und Facebook werden von vielen Einkäufern genutzt, um an Informationen zu gelangen, sich mit anderen Einkäufern auszutauschen oder Lieferanten zu suchen.

### Bescheidene Weiterbildungsbudgets

Ganz anders sieht es dagegen bei speziellen Einkäufer-Tools aus. Nur eine kleine Minderheit nutzt elektronische Kataloge, Supplier Relationship Management (SRM), automatische Bestellvorgänge, Lieferantenportale oder KPI-Dashboards. 93 Prozent der Befragten gaben an, keine einzige dieser Methoden im Einkauf implementiert zu haben. Das Werkzeug, das Einkäufer laut Studie am besten beherrschen, ist Excel. Von Bedeutung sind noch spezielle Business-Software und Visualisierungsprogramme.

Für die Digitalisierung benötigte Qualifikationen erwerben sich die Studienteilnehmer hauptsächlich durch Selbststudium und auf Seminaren. Inhaltlich stehen Datenanalyse sowie Kenntnisse in Statistik und Mathematik im Vordergrund. Dass hier keine großen Sprünge möglich sind, zeigt ein Blick auf die zur Verfügung stehenden Mittel: Im Schnitt beträgt das Schulungsbudget eines Einkaufsleiters 1.905 Euro pro Jahr, bei den strategischen Einkäufern sind es 1.451 Euro und für die operativ tätigen Kollegen bleiben noch 1.238 Euro übrig.

kri