

# Persönlichkeit gesucht

**Im Vergleich zu anderen Geschäftsfeldern bietet der Vertrieb gute Jobchancen. Wer hier einsteigen will, braucht nicht unbedingt eine glatte Bilderbuchkarriere, sondern vor allem die passende Persönlichkeit.**

→ Sein Produktsortiment Hospital Care reicht von einer Venenverweilkanüle bis zur Infusionspumpe, sein Gebiet von Bonn bis Heidelberg. Hier ist Christian Steinmetz oft bis zu zehn Stunden täglich unterwegs: „Das ist eben kein Nine-to-five-Job.“ Seine Kunden sind Krankenhäuser oder andere Großkunden, die sich zu Einkaufsringen zusammengeschlossen haben. Neben den Großkunden betreut er zehn Außendienstmitarbeiter. Dass er mit 28 Jahren bereits Verkaufsführer ist, verdankt er neben seinem Verkaufstalent seiner Disziplin: Nach der dualen Ausbildung an der Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie in Kassel zum Betriebswirt und zum Industriekaufmann bei der B. Braun Melsungen AG bildete ihn das Unternehmen zum Pharmareferenten weiter.

## Angebotserstellung

An den Wochenenden sattelte er dann an der Fachhochschule in Wernigerode noch einen Diplom-Kaufmann drauf. „Auch im medizinischen Bereich sind heute die meisten für uns relevanten Entscheidungen betriebswirtschaftlicher Natur“, erklärt Steinmetz. Für seinen Job braucht er zudem Kenntnisse im Projekt-, Personal- und Qualitätsmanagement sowie im Controlling und Marketing. Fit sein muss er ebenso im gesamten Auftragsverfahren von der Preiskalkulation über die Angebotserstellung, Präsentation und Auftragsabwicklung bis zur Reklamationsbearbeitung.

Auch Aki Nicole Marschas verdiente sich ihre Sporen im Außendienst. Die 28-Jährige begann nach ihrem Diplom-Betriebswirt an der Europäischen Betriebswirtschaftsakademie in München ein Assistenten-Programm bei der Allianz: „Als Assistentin in der Vertriebszentrale gehört es dazu, dass man auch den Außendienst kennen lernt“, sagt sie. In eineinhalb Monaten Schulung und eineinhalb Monaten beim Kunden lernte sie zunächst die Grundlagen, Versicherungen zu verkaufen: „Der Umgang mit Menschen muss einem liegen. Man muss vor allem gut zuhören können: Was will der Kunde? Was passt zu ihm? Was nützt ihm?“

In Kürze wird sie wieder im Außendienst sein und erste Führungsaufgaben übernehmen:

„Ich bin dann zuständig für Kundenbetreuer, unterstütze und motiviere sie.“ Außendienst verlangt ein hohes Maß an Flexibilität: „Das ist mit viel Reisen verbunden, auch abends.“

Lange Tage hat auch Lukas von Hörde. Der 30-jährige Produktionstechniker (FH) vertritt für die Siemens Power Generation Kraftwerke. In den vergangenen vier Monaten erstellte er ein Angebot für ei-

nen Energieversorger in Pakistan: „Um so ein Paket zu schnüren, muss man genau recherchieren, was der Kunde will. Es macht keinen Sinn, ihm einen Porsche anzubieten, wenn er einen Panda braucht.“ Neben den technischen Daten muss er die kaufmännische Seite wie etwa Haftungsfragen beherrschen. Nur wer gut berät, kann auch verkaufen. Bei solch großen Projekten sind immer auch Fremdfirmen beteiligt: „Dass die Schnittstellen reibungslos funktionieren, fällt ebenso in meine Zuständigkeit.“ Aufgrund der kulturellen Unterschiede ist für ihn ein enger Kontakt zur Siemens Landesgesellschaft vor Ort sehr wichtig. Englisch ist Standard: „Im Vertrieb sind weitere Sprachkenntnisse keine Seltenheit“, sagt er. Wer frisch von der Schule kommt, könne einen Vertriebsjob nicht leisten: „Die Denke der Kunden lernt man nur in der Praxis kennen“, weiß Lukas von Hörde. Er selbst begann in der Projektabwicklung im Siemens Gasturbinenwerk in Berlin, war dann im Marketing tätig und arbeitete schließlich in Australien bei einer Kraftwerkerweiterung als Kontaktingenieur und Bauleiter. Neben dem Fachwissen

brauche man für den Vertrieb vor allem Soft Skills: „Sie müssen kein Zahlenschieber sein oder unbedingt eine 1A akademische Laufbahn vorlegen. Wenn Sie zum Beispiel als Fluthelfer gearbeitet haben, sagt das mehr als ein Zeugnis.“

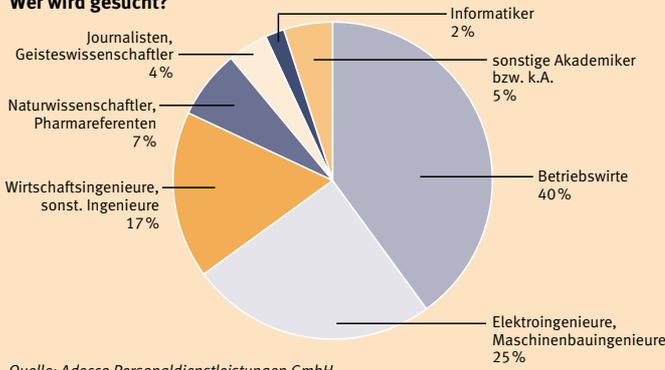
Wie Lukas von Hörde arbeiten heute viele Ingenieure kundennah und brauchen Kenntnisse in Verkauf und Marketing. Dieter Moll, verantwortlich beim VDI für den Fachbereich Technischer Vertrieb und Produktmanagement, beobachtete seit einigen Jahren, dass immer mehr Hochschulen dieses Wissen in das Studium integrieren, stellt aber dennoch fest:



**Adecco Stellenindex – Vertrieb**

Basis: 11.383 Stellenanzeigen; Oktober 2004 bis September 2005

**Wer wird gesucht?**



Quelle: Adecco Personaldienstleistungen GmbH

„Nach wie vor ist der Ingenieur im Vertrieb weitgehend auf eine nachträgliche berufsbegleitende Weiterqualifizierung angewiesen.“

**Ein Markt mit guten Chancen**

Die drei Karrieren haben eines gemeinsam: „Pharmaindustrie, Finanzwesen und Maschinenbau bieten im Vertrieb hervorragende Berufsperspektiven“, prophezeit Wolfgang M. Nitsche, Präsident des Bundesverbandes Deutscher Verkaufs- und Vertriebskräfte. Der Verband geht von 650.000 freien oder freiwerdenden Stellen in den kommenden zwölf Monaten (Stand August 2005) aus, insbesondere im Marketingmanagement und in der Verkaufsberatung. Ebenso optimistisch beurteilt die Bundesagentur für Arbeit die Situation im Vertrieb: „Sowohl die Arbeitslosenstatistik als auch die Stellenmeldungen zeigen in die gleiche Richtung: weniger Arbeitslose und mehr Stellen“, bringt es Dr. Bernhard Hohn von der Zentralstelle für Arbeits-



Als Verkaufsleiter ist der Diplomkaufmann Christian Steinmetz oft bis zu zehn Stunden täglich unterwegs.



Der Produktionstechniker Lukas von Hörde vertritt für die Siemens Power Generation Kraftwerke: Berufserfahrung, Ingenieurwissen sowie Marketing- und Verkaufskennnisse sind unverzichtbar.



Aki Nicole Marschas, Assistentin in der Allianz-Vertriebszentrale weiß, was es heißt, im Außendienst zu arbeiten.

Fotos: Privat

**Studiengänge mit Schwerpunkt Vertrieb/Marketing**

- „Sales Engineering and Product Management“ an der Ruhr-Universität Bochum <http://www.ruhr-uni-bochum.de>
- „Wirtschaftsingenieurwesen – Technischer Vertrieb“ an der FH Hannover <http://www.fh-hannover.de/de/>
- „Vertriebsingenieurwesen“ an der Hochschule Karlsruhe <http://www.fh-karlsruhe.de/servlet/PB/menu/1001576/index.html>
- „Internationales Vertriebs- und Einkaufsingenieurwesen“ an der Fachhochschule Kiel <http://www.fh-kiel.de>
- „Mechanical Engineering and International Sales Management“ an der FH Konstanz <http://www.ma.fh-konstanz.de/mms.htm>
- „Technik – Wirtschaftsingenieurwesen / Technisches Vertriebsmanagement“ an der Berufsakademie Mosbach <http://www.ba-mosbach.de/de/startseite.php>
- „Product Engineering“, „Marketing und Vertrieb“ an der Fachhochschule Furtwangen <http://www.fh-furtwangen.de/fachbereiche/pe/index.html>
- Fernstudium/Aufbaustudium zum Vertriebsingenieur an der Fachhochschule Kaiserslautern: <http://ving.bw.fh-kl.de>
- Seminare für Vertriebsingenieure von der VDI Wissensforum GmbH <http://www.vdi-wissensforum.de>
- Berufsbegleitendes Fernstudium Master of Business Marketing an der FU Berlin <http://www.mbm.fu-berlin.de>
- Berufsbegleitende Studiengänge Betriebswirtschaft/Marketing <http://www.marketing-business-akademie.de/MBA1.html>

**Adecco Stellenindex – Vertrieb**

Basis: 11.383 Stellenanzeigen; Oktober 2004 bis September 2005



Welche Branchen suchen?

Quelle: Adecco Personaldienstleistungen GmbH

vermittlung (ZAV) auf den Punkt. Erfasst werden hier Handelsvertreter und Reisende, aber auch Vertriebsleiter, Vertriebsberater oder Vertriebsfachleute (EDV). Laut der ZAV kamen die meisten Stellenangebote 2004 wie im Jahr 2003 aus dem Handel (20 Prozent). Es folgten Beratungsgesellschaften mit 19 Prozent und Personalvermittler mit acht Prozent. IT-Dienstleister und Hardware-Hersteller belegten mit sechs Prozent gleichauf den vierten Rang, gefolgt vom Maschinenbau mit fünf Prozent.

Einen positiven Trend im Vertrieb und Marketing sieht auch der Personaldienstleister Adecco: Bei der Auswertung von Stellenanzeigen in 40 Printmedien veröffentlichten von Oktober 2004 bis September 2005 (11.383 Anzeigen) Industrie, Handel und Dienstleister bundesweit durchschnittlich 16 Prozent mehr Stelleninserate für Verkäufer, Kundenberater und Außendienstprofis als im Vergleichszeitraum ein Jahr zuvor (9.849). „Bei schwacher Konjunktur“, so heißt es in der Analyse, „rücken Vertrieb und Marketing verstärkt in das Blickfeld der Unternehmer.“ Der Geschäftsführer Davide Villa vom Jobportal monster.de bestätigt diesen Trend: „Seit einigen Jahren zeigen unsere Auswer-

tungen, dass Fachkräfte aus Marketing, Werbung und PR, aber insbesondere aus dem Vertrieb, zu den Spitzenreitern bei der Zahl der Stellenangebote zählen.“ So weist auch der Monster Employment Index, der die Angebote für fünf europäische Länder analysiert, eine starke Nachfrage nach Vertriebsmitarbeitern auf.

## Vertrieb – ein weites Feld

Sales Manager, Marketing, Werbung, Verkaufsförderung, Public Relation und Verkauf im Innen- und Außendienst – als Gebietsverkäufer, Verkaufsrepräsentant, Verkaufsberater oder Großkundenmanager, ob in Festanstellung oder als Handelsvertretung auf Provisionsbasis – Vertrieb ist ein umfangreiches Feld, entsprechend breit gefächert ist das Spektrum der fachlichen Anforderungen jenseits der Branchen-, Produkt- und Marktkenntnisse. Das eigentliche Erfolgsrezept liege jedoch in einer extravertierten Persönlichkeit: „Man muss Menschen überzeugen können, kommunikationsstark, flexibel, kreativ sowie hoch motiviert sein“, so Verbandspräsident Nitsche.

Laut Christine Kraft von der Jobbörse stellenanzeigen.de sind BWLer oder allgemein

wirtschaftsbezogene Studiengänge besonders gefragt: „Da der Vertrieb immer eine beratende Funktion hat, hängt es aber sehr stark von der Branche ab, welcher Studiengang der geeignete ist.“ Das belegen auch die Auswertungen der ZAV, nach denen bei technischen Produkten Maschinenbau- oder Elektrotechnikingenieure gefragt waren, bei Pharmaprodukten hatten Naturwissenschaftler wie Pharmazeuten, Biologen und Chemiker die Nase vorn. Bei weniger technischen Produkten waren Absolventen betriebswirtschaftlicher Studiengänge vorne. Dies eröffnen etwa Wirtschaftsingenieuren oder Wirtschaftsinformatikern gute Einstellungsmöglichkeiten.

Aber es muss nicht immer ein Studium sein: „Im Groß- und Außenhandel wird auf Praktiker gesetzt. Deshalb spielt die berufliche Bildung eine sehr große Rolle. Hier sind Abiturienten sehr gefragt“, so Alexander Kolodzik, Referent für Tarif- und Sozialpolitik beim Bundesverband des Deutschen Groß- und Außenhandels. Gute Einstiegs- und Karrierechancen im Vertrieb nicht nur für Hochschulabsolventen, sondern auch für Quereinsteiger „mit verkäuferischem Talent“, bietet laut Reiner Wolf, Sprecher für Personalthemen, auch die Allianz Gruppe. ■

## Zum Kunden passen



Foto: ZAV

**Dr. Bernhard Hohn von der Zentralstelle für Arbeitsvermittlung (ZAV) erklärt, auf welchen Wegen Hochschulabsolventen oder Abiturienten in den Vertrieb einsteigen können.**

**abi: Welche Möglichkeiten gibt es für Abiturienten oder Hochschulabsolventen im Vertrieb zu starten?**

**Bernhard Hohn:** Wer frisch von der Hochschule kommt, hat kaum eine Chance, sofort einen Job als Verkaufs- oder Vertriebsleiter zu bekommen. Der Einstieg findet in der Regel immer auf der Fachebene statt. Wer sich dort bewährt, kann sich zur Führungskraft entwickeln. Großunternehmen bieten Einsteigern in der Regel meist Trainee-Stellen an. Wer in seinem Berufsleben mehrere Branchen kennen lernen will, sollte dies am Anfang seiner Vertriebskarriere machen. Denn der Zugang zu manchen Branchen ist branchenfremden Bewerbern später auf höheren Hierarchieebenen kaum noch möglich. Gleiches gilt auch

für Abiturienten, die eine Ausbildung im Unternehmen absolviert haben.

**abi: Ein Studium scheint nicht unbedingt entscheidend zu sein: Was für Fähigkeiten und Kenntnisse muss man generell mitbringen?**

**Bernhard Hohn:** Betriebswirtschaftlicher Sachverstand gehört grundsätzlich zum Stellenprofil. Vorteilhaft sind hier Marketing- oder Logistik-Kenntnisse. Arbeitgeber verlangen in den Stellenausschreibungen vor allem Organisationsgeschick, Führungsmentalität, Kontaktfähigkeit und Flexibilität. Aber auch Kundenorientierung, unternehmerisches Denken, Selbstständigkeit, Teamfähigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Zuverlässigkeit, Überzeugungskraft sowie Kreativität sind wichtige Stichpunkte.

**abi: Wie wichtig ist das äußere Erscheinungsbild?**

**Bernhard Hohn:** Gute Umgangsformen und ein adäquates äußeres Erscheinungsbild gehören einfach zum Vertriebsjob dazu. Man muss in der Branche angemessen auftreten können. Dabei macht es natürlich einen Unterschied, ob man Versicherungen, Modeschmuck oder Düngemittel vertreibt. Wichtig ist, dass man zum Kunden passt.

## !nfo

### BERUFEnet

Datenbank für Ausbildungs- und Tätigkeitsbeschreibungen der Bundesagentur für Arbeit (Suchwort: Vertrieb)  
<http://www.arbeitsagentur.de>

### Zentralstelle für Arbeitsvermittlung (ZAV) – Arbeitsmarkt-Informationsservice (AMS)

Arbeitsmarktinformationen für hochqualifizierte Fach- und Führungskräfte  
Villemombler Straße 76  
53107 Bonn  
Tel. 02 28/7 13-12 92  
Fax: 02 28/7 13-14 00  
E-Mail: [bonn-zav.ams@arbeitsagentur.de](mailto:bonn-zav.ams@arbeitsagentur.de)  
<http://www.arbeitsagentur.de>

### Bundesverband Deutscher Verkaufs- und Vertriebsleiter e.V. (BDV)

Postfach 120604  
53048 Bonn  
Tel. 0 22 24/9 19 80 07  
E-Mail: [Bundesverband@verkaufsleiter.org](mailto:Bundesverband@verkaufsleiter.org)  
<http://www.verkaufsleiter.org>

### VDI-Gesellschaft Entwicklung Konstruktion Vertrieb

Postfach 10 11 39  
40002 Düsseldorf  
Tel. 02 11/6 21 42 18  
Fax: 02 11/6 21 41 55  
E-Mail: [ekv@vdi.de](mailto:ekv@vdi.de)  
<http://www.vdi.de/ekv/ekv.htm>

### Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH)

Am Weidendamm 1A  
10117 Berlin  
Tel. 0 30/72 62 56 00  
E-Mail: [centralvereinigung@cdh.de](mailto:centralvereinigung@cdh.de)  
<http://www.cdh.de>