

Der Blick fürs Ganze gesucht

Produkte erfolgreich am Markt zu platzieren, das ist die komplexe Aufgabe von Marketingexperten. Daher suchen die Unternehmen häufig hoch qualifizierte Fachkräfte mit Hochschulabschluss, wenn sie Positionen im Marketing besetzen. Und der Stellenmarkt ist erstmals seit mehreren Jahren wieder auf Wachstumskurs.

MARKETING IST eine unternehmerische Denkhaltung, die bereichsübergreifend verschiedene interne und externe Unternehmensaktivitäten betrifft. Effizientes Marketing hat das gesamte Unternehmen im Blick. Bereits bei der Produktentwicklung und Fertigung beginnt aus der Sicht eines Marketingbeauftragten der Vermarktungsprozess. Entscheidungen, die das Image des Unternehmens betreffen, beeinflussen den Verkaufserfolg möglicherweise ebenso stark wie die Qualität des Produkts. Marketingexperten müssen daher stets alle Prozesse und Strategien im Auge behalten.

Dafür ist spezifisches Know-how in mehreren Bereichen erforderlich, anders als für den reinen Vertrieb, wo häufig schon solide Produkt- und Branchenkenntnisse sowie persönliche Faktoren wie die berühmte „Vertriebspersönlichkeit“ einen erfolgreichen Verkäufer ausmachen.

Dies belegt auch ein Blick in die Stellenmarktstatistik. Der Akademikeranteil ist im Marketing weitaus

höher als im Vertrieb insgesamt. Laut Adecco Stellenindex, dem eine Auswertung von 40 deutschen Printmedien zugrunde liegt, schalteten die Unternehmen im Jahr 2004 für Positionen im Marketing fast ein Viertel mehr Stellenanzeigen als 2003. Von den rund 4.000 Stellenanzeigen im Jahr 2004 für Mitarbeiter im Marketing richteten sich 2.630 Anzeigen ausdrücklich an Akademiker, der Anteil betrug 65 Prozent. Besonders oft

wurden Betriebswirte gesucht, ihnen galten zwei Drittel aller Anzeigen. Bezogen auf sämtliche vertriebsbezogene Positionen, also auch auf den Vertriebsinnen- und Außendienst, belief sich der Akademikeranteil hingegen auf lediglich 19 Prozent. Für diese Aufgaben wurden meist Bewerber mit kaufmännischem Ausbildungsabschluss nachgefragt und nur in geringerem Maße Hochschulabsolventen.

Trendwende

2004 trat also endlich die lang erwartete Trendwende am Stellenmarkt ein. Seit 2000 war die Zahl der Stellenanzeigen drei Jahre in Folge teilweise kräftig gesunken. Gegenüber dem Jahr 2003 hat die Zahl der Offerten für Akademiker im Marketing nun erstmals seit Jahren wieder zugenommen, und zwar um 22 Prozent. Während der Adecco Stellenindex im Jahr 2003 noch 2.160 Anzeigen zählte, wuchs deren Zahl im Jahr 2004 auf 2.630. Damit übertraf die relative Zunahme der Jobangebote beim Marketing das Wachstum des gesamten Stellenmarktes deutlich. Die Zahl aller Stellenanzeigen für Akademiker, unabhängig von Branche und Unternehmensbereich, wuchs im gleichen Zeitraum um lediglich zwei Prozent von 64.500 auf 65.600. Noch mehr für eine Erholung des Marketing-Stellenmarkts spricht nach Beobachtungen der Bundesagentur für Arbeit, dass viele Anbieter ihre Positionen nicht mehr in den großen überregionalen und regionalen Printmedien ausschreiben. Akademischer Nachwuchs wird außerdem verstärkt über Jobbörsen im Internet oder über die unternehmenseigenen Karriereportale rekrutiert.

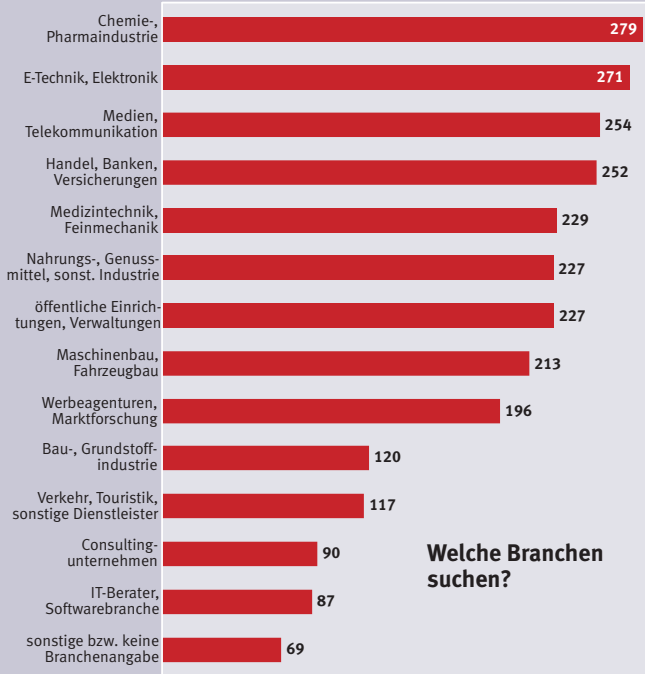
Auf welche Ursachen ist die Trendwende zurückzuführen? „Neben Controlling und Vertrieb gehört Marketing zurzeit zu den gesuchtesten Tätigkeiten auf dem Akademikerstellenmarkt“, bestätigt Dr. Bernhard Hohn von der Zentralstelle für Arbeitsvermittlung der Bundesagentur für Arbeit. Die Zunahme der Marketing-Stellenangebote erklärt er sich durch folgende Hypothese: Für ein profitables Geschäft könne ein



Illustration: Schaad

Adecco Stellenindex – Marketing

Basis: 2.631 Stellenanzeigen; gesamtes Jahr 2004



Welche Branchen suchen?

Quelle: Adecco/EMC Medienservice

Unternehmen versuchen, Kosten einzusparen, wofür, vereinfacht gesagt, vor allem Controller zuständig sind. Wurde wie in den letzten Jahren an der Kostenschraube ausgiebig gedreht, müsse auf der Einnahmenseite für höhere Erlöse gesorgt werden. „Und das ist die Aufgabe von Marketing spezialisten, die durch Preisgestaltung, Werbung und so weiter den Verkauf eines Produkts jetzt wieder stärker ankurbeln sollen.“

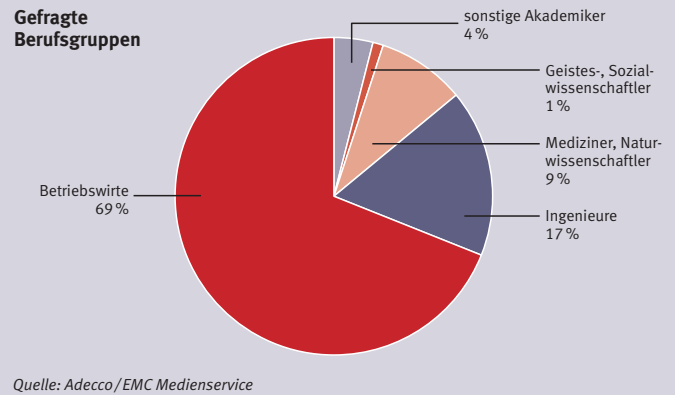
Chemie und Pharma

Die Chemie- und Pharmaunternehmen boten mit fast 280 Offerten (elf Prozent) besonders viele Marketing-Stellen an. Das ist umso bemerkenswerter, als der Stellenmarktanteil der Branche insgesamt lediglich fünf Prozent betrug. Über alle Branchen gerechnet lag der Marketinganteil bei nur vier Prozent. Jeweils rund zehn Prozent aller Anzeigen stammten von Unternehmen der Elektronik und Elektrotechnik (271), von Medien- und Telekommunikationsunternehmen (254) und von Handel, Banken und Versicherungen (252).

Einen weit überdurchschnittlichen Anteil an den Stellenanzeigen aus dem Marketing hatte die Werbewirtschaft. Mit knapp 200 Anzeigen wurden sieben Prozent der Jobs von Werbeagenturen und PR-Beratern angeboten. Dabei hatte die Branche am Akademikerstellenmarkt insgesamt – also unabhängig vom Einsatzbereich – einen Marktanteil von lediglich einem Prozent. Die Werbewirtschaft hatte

Adecco Stellenindex – Marketing

Basis: 2.631 Stellenanzeigen; gesamtes Jahr 2004



Quelle: Adecco/EMC Medienservice

die Zahl der Offerten gegenüber 2003 mit plus 45 Prozent auch besonders stark erhöht, ein Indiz für die derzeit positiven Erwartungen der Branche. Ebenfalls überdurchschnittlich war die Zunahme der Anzeigen bei der Elektrotechnik und Elektronikindustrie (plus 40 Prozent) und bei den Medienunternehmen und Telekommunikationsanbietern (plus 36 Prozent). Geringere Zuwächse gab es bei Banken, Versicherungen und dem Handel (plus 16 Prozent) und bei der Chemie- und Pharmaindustrie (plus 10 Prozent). Die Anzeigen aus dem Fahrzeug- und Maschinenbau gingen sogar leicht um fünf Prozent zurück.

Betriebswirtschaftler an der Spitze

Die Kenntnis komplexer Abläufe in Wirtschaftsunternehmen ist eine entscheidende Qualifikation für angehende Marketingexperten. Dieses Know-how bringen vor allem Wirtschaftswissenschaftler mit. Die Folge: Mit 1.800 Anzeigen galten rund zwei Drittel aller Offerten Betriebswirten. Gegenüber 2003 nahm die Zahl der einschlägigen Inserate um 22 Prozent zu. Damals erschienen 1.480 Anzeigen für Wirtschaftswissenschaftler. Daneben kommen beim Thema Marketing vor allem Ingenieure sowie Mediziner und Naturwissenschaftler zum Zuge. Für Ingenieure der

unterschiedlichen Fachrichtungen erschienen 430 Anzeigen, das entspricht einem Anteil von 16 Prozent. 250 der Stellenanzeigen, das sind neun Prozent, galten Mediziner und Naturwissenschaftlern.

Natürlich unterscheiden sich die Jobchancen für die genannten Berufsgruppen je nach Branche. Betriebswirte werden zwar von allen Wirtschaftssparten gesucht, je nach Sparte rundet aber technisches Wissen das Profil eines Marketingspezialisten ab. So suchten Chemie- und Pharmaunternehmen besonders häufig Naturwissenschaftler und Mediziner, diese Berufsgruppen werden mit 45 Prozent der Anzeigen aus der Chemie- und Pharmawirtschaft nachgefragt. Die Elektronikindustrie und die Elektrotechnik hingegen sprach in der Hälfte ihrer Anzeigen Ingenieure an, allen voran die Fachrichtungen Elektro- und Nachrichtentechnik. ■

! info

arbeitsagentur.de

Im Virtuellen Arbeitsmarkt der Bundesagentur für Arbeit können Interessierte nach Stellenangeboten recherchieren.
<http://www.arbeitsagentur.de>

BERUFENET

In der Datenbank für Ausbildungs- und Tätigkeitsbeschreibungen der Bundesagentur für Arbeit erhalten Sie mit dem Suchwort „Marketing“ ausführliche Informationen über Berufsbilder, Anforderungen und Zugangsmöglichkeiten.
<http://www.arbeitsagentur.de>

Deutscher Marketing-Verband e.V.

Dachverband der regionalen Marketing-Clubs mit Kontaktinformationen
Benrather Straße 12
40213 Düsseldorf
Tel. 02 11/8 64 06-0
E-Mail: info@marketingverband.de
<http://www.marketingverband.de>

Die Marketing Community

Hier können Sie sich über Messen, Kongresse und Seminare zum Thema Marketing informieren.
<http://www.marketing.de>