

ERFOLGSBAROMETER

Der Vertrieb und Akademiker – für viele Absolventen geht das nicht zusammen. Doch genauer hinschauen lohnt sich.

Der Vertrieb ist seine Passion. Für Vertriebscoach Martin Limbeck gibt es keine bessere Tätigkeit als eine in Vertrieb und Verkauf. Das liegt auch daran, dass er den Vertrieb auf diese Kurzformel bringt: das Verkaufen von Produkten und Dienstleistungen. Und dabei steht der erfolgreiche Vertragsabschluss im Mittelpunkt. Im Vertrieb kann man zügig aufsteigen, schnell erfolgreich sein – und dabei vergleichsweise gut verdienen. Eigentlich müssten Vertriebsjobs bei Akademikern ganz oben auf der Wunschliste stehen. Das tun sie aber nicht – noch nicht.

Akademiker gesucht

Viele Absolventen verbinden aber noch alte Vorurteile mit dem Vertrieb – etwa ständiges Reisen und mühsames Klinkenputzen. Dabei sind die angebotenen Produkte

und Dienstleistungen komplexer geworden und damit auch die Aufgaben im Vertrieb. Gerade in der Vertriebsführung – und da wollen die meisten Absolventen hin – sind die Anforderungen in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. Um einen akademischen Abschluss kommen Einsteiger deshalb heute kaum noch herum. Aber ist es möglich, direkt in die Top-Etage aufzusteigen und sich Pflichtübungen wie Kaltakquise oder Kundenbetreuung zu sparen? In der Praxis funktioniert das kaum, denn schließlich muss auch eine Führungskraft etwas vom Tagesgeschäft verstehen. Wer damit nichts anfangen kann, wird mit Sicherheit auch kein guter Vertriebsmanager. Für Verkaufstrainer Martin Limbeck gehört Praxiswissen zu einer Führungskraft dazu: „Es gibt so etwas wie Stallgeruch. Führungskräfte im Vertrieb sollten schon das Handwerk können und

deshalb mindestens zwei bis drei Jahre Verkaufserfahrung haben, bevor sie selbst Verkäufer leiten.“

Für Peter Winkelmann, Professor für Marketing und Vertrieb an der Hochschule Landshut, liegt der Schlüssel zur Vertriebserfahrung dagegen in Trainee-Programmen. „Absolventen sollten durch ein Trainee-Programm einen Bezug zu Markt und Kunden entwickeln“, fordert er. Aber eben keine Verkäufer mit Examen werden.

Unterschätzter Vertrieb

Deutlichen Verbesserungsbedarf sieht Peter Winkelmann bei den Hochschulen: „Dass die Hochschullehre Absolventen auf den Vertrieb vorbereitet, ist eher die Ausnahme in Deutschland“, kritisiert Winkelmann. „Die Unis überschätzen das Marketing und unterschätzen den Vertrieb.“ Ein betriebswirtschaftliches Studium und anschließend eine Trainee-Stelle in einem Unternehmen ist deshalb oft noch das Ticket für eine Führungsstelle im Vertrieb. Doch auch bei den Unternehmen macht Experte Winkelmann auf Fehler aufmerksam. Die fehlende Kundenorientierung sei noch immer eine Schwachstelle vieler Unternehmen, meint er. Trainee-Programme könnten hier ansetzen und die richtige Richtung vorgeben. >>>



THEMA Vertrieb

Wer im IT-Bereich oder der Pharma-branche im Vertrieb arbeitet, benötigt spezielles Fachwissen, um überzeugen zu können. In diesen Bereichen sind eher Informatiker oder Naturwissenschaftler gefragt. Kein Wunder, dass sich zunehmend Akademiker dafür interessieren. „Im Wettbewerb unter den Bachelor-Absolventen reicht ein kaufmännischer Standardabschluss kaum mehr aus, um in der Masse zu bestehen“, sagt Winkelmann. „Supply-Chain-Management, Customer-Relationship-Management und Kundenmanagement sind für Vertriebsführungskräfte heute ganz besonders wichtig.“

Die Nachfrage nach qualifizierten Kräften steigt enorm. „Doch viele Absolventen sind nicht wirklich darüber informiert, was Vertrieb überhaupt bedeutet. Vertrieb ist eben nicht nur Ver-

kaufen. Vertriebskonzeptionen müssen hart erarbeitet, Verkäufer müssen geführt werden. Diese Anforderungen werden oft übersehen“, so Peter Winkelmann.

Lebhafte Konkurrenz

Eine weitere Anforderung an Vertriebler: eine gewisse Frustrationstoleranz. Wer mit Niederlagen – seien es die eigenen oder die des Teams – nicht umgehen kann, wird sich schwertun im Vertrieb. Hartnäckigkeit und Ausdauer sind deshalb wichtige Voraussetzungen. Aber Druck muss nicht schlecht sein. „Ein echter Vertriebler ist auf jeden Fall ein Wettbewerbstyp“, sagt Verkaufstrainer Martin Limbeck. „Die richtige Einstellung ist dabei ganz wichtig. Langfristig ist nur erfolgreich, wer sich mit dem Produkt, dem Kunden und mit sich selbst identifizieren

kann. Man muss Überzeugungstäter sein, um sich im Vertrieb behaupten zu können.“ Konkurrenz und Wettbewerb bestimmen und beleben das Geschäft.

Wer diese Herausforderung schätzt, wird mit einem guten Gehalt, Provisionen und schnellen Aufstiegsmöglichkeiten belohnt. Die Leistung ist messbar: Die Umsatzzahlen sind das Erfolgsbarometer. „Nirgendwo zeigt sich der Spiegel der eigenen Leistung so klar wie im Ver-

INSIDER-SICHT

Markus Noll, 44, ist Filialgebietsleiter Köln bei der Postbank Filialvertrieb AG.



Willen zum Erfolg

Reizvoll an der Arbeit im Vertrieb ist der tägliche Umgang mit Menschen. Gleichzeitig haben Vertriebsmitarbeiter immer eine Umsatzverantwortung. Daraus ergibt sich ein hoher Grad an Selbstständigkeit und Eigenverantwortung. Durch Praktika können bereits Studenten die Weichen für eine Karriere im Vertrieb stellen. Außerdem sollte ihr Fachwissen immer auf dem letzten Stand sein: Was man verkaufen will, muss man gut kennen. Ein typischer Berufseinstieg kann ein vertriebsorientiertes Trainee-Programm sein. Es ist eine gute Basis für einen erfolgreichen Job. Zum Programm gehören verschiedene verantwortungsvolle Tätigkeiten, die die Eigeninitiative fördern und den Einsatz vielfältig und abwechslungsreich machen.

Um im Vertrieb erfolgreich zu sein, benötigen Absolventen neben Verkaufstalent einen ausgeprägten Erfolgswillen sowie zeitliche und örtliche Flexibilität. Ein gewisses Maß an Extrovertiertheit und Einfühlungsvermögen mit starkem Fokus auf Kundenwünsche und die Freude am Umgang mit Menschen sind zentrale Voraussetzungen.

trieb. Der persönliche Erfolg ist immer schnell nachweisbar. Je besser der Verkäufer, desto besser die Zahlen“, bestätigt Winkelmann. „Der Verkauf entscheidet über den Erfolg eines Unternehmens.“ Für Peter Winkelmann ist der Vertrieb deshalb eine der wichtigsten Abteilungen für den Markterfolg: „Der Vertrieb verantwortet einen Primärprozess. Die anderen Abteilungen – wie Marketing und Controlling – leben vom ihm.“ ☺

Edgar Naporra

QS WORLD MBA TOUR™

WELTWEIT FÜHRENDE MBA-MESSE

ÜBER 80 TOP BUSINESS SCHOOLS AUS DEN USA, KANADA UND EUROPA

Zürich
Donnerstag, den
22. Oktober

Frankfurt
Samstag, den
22. Oktober

München
Montag, den
24. Oktober

Exklusive Stipendien von
QS und access
we care for careers

Jetzt registrieren für freien Eintritt:
www.topmba.com