

„Vertrieb wird zum Ausbildungsberuf“



Aus- und Weiterbildung gewinnt im Vertrieb immer mehr an Bedeutung. *acquisa* sprach mit dem Präsidenten der Hochschule der Wirtschaft für Management (HdWM), Prof. Dr. Franz Egle, sowie Prof. Dr. Frank Reuter, Leiter des Studiengangs „Beratung und Vertriebsmanagement“ an der HdWM in Mannheim.

acquisa: Die Hochschule der Wirtschaft für Management hat nach Aussage des Wissenschaftsrates ein „neues Hochschulmodell“ entwickelt. Was ist „innovativ“ an Ihrer neuen Hochschule?

Prof. Dr. Franz Egle: Es stimmt, dass der Wissenschaftsrat – ein Gremium, welches die institutionelle Akkreditierung von privaten Hochschulen durchführt – die HdWM als ‚innovative Mischform zwischen einer klassischen Fachhochschule und einer Dualen Hochschule‘ beschrieben hat, mit Vorteilen sowohl für Absolventen als auch für Partnerunternehmen, wie zum Beispiel der Haufe Akademie. Diese sind von Anfang an an der unternehmensnahen Ausbildung der Studenten beteiligt. Formen der Beteiligung sind beispielsweise Vorträge zum Unternehmen, Round-table-Gespräche mit Studenten, Fallstudien, Praxissemester sowie die Bachelorarbeit. Insbesondere mittelständische Unternehmen, die üblicherweise nicht im Fokus von Studenten stehen, haben dadurch große Chancen, qualifizierte Nachwuchsfach- und führungspersonen einstellen zu können. Absolventen haben die Chance, ihre späteren Arbeitsplätze schon als Studenten kennenzulernen und produktiv im Unternehmen starten zu können.

„Es gibt einen zunehmenden Bedarf an akademisch gebildeten Vertriebsmitarbeitern.“

Prof. Dr. Franz Egle



acquisa: Weshalb haben Sie den vertriebsorientierten Studiengang „Beratung und Vertriebsmanagement“ konzipiert?

Prof. Dr. Franz Egle: Es gibt einen zunehmenden Bedarf an akademisch gebildeten Vertriebsmitarbeitern. Dies hängt zum einen mit dem überdurchschnittlich hohen Lebensalter von Vertriebsleitern zusammen. Hinzu kommt, dass bisher an Universitäten und Hochschulen kaum vertriebsaffine Erwerbspersonen ausgebildet werden. Außerdem werden Produkte im B2B-Bereich immer komplexer und anspruchsvoller, dies erfordert eine verstärkte Beratung auf akademischem Niveau. Der Studiengang „Beratung und Vertriebsmanagement“ hat in dieser Hinsicht ein Alleinstellungsmerkmal.

„Gute Verkäufer sind nur in Ausnahmefällen auch gute Vertriebsleiter.“

Prof. Dr. Frank Reuter



acquisa: Wie wählen Sie die Bewerber für den Studiengang aus?

Prof. Dr. Franz Egle: Die richtige Auswahl der Bewerber ist ein entscheidender Faktor für den späteren Erfolg. Da unsere Partnerunternehmen von Anfang an die Hälfte der Studiengebühren (300 Euro/Monat für 36 Monate) übernehmen, die Studenten aber erst im Laufe des Studiums kennenlernen, müssen wir die Auswahl sehr sorgfältig treffen. Wir haben hierfür ein 4-stufiges Verfahren gewählt: Hochschulzugangsberechtigung (Zeugnis), E-Profilung (Dahinter verbirgt sich ein online-basiertes Testverfahren, mit dem mentale Fähigkeiten, Verhalten und Berufsinteressen gemessen und mit den Benchmark-Profilen leistungsstarker Vertriebsmanager verglichen werden. Bei einer Über-

Interview

einstimmungsquote von > 60 Prozent empfehlen wir den Studiengang), Gruppenarbeit und Präsentation sowie das persönliche Interview mit den Studiengangsleitern. Danach sind wir relativ sicher, die geeigneten Bewerber gefunden zu haben.

acquisa: Welche Berufschancen haben Absolventen der HdWM?

Prof. Dr. Franz Egle: Die Berufschancen schätze ich als sehr gut ein. Zum einen liegt das an der demografischen Entwicklung und den Engpässen bei qualifizierten Fach- und Führungspersonen. Zum anderen liegt es an den unternehmens- und vertriebsnahen Studiengängen, für die es aus Sicht der Wirtschaft einen Bedarf gibt.

acquisa: Wie sieht eine akademische Weiterbildung an Ihrer Hochschule aus?

Prof. Dr. Franz Egle: Die akademische Weiterbildung, auch „Quartäre Bildung“ genannt, erfährt einen klaren Bedeutungszuwachs. Wir reagieren hierbei mit Weiterbildungsprogrammen, die in Seminarform angeboten werden. Hierbei haben wir bereits einen Weiterbildungsstudiengang zertifizieren lassen. Eine qualitative Steigerung ist dann ein spezifischer, berufsbegeleitender Masterstudiengang „MBA Sales Management“, den wir derzeit entwickeln und an dem auch die Expertise der Haufe Akademie berücksichtigt wird. Einen Einstieg starten wir mit der Weiterbildung der Haufe Akademie zum zertifizierten Vertriebsleiter. Hierfür gibt es eine Kooperationsvereinbarung zwischen der HdWM und der Haufe Akademie.

acquisa: Vertrieb ist kein Ausbildungsberuf, er lebt von Quereinsteigern. Wie wichtig ist regelmäßige Weiterbildung für Vertriebsmitarbeiter?

Prof. Dr. Frank Reuter: Es ist richtig, dass Vertrieb bislang kein Ausbildungsberuf ist. Das ändert sich jedoch in Zukunft, wenn die ersten Absolventen unserer Vertriebshochschule in den Beruf einsteigen. Für die bisherigen Quereinsteiger ist regelmäßige Weiterbildung Pflicht.

acquisa: Weiterbildung kostet nicht nur Geld, sondern auch Zeit. Zeit, die Vertriebsmitarbeiter nicht beim Kunden sind. Zeit, die Umsatz kostet. Wie sehen erfolgreiche Weiterbildungskonzepte für Vertriebler aus?

Prof. Dr. Frank Reuter: Sicher ist es für Vertriebsmitarbeiter von Vorteil, wenn sie Qualifizierungsmaßnahmen freitags und samstags besuchen können. Unsere zertifizierten Weiterbildungsveranstaltungen finden einmal pro Monat an Wochenenden statt. Im Mittelpunkt jeder Maßnahme sollte aber die Umsetzung stehen. Dabei sollten die Mitarbeiter begleitet werden oder wenigstens eine Plattform zur Verfügung haben, über die sie ihre Erfahrungen austauschen oder dem Trainer Fragen stellen können.

Zur Vor- und Nachbereitung kann man zum Beispiel ergänzend zum Präsenzseminar auch eLearning oder Mobile Learning einsetzen.

acquisa: Um welche Inhalte geht es dabei? Produktwissen kommt ja meist vom Unternehmen selbst. Was müssen Vertriebsleiter wissen?

Prof. Dr. Frank Reuter: Wichtig ist die Suche und Auswahl von geeigneten Vertriebsmitarbeitern, die Einarbeitung, Motivation, Führung von Vertriebsmitarbeiter/innen, die Vertriebssteuerung (zum Beispiel Vergütung, Zielvereinbarung und Incentivierung) und das Vertriebscontrolling.

acquisa: Viele Führungskräfte im Vertrieb haben ein Studium absolviert. Brauchen sie für ihre Aufgaben noch weiteres akademisches Rüstzeug?

Prof. Dr. Frank Reuter: Ja, und zwar akademische Weiterbildung in Vertriebsmanagement und Beratungskonzeptionen.

acquisa: Was ist eigentlich von sogenannten Verkaufstrainern zu erwarten?

Prof. Dr. Frank Reuter: Pauschal zu urteilen ist immer unbefriedigend – sicher gibt es hier „Gurus“, die auf Kick-off oder Produkteinführungsveranstaltungen und Incentives augenscheinlich für ein wahres Feuerwerk sorgen, das sich jedoch schnell als Rauch und Nebelschwaden entpuppt. Mit nachhaltiger Weiterbildung haben diese Auftritte sicher nichts gemein.

acquisa: Unternehmen machen oft ihre besten Verkäufer zu Vertriebsleitern. Aber nicht jeder gute Verkäufer ist auch eine gute Führungskraft. Wie sollten Unternehmen (und auch Vertriebler) damit umgehen?

Prof. Dr. Frank Reuter: Gute Verkäufer sind nur in Ausnahmefällen auch gute Vertriebsleiter. In der Regel verliert man einen guten Verkäufer und gewinnt einen schlechten Vertriebsleiter. Die Unternehmen sind deshalb gut beraten, eine solche Beförderung vorher gut zu durchdenken.

acquisa: Social Media ist in der Kommunikationsbranche ein Riesenthema. Muss sich auch der Vertrieb mit Twitter, Facebook & Co. auseinandersetzen? Gibt es da auch Weiterbildung und Qualifizierung in diesem Bereich?

Prof. Dr. Frank Reuter: Vertrieb über Social Media ist inzwischen notwendig, aber längst nicht hinreichend. Der richtige Umgang mit Social Media sollte trainiert werden. Dazu müssen Unternehmen zusammen mit Spezialisten Konzepte entwickeln.

Services

Unsere Weiterbildungsempfehlung:

50.59 ▶

Weiterbildung zum Vertriebsleiter

In Kooperation mit der Hochschule
der Wirtschaft für Management (HdWM),
Mannheim



Vertriebsteams zu entwickeln, Vertriebsstrategien zu implementieren sowie Vertriebsprozesse zu steuern, sind die Kernaufgaben eines Vertriebsleiters. Effektivität und Effizienz in der Führungsarbeit sowie Verhandlungssouveränität mit Top-Kunden bestimmen zudem Ihren Erfolg. Trainieren Sie, wie Sie diese wichtigen Fertigkeiten, Verkaufstechniken und -tools beherrschen und in Ihrer täglichen Praxis erfolgreich zum Einsatz bringen.

www.haufe-akademie.de/50.59

Dieser Beitrag hat Ihnen gefallen?

Unsere kostenlosen Newsletter halten Sie rund um betriebliche Themen auf dem Laufenden. Einfach anmelden unter:

www.haufe.de/akademie/newsletter

Wir freuen uns über Feedback und Anregungen unter
service@haufe-akademie.de

Telefonisch erreichen Sie uns unter
0761 898-4477

