

Gesucht – die Rennpferde im Unternehmen

Hoher Druck und negatives Image – dennoch gilt der Sales-Bereich als Steigbügel nach oben und in dieselbe Richtung galoppiert dessen Vergütung.



Niklas Tripolt, VBC: „Spitzenverkäufer sind immer zu pflegen und zu hegen wie Rennpferde.“



Christoph Stieg, perfect training: „Besonders Banken suchen Key-Account-Manager.“



Simone Oremovic, IBM: „Ein guter Verkäufer ist nicht gleichzeitig eine Führungskraft.“



Iris Brachmaier, Mond: „Interne Trainings wie Verhandlungstechnik und Value-Selling.“

VON FERDINAND WALDSTEIN

»Sales-Mitarbeiter im B2B-Außen-dienst oder in der Key-Account-Betreuung sind momentan hochgesuchte Spezies. Die Tageszeitungen sind voll mit Jobinseraten aus dem Verkauf“, bringt es Niklas Tripolt, geschäftsführender Gesellschafter VBC Academia Gesellschaft für Erwachsenenbildung, eines der führenden Verkaufstrainingsinstitute Mitteleuropas, auf den Punkt. Obwohl die Mehrheit der Stellen im „Business-to-Consumer“-Bereich (B2C) ausgeschrieben sind, haben die Unternehmen auch im „Business-to-Business“ (B2B) herausgefunden, dass sie aufgrund der Marktbedingungen wieder auf Teufel komm raus aktiv verkaufen müssen.

Für Christoph Dovits, Senior Consultant Kienbaum Management Consultants, ist hingegen völlig klar: „Was momentan wirklich dringend gesucht wird, sind Mitarbeiter für den Vertrieb von technischen Produkten und Dienstleistungen. Da fehlt es eindeutig an der breiten Verfügbarkeit.“ Dabei stechen vor allem die Branchen Elektrotechnik und IT-Software, Anlagen- und Maschinenbau, Automotive, aber auch Pharma hervor.

Mehr Verantwortung, mehr Geld

Laut Christoph Stieg, geschäftsführender Gesellschafter perfect training, werden derzeit mengenmäßig Außendienstmitarbeiter gesucht, „die quasi mit besten Produkten für hohe Schlagzahl sorgen und möglichst viele Kunden persönlich ansprechen, also die Basis des Vertriebs. Hier gibt es auch die größte Fluktuation“.

Für die Höhe des Gehalts aber ausschlaggebend sind neben der Branche und der Erfahrung vor allem der Anteil der Außendienstfunktion als auch natürlich die Personalverantwortung. Der Gehaltsstudie der Personalberatung Michael Page für das Jahr 2012 zufolge wird im Sales das höchste Durchschnittsgehalt in großen Einzelhandelsunternehmen gezahlt, noch vor Industrie- und Konsumgüterunternehmen. Zu einem anderen Ergebnis kommt die Umfrage der jobs Personalberatung für 2013, die die höchsten Gehälter in der Elektrotechnik sieht, gefolgt von IT & Software – siehe Tabellen.

Key Account

Einen besonderen Stellenwert in Sales hat der oft gesuchte Key-Account-Manager, der sich verkaufstechnisch ausschließlich um die besten Kunden des

Unternehmens kümmert. Zwar gibt es kaum Key-Account-Manager im Einzelhandel, sehr wohl aber in der Industrie und im Konsumgüterbereich, wobei laut Michael-Page-Studie in industriellen Großunternehmen am meisten gezahlt wird. „Im Key-Account-Bereich sind wir verstärkt auf der Suche nach Mitarbeitern mit akademischem Background. Im rein technischen Vertrieb ist für uns eine einschlägige Fachausbildung – technische Lehre, Erfahrung im Verkaufsbereich – und Projektmanagementenerfahrung wichtiger als die akademische Ausbildung“, bringt es dabei Johanna Hummelbrunner, Personalleiterin Bosch Österreich, auf den Bildungspunkt für die momentan beliebten Funktionen.

„Besonders aber Banken suchen Key-Account-Manager, die viele Kompetenzen vereinen, die Geschäftsperspektive des Kunden verstehen und im Hintergrund die Spezialisten für sich arbeiten lassen“, ergänzt Stieg.

Gehaltsstudie 1: Gehälter laut jobs Personalberatung

Nach Funktion in EUR brutto im Schnitt p. a.	
Positionen	Gehalt
Verkaufs-/Vertriebsleitung	80.000,-
Product Management/Marketing	52.000,-
Verkaufsaufsendienst	55.000,-
Verkaufsinendienst mit Außendienstfunktion	44.900,-
Verkaufsinendienst	38.000,-
Nach Branche in EUR brutto im Schnitt p. a.	
Branche	Gehalt
Elektro/Elektrotechnik	123.617,-
IT & Software	99.722,-
Beratung und Consulting	96.500,-
Eisen/Metal	80.844,-
Banken und Versicherungen	80.147,-
Pharma	72.800,-
Chemie	65.833,-
Baugewerbe	57.565,-
Nahrungsmittel und Konsumgüter	56.190,-
Automobil	54.892,-
Medienbranche, Verlagswesen	53.025,-
Telekommunikation	43.190,-
Werbung/Marketing	36.671,-
Transport und Verkehr	33.156,-
Energie	29.964,-
Touristik (Sport); Beherbergung	18.900,-

Quelle: Gehaltsstudie 2013 jobs Personalberatung GmbH

Fotos: VBC/Photo Winkler Bad Endorf, perfect training, Pepo Schuster, Foto Andri Bruckner

Fix ist vor allem variabel

Gute und langfristige Kundenbeziehungen müssen interessanterweise nicht immer die höchste Umsatzerzielung für den Mitarbeiter bzw. einen guten Verkäufer bedeuten, weil er dann laut Tripolt selten die Kundenwünsche mit den eigenen Vertriebszielen synchronisieren kann.

Aber gerade diese Ziele bestimmen ja den variablen Gehaltsanteil. Besagter variabler Anteil bewegt sich meist zwischen 15 und 40 Prozent des Jahresge-

samtbezuges, ist also eine wichtige Größe. Als Faustregel gilt, wenn der Gesamtvertriebserfolg unmittelbar auf den einzelnen Mitarbeiter zurückzuführen ist, dann ist der variable Anteil des Gehalts höher, beispielsweise ist es so im Großhandel, Pharma- oder Strukturvertrieb. Je größer das Volumen und je komplexer das Produkt, umso geringer in der Regel der variable Anteil, beispielsweise der Fall im Anlagenbau. Aber auch ein reines Fixgehalt ist im Vertrieb nicht marktunüblich.

Auffallend: die Diskrepanz zwischen Mann und Frau. Das männliche Geschlecht hat laut der jobs-Personalberatung-Umfrage einen mehr als doppelt so hohen variablen Anteil am durchschnittlichen Jahresbruttogehalt als das weibliche. Frauen stellen im B2C-Bereich bei Weitem die Mehrheit der Sales-MitarbeiterInnen, was sich im B2B-Bereich genau ins Gegenteil verkehrt, vor allem im Außendienst.

Die Branche der Beratung und des Consultings liegt an der Spitze der Hö-

Gehaltsstudie 2: So viel verdient man brutto pro Jahr laut Michael Page

Position	Berufserfahrung in Jahren	Industrie				Konsumgüter				Einzelhandel			
		Mittelstand		Großunternehmen		Mittelstand		Großunternehmen		Mittelstand		Großunternehmen	
		Minimum	Maximum	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum
Sales-Director	5-10	72.000,-	100.000,-	77.000,-	133.000,-	70.000,-	90.000,-	80.000,-	110.000,-	75.000,-	100.000,-	90.000,-	120.000,-
	>10	92.000,-	133.000,-	120.000,-	165.000,-	90.000,-	110.000,-	120.000,-	150.000,-	100.000,-	140.000,-	130.000,-	170.000,-
Sales-Area-Manager	0-5	38.000,-	65.000,-	42.000,-	80.000,-	30.000,-	40.000,-	40.000,-	55.000,-	45.000,-	60.000,-	50.000,-	75.000,-
	5-10	58.000,-	80.000,-	56.000,-	70.000,-	40.000,-	48.000,-	45.000,-	60.000,-	60.000,-	80.000,-	75.000,-	90.000,-
	>10	65.000,-	93.000,-	70.000,-	105.000,-	50.000,-	65.000,-	65.000,-	75.000,-	75.000,-	95.000,-	90.000,-	110.000,-
Key-Account-Manager	5-10	55.000,-	75.000,-	56.000,-	90.000,-	50.000,-	65.000,-	65.000,-	85.000,-				
	>10	68.000,-	90.000,-	82.000,-	110.000,-	60.000,-	70.000,-	70.000,-	95.000,-				

*] nicht im Einzelhandel

Quelle: Michael Page Sales & Marketing | Salary Survey 2012



► Karriere als Verkäufer

Ausbildungen für Sales

Studiengänge	Anbieter	Abschluss	Ansprechpartner
Auswahl an FH-Studiengängen [siehe dazu auch GEWINN-Titelgeschichte ab Seite 20]			
Marketing & Sales	FH-Wien	Bachelor	Martin Pittner, martin.pittner@fh-wien.ac.at
Marketing- & Salesmanagement	FH-Wien	Master	Gerald Janous, gerald.janous@fh-wien.ac.at
Marketing and Sales	FH-Krems	Master	Petra Frings, Sonja Hörker, Wolfgang Kaltenbrunner, 02732/802-104/-512/-515, information@fh-krems.ac.at
Marketing & Sales	FH-Campus 02 Graz	Bachelor	Eva-Maria Moitzi, 0316/6002-686, eva-maria.moitzi@campus02.at
Sales Management	FH-Campus 02 Graz	Master	Bettina Stangl, 0316/6002-625, bettina.stangl@campus02.at
Global Sales and Marketing	FH-Steyr	Bachelor	Verena Gerstmayr, 050 804-33500, gsm@fh-steyr.at
Global Sales and Marketing	FH-Steyr	Master	Aline Kesehage, 050 804-33600, gsm-master@fh-steyr.at
Auswahl an Lehrgängen			
Universitätslehrgang Werbung & Verkauf	WU-Wien	Akadem. Marketing- und Salesmanager	Maria Knirsch, 01/313 36-4612, werbung.verkauf@wu.ac.at
Certified Marketing & Sales Manager	Donau-Universität Krems	Zertifikat	Helga Wannerer, 02732/893-2128, helga.wannerer@donau-uni.ac.at
Premium Sales	Donau-Universität Krems	Zertifikat	Helga Wannerer, 02732/893-2128, helga.wannerer@donau-uni.ac.at
Auswahl an Postgraduates			
MBA Sales Management Excellence	LIMAK Austrian Business School	MBA	Sigrid Prammer, 0732/66 99 44 127, sigrid.prammer@limak.jku.at
Danube Professional MBA Marketing & Sales	Donau-Universität Krems	MBA oder Zertifikat	Helga Wannerer, 02732/893-2128, helga.wannerer@donau-uni.ac.at
Professional MBA Marketing & Sales	WU-Wien	MBA	Anna Maria Nusko, 01/313 36-5225, pmbs_ms@wu.ac.at
Executive Management MBA Programm	Sales Manager Akademie Wien	MBA	Sonja Losert, 01/370 88 77, info@sales-manager.at

► he der variablen Anteile, mit einem durchschnittlichen Betrag von 39.000 Euro, gefolgt von IT und Software mit 38.000 Euro sowie Banken und Versicherungen mit 26.000 Euro.

Hans Krankl und José Mourinho

„Früher wäre für viele Akademiker der Vertrieb komplett außerhalb ihres Radars gewesen, nur gibt es inzwischen so viele Jobs im Vertrieb, dass auch die Akademiker dorthin müssen, bzw. wissen sie einfach, dass gute Vertriebler sehr gefragt sind und dieser Job große Chancen darstellen kann“, erklärt Stieg gewisse Vorurteile und Vorteile des Vertriebs. Simone Oremovic, HR Direktorin IBM Österreich, sieht es gelassener: „Der Anteil der Akademiker in unserer Sales-Mannschaft überwiegt und dieser Trend setzt sich fort. Ausschlaggebend ist allerdings im Einstellungsprozess das Sales-Talent der Bewerber und nicht die akademische Vorbildung. Wir haben beispielsweise immer wieder ehemalige Lehrlinge, die eine Sales-Karriere beginnen.“

Betreffend Karriere gibt Stieg Grund zur Vorsicht: „Man muss sauber zwischen Hierarchie- und Job-Level unterscheiden. Es will nicht jeder Topverkäufer auch Führungskraft werden, somit braucht dieser weitere Entwicklungsmöglichkeiten auf seinem Job-Level, ohne in eine weitere Hierarchie-

stufe zu kommen oder kommen zu müssen. Wird der Spitzenverkäufer nur Führungskraft wegen fehlender weiterer Job-Level-Chancen, weil man nicht weiß, wie man ihn weiterentwickeln und wertschätzen soll, hat man oft einen guten Verkäufer verloren und eine schlechte Führungskraft gewonnen.“

Hier gibt Tripolt ein nettes Beispiel: „Hans Krankl war ein Spitzenfußballer, aber seine Leistungen als Trainer waren bescheiden. José Mourinho war nie ein Spitzenfußballer, ist aber ein Spitzentrainer. Spitzenverkäufer sind immer zu pflegen und zu hegen wie Rennpferde. Sie sind sensibel und bewusst leistungsorientiert bezahlt.“

Fachkompetenz zuerst

Für die Personaler von Verbund, OMV, voestalpine, Andritz, Novomatic und Mondi Group ist unisono die technische Fachkompetenz Grundvoraussetzung für einen erfolgreichen Sales-Mitarbeiter, „wobei aber auch Quereinsteiger mit Vertriebserfahrung aus anderen Branchen für eine Sales-Laufbahn in Frage kommen. Daher legen wir neben der fundierten Basisausbildung sehr viel Wert auf spezifische Sales-Ausbildungen“, prescht Georg Westphal, Bereichsleiter strategisches Personalmanagement Verbund, vor. „Ein speziell verkaufsorientiertes Studium ist für uns aber nicht zwingend

erforderlich“, relativiert ein Sprecher der OMV und dem stimmt auch die Mehrheit der befragten Personaler zu.

In Österreich gibt es daher auch keine eigenen Sales-Studiengänge bzw. sind alle immer in Kombination mit Marketing. Dennoch sind spezifische Sales-Ausbildungen ein Plus, aber absolut nicht vorrangig bzw. werden im Laufe der Berufsausübung wie bei Mondi Group Österreich unternehmensintern „in Form von Verhandlungs- und Präsentationstechnik sowie effizientes Zeit- und Kundenmanagement als auch Cross- und Value Selling trainiert“, so Iris Brachmaier, Human Resources-Managerin – die im Übrigen einen durchschnittlichen Bonus-Anteil für ihre Sales-Mitarbeiter von 30 Prozent vorsieht.

Betreffend konkreter Positionen sind bei OMV „eine Handvoll Sales-Positionen“ offen, bei Mondi Österreich sechs, ebenso viele wurden exemplarisch bei voestalpine genannt, bei Andritz fünf, bei Novomatic und Verbund sowie IBM laufend und nach Bedarf.

Verkaufskongress

21./22. März 2013, 5. VBC-Verkaufskongress in der WKÖ in Wien; www.vbc.biz