



WIRTSCHAFTSINGENIEURE IM VERTRIEB

von Albrecht FERLING, Dipl.-Ing. Dr.techn., WIV

Hewlett-Packard Ges.m.b.H., Österreich

1. AUSGANGSSITUATION

Spricht man mit Absolventen von technischen Universitäten über ihre beruflichen Vorstellungen, so fällt immer wieder eines auf: die meisten sehen ihre berufliche Zukunft in den mittelbezogenen Funktionsbereichen (Materialwirtschaft, Informationswesen, Finanzwesen, etc.) und den marktleistungsbezogenen Funktionsbereichen Forschung und Entwicklung und Produktion einer Unternehmung. Der für den wirtschaftlichen Erfolg wichtigste marktleistungsbezogene Funktionsbereich, nämlich der Vertrieb, wird dagegen mit einem gewissen Unbehagen betrachtet bzw. als eine Aufgabe angesehen, für die man als Diplom-Ingenieur eigentlich überqualifiziert ist. Diese ablehnende Haltung gegenüber dem Vertrieb kommt sicherlich aus folgenden Gründen zustande:

1. der Unterschied zwischen einem Verkäufer für Konsum- bzw. Massenartikel auf der einen Seite und einem Vertriebsingenieur für technisch hochentwickelte Investitionsgüter (z.B. Computer) auf der anderen Seite wird nicht gesehen. Daher ist der Beruf eines Verkäufers oft mit den negativen Assoziationen eines "typischen Vertreters" oder "Klinkenputzers" etc. belegt.
2. Junge, noch nicht etablierte Branchen, neigen gerade in ihrer Gründungsphase zu rüden Verkaufsmethoden.

Sieht man von diesen Auswüchsen ab, bietet aber der Vertrieb dem Einzelnen ein interessantes, abwechslungsreiches und selbständiges Aufgabengebiet. Ziel dieses Artikels ist es daher, Informationen zu geben über die mannigfaltigen Aufgaben im Vertrieb und zu zeigen, daß gerade Wirtschaftsingenieure die idealen Voraussetzungen für die Erfüllung dieser Aufgaben mitbringen.

2. ORGANISATION DES VERTRIEBES

Für die Organisation des Vertriebes gibt es verschiedenste Möglichkeiten. Selbst die Begriffe "horizontaler" und "vertikaler Verkauf" werden in den Firmen unterschiedlich gehandhabt. So wird zum Beispiel unter "horizontalem Verkauf" verstanden, daß ein Vertriebsingenieur in einer Region für mehrere unterschiedliche Produkte zuständig ist. "Vertikaler Verkauf" dagegen stellt eine Spezialisierung auf bestimmte gleichartige Produkte oder auf spezielle Branchen dar.

In einer anderen Definition bedeutet "horizontaler Verkauf", daß ein Vertriebsleiter bemüht ist, in möglichst vielen Firmen zumindest ein Produkt abzusetzen. "Vertikaler Verkauf" heißt dann, daß eine Firma von einem Vertriebsingenieur vollkommen durchdrungen wird, und zwar von der Produktion bis zur Buchhaltung ("Assigned Accounts"). Eine zusätzliche Einschränkung wird dazu noch hinsichtlich der Produktgruppen gemacht.

Für welche dieser unterschiedlichen Verkaufsorganisationen man sich entscheidet, hängt natürlich von der Marktdurchdringung, den Produkten und der Größe der zu betreuenden Firmen ab.

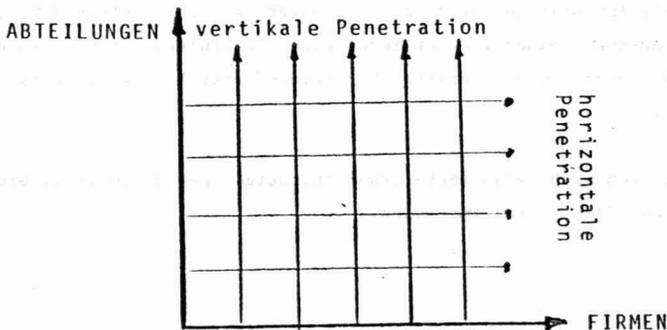
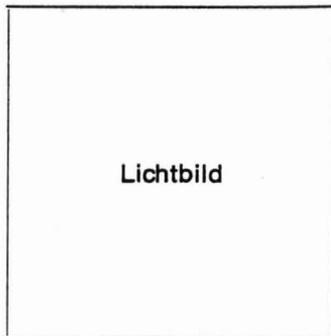


Abb.1: horizontale/vertikale Penetration d. Marktes am Beispiel HEWLETT-PACKARD



.....
Zuname

.....
Vorname

.....
Akad. Grade

.....
Berufstitel

Mitglied seit:

geb. am: **in:** **Land:**

Staatsbürgerschaft

II. Staatsprüfung abgelegt am:

Wahlrichtung:

Ich unterstütze die Ziele und Zwecke des WIV Graz und erkläre meinen Beitritt dazu

.....
Unterschrift

Bitte wenden!

Akad. Grade

Zu- und Vorname

Anschrift:

Strabe, Hausnummer

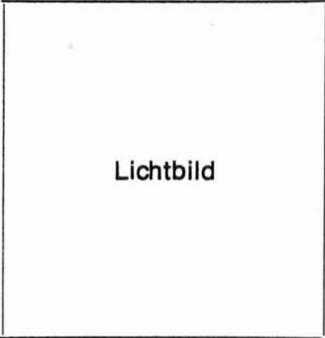
freilassen Postleitzahl

Wohnort

Heimatadr.:

Telefon:

freilassen:



Lichtbild

.....
Zuname

.....
Vorname

.....
Akad. Grade

.....
Berufstitel

Mitglied seit:

geb. am: in: Land:

Staatsbürgerschaft

II. Staatsprüfung abgelegt am:

Wahlrichtung:

Ich unterstütze die Ziele und Zwecke des WIV Graz und erkläre meinen Beitritt dazu

.....
Unterschrift

Bitte wenden!

Akad. Grade

Zu- und Vorname

Anschrift:

Straße, Hausnummer

freilassen Postleitzahl

Wohnort

Heimatadr.:

Telefon:

freilassen:

3. AUFGABEN EINES VERTRIEBSINGENIEURS

Am besten kann man den Vertrieb von Investitionsgütern heute als längerfristige Partnerschaft zwischen dem Verkäufer auf der einen Seite und dem Einkäufer bzw. Endverbraucher auf der anderen Seite zu ihrem gegenseitigen Nutzen charakterisieren. Die hier anfallenden Aufgaben lassen sich in

- indirekte Verkaufsaufgaben und
- direkte Verkaufsaufgaben einschl. Beratung

unterteilen. Indirekte Verkaufsaufgaben beinhalten die administrativen Tätigkeiten wie Weitergabe ordnungsgemäß ausgefüllter und geprüfter Kundenbestellungen, Besprechungen mit verkaufsunterstützenden Abteilungen wie Marketing, Auftragsabwicklung, Kreditkontrolle, etc. Dieser Aufgabenkomplex umfaßt etwa 1/5 der Gesamttätigkeit eines Vertriebsingenieurs im Außendienst.

Den Rest der Zeit verbringt er im direkten Verkaufsprozeß in Kontakt mit den Kunden. Über einen Kontakt und der Qualifizierung der Wichtigkeit des Kunden kommt der Vertriebsingenieur zum eigentlichen Kundengespräch. Hier geht es darum, zuerst einmal das Anliegen bzw. die Wünsche des Kunden verstehen zu lernen und ihn dann hinsichtlich verschiedenster Lösungsmöglichkeiten zu beraten. Im weiteren muß der Vertriebsingenieur dann beurteilen können, ob eines seiner Produkte die Kundenwünsche befriedigen kann oder nicht. Wenn dies der Fall ist, wird er die für den bestimmten Kunden interessanten Spezifikationen ("Benefits") seines Produktes präsentieren und dann zu einem Verkaufsabschluß kommen. Das heißt aber auch, daß der Vertriebsingenieur nicht unbedingt nur einen sofortigen Verkaufsabschluß im Auge hat, sondern im Gegenteil auch dem Kunden ehrlich sagt, wenn er dessen Wünsche mit seinen Geräten nicht optimal erfüllen kann, denn nur so läßt sich eine langfristige Zusammenarbeit einrichten.

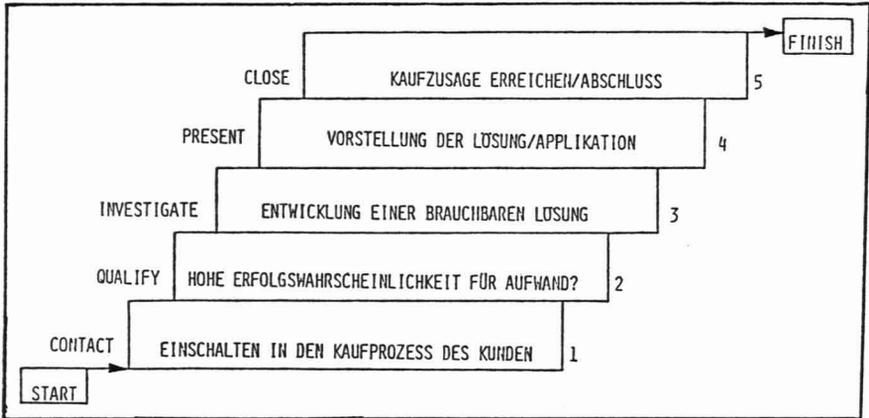


Abb. 2: Die 5 Verkaufsstufen im Verkaufsprozeß

4. ANFORDERUNGEN AN DEN VERTRIEBSINGENIEUR

Der Vertriebsingenieur arbeitet weitgehend selbständig.

Eingeschränkt wird er nur durch

- die Festlegung des Verkaufsgebietes
- die Festlegung der Verkaufsorganisation (siehe Abschnitt 2)
- die Produkte
- die Preisgestaltung

Es wird daher von jedem Vertriebsingenieur grundsätzlich erwartet, daß er ein hohes Durchsetzungsvermögen, gutes Auftreten, Kontaktfähigkeit und die Bereitschaft zu reisen mitbringt. Dazu sollte er im internationalen Kontakt über Fremdsprachenkenntnisse (Englisch!) verfügen.

Die übrigen Anforderungen lassen sich leicht aus den im vorherigen Abschnitt beschriebenen Vertriebsaufgaben ableiten. Hier ist in erster Linie ein technisches Verständnis der eigenen Produkte und der Konkurrenzprodukte zu nennen sowie ein Verstehen der unterschiedlichsten Betriebsabläufe. Der Kunde erwartet nämlich, daß der Vertriebsingenieur sich genau in seine Situation

hineinversetzen und Lösungsvorschläge präsentieren kann, die exakt seinen Vorstellungen entsprechen.

Neben diesem hohen technischen Verständnis, muß der Vertriebsingenieur auch ein kaufmännisches Geschick besitzen. Das heißt, daß er sich innerhalb der ihm gesetzten Restriktionen selbst organisieren muß und die wirtschaftliche Komponente in seinen Lösungsvorschlägen für den Kunden nicht vernachlässigen darf. Zusätzlich benötigt er Grundkenntnisse des Rechts, um auch die administrative Seite des Verkaufes richtig initiieren zu können.

Das Verhältnis vom technischen zum betriebswirtschaftlichen Wissen des Vertriebsingenieurs sollte etwa 70:30 betragen.

5. INNERBETRIEBLICHE AUSBILDUNG

Selbstverständlich geben die größeren Firmen ihren neuen Mitarbeitern eine Ausbildung hinsichtlich der zu erwartenden Anforderungen mit. Im Vertrieb kann man hier zwischen den 3 Bereichen

- Personaltraining
- Verkaufstraining
- techn. Training

unterschieden.

1. Personaltraining

Unter Personaltraining werden jene Seminare verstanden, die den neuen Mitarbeiter mit seiner Firma vertraut machen sollen. Themenkreise sind hier u.a.

- Organisation der Firma
- Firmenphilosophie (Betriebsziele)
- Personalpolitik (Leistungsbeurteilung, Gehaltsadministration, etc.)
- betriebliche Regelungen

<u>Position Title</u>	<u>Organizational Unit</u>	<u>Date Completed</u>	<u>Position Number</u>
Field Engineer	Sales Region	12/15/78 (4/76 revised)	

Primary Function

Sells the Sales Region's products to customers.

Normal Minimum Position Qualifications

Bachelor's degree or equivalent combination of education and experience.

Principal Duties/Responsibilities

1. Sells Sales Region's products to customers by securing and renewing orders, arranging delivery dates, and performing other duties incident to actual selling.
2. Demonstrates and provides instruction on the use of products to customers and potential customers; and maintains contact with customers in relation to their requirements.
3. Plans and coordinates itinerary of calls; keeps records and makes reports on all phases of sales activities.
4. Confers with supervisor and suggests changes and improvements in product design, pricing and policies.
5. Participates in annual sales forecasts and in the determination of market potential.
6. Keeps informed of new products and other general information of interest to customers.
7. Investigates complaints and recommends or performs adjustments on products or equipment.
8. Develops concept of customer needs by studying their operations.
9. Performs tests on old or competitive equipment used by customers; assists in surveys or tests of new equipment.
10. Investigates new applications or improvements for products.
11. Checks on competitive activity.

2. Verkaufstraining

Das Verkaufstraining umfaßt die Aufgaben, die im Abschnitt 3 beschrieben wurden. Dies sind Trainings u.a. in

- Präsentationstechniken
- Verkaufsablauf
- Einwandbehandlung
- Abschlußtechniken
- Betreuung von Großkunden ("Major Accounts")

3. Technisches Training

Das Technische bzw. Produkttraining umfaßt sowohl Material zum Selbststudium als auch Training in den Fabriken.

In einer laufenden Veränderungen ausgesetzten Umwelt, muß Training aber auch als permanente Aufgabe für Arbeitgeber und Arbeitnehmer gesehen werden.

Neben diesem formalen Training, das innerhalb eines Zeitraumes von ca. 1 Jahr absolviert werden soll, stellt daher das "Training on the job" eine wichtige Ergänzung bzw. Voraussetzung dar. Denn erst im beruflichen Alltag erkennt man die Schwachstellen des eigenen Wissens und Könnens bzw. kann man die im Training erlernten Fähigkeiten einüben und internationalisieren.

6. KARRIEREMÖGLICHKEITEN

Im allgemeinen beginnt man im Vertrieb in einer Stabsfunktion im Innendienst. Die Aufgaben umfassen hier:

- Unterstützung des Vertriebsingenieurs im Außendienst
- administrative Verkaufsunterstützung
- Abhalten von Kundenseminaren/Produktdemonstrationen
- Betreuung von Verkaufsmessen

Nach etwa 1 Jahr wechselt man dann in den Außendienst (siehe Abschnitt 3). Weitere Aufstiegsmöglichkeiten sind dann zum Leiter eines Verkaufsdistriktes und zum Verkaufsleiter.

Die Gehälter, die im Vertrieb gezahlt werden, liegen etwa um 15 % über denen in Forschung und Entwicklung oder Produktion. Dazu kommt noch fallweise ein Dienstauto.

Die gezahlten Provisionen bewegen sich in der Höhe von 0 bis 60 %, bezogen auf den Gesamtbezug. Allerdings läßt sich heute ein Trend feststellen, das Verhältnis Grundgehalt zu Provision auf etwa 2 : 1 zu bringen. Zu viel Provision verleitet den Vertriebsingenieur zu leicht, seine Verkaufsbemühungen zu kurzfristig anzulegen und auch gegen besseres Wissen zu verkaufen. Keine bzw. eine geringe Provision dagegen würde den Bezug zur erbrachten Leistung verdecken.

Bei der Provisionsverrechnung gibt es im allgemeinen 2 unterschiedliche Systeme, die Team-Provision und die individuelle Provision.

Vorteile der Teamprovision sind:

- einfachere Bearbeitung neuer Märkte
- Erhöhung der Zusammenarbeit unter den Kollegen.

Die individuelle Provision erleichtert dagegen die Abgrenzung der Verantwortlichkeit.

Vertriebsingenieur im Innendienst	16.000,--	24.000,--
Vertriebsingenieur (mehrere Jahre Praxis)	26.000,--	40.000,--
Distriktverkaufsleiter	32.000,--	48.000,--
Verkaufsleiter	41.000,--	68.000,--

Abb. 4: Gehaltsspannen (pro Monat) im Vertrieb

7. RESÜMEE

Die Ausbildung zum Wirtschaftsingenieur entstand aus der Einsicht heraus, daß es zwischen Technik und Betriebswirtschaft viele Bereiche gibt, die nur unvollkommen bei einer einseitig geführten Betrachtungsweise abgedeckt werden können. Man wählte daher einen Studienplan, der zwar das hauptsächlichste Gewicht auf eine gründliche technische Ausbildung legt, aber auch der Betriebswirtschaft etwa 30 % der Lehrveranstaltungen einräumt. Vergleicht man nun diesen Studienplan mit den Anforderungen, die an einen Vertriebsingenieur gestellt werden, so erkennt man, daß hier eine große Übereinstimmung herrscht: Wirtschaftsingenieure bringen die ideale Voraussetzung zum Vertriebsingenieur mit.