



Der Handel wird als Arbeitgeber noch immer unterschätzt. Tolle Entwicklungschancen winken auch Uni-Absolventen. (Spar)

Führungsverantwortung in Turbogeschwindigkeit

Handel. Ein Karrierefeld, in dem sich auch immer häufiger Uni-Abgänger tummeln. Denn schnelle Verantwortung ist hier garantiert. VON MONIKA KRIWAN

„Für mich gehört lebenslanges Lernen dazu. Ich habe bei Spar als Lehrling begonnen, später die Matura absolviert und vor Kurzem an der Uni Graz das MBA-Studium ‚Export, Internationales Marketing und Internationales Management‘ abgeschlossen“, sagt Karin Doppelreiter (24), mittlerweile in verantwortungsvoller Position in der Zentrale des Handelsriesen tätig. Ihre „Karriere mit Lehre“ verdankt sie den vielen Weiterbildungs- und Weiterentwicklungschancen im Unternehmen – mit ständigem Praxisbezug: „Wissen, das ich mir im Studium angeeignet habe, kann ich Tag für Tag im Job umsetzen – unter anderem organisiere ich derzeit den Export nach Kroatien.“

Auch Stefan Lorenz, 38-jähriger Franchisenehmer von Mobilkom Austria, der in Kitzbühel eben seinen dritten A1-Shop eröffnet, startete mit einer Lehre (im Einzelhandel), nach Stationen in der Modebranche und im Elektrofachhandel wechselte das Verkaufstalent schließlich als A1-Shopleiter zum Mobilfunkunternehmen. „Ein gewisses Gespür für den Kunden sollte man im Blut haben, aber ohne Fleiß und Fortbildung geht gar nichts. Man muss immer auf dem letzten Stand sein.“ Als erster A1-Franchisenehmer des Pilotshops in Innsbruck entschied er sich

schließlich für die Selbstständigkeit. Mittlerweile hat er zwölf Mitarbeiter und pendelt zwischen drei Standorten hin und her: „Im Handel kann man enorm viel bewegen. Und mit Unterstützung eines starken Partners findet man gute Möglichkeiten, sich selbstständig zu machen.“

Toparbeitgeber Handelsketten

Das Image des Handels als Karriereprungbrett entdecken neuerdings immer öfter Jungakademiker. Laut Absolventen-Ranking des Employer-Branding-Unternehmens Universum nahm Spar 2009 bereits Platz 35 unter den Lieblingsarbeitgebern des Landes ein (2008 rangierte man noch auf Platz 75). Was

Hands-on-Branche

Handel erfordert Hausverstand

In kaum einer anderen Branche können Jungakademiker so schnell Führungsverantwortung übernehmen und dabei die eigenen Leadership-Skills abtesten. Gefragt sind unternehmerische Persönlichkeiten, die praktisch denken und zupacken können. Banal, aber wichtig im Umgang mit dem oft großen Team: mit den Mitarbeitern in deren Sprache sprechen zu können.

macht den Handel für Absolventen attraktiv? „Jobs für Akademiker müssen herausfordernd sein. Als Marktmanager sind Uni-Abgänger Chefs von mittelständigen Unternehmen mit 60 bis 150 Mitarbeitern“, sagt Klaus Pollhammer, kaufmännischer Vorstand bei Merkur/Rewe Group Austria. Intensive Kontakte und Kooperationen mit Universitäten hätten bereits Früchte getragen: „Es gibt so viele Initiativbewerbungen wie noch nie – hauptsächlich von Betriebswirtschafts- und FH-Absolventen.“ Wobei auch die Krise dem Lebensmittelhandel, der weiterhin auf Expansionskurs ist, zuspähen dürfte. Pollhammer: „Es gibt Trends, die uns zugutekommen, wie der Rückgang des Außer-Haus-Verzehrs oder der Urlaub daheim.“

Die vergleichsweise hohe Stabilität des Handels macht man auch beim Lebensmitteldiskonter Hofer für die Zunahme an qualifizierten Bewerbern verantwortlich. Hinzu kämen der abwechslungsreiche Job und die gute Bezahlung. Das Einstiegsgehalt liegt mit einem Jahresbrutto von 60.000 Euro zusätzlich stattlichen Dienstwagens jedenfalls deutlich über dem Branchenschnitt. Ein weiteres Asset, diesmal in allen großen Handelsketten: Auch für Auslandskarrieren stehen hier Tür und Tor offen.

Kaufentscheidungen fallen emotional

Gute Verkäufer sind nach wie vor gefragt. Geändert haben sich allerdings die suchenden Unternehmen und auch die Methoden.

Vertriebstrends. „Gute Verkäufer werden nach wie vor stark gesucht, bei den Auftraggebern gab es allerdings Verschiebungen. So haben die großen multinationalen Unternehmen teilweise immer noch einen Einstellungsstopp. Gefragt sind Verkäufer besonders bei kleinen und mittleren Unternehmen, im Handel, im Gewerbe und im technischen Bereich. Beste Bedingungen finden sie derzeit in offensiven, gut gehenden Familienbetrieben vor“, resümiert Hans Bachinger, Geschäftsführer der auf den Verkauf fokussierten Personalberatung „Menschen im Vertrieb“.

Beziehungsverkäufer gefragt

Erfordert die derzeitige wirtschaftliche Situation neue Verkaufsmethoden? „Der Trend zum ‚Beziehungsverkäufer‘ ist immer stärker feststellbar. Auch die neuesten Erkenntnisse der Hirnforschung bestätigen, dass mindestens 80 Prozent aller Kaufentscheidungen – selbst im B2B-Bereich – emotional fallen. Deshalb braucht es Verkaufstalente, die über die natürliche Gabe des Beziehungsaufbaus verfügen.“

Barbara Stöttinger, Universitätsprofessorin und Leiterin des MBA-Lehrgangs Marketing und Sales an der WU Wien, ergänzt: „Klar braucht es gerade jetzt Einfühlungsvermögen und eine ausgeprägte soziale Kompetenz im Umgang mit Kunden, eine hohe Frustrationstoleranz und die Fähigkeit, sich in schwierigen Situationen selbst motivieren zu können, aber Verkauf ist nicht nur ein Talent, das man hat oder nicht hat. Es braucht auch methodische Tools, die die Basis für systematische Entscheidungen bieten. Sie können gerade in schwierigen Zeiten helfen, die letzten Zentimeter beim Kunden zu optimieren.“

Als Trend ortet Bachinger auch die Konzentration auf bestehende Kunden: „Nach Jahren der kopflosen Neukunden-Akquisition stehen in vielen Branchen nun wieder die Bestandskunden im Fokus. Hier sind Beziehungsverkäufer mit Hunter-

eigenschaften besonders gefragt.“ Auch die Unterscheidung von Innen- und Außendienst tritt für Bachinger immer mehr in den Hintergrund: „Untersuchungen – etwa von BBDO Consulting Deutschland – zeigen, dass es Innen und Außen nicht mehr gibt, sondern lediglich ein ideales Zusammenspiel von Präsenzvertrieb und virtuellem Vertrieb.“

Image durch Qualifizierung

Die immer bessere Qualifizierung von Verkäufern hält der Sales-Lektor am Campus 02 in Graz für ein positives Signal: „Das Angebot der Fachhochschulen, die ‚Sales‘ anbieten, nimmt ständig zu. Man spürt das steigende Interesse der Studenten, und außerdem verbessert sich durch solche Ausbildungsangebote das Image des Berufsbildes.“ Auch dass der Vertrieb nun medial als der Bereich, der letztlich für das finanzielle Ergebnis des Unternehmens verantwortlich ist, wahrgenommen wird, verhilft laut Stöttinger zu einem besseren Image.

Krise bringt Abschlüsse

Jedoch seien Verkäufer in einer schwierigen Lage, denn: „Unternehmen erwarten sich von ihnen einerseits kreative Lösungen, um Umsatzeinbrüche abzufangen, andererseits wird der Käufermarkt zunehmend komplexer und anspruchsvoller.“ Hinzu kommen finanzielle Einbußen. Bachinger: „Die Krise erfordert hier ein Zurückstecken. Rückgänge in den Umsätzen bringen auch einen Rückgang in den Provisionen mit sich.“

KRIWAN



Der Vertrieb als Schlüssel zum Erfolg? (AP)



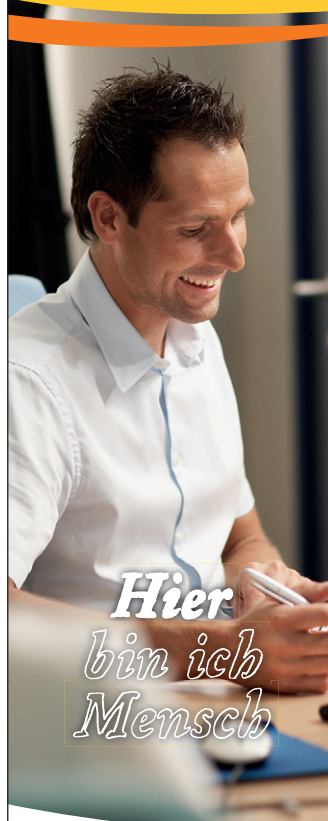
Wir sind ein mittelständisches Unternehmen, das sich seit 85 Jahren mit der Produktion und dem Vertrieb von Fenstern und Türen befasst und erweitern unser Team.

Bauleiter(in) / Bautechniker(in)

Voraussetzung ist branchennahe HTL-Ausbildung, Meisterprüfung, oder Fachschule. Fundierte EDV- und CAD-Kenntnisse sind selbstverständlich. Detailplanung, Aufmaß, Arbeitsvorbereitung, und Bauleitung von div. Objekten inkl. deren Kostenverantwortung zählt zu Ihren Hauptaufgaben.

Ihre schriftliche Bewerbung richten Sie bitte an:
HASSLINGER GmbH, z.H. Fr. Krenn
e-mail: elvira.krenn@hasslinger.at
Schnotzendorfergasse 1, 2700 Wiener Neustadt

Meine Zukunft, mein dm!



Hier bin ich Mensch

dm sucht

Expansions-GebietsmanagerIn

Ihr Aufgabenbereich:

- Erweiterung und Pflege des bestehenden Filialnetzes in Oberösterreich und Niederösterreich

Sie bieten:

- kaufmännische, technische Ausbildung oder abgeschlossenes Hochschulstudium
- Kontaktfreudigkeit und Freude am Umgang mit Menschen
- Verhandlungsgeschick
- juristische Grundkenntnisse bzw. Interesse an juristischen Sachverhalten
- technisches Verständnis

dm bietet:

- eine abwechslungsreiche und herausfordernde Tätigkeit
- vielseitige Entwicklungsmöglichkeiten
- ein wertschätzendes Arbeitsklima
- die Vorteile und Sicherheit eines europaweit tätigen Unternehmens

Sie sind interessiert?

Dann bewerben Sie sich schriftlich mit Foto bei dm drogerie markt GmbH, Personalentwicklung, Günter-Bauer-Straße 1, 5073 Wals oder per e-mail: personalentwicklung@dm-drogeriemarkt.at

Weitere Stellenangebote bei dm finden Sie im Internet unter www.dm-drogeriemarkt.at

