



„Frauen? Very welcome! Die Familienkeule schlägt auch bei Männern zu. Da heißt es dann: Shanghai, muss das sein?“

Angelika Kresch, Chefin von Remus Innovation



„Ein Verkäufer muss durchaus so weit gehen, dass das Interesse des Kunden im Vordergrund steht, nicht die eigene Firma.“

Robert Zinkanell, Arcus Personalmanagement

MEIN THEMA

„Shanghai, muss das sein?“

Gute Vertriebsleute sind wesentlich für den Unternehmenserfolg. Das Berufsbild wandelt sich vom Vertreter zum Berater für den besten Kundennutzen. Auszüge aus der Debatte beim *Kleine Zeitung* Themenabend.



THOMAS ROSSEGGER: Wir brauchen außer Technikern auch Chemiker, Kunststofftechniker von der Montanuni. Und – um zurück zum Vertrieb zu kommen – es ist sehr schwer, Leute für den internationalen Vertrieb zu finden.

KRESCH: Wenn wir auf der einen Seite wollen, dass die jungen Väter auch Erziehungsverantwortung übernehmen, dann heißt das auf der anderen Seite, dass sie weniger reisefreudig sind. So lange die jungen Herren ledig sind,

haben sie unglaublichen Spaß, in der Weltgeschichte herumzuturnen. Aber irgendwann schlägt die Familienkeule zu. Dann heißt es: „Schon wieder ich? Shanghai, muss das sein?“

MANUELA HERMETTER: Und Frauen? Scheiden die von vornherein für den internationalen Verkauf aus?

Wie ist das: Frauen im Verkauf?
KRESCH: Es gibt wie in der Technik viel zu wenige. Ich tue alles, um mehr zu haben. Wenn die Qualifikation passt, Very welcome!



Man kriegt niemanden. Schreibt man einen Marketingjob aus, melden sich 1000 Frauen.

HERMETTER: In meiner Abteilung sind wir zu viert, alle Frauen.

HANS HÖDL: Siemens hat sehr erfolgreich ein eigenes Mentoring-Programm zur Förderung von Frauen aufgesetzt. Wir haben im Vertrieb Damen, die sich sehr gut bewähren.

HANNES NEUBAUER: Unser Frauenanteil im Vertrieb ist Null, obwohl wir sehr viel Headhunting

Der Vertrieb, das ist die Front im Business. In der Mehrzahl sind es Männer, die hier die Fäden ziehen. Aber das wird sich ändern. Siemens setzt bereits auf Mentoring für Frauen. Überhaupt sind die Jobchancen für Verkäufer gut. Vor allem, wenn sie technisches Verständnis mitbringen.

Suchen Sie derzeit für Ihre Unternehmen Verkaufsmitarbeiter?

ANGELIKA KRESCH: Wir suchen Techniker. Da herrscht Mangel.

„Eigentlich sind Verkäufer Kleinunternehmer. Viele sind sogar Pioniere, die mit neuen Geschäftsideen kommen.“

Hans Hödl, Vertriebschef Siemens Mobility Graz



„Ein guter Verkäufer mag Menschen, ist abenteuerlustig. Er braucht Gestaltungsraum und Wertschätzung.“

Thomas Rossegger, Chef der Isovoltaic AG

5000

Topverkäufer tragen monatlich durchaus 5000 Euro netto inklusive Boni heim. Die Spitzen-Jahresgehälter beginnen in Österreich bei rund 100.000 Euro Brutto samt Provisionen. International ist noch mehr möglich. Einsteiger sind ab etwa 30.000 Euro unterwegs.

Hans Hödl ist Vertriebschef der Mobility Division von Siemens Österreich, die in Graz Drehgestelle baut. **Thomas Rossegger** ist Vorstandsvorsitzender der Isovoltaic AG, Marktführer in der Solarindustrie. **Robert Zinkanell** ist geschäftsführender Gesellschafter von Arcus Personal, der als Dienstleistung die „externe Personalabteilung“ bietet. **Hannes Neubauer** ist Geschäftsführer von Salomon Automation, die auf Lösungen für Lagerlogistik spezialisiert ist.

2 **Frauen** steuerten beim Themenabend ihre Erfahrungen im Vertrieb zur Debatte bei. **Angelika Kresch**, geschäftsführende Gesellschafterin von Remus Sebring, hat im Verkauf begonnen. Bei den Top-Kundenterminen wie Jahresgesprächen ist sie nach wie vor selbst dabei. **Manuela Hermetter** ist Speditionskauffrau und seit Jänner 2011 Verkaufsleiterin bei Schenker & Co AG.

„Meine Erfahrung ist: Wenn ein Verkäufer merkt, dass er auch intern etwas bewegen kann, dann ist er glücklich.“

Hannes Neubauer, Chef Salomon Automation



„Ein Verkäufer ist ein Alleskönner und dabei immer ein Berater des Kunden. Das geht bis zur Unternehmensberatung.“

Manuela Hermetter, Verkaufschefin Schenker

machen. Unter 200 Bewerbungen ist vielleicht eine Frau.

ROSSEGGER: Wir haben in der Forschung und Entwicklung viele Frauen. Im Verkauf leider nicht.

Kann man Verkaufen lernen?

ROBERT ZINKANELL: Talent allein ist zu wenig. Ein guter Verkäufer braucht auch das Handwerkzeug dazu. Er muss sich selbstverständlich mit Kundenanalyse, Vertriebsstrukturen und Verkaufsprozessen auskennen. Das kann man lernen. Das, gepaart

mit Beharrlichkeit und Einsatz, ermöglicht nachhaltigen Erfolg.

HÖDL: Verkauf braucht eine gewisse Persönlichkeitsstruktur: Kontaktfreude und Interesse an anderen Kulturen. Der Rest sind Werkzeuge. Wir verkaufen über extrem gute Produktkenntnisse. Am besten man fängt in der Technik an, geht ins Projektmanagement und dann in den Vertrieb. **NEUBAUER:** Neben Beharrlichkeit für die Marktbearbeitung braucht ein Verkäufer auch Lei-

densfähigkeit nach innen, also im eigenen Unternehmen. Der Verkäufer muss ein Projekt, eine Lösung zweimal verkaufen. Innen und außen. Wenn ein Verkäufer merkt, dass er intern etwas bewegen kann, dann ist er glücklich.

Wandelt sich der Beruf?

HERMETTER: Das Anforderungsprofil wandelt sich extrem. Wer mit Brachialgewalt Abschlüsse erreichen will, kommt nicht weit. Nachhaltigkeit ist gefragt. Kunden wollen gehegt und gepflegt

werden. Der Verkäufer ist ein Alleskönner und dabei immer ein Berater des Kunden. Das geht bis hin zur Unternehmensberatung.

HÖDL: Der Verkäufer muss dem Kunden nutzen, für ihn denken. Wer sich in die Schuhe des Kunden stellt und fragt, was ihm hilft, der kann sehr erfolgreich sein. **ZINKANELL:** Das muss durchaus so weit gehen, dass das Interesse des Kunden im Vordergrund steht und nicht das der eigenen Firma.