

Leben

Karrierechance: Die Mobilfunkanbieter suchen händeringend nach guten Verkäufern

Der Verkäufer als Kapital

Der Vertrieb hat wieder einmal ein Imageproblem. Und die Erwartungen der Kunden steigen.

Thomas Jäkle

2700 Euro brutto, 14-mal pro Jahr, ein Dienst-Handy, Belegschaftsaktien im Wert von 600 bis 900 Euro pro Jahr und zwischendurch noch Extrazuckerln wie ein schickes Auto für die Wochenendgestaltung bekommen bei Mobilkom Austria neuerdings die Shop-Leiter. 1700 Euro plus Benefits kann ein Shop-Consultant verdienen. 300 Verkäufer, davon 200 in Österreich will Mobilkom in der nächsten Zeit einstellen. Begehrte Kandidaten in der Recruiting-Offensive von Mobilkom-Marketing-Vorstand Hannes Ametsreiter sind Studenten, Wiedereinsteiger oder Quereinsteiger aus der Hotellerie.

Die spendablen Gagen haben einen triftigen Grund: Österreichs Marktführer will sich die Konkurrenz vom Leibe halten, die seit Anfang des Jahres ihren Vertrieb forciert hat und mit aggressiven Preisen und neuen Produkten (Breitband-Internet plus Laptop) den Markt aufmischen will. Die Branche setzt neuerdings auch auf den Joker „individuelle Beratung“. „Der Wettbewerb wird künftig über den Vertrieb und dort über die Beratung entschieden“, erklärte One-Sprecherin Petra Ja-



Der Naschmarkt in Wien ist ein Paradebeispiel, wie man seine Ware verkauft und den Kunden bei der Stange hält. F.: APA/ARTINGER

kob. Bis zu 60 Mitarbeiter will One für die eigenen Shops einstellen. Je nach Bedarf sollen es noch mehr werden. Service und Kundenfreundlichkeit sei eine Selbstverständlichkeit.

Konkurrent T-Mobile Austria hat im Februar 2007 seine Vertriebsoffensive gestartet. Jeder Business-Kunde hat hier, unabhängig von der Unternehmensgröße, einen individuellen Ansprechpartner, der sich um sämtliche Anliegen des Kunden kümmert. Dasselbe gilt auch für Privatkunden. Mobilfunkbetreiber „3“ wiederum versucht derzeit, neben seinen Shop-Aktivitäten mit Hauswurfsendungen erneut seine Ambitionen im Business-Segment zu forcieren.

Ginge es nach den Konzernherren im fernen Hongkong, würde „3“ in Österreich weit aggressiver verkaufen, etwa auf öffentlichen Plätzen, heißt es bei „3“. Gesetze und Verordnungen hierzulande erschweren derartige Aktionen – sehr zum Verdruss der Asiaten.

Konkurrenz zum Handel

Sehr gute Verkäufer zu finden ist derzeit aber nicht so einfach. Mit der Mündigkeit der Kunden steigen auch die Anforderungen an den Verkäufer. Eine vom Linzer Forschungsinstitut Spectra unter 2100 Personen im Auftrag von Mobilkom Austria durchgeführte Studie bestätigt, dass der Verkäuferberuf einen

schlechten Ruf hat, gleichzeitig aber die Kundenerwartungen steigen. „Acht von zehn der Befragten machen ihre Kaufentscheidungen von der persönlichen Beratung abhängig“, erklärt Spectra-Geschäftsführer Peter Bruckmüller. Nur jeder sechste Kunde (16 Prozent) kauft selbstständig via Internet. Dass der Verkäuferberuf ein massives Imageproblem habe, wurde von 82 Prozent der Befragten bestätigt. Unattraktive Arbeitszeiten (38 Prozent), lästige Kunden (25 Prozent) sowie Leistungs- und Verkaufsdruck (19 Prozent) wurden als die Gründe genannt.

Dass Mobilkom Austria mit dem Recruiting den eigenen Händlern die besten Verkäufer abwerben könnte, sieht Marketing-Chef Ametsreiter eher sportlich: „Jeder hat ein anderes Angebot, der Wettbewerb wird entscheiden.“ Einen drohenden Konflikt mit großen Händlern wie Hartlauer, Niedermeyer, Cosmos oder Saturn fürchtet Ametsreiter deshalb nicht. Weit unentspannter sehen dies kleinere, lokale Einzelhändler, die Mobilkom Austria bezüglich der Heilsversprechungen mit den hohen Gagen nicht das Wasser reichen können, wie ein Händler *economy* erklärte.

Karriere

● **Marion Schaflechner (36)** erweitert das Führungsteam von DWS Austria, der Österreich-Tochter der Deutschen Bank zählenden Fondsgesellschaft DWS Investments. Die neue Retail-Chefin übernimmt nicht nur die Retail-Sales-Aktivitäten und -Strategie der Firma. Sie wird auch die Entwicklung der zentral- und osteuropäischen Märkte (exklusive Russland und Polen) verantworten. Schaflechner war zuvor für das Fondsmanagement-Unternehmen Fidelity tätig. Foto: DWS



● **Arnaud de Kertanguy (52)** heißt der neue Chef von Renault Österreich. Mit 1. Juni 2007 übernimmt er die Geschäfte von Alain Schöneborn, der nach sechs Jahren an der Spitze der österreichischen Landesgesellschaft in Pension geht. Arnaud de Kertanguy war in den letzten vier Jahren als kaufmännischer Direktor für Renault in Russland. Foto: Renault



● **Claudia Jandl (32)**, Marketing-Expertin, wechselt von Mobilkom Austria ins Topmanagement des IT- und Consulting-Unternehmens Frontworx. Als neue Marketing- und Vertriebsleiterin zählen Organisation, Planung und Koordination von Marketing und Vertrieb sowie der Einkauf des österreichweit agierenden IT-Beratungsunternehmens zu ihren Hauptaufgaben. Foto: frontworx



● **Judith Brunner (35)** löst in der Christian Doppler Forschungsgesellschaft im Juni 2007 den bisherigen Generalsekretär Laurenz Niel ab. Brunner, die an der Universität Graz Chemie studierte, ist nach drei Jahren im Umweltbundesamt derzeit in der Industriellenvereinigung tätig, wo sie innovations-, wirtschafts- und gesellschaftspolitische Projekte leitet. ask Foto: CDG



IDS SCHEER
Business Process Excellence

Sprechen Sie mit uns über
Business Process Excellence
für Ihr Unternehmen:

**Nur exzellente Prozesse führen
zu exzellenten Ergebnissen!**

IDS Scheer Austria GmbH
Modecenterstrasse 14
1030 Wien
Tel.: 01/795 66 - 0
info-at@ids-scheer.com
www.ids-scheer.at