

Die Entwöhnung vom Seminartourismus

Ausbildung im Vertrieb und Verkauf ist eines der wichtigsten Themen, auch und gerade in KMU-Betrieben: Karl Pinczolits, Vertriebs-Experte und Unternehmensberater für Leistungssteigerung, analysiert die gegenwärtigen Trends in diesem Bereich.

Text: Karl Pinczolits

Bildung und Ausbildung, so sagen zumindest die Zukunftsforscher, sind ein wesentlicher Megatrend der Zukunft: Je höher das Bildungsniveau der Bevölkerung ist, desto entwickelter und stabiler sind die Volkswirtschaften.

Ein Megatrend ist Bildung auch deshalb, weil die Auswirkungen einer gebildeten Gesellschaft für jeden Menschen spürbar in vielen Lebensbereichen sind. Im Markt der Aus- und Weiterbildung im Vertrieb und Verkauf lassen sich folgende drei Trends derzeit in der Bildungsdiskussion beobachten.

Parzellierung bringt Wissenstiefe

Ob wir wollen oder nicht, die Spezialisierung und Fokussierung greift immer mehr um sich. Je mehr Informationen vorhanden sind, desto wichtiger wird die Spezialisierung der Ausbildung. Niemand schafft es mehr, in allen Lebensbereichen einen kompletten Überblick über das vorhandene Wissen zu haben. Das trifft heute nahezu in jeden Lebensbereich zu, und so ist es auch im Vertrieb und Verkauf: Ich

kenne heute ganz wenige Professoren oder Berater, die noch den Gesamtüberblick im Vertrieb besitzen.

Es gibt tausende Möglichkeiten, wie Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen verkaufen können, daher wird das Detailwissen und Fachwissen in den unterschiedlichen Vertriebsformen und Vertriebsorganisationen immer wichtiger. Das Detailwissen geht sowohl in die Richtung „Skills“ – also Fähigkeiten und Fertigkeiten – wie auch in Richtung Verhaltensorientierung an gewisse Zielgruppen und in bestimmten Situationen auch in Richtung Branchen.

Bei den Skills geht es darum, zu wissen, wie man Produkte verkauft, wie Dienstleistungen verkauft werden, wie Beratungsleistungen am besten angeboten werden und wie ein Verhandlungsverkauf funktioniert. Hier liegt der Schwerpunkt auf Übermittlung von Fertigkeiten.

Auf der anderen Seite ist der Verhaltensansatz immer wichtiger: Unterschiedliche Verhaltensmuster wie Verkaufen an Vorstände, an Geschäftsführer, an Direktoren, an Sachbearbeiter und Verkaufen an ethische Gruppierungen können heute pro-

fessionell trainiert werden. Weiters das Verkaufen an spezielle Verkaufsstrukturen wie das Verkaufen an Key Accounts, im Projektvertrieb, internationales Verkaufen (Indien, China usw.) und last but not least das Verkaufen in Branchen.

Vergleich USA – Europa

Es ist wichtig, aktuelles Wissen zu offerieren und sehr praktische, in der eigenen Situation umsetzbare Lösungsansätze zu bieten – abgehobenes, nicht umsetzbares Wissen wird zunehmend eliminiert. In all diesen Bereichen haben sich in den letzten zwanzig bis dreißig Jahren Spezialtrainings sowohl bei den Skills als auch beim verhaltensorientierten Verkaufen entwickelt: Seit dreißig Jahren wird in den USA auf Universitäten Verkaufen gelehrt, in Europa dagegen erst seit etwa 15 Jahren, es gibt aber auch Angebote an Fachhochschulen.

Der Unterschied zwischen europäischen und amerikanischen Ausbildungsprogrammen ist, dass das Angebot an amerikanischen Universitäten spezifischer auf das verhaltensorientierte Verkaufen ausgerichtet ist, europäische Ausbildungen sind

dagegen breiter gehalten und haben mehr Randbereiche in ihren Lehrplänen. Viele amerikanische Universitäten haben engere Kontakte mit der Wirtschaft als jene in Europa, daher wird bereits auf Ausbildungsebene auf die speziellen Bedürfnisse der fördernden Wirtschaft eingegangen.

So kann es sein, dass schwerpunktmäßig auf einer Universität nur das Thema Vertrieb und Verkauf im Pharmabereich unterrichtet wird – Spezialisierungen dominieren, daher ist es nur logisch, dass der Markt der Anbieter immer größer und größer wird.

Qualität führt zu Wissensstandards

Generell hatte Europa bis zum Zweiten Weltkrieg weit mehr Nobelpreise im Bereich der Wissenschaften als die USA, jedoch seit Anfang der 1970er-Jahre ist die USA mit 171 Nobelpreisen führend in den Wissenschaften, verglichen mit Europa (nur 90). Einer der Gründe für das starke Aufholen und das Übertrumpfen war und ist die starke Professionalisierung der Bildung in den USA: Nicht nur die Bedeutung der Weiterbildung und Ausbildung steigt, es steigt auch der Qualitätsanspruch.

Ein zweiter wichtiger Schwerpunkt ist die Standardisierung und der Wettbewerb unter den Standards. Der Zugang zum Internet ermöglicht es z. B., Vorträge der renommierten US-amerikanischen Universitäten Harvard, Stanford, Yale oder Berkeley unter der Website www.academic.earth.org downzuloaden. Damit ist es möglich, der ganzen Welt das Wissen von Elite-Universitäten zugänglich zu machen.

Dieser Trend bewirkt sowohl eine höhere Erwartungshaltung an alle Anbieter von Wissen als auch eine starke Professionalisierung in der Bildung: Allgemeine Verkaufstrainings, wo Verkaufen als allgemeine Fähigkeit unterrichtet wurde, waren die Renner der 1970er-Jahre und sind heute nur mehr in der Ausbildung und in Unternehmen in Randbereichen verkaufbar – zu unterschiedlich sind die Anforderungen, die Kunden stellen.

So gibt es in den Vereinigten Staaten im Sales-Bereich seit 20 Jahren Sales Center, in denen Studenten, aber auch Unternehmen, sich auf höchstem Niveau verhaltensorientiert weiterbilden. Diese Entwicklung beginnt nun auch in Europa zu greifen: Die ersten Sales Center für Studenten in Europa wurden in Clermont-Ferrand in Frankreich und an der Fachhochschule Wieselburg gegründet.

Beschleunigung der Wissensaufnahme

Eine beschleunigte Arbeitswelt benötigt auch eine beschleunigte Bildungswelt. Die Halbwertszeit von Wissen sinkt konstant, und so ist es kein Wunder, dass auch die Forderung in der Bildung besteht, rasch eine hohe Kompetenz zu erlangen. Entscheidungen müssen in kürzeren Zeiten getroffen und Aufgaben innerhalb kürzerer Zeit erledigt werden. Daher ist der Zeitfaktor in der Ausbildung ein wesentliches Element.

Neue Trainingsformate und akademisch zertifizierte Ausbildungen unter dem Fokus des Praxistransfers nehmen immer mehr Platz ein. Dazu gehört auch der Anstieg an berufsbegleitenden Ausbildungen: Wer das Gelernte sofort während seiner Ausbildungszeit noch umsetzen kann, ist höher motiviert und verliert weder Zeit noch Marktnähe.

Das neue europäische Bildungssystem ermöglicht das Ansammeln von Ausbildungspunkten, aus diesem Grund haben vor allem Fachhochschulen und Universitäten universitäre Lehrgänge für Vertrieb und Verkauf angeboten: Der Vorteil dieser Art der Ausbildung ist, dass das Zertifikat, das der Teilnehmer im Rahmen der Ausbildung erhält, für ein Studium angerechnet werden kann. Derzeit gibt es mehrere Anbieter in Österreich, die solche Lehrgänge durchführen (siehe auch *Kasten S. 19*).

Wer vermittelt das Wissen?

Qualität ist das beste Rezept in der Ausbildung, und da muss alles passen: Miserable Qualität trotz hohem Unterhaltungswert, aber auch hohe inhaltliche Qualität und keine Akzeptanz sind logischerweise Ausschließungsgründe bei der Auswahl von Trainern und Instituten. Mitarbeiter in Vertriebs- und Verkaufsabteilungen und hier vor allem die Außendienstmitarbeiter sind – verglichen mit anderen Mitarbeitern in den Betrieben – zumeist die am meisten geschulten Menschen im jeweiligen Unternehmen. Der Grund ist klar: Bei keinem anderen Mitarbeiter gibt es diesen direkten Zusammenhang zwischen Ausbildung und konkreten Ergebnissen – wenn ein Verkäufer nach einem Training mehr Umsatz macht, hat das gesamte Unternehmen etwas davon.

So erhält jeder Durchschnittsverkäufer in Österreich fünf bis sieben Trainingstage pro Jahr von seinem Unternehmen für die Ausbildung bezahlt: Diese Ausbildung wird größtenteils „in-house“, also durch Verkaufstrainer, die entweder im Unter-

nehmen angestellt sind, oder durch externe Verkaufsberater, die als Trainer arbeiten, durchgeführt. Der zweitgrößte Teil der Ausbildung erfolgt in Seminaren und Workshops von öffentlichen Seminaranbietern, die am Bildungsmarkt zugekauft werden. Der größte Teil der Ausbildung erfolgt jedoch bereits auf Fachhochschulen in Österreich und international auf Hochschulen und Universitäten: Dieser Bereich ist relativ jung, erst etwa 15 Jahre alt.

Wichtiges Asset: ECTS-Punkte

Grundsätzlich sind die Wachstumsraten in der Vertriebs- und Verkaufsausbildung unterschiedlich verteilt: So haben bei uns auf der Fachhochschule Wiener Neustadt mehr als 1200 Absolventen bereits eine akademische Verkaufsausbildung durchlaufen – der akademische Bereich ist derzeit der am stärksten wachsende Bereich. Ein

„ES IST WICHTIG, AKTUELLES WISSEN ZU OFFERIEREN UND SEHR PRAKTISCHE, IN DER EIGENEN SITUATION UMSETZBARE LÖSUNGSANSÄTZE ZU BIETEN – ABGEHOBENES, NICHT UMSETZBARES WISSEN WIRD ZUNEHMEND ELIMINIERT.“

KARL PINZOLITS

weiterer Trend der Zeit ist das Thema Abschluss und Zertifizierung, denn ein Zeugnis wird hier immer wichtiger. Aber auch die Qualität der Bildungsinstitution wird immer mehr hinterfragt: Wer ist die Institution? Wer waren die Professoren? Wer waren die Vortragenden?

Wer eine Ausbildung macht, möchte heute nicht nur ein nettes Zertifikat, das die Teilnahme bestätigt, sondern ein klares Zeugnis mit Inhalten und Beurteilungen und wenn möglich sogar ECTS-Punkte (ECTS: European Credit Transfer and Accumulation System) erhalten: ECTS ist ein europaweit anerkanntes System zur Anrechnung, Übertragung und Akkumulierung von Studienleistungen. Diese Credits sind international anerkannt, sie verfallen nicht und können für eine

akademische Ausbildung wie Baccalaureats oder Master- oder PHD-Ausbildung angerechnet werden.

Wie teuer sind Star-Trainer?

Der Markt der externen Trainer ist heterogen, ungefähr 7000 Trainer gibt es im deutschsprachigen Raum, die zumindest einen Anbeterspunkt in der Vertriebs- und Verkaufsausbildung anbieten. Auf diesem Markt findet man absolute Profistartrainer, aber auch den Verkäufer, der sich letzte Woche (wenig freiwillig) selbstständig gemacht hat und nun das erste Mal ein Verkaufstraining für einen Kunden durchführt.

bildungen reichen von einfachen Verkaufstrainings bis zu komplexen Ausbildungs-, Trainings- und Transferprodukten. Die Teilnehmer in den Bildungsinstituten sind Verkäufer, Verkaufsleiter und Verkaufsmanager, aber auch Vertriebscontroller und Mitarbeiter aus der Vertriebssteuerung.

Allerdings wird sich in Zukunft auch in diesem Bereich vieles, wenn nicht gar alles ändern: Viele heutige, kulturell bedingte Verhaltensweisen werden durch den Druck neuer Kenntnisse der Wissenschaft und Entwicklungen der Technik weichen; und Vorurteile und alte, wenn auch wirksame Talente werden Fähigkeiten und Verhalten



© www.haibk.at

Die Preise für Trainer: Lokale Anbieter 700 – 1200 Euro, Spezialisten 1200 – 2500 Euro, Experten 2500 – 3500 Euro, Euro-päische Stars 3500 – 12.000 Euro, Weltstars 8000 – 27.000 Euro (jeweils pro Tag). Mit der Höhe der Preise sinkt natürlich die Dauer eines Trainings oder einer Beratung: Einen Weltstar leistet sich ein internationaler Konzern vielleicht zu einem Jubiläum, aber dann meist nur für einen Tag. Ein Experte wird von einem Unternehmen im Schnitt für acht Tage gebucht.

In Österreich gibt es eine Reihe von Bildungsinstituten, die Ausbildungen in Vertrieb und Verkauf anbieten: Diese Aus-

weichen müssen, die geeignet sind, in Zukunft erfolgreich zu sein.

Und vor allem: Der Seminartourismus hat ausgedient, dazu ist Bildung viel zu wichtig – neue Ausbildungssysteme werden neue Lernformen für lebenslanges Lernen bringen, und die Menschen werden entsprechend ihrem Entwicklungsstand und ihrer Reife dort abgeholt werden müssen, wo sie derzeit stehen. Die große Herausforderung: Wir werden in Zukunft Dinge in Fachgebieten verkaufen müssen, die heute noch gar nicht existieren und die wir selbst nicht studiert haben – es wird also spannend bleiben.

Auswahl

Österreichische Bildungsinstitute:
 Österreichisches Produktivitäts- und Wirtschaftlichkeits-Zentrum (ÖPWZ)*
www.opwz.com
 WIFI Wien*
www.wifiwien.at
 Management Center Innsbruck (MCI)*
www.mci.edu
 Zukunftsakademie*
www.zukunftsakademie.or.at
 Universität Klagenfurt*
www.uni-klu.ac.at/csu
 Fachhochschule Wieselburg
www.wieselburg.fhwn.ac.at
 Sales Manager Akademie (SMA)
www.sales-manager.at

Fachhochschulen mit dem Thema „Sales“:

Fachhochschule Wiener Neustadt*
www.fhwn.ac.at
 Fachhochschule Wien*
www.fh-wien.ac.at
 Fachhochschule Steyr*
www.fh-ooe.at/campus-steyr/
 Fachhochschule Vorarlberg*
www.fhv.at/
 Fachhochschule des bfi Wien*
www.fh-vie.ac.at/
 Fachhochschule Campus02, Graz*
www.campus02.at/DE/Homepage.aspx

Weitere Trainingsanbieter (Auswahl):

MDI
www.mdi-training.com
 GFP
www.gfp.at
 Pardconsult
www.pardconsult.com
 VBC
www.vbc.biz
 ACT-Steidl GmbH
www.act-steidl.at
 Spreng Training
www.spreng-training.at
 Confare
www.confare.at

Weitere Trainer:

Siehe unter www.training.at

Internationale Bildungsinstitute:

ZFU Int. Business School, Zürich*
www.zfu.ch
 St. Galler Business School, St. Gallen*
www.sgbs.ch/sgbs/enter.php

*) Mit ECTS-Zertifikat