

STUDIERENDE LERNEN DIE KUNST DES VERTRIEBS



>> von Michael Karalus > Schon manchem Gründer wurde die Erkenntnis zum Verhängnis: Es reicht nicht, gute Ideen zu haben, man muss seine Produkte auch an den Kunden bringen. Genau hier setzt seit dem Sommersemester 2014 eine neue Vorlesungs- und Seminarreihe an der Fakultät für Wirtschaft und Recht der Hochschule Pforzheim an. In der Vorlesung „Spezielle Betriebswirtschaftslehre des Vertriebs“ wird in Kooperation mit externen Vertriebsspezialisten Studierenden aller Fakultäten das nötige Rüstzeug vermittelt.

Professor Dr. Michael Terporten, Wissenschaftlicher Leiter der Vorlesungs- und Seminarreihe aus dem Fachgebiet Allgemeine BWL, versucht mit dieser Vertiefung eine entscheidende Lücke zu schließen: „Im Rahmen unserer Forschung mussten wir feststellen, dass im gesamten deutschsprachigen Raum der Bereich Vertrieb in der Hochschullandschaft ein Schattendasein fristet – das wollen wir ändern.“

In Kooperation mit Conrad Rainer Schmitt, wissenschaftlicher Co-Leiter und Inhouse Consultant der Robert Bosch GmbH, sowie den Vertriebsspezialisten und Coaches Stephan Mahler und Robert Hobelsberger, MUC Consulting Planegg, lernen die 25 Studierenden in einem Semester die Grundlagen des Vertriebes kennen. „Vertrieb“ hat nichts mit dem berühmten Fuß-in-der-Tür der Staubsauger- und Versicherungsvertreter zu tun, sondern beschäftigt sich mit dem strategischen Aufbau und der Organisation von Vertriebskanälen und -instrumenten.

„Wie plant man einen erfolgreichen Verkaufsvorgang? Wie akquiriert man Kunden? Welche Verhandlungsstrategien gibt es, welche passen zu mir, welche zu meinem Kunden? Auf diese und weitere Fragen zum Thema Vertrieb werden in diesem Seminar von unseren erfahrenen Coaches für Vertrieb Antworten gegeben“, beschreibt Robert Hobelsberger die Inhalte des Seminars, „zudem sind

die verbale und nonverbale Kommunikation sowie die Kaufentscheidung Themen des Seminars“.

Die Studierenden sollen lernen, wie die Verkaufsstrategie passgenau auf die Kundenbedürfnisse der Käufer abgestimmt wird, so Stephan Mahler. „Die gewonnenen Kenntnisse aus den Bereichen Vertrieb und Marketing, Sales Management, Verkaufsgesprächen und Verhandlungen sollen die Studierenden wirkungsvoll einsetzen können. Geschult wird durch die effiziente Verknüpfung von theoretischen Grundlagen und einem interaktiven Sales Training. Dabei wird nicht nur das Verkaufsgespräch an sich, sondern auch der gesamte Vertriebsprozess vermittelt.“

Nach erfolgreichem Abschluss des Semesters soll im Rahmen eines Drittmittelprojekts in Kooperation mit Unternehmen die Vorlesungs- und Seminarreihe BWL des Vertriebs fester Teil des Curriculums werden. Professor Terporten rechnet fest mit der entsprechenden Un-

<

Mit 25 Studierenden geht das Vertriebsseminar in die erste Runde. Am Pult: Robert Hobelsberger, MUC Consulting. Foto: Michael Karalus

>

Engagierter Coach: Stephan Mahler, MUC Consulting. Foto: Michael Karalus

∨

Ziel der ersten Übung ist es, Vertrauen zu der führenden Person aufzubauen. Foto: MUC Consulting



terstützung: „Ohne Vertriebspezialisten wird auch für die ‚Hidden Champions‘ der Region eher früher als später die Luft dünn“.

Diese Ansicht vertritt auch Conrad Rainer Schmitt: „Deutschland ist nach wie vor weltweit anerkannter Innovationsstandort und das Label ‚Made in Germany‘ wird entsprechend geschätzt. Historisch ist die Region in Baden-Württemberg seit dem Zeitalter der Industrialisierung innovativ führend und neben der Großindustrie hat der Mittelstand mit den stärksten Einfluss. Die besten Innovationen sichern die Unternehmen im weltweiten Wettbewerb ab, wenn diese von Ihnen im Markt aktiv vertrieben werden“

Michael Karalus

ist Web/PR-Redakteur an der Fakultät für Wirtschaft und Recht.

