

Mein  
Thema**Internationaler Vertrieb****Ausbildung** im Fokus – was Arbeitnehmer denken, was Unternehmer bewegt und was sich am Arbeitsmarkt tut.

# „Wer beim Kunden ist, macht das Geschäft“

Erfolgreich mittels Videokonferenz oder doch auf nach Südamerika? Wie wichtig ist der persönliche Kontakt zum Kunden und welches Rüstzeug braucht man für den internationalen Vertrieb? Auszüge aus der Diskussion.

**E**s ist heute immer und fast überall möglich, mit Geschäftspartnern aus der ganzen Welt per Video in Kontakt zu treten – trotzdem steigt die Reisetätigkeit weiter an. Wie wichtig ist der persönliche Kontakt?

**HEIMO ROBOSCH:** Trotz Nutzung aller verfügbaren Technologien ist die Reisetätigkeit bei Knapp nach wie vor groß. Der Abstimmungsbedarf mit dem Kunden steigt.

**MICHAEL ASCHABER:** Wer beim Kunden ist, macht das Geschäft.

**Werden Sie das Reisen im Geschäftsbereich aufgrund der starken Terrorgefahr in manchen Ländern einschränken?**

**ROBOSCH:** Wir schicken natürlich keine Mitarbeiter in Kriegsgebiete, aber meiner Meinung sollte man sich nicht davon abhalten lassen, etwa eine Stadt wie London zu besuchen, wenn man das möchte.

**JOSEF LORGER:** Wir werden die Reisetätigkeiten nicht reduzieren, da der persönliche Kontakt sehr wichtig ist.

**ASCHABER:** Wir sind weltweit tätig – Amerika, Australien, sehr viel in China. Wir reisen nach Israel. Natürlich beachten wir die Auslandswarnungen

und zwingen niemanden, dorthin zu fahren.

**Kommen Ihre Vertriebsmitarbeiter alle aus der technischen Ecke?**

**ROBOSCH:** Viele – es ist ein Vorteil, technisch ausgebildet zu sein, man findet sich schneller hinein. Bei uns haben aber durchaus auch Quereinsteiger, die sich mit technischem Know-how ausstatten, alle Möglichkeiten. Manchmal ist es sogar von Vorteil, nicht zu tief in der Materie zu stecken.

**LORGER:** Unsere Vertriebsmitarbeiter kommen alle aus der Technik, sie müssen sehr gut technisch ausgebildet sein.

**Was muss man können, um im internationalen Vertrieb erfolgreich zu sein?**

**SYLVIA MÜLLER-TRENK:** Ein internationaler Vertriebsmitarbeiter ist nach wie vor ein Hybridwesen. Bei Vertriebspositionen stehen die meisten Anforderungen: technische Ausstattung, kaufmännische Kompetenz, die interkulturelle Seite, gutes Auftreten, Umzugsbereitschaft ...

**ASCHABER:** Das Idealbild des Vertrieblers ist die Eier legende Wollmilchsau. Nicht jeder eig-

net sich für jeden Kunden in jedem Land. Den perfekten Vertriebler gibt es nicht, es gibt eine Kombination, ein Team.

**ROBOSCH:** Man muss es auf die persönliche Ebene herunterbrechen: Wenn ich heute für mich privat etwas kaufe, möchte ich auch persönliche Ansprache und Betreuung. Ich möchte nicht das Gefühl haben, ich sei eine Nummer.

**LORGER:** Der Vertriebler muss anpassungsfähig sein. Im asiatischen Raum muss er ein Mindestalter haben, damit er ernst genommen wird.

**Dann ist also der Vertrieb ein fabelhaftes Aufgabengebiet für die Generation 50 plus?**

**ROBOSCH:** Vom Alter her betrachtet definitiv.

**Wie schwer ist es, Mitarbeiter für den internationalen Vertrieb zu finden?**

**ASCHABER:** Es ist sehr schwer, gute Vertriebsmitarbeiter zu finden.

**MÜLLER-TRENK:** Bis 35 geht es gut und wenn die Vertriebsmitarbeiter dann die fachliche Kompetenz erworben, in vielen Ländern Geschäfte gemacht haben und das Standing hätten, dann ist meist die Familie da,



„Bei uns haben auch Quereinsteiger, die sich mit technischem Know-how ausstatten, alle Möglichkeiten.“

**Heimo Robosch,**  
Knapp

die den Wunsch nach einer Veränderung weckt.

**Muss man die Landessprache sprechen, um Erfolg zu haben?**

**ASCHABER:** Aus meiner Sicht ist das ein Vorteil, es kann nie schaden, die Diskussionen im Hintergrund mitzubekommen. Fairerweise lässt man dann zwischendurch einen Satz fallen,