

Pressemitteilung**FOM Hochschule****Stefanie Bergel**

18.06.2013

<http://idw-online.de/de/news539103>Forschungsergebnisse
Wirtschaft
überregional**Jobmonitor Marketing & Vertrieb: Abschied von den vier P's**

„Marketing- und Vertriebsexperten brauchen neue und mehr Kompetenzen, um aktuell anstehende Herausforderungen meistern zu können.“ Zu diesem Ergebnis kommt Prof. Dr. Julia Naskrent in ihrem aktuellen Jobmonitor. Die Professorin der FOM Hochschule hat im Rahmen eines Forschungsprojektes über 1.000 Stellenausschreibungen in der Online-Stellenbörse monster.de ausgewertet sowie Interviews mit Branchenkennern und Unternehmensvertretern geführt. Dabei ging es ihr vor allem um folgende Fragen: Gibt es neue Berufsfelder im Bereich Marketing und Vertrieb? Und welche Fachkompetenzen sind aktuell von Unternehmen gefragt?

„Während im Vertrieb nach wie vor Bedarf an den klassischen Clustern Außendienst, Innendienst & Telesales, Key Account und Handel besteht, ist im Marketing einiges in Bewegung“, lautet die Bilanz der Expertin. Neben den traditionellen Bereichen, die nach wie vor gefragt sind, konnte sie drei neue Berufsbilder identifizieren, die spannende Karrierechancen eröffnen: den Interactive (e)CRM Specialist, der sich um den zunehmend interaktiven Austausch im Rahmen eines dialogbasierten Kundenmanagements kümmert. Der Strategic Targeting & Positioning Specialist mit Schwerpunkt strategische Identitätspolitik, die auf eine USP abzielt. Und der Communication & Advertising Specialist, der sich auf das Management von Werbung und Promotions konzentriert.

Ob sich diese Berufsfelder langfristig durchsetzen oder nur Momentaufnahmen sind, sollen weitere Studien ergeben. Für Julia Naskrent steht allerdings schon jetzt fest: „Marketing konzentriert sich nicht länger auf die vier P's – Product, Price, Place, Promotion. Es verfolgt einen übergreifenden, integrativen Ansatz.“ Gründe für diese Entwicklung gibt es in ihren Augen viele. Einer sind die zunehmende Konkurrenz und Globalisierung auf den Märkten. „Es ist wichtiger denn je, sich von seinen Wettbewerbern abzugrenzen und sich strategisch zu positionieren“, betont die FOM-Professorin. „Image ist alles“. Die wachsende Informationsflut – u.a. bedingt durch neue, soziale Kommunikationskanäle – und das veränderte Konsumentenverhalten verstärken diesen Effekt. „Viele Verbraucher sind nicht mehr bereit, sich durch die vielen Informationsangebote zu kämpfen. Sie sind oberflächlicher geworden und wollen sich über Marken identifizieren.“

Für Marketing- und Vertriebs-Experten, die ihre Karriere weiter vorantreiben wollen, bedeutet das: Sie müssen sich breiter aufstellen. „Es reicht nicht mehr aus, sich punktuell, beispielsweise im Rahmen von Lehrgängen weiterzubilden“, betont FOM-Rektor Prof. Dr. Burghard Hermeier. „Ideal ist ein umfassendes Studium, das die Möglichkeit bietet, Schwerpunkte zu setzen.“ Die FOM Hochschule sieht er mit ihrem ausbildungs- und berufsbegleitenden Studienprogramm auf einem guten Weg: „Unser Bachelor-Studiengang Business Administration umfasst mehrere Module aus dem Themenkreis Marketing und Vertrieb“, so Hermeier. „Wer sich anschließend weiter spezialisieren möchte, hat u.a. die Wahl zwischen den Studiengängen Corporate Communication – für den dynamischen Marketing-Bereich – und Sales Management, das traditionell ein sehr nachgefragtes Arbeitsmarktsegment ist und in dem aktuell die Akademisierung verstärkt vorangetrieben wird.“ Dass dieses Konzept den Bedarf trifft, zeigen die Zahlen: 30 bis 40 Prozent der FOM-Studierenden sind in Marketing oder Vertrieb tätig, mehr als 4.000 sind in den entsprechenden Studiengängen und Vertiefungsrichtungen eingeschrieben.

Prof. Dr. Julia Naskrent forscht am KompetenzCentrum für Marketing und Medienwirtschaft der FOM Hochschule. Eine erste Übersicht der Ergebnisse des Jobmonitors Marketing und Vertrieb ist unter www.fom.de zu finden.

Die gemeinnützige FOM Hochschule gehört zur Stiftung BildungsCentrum der Wirtschaft (BCW) in Essen. Aktuell zählt die Hochschule in Essen und 31 weiteren Städten in Deutschland rund 22.700 Studierende. Das Besondere: Sie absolvieren die staatlich anerkannten und akkreditierten Bachelor- und Masterstudiengänge berufsbegleitend parallel zu Job oder Ausbildung.