

Der Vertrieb als Karriereoption: Wie wir mehr (weiblichen) Nachwuchs gewinnen können

Zukunftsforum Ingolstadt, 9. November 2023

Prof. Dr. Robin-Christopher Ruhnau, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

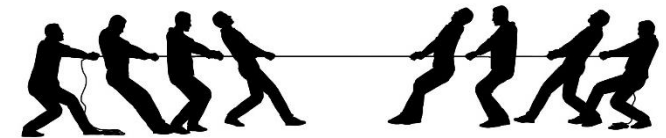
Ein gemeinsames Forschungsprojekt mit:

Dr. Aline Lanzrath, Universität Mannheim

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg, Universität Mannheim



Woran denken Sie beim Thema „Vertrieb“?



Was ist eigentlich Vertrieb?

Insbesondere im Geschäftskundenkontext ist der Vertrieb eine sehr vielfältige und anspruchsvolle Tätigkeit



Warum ist der Vertrieb wichtig?

Der Vertrieb ist für Unternehmen in vielfacher Hinsicht von zentraler Bedeutung



Auch das beste Produkt verkauft sich nicht von allein...



Nichts ist für ein Unternehmen wichtiger als Kunden – und der Vertrieb ist der wichtigste Kontaktpunkt mit Kunden



Der Vertrieb ist oft das „Gesicht“ eines Unternehmens



Der Vertrieb entscheidet maßgeblich über den Erfolg eines Unternehmens

Der Fachkräftemangel im Vertrieb ist für Unternehmen ein ernsthaftes Problem

Warum werden Fachkräfte gesucht?

- Der Vertrieb muss immer komplexer werdende Produkte verkaufen
- Der Vertrieb wird immer digitaler
- Der Vertrieb wird immer datengetriebener
- Der Wettbewerb zwischen Unternehmen wird immer intensiver, und somit ist der Vertrieb erfolgsentscheidend

Woran zeigt sich der Fachkräftemangel?

- 2 der 5 meistgesuchten Berufsbilder in Deutschland sind vertriebsnahe Tätigkeiten
- Letzte 15 Jahre: Der Vertrieb hat fast durchgehend den höchsten oder zweithöchsten Anteil aller Stellenanzeigen im deutschen Arbeitsmarkt
- Etwa jedes zehnte Jobangebot in Deutschland ist im Vertrieb
- Nachwuchs ist eine der größten Sorgen unter Vorständen

Fachkräftemangel im Vertrieb als existenzielle Bedrohung für Unternehmen

Der Fachkräftemangel im Vertrieb ist kein „deutsches“ Phänomen

THE WALL STREET JOURNAL.

The Pay Is High and Jobs Are Plentiful, but Few Want to Go Into Sales

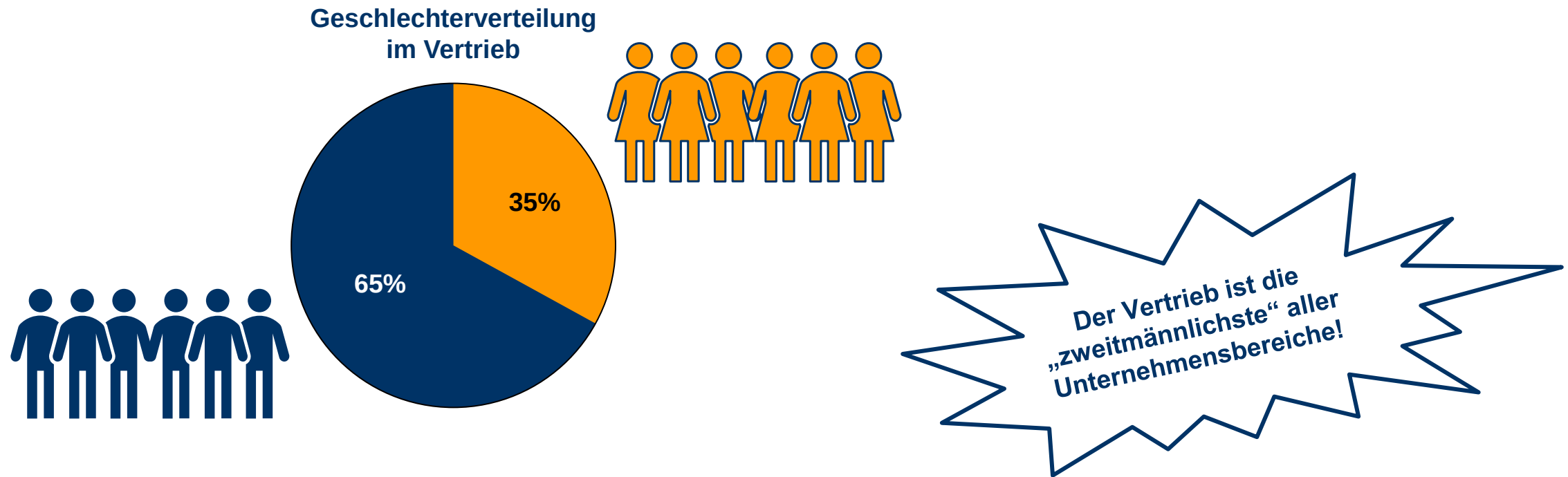
The work has changed in recent years, but young workers may associate it with high-pressure tactics;
'talent is limited'

Forbes

LEADERSHIP STRATEGY

The Growing Talent Crisis In Sales

Insbesondere schafft es der Vertrieb nicht, Frauen für sich zu begeistern



Mit mehreren zusammenhängenden Studien haben wir den Fachkräftemangel im Vertrieb untersucht

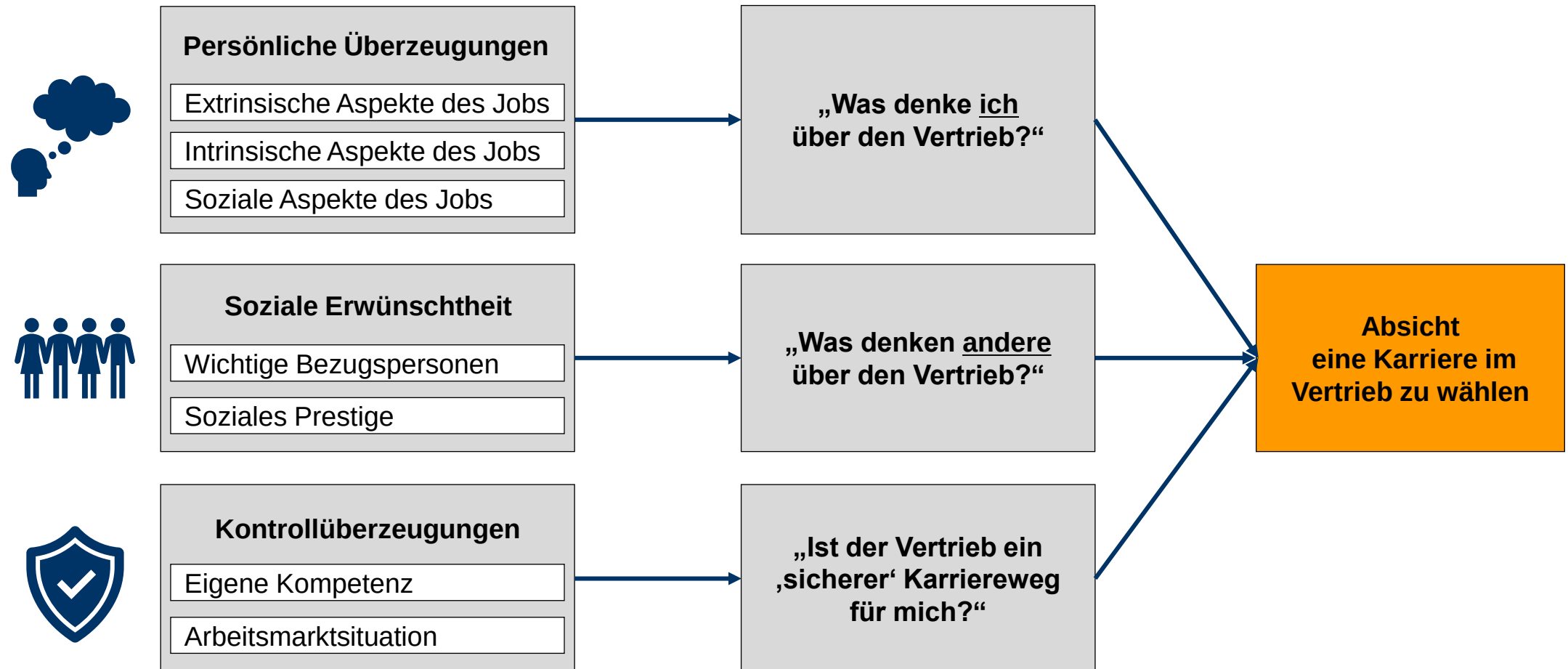
Wie können wir den Fachkräftemangel im Vertrieb besser verstehen und angehen?

Vorstudien	Diskussionsrunden und Interviews mit 18 Experten (z. B. Studenten, Vertriebsmanager)
Studie 1	Befragung von 398 Studenten
Studie 2	Experimentelle Befragung von 940 Studenten
Studie 3	Vergleichende Befragung von 372 „Vertrieblern“, Hochschullehrern und 583 Absolventen
Studie 4	Textanalyse von 11.623 Stellenausschreibungen
Studie 5	Laborexperiment („Conjointanalyse“) mit 623 Studenten
Studie 6	Befragung von 185 Studenten
Studie 7	Tiefeninterviews mit 60 (insb. weiblichen) Experten aus dem Vertrieb



Wovon hängt Karrierewahl ab?

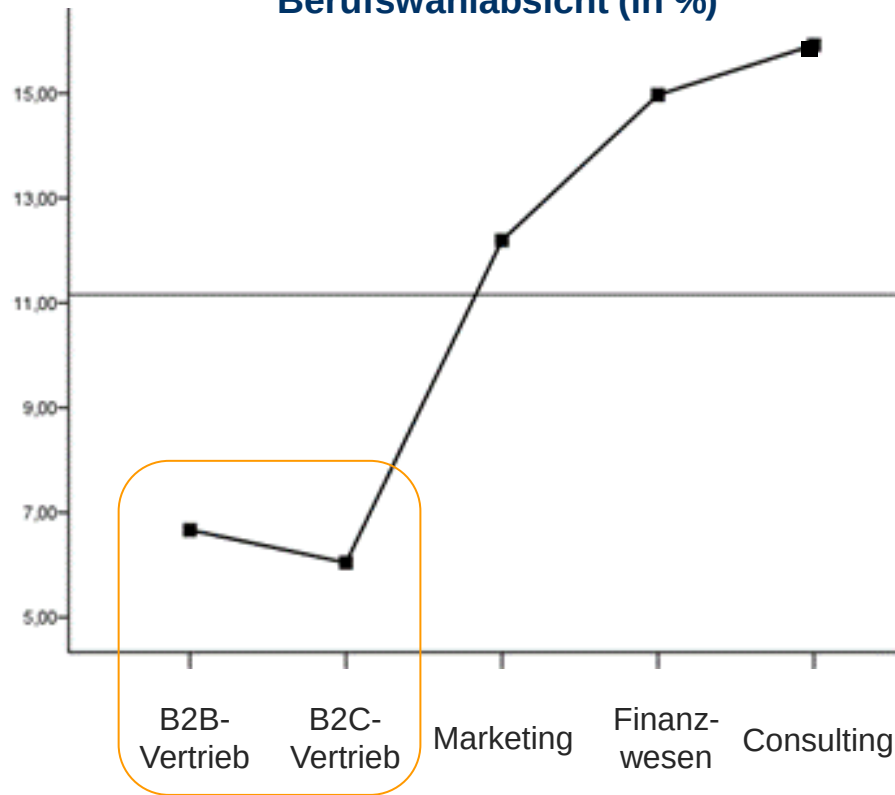
Die Karrierewahl hängt von 3 wesentlichen Faktoren ab



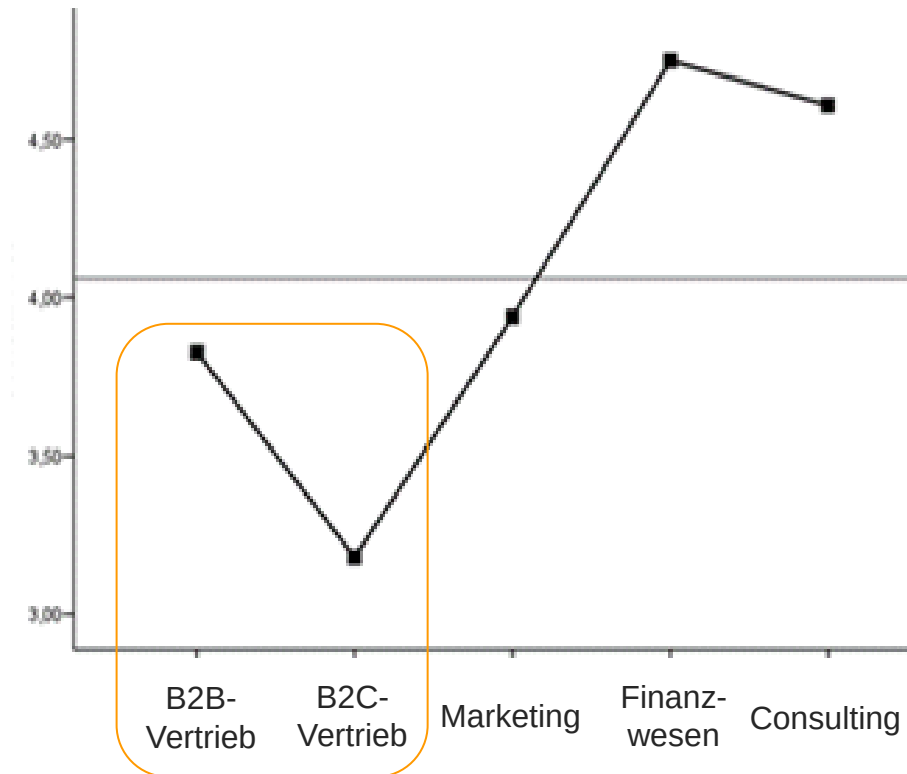
Wie attraktiv ist der Vertrieb für Hochschulabsolventen?

Im Vergleich mit anderen Berufspfaden ist der Vertrieb relativ unattraktiv, etwa in Bezug auf soziales Prestige

Berufswahlabsicht (in %)



Soziales Prestige (6 = Maximum)



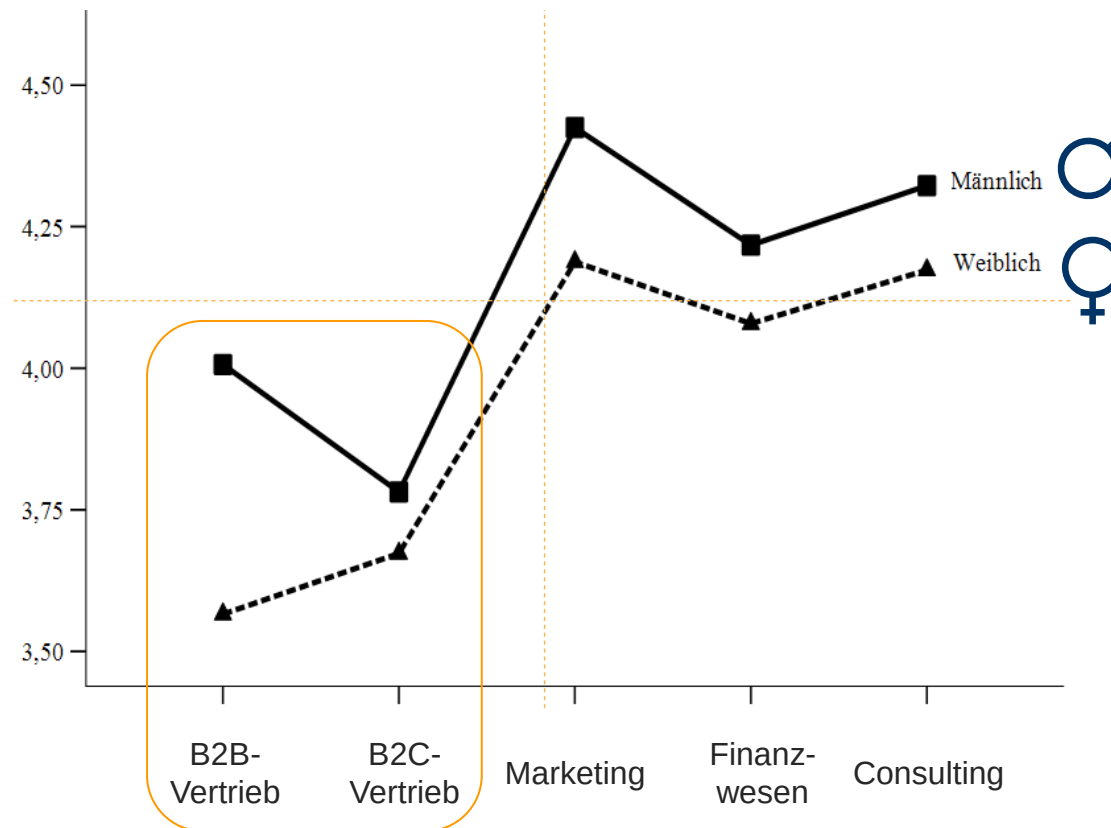
B2B: Geschäftskundenvertrieb (Business to Business)

B2C: Konsumentenvertrieb (Business to Consumer)

Trauen sich heutige Hochschulabsolventen den Vertrieb zu?

Viele Hochschulabsolventen denken, sie haben nicht die nötigen Kompetenzen für den Vertrieb (insbesondere Absolventinnen!)

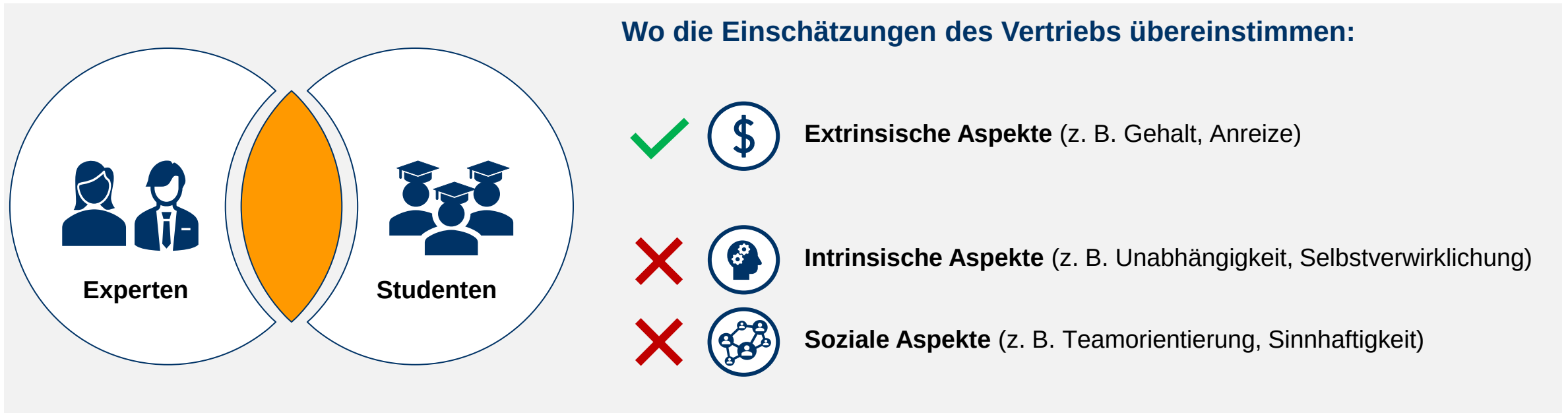
Denkst Du, dass Du die nötigen Kompetenzen hast?
(6 = Maximum)



B2B: Geschäftskundenvertrieb (Business to Business)
B2C: Konsumentenvertrieb (Business to Consumer)

Stimmen die Vorstellungen der Hochschulabsolventen?

Ein Vergleich mit Experten zeigt: Bestimmte attraktive Aspekte des Vertriebs werden von Studenten unterschätzt



Wo kann man ansetzen?

Ein wesentlicher Ansatzpunkt gegen den Fachkräftemangel ist die Arbeitsmarktkommunikation

Wie sehen Stellenanzeigen
im Vertrieb aus?



Wie sollten Stellenanzeigen
im Vertrieb aussehen?



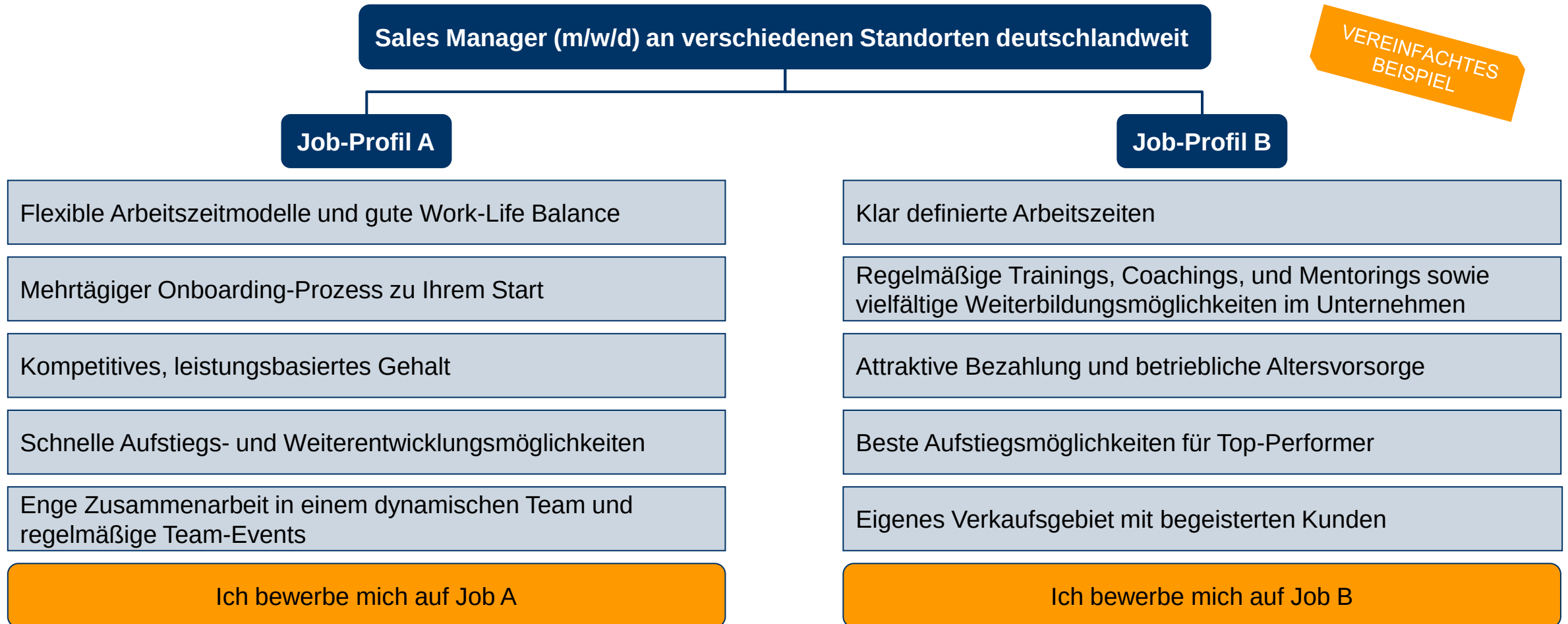
Welche Berufsmerkmale werden im Vertrieb kommuniziert?

Stellenanzeigen im Vertrieb fokussieren sich oft auf extrinsische Jobcharakteristika

Berufsmerkmale	Beispiele	Berufsmerkmale in Stellenanzeige vertreten? (in %)				
		B2B-Vertrieb	B2C-Vertrieb	Marketing	Finanzwesen	Consulting
Extrinsische Aspekte	- Vergütung - Karriereaussichten - Aufstiegschancen 	79%	81%	68%	66%	72%
Intrinsische Aspekte	- Unabhängigkeit - Selbstentfaltung - Kreativität - Weiterentwicklung 	67%	69%	71%	74%	79%
Soziale Aspekte	- Zusammenarbeit - Betriebskultur - Sinnhaftigkeit - Nachhaltigkeit 	55%	60%	57%	70%	79%

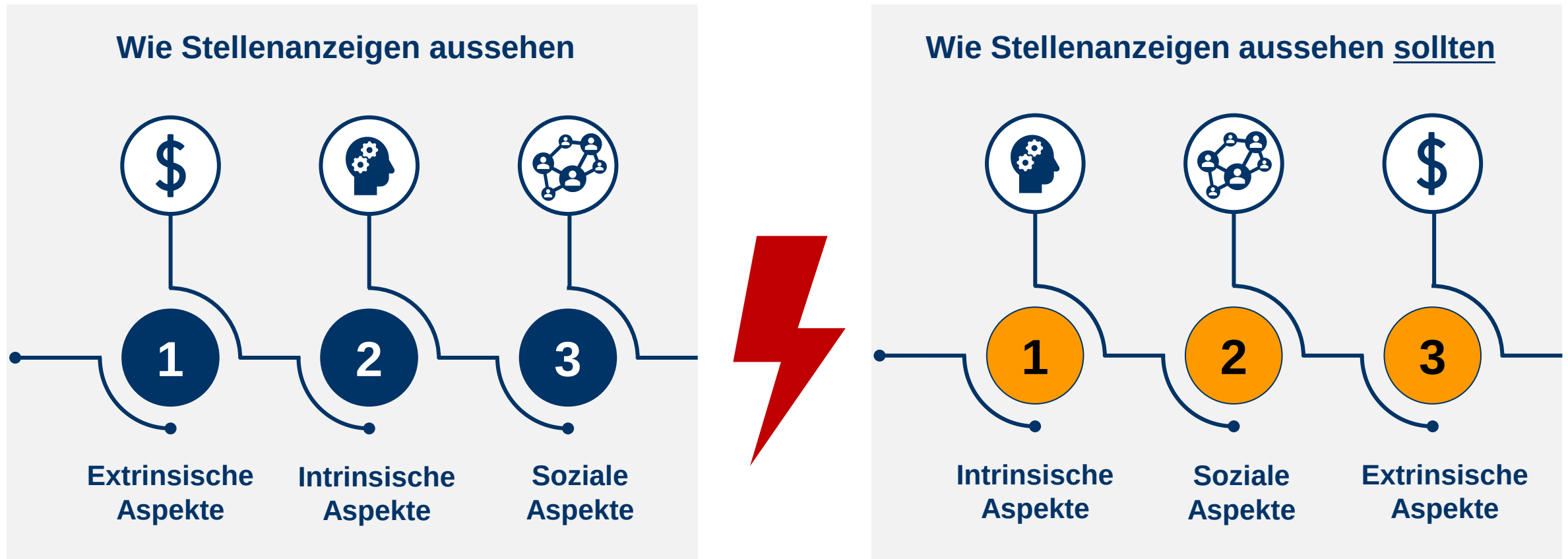
Worauf sollte sich die Arbeitsmarktkommunikation konzentrieren?

In einem Laborexperiment haben wir untersucht, worauf Absolventen bei Stellenanzeigen besonders achten



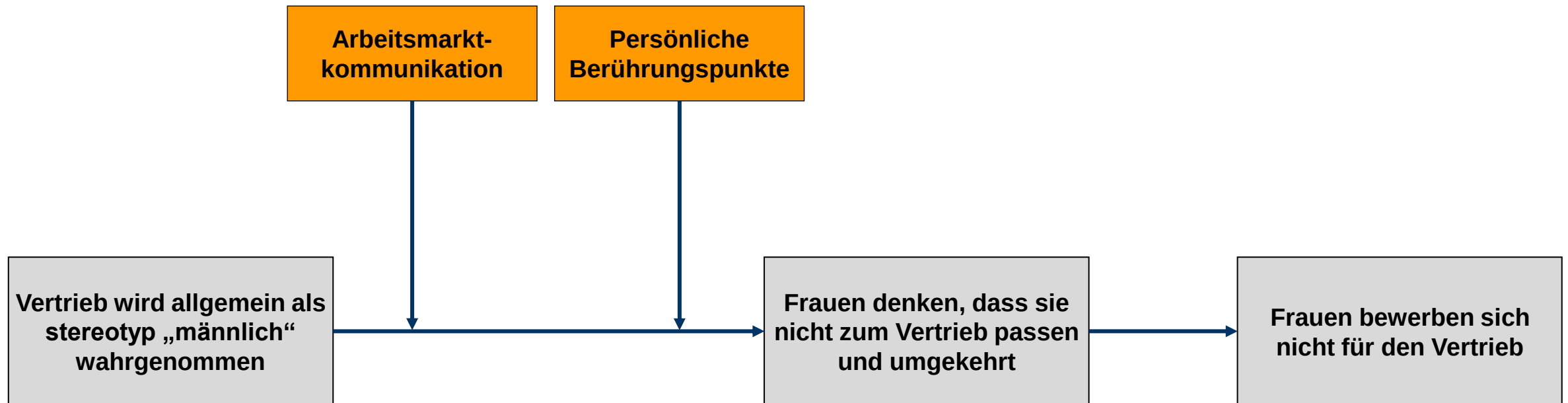
Worauf sollte sich die Arbeitsmarktkommunikation konzentrieren?

Unsere Ergebnisse zeigen: Stellenanzeigen im Vertrieb setzen oft den falschen Fokus



Und warum gibt es eigentlich so wenige Frauen im Vertrieb?

Besonders bei weiblichen Talenten sind eine bessere Arbeitsmarktkommunikation und das Schaffen persönlicher Erfahrungen entscheidend



Weibliche Fachkräfte denken, dass...

- Jobs im Vertrieb nicht zu ihren Berufswünschen passen
- sie nicht die nötigen Kompetenzen für den Vertrieb haben
- der Vertrieb nicht zu ihrer Persönlichkeit passt

Beispiel: Wie man Stellenausschreibungen besser gestaltet

Der Gender-Decoder der TU München hilft Stellenausschreibungen geschlechterübergreifend attraktiver zu gestalten



NATIONALER PAKT FÜR FRAUEN
IN MINT-BERUFEN

FührMINT

FührMINT Gender Decoder

Eine Webanwendung des [Lehrstuhls für Forschungs- und Wissenschaftsmanagement](#) der Technischen Universität München

angeboten im Rahmen des [FührMINT Projektes](#)
(*Führend Wissen Schaffen – Erfolgsfaktoren für Gewinnung und Aufstieg von Frauen in MINT-Führungspositionen in der Wissenschaft*, Förderkennzeichen: 01FP1602)

Der FührMINT **Gender Decoder** hilft Ihnen dabei zu überprüfen, ob Ihre Stellenausschreibungen (oder ähnliche Texte) **gender-fair formuliert** sind. Eine gender-faire Formulierung meint, ob Ihre Stellenausschreibungen ein ausgewogenes Verhältnis an agentischen (*stereotyp männlichen*) und kommunalen (*stereotyp weiblichen*) Wörtern enthalten, **sodass sich Männer und Frauen gleichermaßen angesprochen fühlen**.
[Mehr erfahren zu kommunalen und agentischen Wörtern](#)

Forschung zeigt, dass **Stellenausschreibungen für männlich dominierte Berufe und Positionen** zumeist sehr viele agentische (z.B. durchsetzungsfähig) und nur wenige kommunale Wörter (z.B. empathisch und sozial kompetent) enthalten – und damit **männlich konnotiert formuliert** sind. Studien belegen zudem, dass diese männlich konnotierte Formulierung von Stellenausschreibungen zur Folge haben kann, dass sich **Frauen weniger angesprochen fühlen und eine geringere Bewerbungsintention zeigen**, siehe z.B. Gaucher et al. (2011), Hentschel et al. (2021), Hentschel et al. (2019).

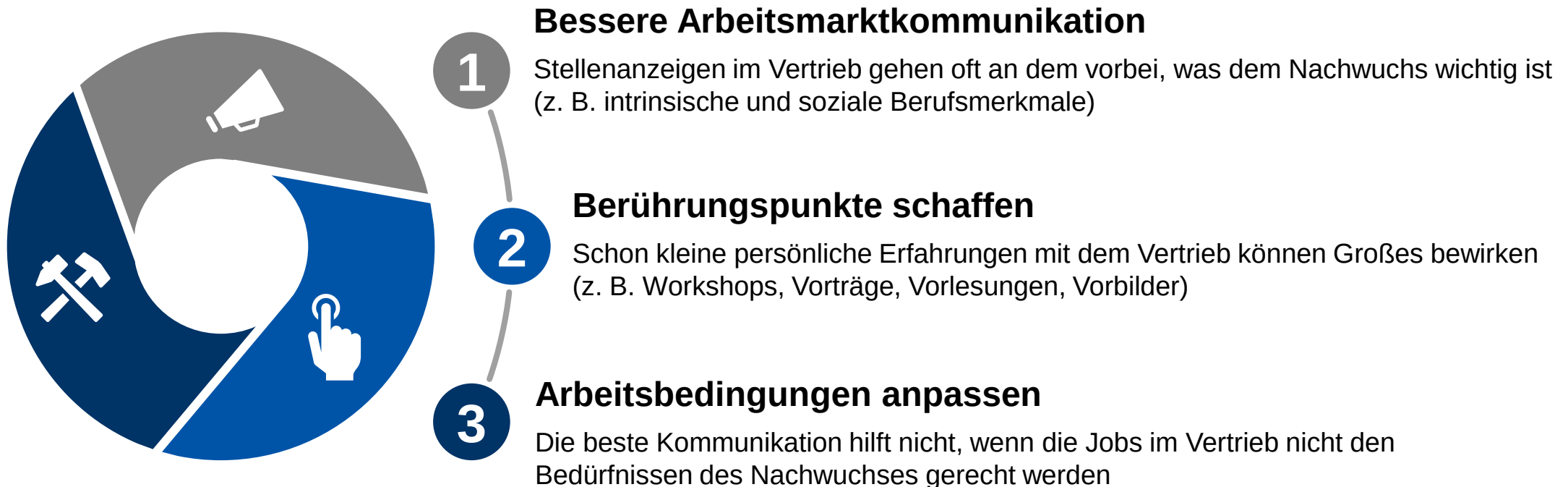
[Zu den Literaturhinweisen](#)

Ihre Stellenausschreibung:

Stellenausschreibung überprüfen

Fazit: Was tun, um mehr (weiblichen) Nachwuchs für den Vertrieb gewinnen?

Unsere Forschung zeigt drei wesentliche Ansatzpunkte auf



Bei allen drei Ansatzpunkten ist der Handlungsbedarf besonders groß, wenn wir Frauen für den Vertrieb gewinnen wollen!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Prof. Dr. Robin-Christopher Ruhnau

Kontakt per E-Mail: Robin.Ruhnau@ku.de



Kontakt per QR-Code:

