

# audimax

**mint**  
ZUKUNFT SCHAFFEN



im 11. Jahrgang / 01-2016 Januar - März

# ING

INGENIEUR

## VERTRIEBSINGENIEURE

Nah am Kunden und Produkt: Softskill-Check

## ARBEITGEBER BAUINDUSTRIE

Personalbedarf & spannende Projekte

## WEIT MEHR ALS MITTELMASS

Der Mittelstand als Top-Arbeitgeber für Ingenieure

## BIS ZU 2.000 EURO GEWINNEN

Der MINT-Award Technik geht in eine neue Runde

EXTRA  
**Forschung & Innovation**



# Blick in die Zukunft

## Arbeitsmarktreport 2016: Trends & Prognosen



# ALLESKÖNNER

## Vertriebsingenieure verbinden technisches und wirtschaftswissenschaftliches Know-how. Ihre Vielseitigkeit ist ihre Stärke

»E in Unternehmen lebt nicht von dem, was es produziert, sondern von dem, was es verkauft.« So abgedroschen die Worte des einstigen Fordpraktikanten und späteren Top-Managers bei Ford und Chrysler, Lee Iacocca, klingen mögen, so viel Wahrheit steckt auch in ihnen. Gerade wenn es um technische Produkte und Dienstleistungen geht, liegt die Messlatte der Ansprüche an die Talente des Vertrieblers hoch: Er benötigt weit mehr als das »handelsübliche« Maß an Sozialkompetenz. Das haben viele Unternehmen mittlerweile erkannt und setzen bei der Vermarktung ihrer Spitzentechnologie auf ein ganzheitliches Konzept: den Vertriebsingenieur. Falls nun ein Leser ins Stutzen gerät und sich fragt, was denn eigentlich ein Ingenieur im Vertrieb zu suchen hat, aufgepasst: Sowohl die vielen Gesuche am Arbeitsmarkt als auch der Ansturm auf entsprechende Studiengänge zeigen, dass die Kombination aus Ingenieurstitel und Vertriebs-Know-how äußerst vielversprechend zu sein scheint. Der Fachbereichsleiter für den technischen Vertrieb des Vereins Deutscher Ingenieure (VDI), Dieter Moll, kann die große Nachfrage nach Vertriebsingenieuren bestätigen: »Rund 30 bis 35 Prozent der deutschen Ingenieure sind nicht in den klassischen Bereichen Konstruktion und Produktion

tätig. Deren Einsatz in anderen Bereichen wie dem Vertrieb oder dem Produktmanagement nimmt stetig zu. Ohne Zweifel existiert Bedarf an Vertriebsingenieuren, der sicherlich in den nächsten fünf bis zehn Jahren noch steigen wird.« Was aber kann denn der Vertriebsingenieur, was der klassische Vertriebler mit dem Wirtschaftsstudium oder – im Gegenzug – der Maschinenbauer mit Vertriebschulung nicht auch leisten kann?

**64.167**  
Euro im Jahr verdienen  
Vertriebsingenieure in  
Deutschland durchschnittlich.  
Quelle: PersonalMarkt

Die Antworten auf diese Frage finden sich, wenn man das Vergrößerungsglas auf das Anforderungsprofil des Vertriebsingenieurs hält. Quasi von Berufswegen sollte ihm der Umgang mit Menschen leichtfallen, ist er doch das Aushängeschild des Unternehmens und häufig neben dem Servicetechniker der einzige Ansprechpartner für den Kunden. Diesen muss er im Gespräch vor Ort nicht nur eloquent fachlich beraten, geschickt dessen Bedürfnisse entfachen und ihm passende Angebote auf den Leib schneiden, sondern allem voran auch akquirieren. Studiengangskoordinator und Studienfachberater für den Studiengang Sales Engineering and Product Management (SEPM) an der Ruhr-Universität Bochum, Dr. rer. oec. Luis Barrantes, glaubt deshalb an ein Ausbildungskonzept, welches nicht davor zurückschreckt,

## Einige passende Jobs zum Artikel im audimax-CAREER-CENTER

Vertriebsingenieur Hydraulik – Düsseldorf  
Vertriebsingenieur Kabelsysteme Medizintechnik –  
Georgsmünd  
Vertriebsingenieur Elektronik – Berlin  
weitere 50.000 Jobs auf [audimax.de](http://audimax.de)!

Bisher wird das Vertriebsingenieursstudium vor allem an Fachhochschulen angeboten. Die Ruhr-Universität Bochum ist bisher die einzige deutsche Uni mit einem entsprechenden Angebot.

Im Studium »Sales Engineering and Product Management« kommt der Maschinenbauanteil nicht zu kurz, der Ingenieur soll keine Worthülse bleiben.

Auch als Bachelorabsolvent findet man als Vertriebsingenieur leicht einen Job. Mit dem Master winken allerdings die besseren Stellenangebote sowie die attraktiveren Gehaltsstufen.

sich aus dem Wissenspool verschiedener Fachrichtungen zu bedienen – der Studiengang beinhaltet Versatzstücke aus Maschinenbau, Psychologie, Wirtschaftswissenschaften und Jura. »Jeder Absolvent unseres Studiengangs braucht ein klares technisches Verständnis: Später muss er, wenn der Kunde ein Problem mit seiner Anlage hat, sie verändern möchte oder ein neues Produkt wünscht, die Fähigkeit haben, technische Fragestellungen zu beantworten. Darüber hinaus sollte er auch im interkulturellen Businessgespräch mit Kunden auch außerhalb des eigenen Kulturkreises, aus den USA, Asien und der ganzen Welt, eine gute Figur machen und natürlich muss ein Vertriebsingenieur auch Kaufverträge und weitere Verträge verstehen können.« Ganz besonders wichtig im Geschäft mit hochtechnischen Produkten ist laut Dieter Moll vom VDI auch der Aufbau von langfristigen Geschäftsbeziehungen – denn meist gehe es ja nicht um den einmaligen Zuschlag für einen Auftrag, die Branche lebt vom Absatz komplexer Produktgebilde mit entsprechenden Dienstleistungen, die den Kunden auf einer

möglichst großen Bandbreite bedienen. Der Vertriebsingenieur, so Moll, sei dabei weniger Verkäufer als vielmehr ein Berater mit technischer Lösungskompetenz, der gemeinsam mit dem Kunden Möglichkeiten entwickelt: »Bildlich gesprochen: Man sitzt dem Kunden nicht gegenüber, sondern man sitzt neben ihm«.

Über den Kundenkontakt hinaus ist es für einen Vertriebsingenieur zudem unverzichtbar, auch intern einen regen Austausch mit verschiedenen Bereichen, vom Produktmanager, Konstrukteur bis hin zur Produktion, zu pflegen. Das kann auch Michael Lacher aus dem technischen Vertrieb des Draht-, Kabel- und Bordnetzsystemherstellers Leoni bestätigen: »Im eigenen Unternehmen sind wir übergreifend mit nahezu allen Abteilungen in Kontakt und erhalten dabei Einblicke in interessante Ablaufmechanismen.« Ein genauso reizvolles wie anspruchsvolles Aufgabenspektrum, für welches man eine ebenso umfassende Ausbildung benötigt. ■

ph

# VERGOLDE DEINE BACHELORARBEIT

audimax und MAHLE suchen beim MINT-Award Technik 2016 die besten Bachelorarbeiten zum Thema Mechatronik und Elektrotechnik. Dem Gewinner winken 2.000 Euro

Freudestrahlend und glücklich nahmen die Preisträger des MINT-Awards-Technik 2015 ihre Trophäen und Schecks im Rahmen der Formula Student Germany am Hockenheimring entgegen. Die feierliche Preisverleihung war nicht nur Ende des letztjährigen MINT-Awards Technik, sondern für die beiden Kooperationspartner audimax und dem Automobilzulieferer MAHLE gleichzeitig Start für eine Neuaufgabe. Im Gegensatz zum Vorjahr, als die besten Masterarbeiten prämiert wurden, stehen in diesem Jahr Bachelorarbeiten im Fokus des MINT-Awards Technik 2016. Bachelorabsolventen können ihre Arbeit, die sich mit dem Themenfeld Mechatronik/Elektrotechnik beschäftigt hat, einreichen und somit bis zu 2.000 Euro gewinnen. Den Zweit- und Drittplatzierten winken 1.000 Euro beziehungsweise 500 Euro.

Die Elektrifizierung von Fahrzeugen ist eines der wichtigsten Themen der Automobilindustrie. Sie soll langfristig unter anderem dazu beitragen, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß deutlich zu reduzieren. Auch in vielen anderen Bereichen versprechen sich die Hersteller und Automobilzulieferer wie MAHLE erhebliche Effizienzsteigerungen in der Mobilität. Mit der Entkopplung vom Riemtrieb bieten zum Beispiel elektrifizierte Nebenaggregate nicht nur Packaging-Vor-

teile durch die beliebige Platzierungsmöglichkeit, sondern es werden auch die mechanischen Verluste am Verbrennungsmotor deutlich reduziert. Durch Rekuperation in entsprechenden Fahrzeugen kann unter anderem die notwendige elektrische Energie für die Nebenaggregate gewonnen werden.

MAHLE ist ein international führender Zulieferer der Automobilindustrie. Der Konzern deckt mit seinen Produkten für Verbrennungsmotoren und deren Peripherie bis hin zu Lösungen für elektrifizierte Fahrzeuge alle wichtigen Fragestellungen entlang des Antriebsstrangs und der Klimatechnik ab: von Motorsystemen und -komponenten über die Filtration bis zum Thermomanagement.

2014 hat der Konzern mit rund 66.000 Mitarbeitern einen Umsatz von 9,94 Milliarden Euro erwirtschaftet. Heute ist MAHLE mit 170 Produktionsstandorten in mehr als 30 Ländern vertreten. Alle wesentlichen Informationen zu MAHLE findest du auf der Website [www.mahle.com](http://www.mahle.com). Alles, was du über den MINT-Award Technik 2016 wissen

musst sowie die exakte Themenstellung, erfährst du auf [www.mintaward-technik.de](http://www.mintaward-technik.de) und in der kommenden Ausgabe des audimax ING., die ab dem 4. März 2016 an deiner Hochschule und Universität ausliegt. ■ tg

