

Anforderungen an Berufseinsteiger im Marketing

Empirische Studie 2006/2007

Prof. Dr. Michael Bernecker



1

Zielsetzungen und Durchführung der Studie

Ausgangslage und Motivation der Studie

Gerade der Bereich Marketing stellt für viele Absolventen aus der Wirtschaft ein sehr beliebtes Betätigungsfeld dar. Ein abgeschlossenes Studium oder eine Ausbildung im Marketing sind dabei häufig die notwendigen Voraussetzungen für den Berufseinstieg – aber bringen die Absolventen auch die für die Berufspraxis erforderlichen Qualifikationen mit? Sowohl für die Berufseinsteiger als auch für die Unternehmen ist daher die Frage nach den Anforderungen an einen Berufseinsteiger im Marketing von besonderem Interesse.

Ausgangslage und Motivation der Studie

Der Frage nach den erforderlichen Qualifikationen eines Berufseinsteigers im Marketing ist das Deutsche Institut für Marketing (DIM) in einem aktuellen Forschungsprojekt nachgegangen.

Hierzu wurden Marketingleiter großer Unternehmen in Deutschland befragt. Da alle Befragten bereits über eine langjährige Erfahrung in der Marketing-Praxis verfügen, können sie als wichtige und kompetente Informationsquellen angesehen werden.

Nach Auswertung von insgesamt 79 Fragebögen liegen interessante Erkenntnisse vor, aus denen relevante Anforderungen an Berufseinsteiger abgeleitet werden können.

Zudem liefern die Ergebnisse eine Einschätzung über die vorhandenen Qualifikationen und Leistungsvoraussetzungen von Berufseinsteigern.



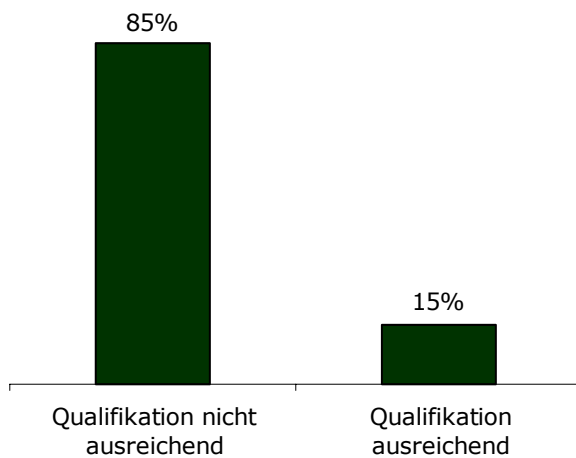
2

Zentrale Ergebnisse der Studie

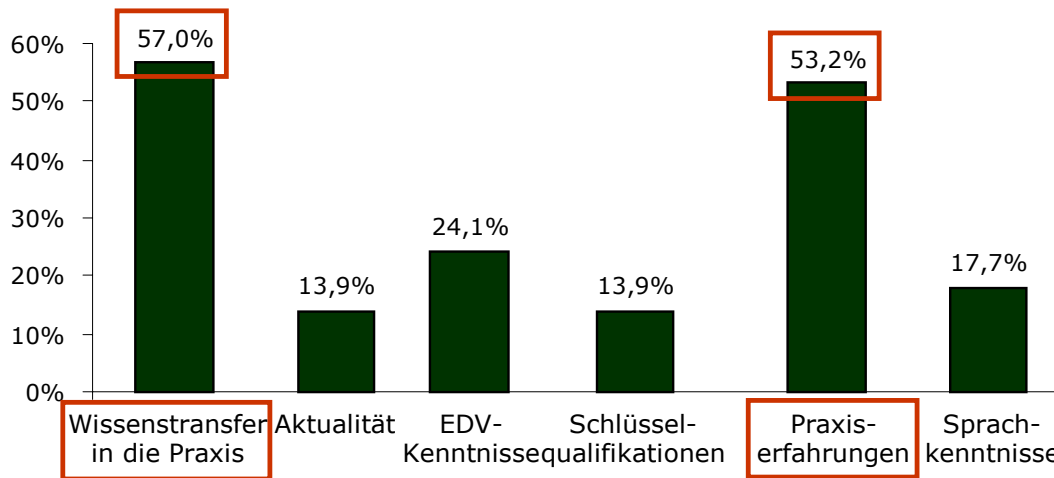
Sind Berufseinsteiger gut ausgebildet?

Als erste Erkenntnisse zeigt die Befragung, dass ein Hochschulstudium den besten bzw. wichtigsten Ausbildungsabschluss darstellt. So geben 75,9% der befragten Fachleute an, dass sie sich einen Hochschulabschluss bei Berufseinsteigern im Marketing wünschen. Eine Berufsausbildung im Marketing wird von 54,4% der Befragten gewünscht und nur 31,6% der Marketingleiter sprechen sich für eine allgemeine kaufmännische Ausbildung aus.

Unabhängig von der Art des Abschlusses zeigt die Studie jedoch ganz deutlich, dass die in der Ausbildung erworbenen Qualifikationen für einen erfolgreichen Start ins Berufsleben nicht ausreichen: Nur rund 15% der Befragten sind der Meinung, dass die Berufseinsteiger über die erforderlichen Qualifikationen verfügen.



Wie die folgende Abbildung verdeutlicht, liegen die Defizite vor allem in der praktischen Anwendung des Wissens.



So geben 57% der Marketingleiter an, dass ein Großteil der Berufseinsteiger häufig Schwierigkeiten hat, das theoretisch Gelernte in die Praxis umzusetzen, und 53,2% sind der Meinung, dass ein Defizit vieler „Neulinge“ in ihrer fehlenden Praxiserfahrung liegt.

Aufgrund dieser Einschätzung lässt sich auch erklären, wieso rund 95% der Befragten ein Praktikum (wenn möglich im Bereich Marketing) als notwendig bzw. wünschenswert erachten. Ideal wäre, so die Meinung vieler Experten, sogar eine 1- bis 2-jährige Berufserfahrung im Marketing – allerdings lässt sich dies bei Berufseinsteigern nur sehr schwer realisieren.

Die Aussage, dass die in der Hochschul- bzw. Berufsausbildung erworbenen Fähigkeiten und Kenntnisse für den Berufseinstieg nur zum Teil ausreichend sind, lässt sich auch durch das Ergebnis belegen, dass über 50% der Befragten zusätzlich zu dem erworbenen Abschluss eine Weiterbildung speziell im Bereich Marketing für sinnvoll erachten.



Welche Anforderungen werden an Berufseinsteiger gestellt?

Ein sehr viel detaillierteres Bild über die Eignung der Berufseinsteiger erhält man, wenn man die aufgabenbezogenen Anforderungen und Tätigkeiten und ihre Qualifikationen und Leistungsvoraussetzungen gegenüberstellt.

Die folgende Tabelle zeigt aus Sicht der Marketing-Experten, welche Anforderungen und Tätigkeiten häufig an Berufseinsteiger im Marketing gestellt werden.

TOP 10: Anforderungen und Tätigkeiten von Berufseinsteigern

1. Entwicklung von Marketinginstrumenten
2. Erstellung von Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien
3. Erstellung von Präsentationen und Schulungsunterlagen
4. Planung & Durchführung von Direktmarketing-Aktionen
5. Einsatz der Marketinginstrumente
6. Marktforschung
7. Administrative Tätigkeiten
8. Erstellung von Kommunikationskonzepten
9. Eventplanung/-durchführung
10. Erarbeitung von Marketingkonzepten



Eine gute Basis für einen erfolgreichen Berufseinstieg wäre also gegeben, wenn ein Großteil der Berufseinsteiger auch diese Anforderungen erfüllt. Die folgende Gegenüberstellung zeigt, in welchen Tätigkeitsbereichen viele Absolventen häufig gut qualifiziert sind und bei welchen Anforderungen häufig Schwächen auftreten.

Anforderungen, die viele Berufseinsteiger gut erfüllen (Top 5)

- +

 1. Erstellung von Präsentationen und Schulungsunterlagen
 2. Administrative Tätigkeiten
 3. Erstellung von Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien
 4. Einsatz der Marketinginstrumente
 5. Planung und Durchführung von Direktmarketing-Aktionen

Anforderungen, die viele Berufseinsteiger nicht gut erfüllen (Top 5)

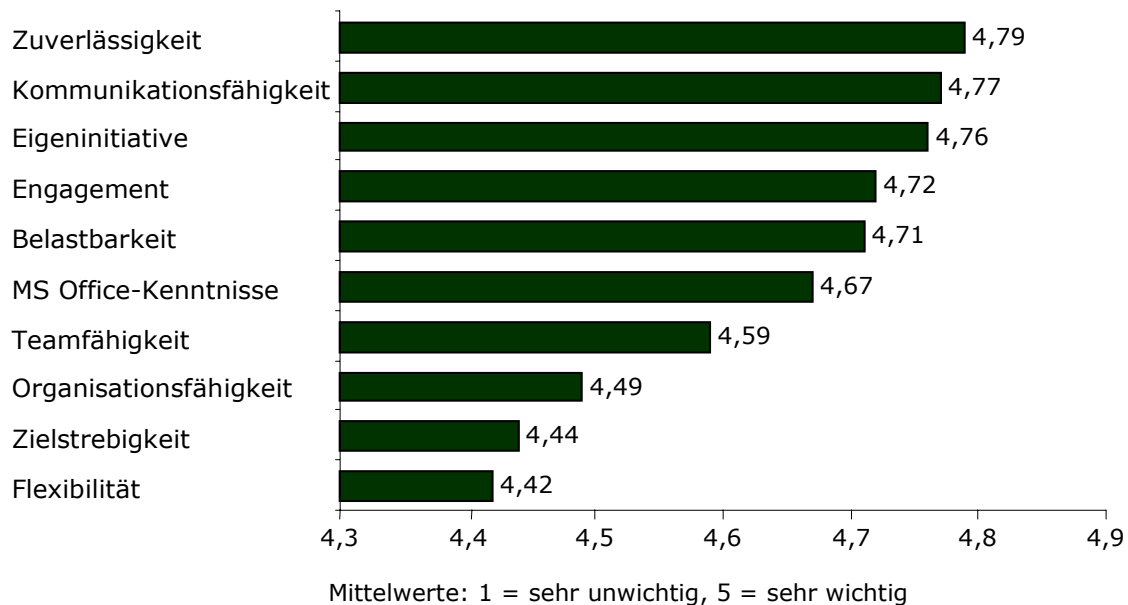
- 1. Budgetplanung
 2. Strategisches Marketing
 3. PR-Aktivitäten
 4. Kundenakquise und Kundenbetreuung
 5. Produktmanagement

Es wird deutlich, dass die Stärken vor allem im operativen Marketing, also in den ausführenden Tätigkeiten liegen. Demgegenüber erkennt ein Großteil der Marketingleiter bei ihren jüngeren Kollegen vielfach Schwächen in den planenden und strategischen Aufgaben.



Bringen die Berufseinsteiger die erforderlichen Kompetenzen mit?

Neben der Frage nach Anforderungen und Tätigkeitsfeldern ist es auch interessant, wichtige bzw. geforderte Kompetenzen für Berufseinsteiger zu kennen. Auch hier sollen zunächst aus den Erfahrungen der Marketingleiter die wichtigsten Kompetenzarten identifiziert werden. Die folgende Abbildung zeigt, wie bedeutsam Marketing-Experten einzelne Qualifikationen einschätzen.



Die Bewertung der Marketing-Experten zeigt, dass mit Zuverlässigkeit, Kommunikationsfähigkeit, Eigeninitiative, Engagement und Belastbarkeit die fünf wichtigsten Eigenschaften für Berufseinsteiger der Selbstkompetenz zuzuordnen ist.

Hieraus ergibt sich die Frage, wie die Marketingleiter die vorhandenen Qualifikationen der Berufseinsteiger in diesem Bereich einschätzen.

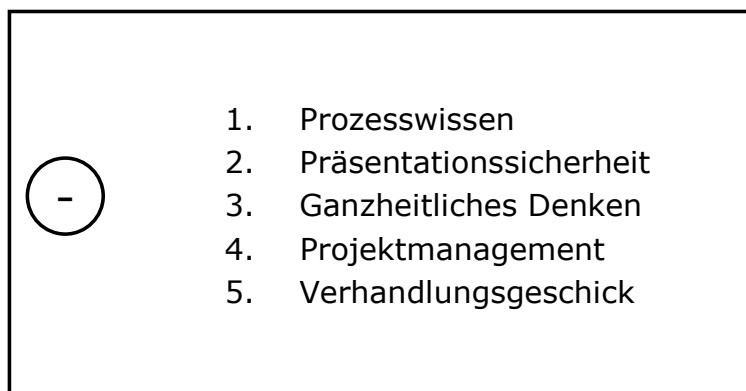


Die beiden folgenden Abbildungen zeigen, wie die befragten Marketingleiter die vorhandenen Kompetenzen der Berufseinsteiger einschätzen.

Häufig vorhandene Kompetenzen bei Berufseinsteigern



Häufig vorhandene Kompetenzen bei Berufseinsteigern



Entgegen der Forderung der Fachleute nach Selbstkompetenz liegen die Stärken der Berufseinsteiger vor allem in fachlichen Qualifikationen, wie die häufig vorhandenen EDV- und Sprachkenntnisse sowie das abgeschlossene Studium erkennen lassen. Gleichzeitig offenbaren die Schwächen, dass es häufig an methodischen Qualifikationen sowie sozial-kommunikativen Kompetenzen mangelt. Insgesamt wird somit eine deutliche Bildungs- bzw. Qualifizierungslücke deutlich. Bisher bringen die „Neulinge“ also nur bedingt die erforderlichen Kompetenzen für einen erfolgreichen Berufseinstieg mit.



3

Zusammenfassung und Implikationen

Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse

Aus den Einschätzungen der Marketingleiter können zusammenfassend die folgenden Erkenntnisse gewonnen werden:

- Auf Basis der identifizierten Anforderungen und Kompetenzen kann die Eignung von Berufseinsteigern für eine erfolgreiche Berufseinstiegung bewertet werden (Erfolgsprognose).
- Die in der Ausbildung erworbenen Qualifikationen der Berufseinsteiger haben häufig zu wenig Praxisbezug.
- Berufseinsteiger verfügen i.d.R. über gute fachliche Qualifikationen.
- Für einen erfolgreichen Berufsstart im Marketing sind vor allem Qualifikationen in den Kompetenzfeldern Selbstkompetenz, Methodenkompetenz und sozial-kommunikative Kompetenzen wichtig.
- Gerade in diesen Kompetenzfeldern haben Berufseinsteiger jedoch häufig Schwächen.

Implikationen

Auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse können einige wichtige Implikationen abgeleitet werden:

- Eine Weiterbildung speziell im Bereich Marketing erscheint notwendig und sinnvoll.
- Der Schwerpunkt sollte auf einer praktischen Wissensvermittlung liegen (Lernen an realen und praktischen Beispielen).
- Zur Stärkung sozial-kommunikativer Fähigkeiten sollte die Weiterbildung in Form eines Gruppenlernens organisiert sein.
- Die Schwächen in der Selbstkompetenz können als Appell an die Berufseinsteiger interpretiert werden. Hier ist persönliche Engagement wichtig, um Kompetenzen wie Zuverlässigkeit, Durchsetzungsvermögen oder Eigeninitiative aufzubauen.

