

ANDERES UNTERNEHMEN – ANDERE MARKETINGKARRIERE

Marketing hat viele Facetten. Je nach Unternehmen sind eher Spezialistinnen oder eher Generalisten gefragt. Wer eine Marketingkarriere plant, sollte das berücksichtigen.

Die PHW Hochschule Wirtschaft hat in einer Studie die Qualifikationsanforderungen im Marketing untersucht. Wer im Marketing Karriere machen möchte, findet hier einige Hinweise, die sich zu beachten lohnen.

Cedric El-Idrissi,
lic.rer.soc.,
Wissenschaftlicher
Mitarbeiter in der
Forschungsabteilung
der Kalaidos
Fachhochschule

Jede Unternehmung betreibt Marketing. Doch der Umfang und die Schwerpunkte der Marketingaufgaben unterscheiden sich von Unternehmen zu Unternehmen. Die Unternehmensgrösse, die Branchenzugehörigkeit sowie die internationale Vernetzung spielen eine wichtige Rolle und haben Einfluss darauf, ob eine

Tätigkeit im Marketing auf einen Teilbereich beschränkt ist oder ob dafür eher Allrounderqualitäten gefragt sind.

Wie die wissenschaftliche Studie über die Qualifikationsanforderungen im Marketing der *PHW Hochschule Wirtschaft, Teil der Kalaidos Fachhochschule*, zeigt, hat die Branchenzugehörigkeit einer Unternehmung einen starken Einfluss auf den Umfang einzelner Marketingtätigkeiten. Die Marketingverantwortlichen in der Konsumgüterbranche befassen sich z. B. häufiger mit Marktforschung oder der Erarbeitung des Marketing-Mixes als ihre Kolleginnen und Kollegen im Industriegüter- oder Dienstleistungsbereich. Möchte also jemand im Job umfassendes theoretisches Wissen anwenden, dann empfiehlt es sich, im Konsumgüterbereich einzusteigen.

Die Grösse der Unternehmung hat einen weiteren entscheidenden Einfluss darauf, wie Marketing betrieben wird. Die empirischen Befunde der PHW zeigen, dass in Grossunternehmen eher Spezialist/innen und in Kleinunternehmen mehr Generalist/innen nachgefragt werden. In Kleinunternehmen führen die Marketingverantwortlichen nicht nur die gesamte Palette von Marketingaufgaben aus, sie nehmen oft noch Funktionen im Verkauf, in der Produktion oder der Geschäftsleitung wahr. In Grossunternehmen ist der Grad der Arbeitsteilung bedeutend höher, so dass Aufgaben wie das Erarbeiten der Marketingstrategie, Festlegen der Preispolitik, Erstellen von Absatzplänen oder die Leitung einer Werbekampagne auf mehrere Köpfe verteilt werden. Eine Folge dieser Arbeitsteilung ist, dass das Marketing in Grossunternehmen meist hierarchisch organisiert ist und somit Führungsfunktionen innerhalb des Marketings entstehen.

Wo wird am aktivsten Marketing betrieben? Gemäss der Studie sind es vor allem international tätige Firmen, die umfassendes und intensives Marketing betreiben. Um im internationalen Wettbewerb zu bestehen, scheinen grössere Marketinganstrengungen notwendig zu sein. In einem sprachlich und kulturell heterogenen Umfeld ist deutlich mehr Aufwand für die Informationsbeschaffung und Koordination erforderlich.

Welche Unternehmung ist nun für eine Marketingkarriere die richtige? Um es gleich vorweg zu nehmen: Einen Königsweg gibt es keinen. Bei kleinen Unternehmen im Industriegüterbereich müssen Interessierte damit rechnen, dass sie neben dem Marketing weitere Aufgaben übernehmen müssen. Bei Grossunternehmen besteht dagegen die Gefahr, dass der Spezialisierungsgrad ein Ausmass annimmt, das einen Wechsel in eine andere Unternehmung schwierig macht. Ein möglicher – und oft gewählter Weg – ist, in einem Kleinunternehmen ins Marketing einzusteigen. Dies ist sowohl aus dem Engineering, dem Verkauf oder auch der Produktion möglich. Mit einem Wechsel in eine mittelgrosse Unternehmung besteht die Möglichkeit, alle Marketingtätigkeiten in Eigenregie durchzuführen. Schliesslich kann man sich in einer international tätigen Unternehmung spezialisieren und dann je nach dem die Karriereleiter hochsteigen.

Ob jedoch das vielfältige praktische Wissen ausreicht, um die gesamte Marketingverantwortung zu übernehmen, muss bezweifelt werden. Die Studie der PHW hat gezeigt, dass der grösste Teil der Marketingverantwortlichen neben ihrem grossen Erfahrungsschatz über einen Fachschul- oder Universitätsabschluss verfügen.

*Cedric El-Idrissi und Jürg Arpagaus, Forschung & Entwicklung Kalaidos
Fachhochschule*

[06.06.2006]