

Experten für alle Vertriebswege

Stefan Bottler

Vorbei sind die Zeiten, als Sparkassen fast nur Bankkaufleute ausgebildet haben. Auch Kaufleute für E-Commerce oder Dialogmarketing lernen neuerdings an Instituten.

Genau 90 Azubis hat die Stadtsparkasse München (SSKM) Anfang September 2018 eingestellt. Aus dem Rahmen fallen Celina Weigert (18) und Amanda Nagy (20). Sie werden zur Kauffrau für E-Commerce beziehungsweise Kauffrau für Dialogmarketing ausgebildet. Beide Berufe hat die SSKM neu eingeführt. „Ich wollte ursprünglich Kauffrau für Marketingkommunikation werden“, bekennt Weigert. „Als ich jedoch von den Kaufleuten für E-Commerce hörte, habe ich es mir anders überlegt. Viele Inhalte überschneiden sich, außerdem kann ich Online-Kampagnen und Social-Media-Aktivitäten konzipieren.“ Auf den neuen Beruf hat Weigert ihre Schwester aufmerksam gemacht. Als sie sich im Internet über Einzelheiten informierte, stieß sie auf eine Online-Werbung der SSKM und bewarb sich.

Auch Nagy recherchierte ausführlich über ihren künftigen Beruf, bevor sie bei der SSKM ihre Unterlagen einreichte. „Die Aussicht, jeden Tag mit Kunden in Kontakt zu treten und mit ihnen gemeinsam Lösungen auszuarbeiten, begeisterte mich“, berichtet die junge Münchnerin.

Jederzeit zu Veränderungen bereit sein

Mit Weigert und Nagy hat die SSKM Fachkräfte gewonnen, die sich vor noch nicht allzu langer Zeit eine Arbeit bei einer Sparkasse kaum vorstellen konnten. Beide Azubis werden in Berufsfeldern qualifiziert, die nicht oder nur am Rande Gegenstand der Ausbildung zum Bankkaufmann sind. Vor allem IT-begeisterten Jugendlichen, die später im medialen Vertrieb, Marketing oder Prozessmanagement arbeiten wollen, bieten die jungen Ausbildungsberufe Perspektiven. Und die Sparkassen selbst können ihre neuen Digitalisierungskompetenzen auch in der Ausbildung zur Geltung bringen und für die weitere Ausgestaltung ihrer Multi-Channel-Strategien qualifizierte Fachkräfte an sich binden.

Mit dem erst 2018 eingeführten Ausbildungsberuf Kaufmann/-frau für E-Commerce bilden die Institute Jugendliche zu Marketing- und Vertriebsexperten aus, die in der digitalen Welt zu Hause sind, Daten erheben und auswerten und sich in Wettbewerbsgesetzen, Urheberrecht und Datenschutz auskennen. Der 2006

gestartete Ausbildungsberuf Kaufmann/-frau für Dialogmarketing konzentriert sich auf die Beratung und Betreuung der Kunden am Telefon sowie am PC. Die Azubis lernen alle Services einer Sparkasse kennen, beherrschen Informations- und Kommunikationstechniken und können auch mit schwierigen Kunden versiert umgehen.

„Die Sparkassen benötigen Azubis, die Lust haben, mit Menschen zu arbeiten und Prozesse sowie betriebliche Abläufe auf allen Kanälen aktiv mitzugestalten“, zählt Michael Thaler, Leiter der Gruppe Personalmanagement und Bildungspolitik beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband, auf. Und natürlich muss der betriebliche Nachwuchs jederzeit zu Veränderungen bereit sein. Wer beruflich ohnehin ganz oder überwiegend in der digitalen Welt unterwegs ist, erfüllt diese Voraussetzung mit hoher Wahrscheinlichkeit. Das bestätigen auch die Aussagen der Münchner Azubis. „Gerade die Aussicht, einen völlig neuen Beruf zu lernen und dessen Veränderungen im Markt zu erleben, reizte mich“, sagt Weigert.

Mit beiden Berufen bildet die SSKM qualifizierten Nachwuchs für alle Vertriebswege aus. „Mit Bankkaufleuten allein können wir dieses Ziel nicht erreichen“, sagt Robert Wegmann, Bereichsleiter Ausbildung und Mitarbeiterqualifizierung. Die Ausbildungsordnungen beider Berufe sehen keine Fachinhalte aus der Finanzwelt vor, die SSKM muss diese selbst vermitteln. Bei Kaufleuten für Dialogmarketing sei dies ohnehin erforderlich, weil sie von vornherein im Vertrieb mitarbeiten. Bei Kaufleuten für E-Commerce stehen hingegen analytische und konzeptionelle Aufgaben im Vordergrund. Weil sie jedoch für die Neu- und Weiterentwicklung von digitalen Produkten und Dienstleistungen verantwortlich sind, müssen auch sie wissen, was die Kunden bewegt.

„Jeder Azubi wird einen Filialaufenthalt absolvieren“, so Wegmann. Im weiteren Berufsleben werden Kaufleute für E-Commerce mit Kunden auch digital kommunizieren und Social-Media-Accounts gestalten, sie prüfen Apps und analysieren die Kundennachfrage. „Im Grunde genommen arbeiten Kaufleute für E-Commerce als Fachreferenten“, beschreibt Wegmann die Aufgabenvielfalt und Verantwortungskompetenzen. Die Kompetenzen vermitteln Mitarbeiter der Marketingabteilung den neuen Azubis.

In die Weiterbildung der Ausbilder investieren

Für die Qualifizierung der angehenden Dialogmarketing-Kaufleute sind vor allem Bankkaufleute verantwortlich; die Jugendlichen, die diesen Beruf ergreifen, sollen später einmal in Kundenservicezentren oder Direktfilialen arbeiten. Die Nachfrage nach diesen neuen Berufen ist weit höher als die nach Bankkaufleuten. Für einen SSKM-Ausbildungsplatz zum E-Commerce-Kaufmann bewerben sich bis zu 40

Schüler, für einen Platz zum Dialogmarketing-Kaufmann reichen mehr als 15 ihre Unterlagen ein.

Solche Trends bestätigt der Marketingdienstleister S-Markt & Mehrwert (S-MM) in Halle, der angehende Kaufleute für Dialogmarketing ausbildet. „Die Marke Sparkasse steht für sich selbst“, sagt S-MM-Sprecher Mike Blum. „Viele Auszubildende haben in den Bewerbergesprächen den Ruf der Sparkassen als ‚seriöse und verlässliche Unternehmen‘ als Grund für ihr Interesse genannt.“ Und die S-MM selbst konnte mit manchen Vorurteilen aufräumen. „Wir haben den Bewerbern vermittelt, dass wir nicht nur ‚telefonieren‘, sondern die gesamte Breite einer kaufmännischen Ausbildung vermitteln.“

Auch so mancher leistungsschwächere Bewerber hatte sich bei der S-MM beworben und zunächst eine zweijährige Ausbildung zur Servicefachkraft für Dialogmarketing mit IHK-Prüfung abgelegt. In einem weiteren Ausbildungsjahr qualifizierte er sich dann zum Kaufmann für Dialogmarketing. Solche Erfolge waren nicht zuletzt möglich, weil die S-MM auch in die Professionalisierung der Ausbilder investierte und unter Federführung einer Koordinatorin viele Mitarbeiter auf IHK-Ausbildungen der Ausbilder (AdA) und andere Weiterbildungen schickte. Genau das dürfte auch mancher kleineren Sparkasse bevorstehen, die in die neuen Ausbildungsberufe einsteigen will.

Stefan Bottler: Experten für alle Vertriebswege, in SparkassenZeitung (09. August 2019). URL: <https://www.sparkassenzeitung.de/arbeit-%26-leben/experten-fuer-alle-vertriebswege.html>. Abgerufen am: 24. September 2019



Scannen Sie diesen Code mit Ihrem Smartphone
und lesen Sie diesen und weitere Beiträge online