



**GEHALTSSTUDIE
2014
Österreich**



SALES & MARKETING

INHALTSVERZEICHNIS

Über die PageGroup	4
Die Studie	5
Industrie	7
Sales Director	8
Sales Area Manager/Gebietsleiter/Vertriebsingenieur	9
Business Development Manager	10
Key Account Manager	11
Marketing Director	12
Marketing Manager	13
Product Manager	14
PR Manager	15
Online Marketing Manager	16
Konsumgüter	19
Sales Director	20
Sales Area Manager/Gebietsleiter	21
Key Account Manager	22
Marketing Director	23
Marketing Manager	24
Brand Manager/Product Manager	25
PR Manager	26
Online Marketing Manager	27
Einzelhandel	29
Sales Director	30
Sales Area Manager/Gebietsleiter	31
Marketing Director	32
Marketing Manager	33
Brand Manager/Product Manager	34
PR Manager	35
Online Marketing Manager	36
Store Manager	37
Category Trade Manager	38

ÜBER DIE PAGEGROUP

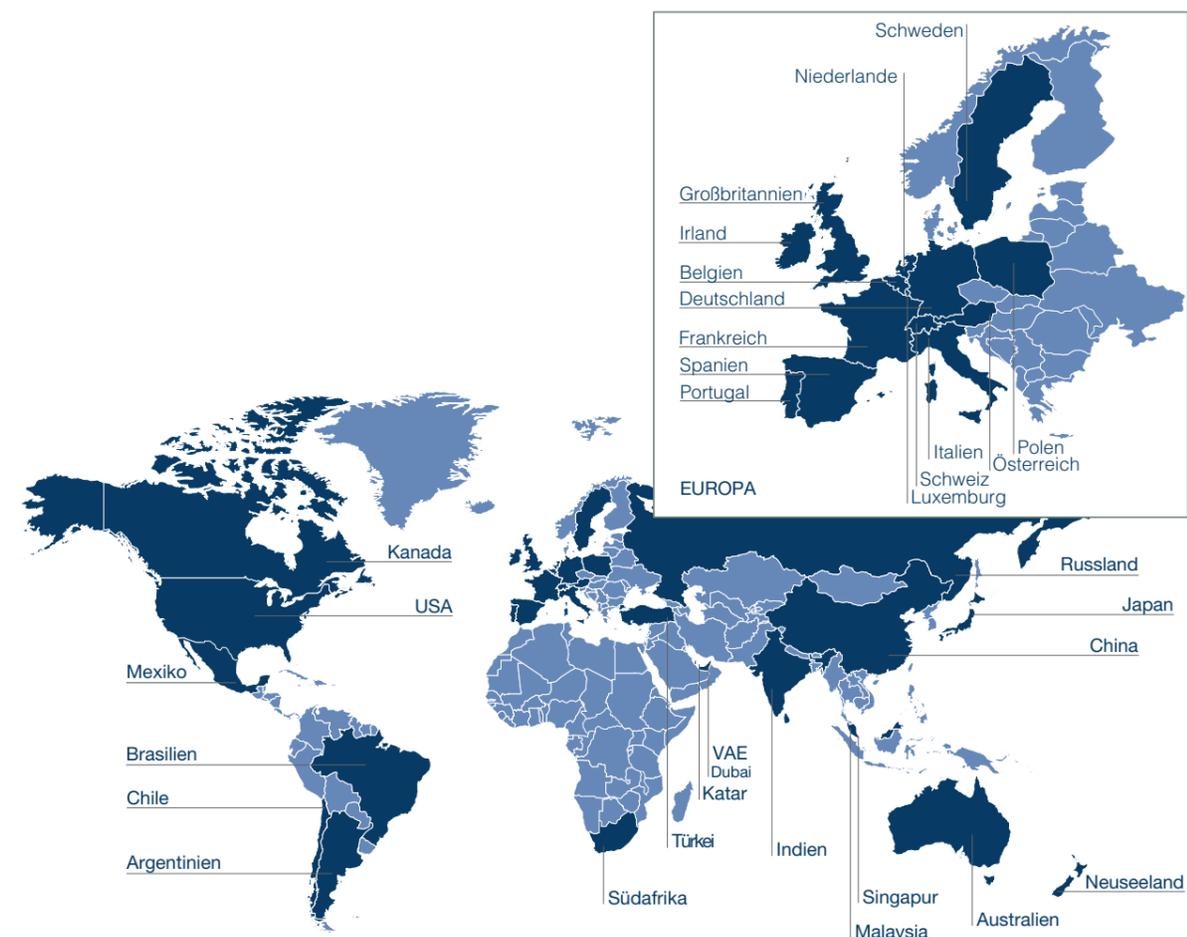
Michael Page gehört als Teil der PageGroup zu den weltweit größten und renommiertesten Personalberatungsgruppen und wächst dynamisch. Wir betreuen unsere Kunden global durch Niederlassungen auf allen Kontinenten. Weltweit ist die PageGroup mit knapp 5.000 Mitarbeitern in 153 Büros in 34 Ländern vertreten.

Michael Page Berater sind Spezialisten

Die Berater sind Spezialisten auf ihrem Gebiet und rekrutieren Kandidaten des mittleren und höheren Managements, Führungsnachwuchs sowie qualifizierte Fachkräfte mit Potenzial. Damit arbeiten Spezialisten für Spezialisten. In vielen Recruiting-Schlüsselmärkten hat sich Michael Page eine führende Position erarbeitet. Dabei hat sich das Unternehmen auch auf Märkten positioniert, die ein großes Wachstumspotenzial bergen.

Für die ausgewiesene Expertise im spezialisierten Recruiting ist Michael Page weltweit bekannt.

Weltweite Präsenz



Michael Page Österreich

Michael Page Österreich operiert mit 5 eigenständigen Geschäftsbereichen:

- Michael Page Banking and Financial Services
- Michael Page Engineering & Manufacturing
- Michael Page Finance & Accounting
- Michael Page Procurement & Supply Chain
- Michael Page Sales & Marketing

DIE STUDIE

Zielsetzung

Unsere Gehaltsstudie erfüllt zwei Funktionen: Für unsere Kandidaten dient die Gehaltsstudie als Vergleichsinstrument und hilft ihnen, ihr aktuelles Gehalt in Relation zu marktüblichen Gehältern zu betrachten. Unternehmen bieten wir hiermit einen Überblick über realistische und marktkonforme Gehälter im Sales & Marketing-Umfeld.

Methodik

Die Angaben stellen Mittelwerte aus den aktuell in Österreich marktüblichen Gehältern dar. Zugrunde gelegt wurden kumulierte Erfahrungswerte aus über 543 Kandidatengesprächen im Zeitraum von Anfang bis Mitte 2013.

Größere Bandbreiten zwischen oberen und unteren Gehaltsgrenzen ergeben sich u. a. aus der Branchenzugehörigkeit, dem geographischen Gefälle sowie den unterschiedlichen Unternehmensgrößen und -rechtsformen.

Die Gehaltsangaben berücksichtigen des Weiteren variable Anteile in Form von Zusatzleistungen wie z. B. Boni und Tantiemen. Ebenso werden Firmenwagen mit 10.000 € jährlich berücksichtigt. Daher handelt es sich bei den nachfolgenden Aufstellungen um Annäherungswerte, die vom individuellen Fall abweichen können. Aus diesem Grund erheben wir nicht den Anspruch auf absolute Vollständigkeit und Richtigkeit dieser Zahlen für den Einzelfall.

Zu Gunsten der einfacheren Lesbarkeit wird nur die männliche Anrede verwendet, gemeint ist jedoch die männliche und weibliche Form.



INDUSTRIE

Sales Director

Der Sales Director ist verantwortlich für den Umsatz des Unternehmens und bildet mit den anderen Führungspositionen die Führungsriege einer Firma. Er ist es gewohnt, die von der Geschäftsführung vorgegebenen Ziele zu erreichen und bindende Ausblicke abzugeben. Er besitzt die notwendige Erfahrung in der Industrie, um den speziellen Erfordernissen einer B2B-Umgebung Rechnung zu tragen. Dabei besitzt er das Feingefühl, um auch neue Herausforderungen effizient und erfolgreich mit seinem Team zu meistern. Ferner agiert er bestmöglich wie ein Unternehmer und erfüllt seine Aufgaben mit der gleichen Sorgfalt und dem Verantwortungsbewusstsein, als wäre die Firma sein eigenes Unternehmen.

Trotz des hohen Anspruchs verliert er nie die individuelle Entwicklung seiner Mitarbeiter aus den Augen und gibt sein Wissen weiter – ggf. betreut er vereinzelt Key Accounts, die in besonderer Weise zum Unternehmenserfolg beitragen.

Aufgabenbereiche:

- Steuerung, Bildung und Führung des Vertriebsteams
- Entwicklung einer Vertriebsstrategie zur Erreichung der Umsatz- und Renditeziele
- Umsatz- und Budgetverantwortung
- Identifizierung neuer Produkt- und Marktsegmente
- Betreuung von strategisch wichtigen Key Accounts
- Durchführung von intensiven Marktbeobachtungen und proaktiven Vertriebsaktivitäten

Berichtslinie:

- Geschäftsführung/Vorstand

Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Studium oder vergleichbare Qualifikation
- Mehrjährige relevante und erfolgreiche Berufserfahrung im Vertrieb der relevanten Industrie
- Langjährige Kenntnisse in der Führung und Weiterentwicklung von Vertriebsmitarbeitern
- Hohe Reisebereitschaft
- Charismatische Persönlichkeit mit Leader-Mentalität und Proaktivität
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	74.000	94.000
	Maximum	—	100.000	135.000
Großunternehmen	Minimum	—	78.000	120.000
	Maximum	—	135.000	166.000

Sales Area Manager/Gebietsleiter/ Vertriebsingenieur

Der Sales Area Manager stellt den direkten Kontakt zum Kunden her und agiert hier an vorderster Front für sein Unternehmen. Er kümmert sich selbständig um seine Kundentermine und koordiniert seinen Alltag. Die Vertriebsfolge hängen insbesondere von der Anzahl seiner Kundentermine, seinem professionellen Auftreten und seiner Empathie ab. Er analysiert bestehende Verkaufskonzepte, entwickelt diese weiter und implementiert innovative Absatzstrategien, um letztendlich neue Absatzchancen für die Produkte zu generieren. Eine gute Marktkennntnis, sprich ein guter Überblick über die Marktbegleiter und die Bedürfnisse der potenziellen Kunden, bildet einen weiteren Schwerpunkt des Sales Area Managers.

Aufgabenbereiche:

- Verantwortlich für die Akquisition neuer Kunden in seiner Vertriebsregion
- Pflege von Bestandskunden sowie Betreuung von Vertriebs- und Servicepartnern
- Vertreiben und Vermarkten technischer Produkte
- Identifizierung und Analyse neuer Absatzmöglichkeiten im jeweiligen Gebiet
- Mitwirkung bei Vertriebsprojekten
- Aneignung und Vertiefung von fachbezogenem Wissen (bspw. durch fachspezifische Messen und Vorträge)

Berichtslinie:

- Sales Director

Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes technisches bzw. ingenieurwissenschaftliches Studium
- Verfügt über theoretisches und praktisches Verkaufs- und Marktverständnis
- Teamplayer mit einem professionellen, gepflegten und seriösen Auftreten
- Affinität zur eigenen Branche bzw. zu deren Produkten
- Ausgeprägte Kenntnisse in MS Office
- Hohe Reisebereitschaft, verbindliches und proaktives Auftreten
- Hands-on-Mentalität
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	38.000	56.000	65.000
	Maximum	65.000	73.000	93.000
Großunternehmen	Minimum	43.000	58.000	73.000
	Maximum	80.000	93.000	107.000

Business Development Manager

Der Business Development Manager ist für die selbständige Entwicklung und Umsetzung neuer Geschäftsideen und Strategien mit dem richtigen Gespür für geschäftsrelevante Trends verantwortlich. Als Strategie liegt sein Hauptaufgabenbereich vor allem darin, neue Geschäftsfelder zu generieren, Beziehungen zu potenziellen Kunden aufzubauen und profitable Allianzen zu schmieden. Sein Ziel ist die Identifizierung und Erschließung neuer Geschäftsfelder und Märkte auf nationaler sowie ggf. internationaler Ebene.

Der Business Development Manager ist es gewohnt, auf Augenhöhe mit Führungspersönlichkeiten zu arbeiten und sollte dabei im besonderen Maße nicht nur durch sein diplomatisches Vorgehen, sondern auch durch seinen Weitblick angenehm auffallen.

Aufgabenbereiche:

- Identifizierung und Erschließung neuer Märkte
- Entwicklung und Bewertung von Geschäftsmodellen und neuen Wachstumsfeldern
- Erkennen von zukünftigen Marktdynamiken und neuen Trends
- Regelmäßige Wettbewerbsanalysen
- Ansprechpartner für marktstrategische Fragestellungen/Bewertungen
- Aufbau und Pflege eines Netzwerkes mit potenziellen Kooperationspartnern
- Durchführen von Marktanalysen und verantwortlichen Projektevaluierungen
- Akquisition und Durchdringung strategisch relevanter Kunden

Berichtslinie:

- Sales Director
- Marketing Director

Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes wirtschaftswissenschaftliches Hochschulstudium oder eine vergleichbare Ausbildung
- Fundierte Berufserfahrung in Bereichen wie Business/Corporate Development oder in Strategieabteilungen/strategischer Unternehmensberatung
- Relevante betriebswirtschaftliche Kenntnisse, insbesondere in den Bereichen Produkt- und Preisstrategie (vor allem für Preisverhandlungen)
- Ausgeprägte analytische Fähigkeiten und Konzeptionsstärke sowie Ziel- und Ergebnisorientierung
- Langjährige Führungs- und Projekterfahrung
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	56.000	75.000
	Maximum	—	73.000	95.000
Großunternehmen	Minimum	—	58.000	85.000
	Maximum	—	90.000	110.000

Key Account Manager

Der Key Account Manager betreut die maßgeblich zum Geschäftserfolg beitragenden Kunden und hat dabei sowohl die zeitnahe Umsatzgenerierung im Blick als auch die Pflege langfristiger Geschäftsbeziehungen. Im Industrieumfeld steht der Key Account Manager in Kontakt mit Großkunden und kennt sowohl die gewünschten Gepflogenheiten als auch implizit vermittelte Informationen, die er an die entsprechenden operativen Abteilungen weitergibt.

Er trägt für seinen Kundenstamm die Umsatzverantwortung und ist im alltäglichen Geschäftsleben der Hauptansprechpartner.

Aufgabenbereiche:

- Betreuung der Key Accounts mit ausgeprägtem Fokus auf Kundenpflege, Up- und Cross-Selling
- Eigenverantwortliches Verhandeln von Rahmenverträgen
- Implementierung und Aufbau einer langfristigen Kundenbindung durch regelmäßige Kundenbesuche
- Realisieren von gesetzten Umsatzzielen, Erstellen von Analysen und Berichten
- Generierung neuer Key Accounts durch Neukundenakquisition
- Kontinuierliche eigene Information und Durchdringung – gepaart mit marktrelevanter Weiterbildung – im Bereich der potenziellen Kundenstruktur

Berichtslinie:

- Sales Director

Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes Studium im Bereich Wirtschafts- bzw. Ingenieurwissenschaften
- Alternativ Fachkraft mit kaufmännischer Weiterbildung im Bereich Vertrieb
- Fundierte Erfahrungen im Key Account Management im produzierenden Umfeld
- Voraussetzung ist ein bereits bestehendes Netzwerk im genannten Bereich
- Kommunikationsstärke, Durchsetzungsvermögen sowie ein hohes Maß an Präsentations- und Verhandlungsgeschick
- Verantwortungsbewusstsein und hohe Reisebereitschaft
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	55.000	68.000
	Maximum	—	75.000	90.000
Großunternehmen	Minimum	—	57.000	83.000
	Maximum	—	90.000	113.000

Marketing Director

Der Marketing Director verantwortet die Steuerung sämtlicher Marketingaktivitäten vom Portfoliomanagement über die Marktstrategieplanung bis hin zur Marketingkommunikation für ein bestimmtes Land oder eine Region (z. B. EMEA). Er besitzt die nötige Erfahrung und den Weitblick, um mit klassischen Direktmarketingansprachen neue Absatzmöglichkeiten zu generieren und dem Vertriebsteam sämtliche relevanten Werkzeuge an die Hand zu geben. Gemeinsam mit seinem Team generiert er relevante Marktdaten und schafft dadurch Einblicke in das Verbraucherverhalten sowie versorgt Entscheidungsträger mit wettbewerbsrelevanten Strategien und managementtauglichen Informationen. Auf dieser Basis verantwortet er Marketingpläne und ganzheitliche Marketingkonzepte sowie berücksichtigt dabei neben Produkt-, Distributions- und Preispolitik auch Werbung und Verkaufsförderung als Grundlage für absatzpolitische Entscheidungen. In Anlehnung an die Unternehmensstrategie entwickelt sein Team die Kommunikationsstrategie und setzt diese mittels klassischer Werbemittel um.

Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für die Gestaltung der gesamten Kommunikationsstrategie inkl. deren Budgets
- Konzeption, Entwicklung und Umsetzung der Corporate Identity, des Corporate Designs und der Marketingstrategie
- Federführung bei der integrierten Marketing-Jahresplanung
- Regelmäßiges Ergebnis- und Budgetcontrolling
- Erkennen und Evaluieren von Markttrends (Social Media, Guerilla Marketing etc.)
- Führungsverantwortung für das Marketingteam

Berichtslinie:

- Geschäftsführung

Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Studium mit Schwerpunkt Marketing
- Alternativ Ausbildung zum Kommunikations- bzw. Marketingwirt
- Mehrjährige relevante Führungs- und Berufserfahrung im Marketing
- Technisches Verständnis, Kreativität und Agenturkontakte
- Hohe Marketingemotionalität, gepaart mit interkulturellem Verständnis, Antizipation neuer Marketingtrends
- Sehr gute Kommunikations-, Präsentations- und Empathiefähigkeiten
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	60.000	95.000
	Maximum	—	78.000	106.000
Großunternehmen	Minimum	—	69.000	102.000
	Maximum	—	103.000	160.000

Marketing Manager

Der Marketing Manager ist für die Entwicklung und Implementierung von Marketingmaßnahmen zur optimalen strategischen Positionierung der Marke verantwortlich. Die von ihm umgesetzte Strategie dient unter anderem zur Abgrenzung von Konkurrenzprodukten sowie zur erfolgreichen Generierung von Wettbewerbsvorteilen. Charakteristisch für diese Position sind die enge Zusammenarbeit mit den Fachabteilungen und Agenturen sowie die Pflege eines branchenbezogenen Netzwerks, um über aktuelle Trends und Innovationen in der Werbelandschaft informiert zu sein.

Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für die erfolgreiche Planung, Umsetzung und Monitoring aller Marketingaktivitäten
- Ausführung von Marketing- und Kommunikationsplänen
- Umsetzung von Angebots- und Vermarktungsstrategien
- Steuerung und Planung absatzrelevanter Prozesse
- Abgabe von Empfehlungen hinsichtlich der Produkt-, Preis- und Distributionspolitik

Berichtslinie:

- Senior Marketing Manager
- Marketing Director

Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches bzw. wirtschaftswissenschaftliches Studium oder vergleichbare Ausbildung mit Schwerpunkt Marketing
- Relevante Marketingerfahrung im produzierenden Umfeld
- Ausgeprägte Präsentations- und Kommunikationsstärke
- Hohe Projektmanagementkompetenz und Agenturerfahrung von Vorteil
- Interkulturelles Verständnis sowie Nähe zu Markttrends notwendig
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	36.000	55.000	78.000
	Maximum	50.000	72.000	90.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	67.000	82.000
	Maximum	55.000	85.000	100.000

Product Manager

Der Product Manager verantwortet die Weiterentwicklung und Strategie der Produktplatzierung in voller Gänze. Auf der einen Seite arbeitet er eng mit dem Vertrieb zusammen, um das Produkt in Bezug auf Kundenfeedbacks zeitnah anpassen zu können. Auf der anderen Seite steht der Product Manager in ständiger Kommunikation mit der Marketingabteilung, wobei er nicht nur Kampagnen evaluiert, sondern auch als Experte für dieses Produkt der jeweiligen Fachabteilung mit Rat und Tat zur Seite steht. Dadurch ist er in der Lage, den Informationsfluss zu bündeln, um marktnahe Entscheidungen zu treffen, die in der internen Umsetzung neuer Produktkonzeptionen und -optimierungen enden können.

Insbesondere durch die industriespezifische geringere Diversifikation des Produktportfolios ist diese Rolle durch ein sehr fundiertes Wissen über das jeweilige Produkt geprägt und die einzelnen Produktlebenszyklen sind meist länger als vergleichbare im Konsumgüterbereich.

Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für die Strategie und Konzeption einer Produktgruppe
- Analyse des Product Lifecycle einschließlich der Ableitung von (Produkt-)Maßnahmen
- Definition, Konzeption und Beauftragung von Dialogmarketingmaßnahmen zur Steigerung der Produktbindung des Kunden
- Umsetzung von Kampagnen zur Kommunikation von Produktneuheiten in Zusammenarbeit mit involvierten Abteilungen und Dienstleistern
- Systematische Auswertung relevanter KPIs und Befragungsdaten einschließlich Erfolgsmonitoring
- Erstellung von Statistiken einschließlich einer Analyse hinsichtlich Optimierungspotenzialen

Berichtslinie:

- Marketing Director

Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Studium oder vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt BWL, Marketing oder Kommunikationswissenschaften
- Professionalität, Qualitätsbewusstsein und Produktleidenschaft
- Mehrjährige Berufserfahrung, idealerweise im produktnahen Umfeld
- Sehr fundierte Kenntnisse im Bereich Produktmarketing (Methoden, Prozesse, Werkzeuge)
- Konzeptionsstärke und Umsetzungsorientierung
- Belastbarkeit und sicheres Auftreten
- Kreativität, Kommunikations- und Präsentationsstärke
- Erste Führungserfahrung innerhalb des Produktmarketings wünschenswert
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	42.000	51.000	72.000
	Maximum	55.000	65.000	90.000
Großunternehmen	Minimum	42.000	64.000	80.000
	Maximum	65.000	92.000	113.000

PR Manager

Die Aufgaben eines PR Managers sind der Aufbau und die Pflege von Pressekontakten, die Präsentation des Unternehmens sowie die Organisation von Veranstaltungen mit dem Ziel des Imageaufbaus und der Etablierung einer nachhaltigen Positionierung in der öffentlichen Meinung. In der Zusammenarbeit mit externen Agenturen wird ein positives Image des Unternehmens in der regionalen, nationalen und/oder internationalen Presse kreiert.

Aufgrund des Netzwerks in der Medienlandschaft weiß der PR Manager Erfolge richtig zu kommunizieren, schwierige Situationen gekonnt abzuschwächen und das Unternehmen ins „rechte“ Licht zu rücken.

Aufgabenbereiche:

- Gesamtverantwortung für die in- und externe Kommunikation in enger Abstimmung mit der Marketingleitung und der Geschäftsleitung
- Zuständig für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Konzeption und Umsetzung der Kommunikationsstrategie und -politik
- Verantwortung für den Aufbau und die Pflege der Kontakte zu allen relevanten Medien mit Hilfe des Marketingteams
- Konzeption, Organisation und Moderation von Presseveranstaltungen und Events
- Aufbau und Pflege eines Netzwerkes mit Meinungsbildnern aus Politik, Gesellschaft und Wirtschaft
- Beratung der Geschäftsführung bei Themen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Berichtslinie:

- Leiter Unternehmenskommunikation
- Marketing Director

Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Studium oder vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt Journalismus oder Kommunikationswissenschaften
- Fundierte Erfahrung im Umgang mit nationalen und internationalen Medien
- Strategische und konzeptionelle Arbeitsweise
- Netzwerkkaffinität und Erfahrung in der Steuerung von Agenturen
- Exzellente kommunikative Fähigkeiten sowie Präsentationsstärke
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	30.000	45.000	55.000
	Maximum	35.000	50.000	72.000
Großunternehmen	Minimum	35.000	49.000	65.000
	Maximum	45.000	60.000	95.000

INDUSTRIE

Online Marketing Manager

Der Online Marketing Manager entwickelt Kampagnen, Werkzeuge und Lösungen für das Internet. Darüber hinaus ist er durch sein Fachwissen ein wichtiger Ansprechpartner für die Marketing und Brand Directors, was die Erfolgsmessung digitaler Marketinginitiativen betrifft. Mit Teamkollegen aus diversen Fachdisziplinen arbeitet er eng zusammen, ist beratend tätig und führt die gemeinsam erarbeiteten Kampagnen im Online-Bereich aus.

Aufgabenbereiche:

- Pflege und Aufbau von komplexen Online-Kampagnen
- Selbständiges Planen und Durchführen von E-Mail-Marketingmaßnahmen
- Beschäftigung mit den neuesten Marketing-Webtrends (Retargeting, Behavioural Targeting, Google Adwords)
- Koordinierung von Werbemaßnahmen
- Werbeerfolgskontrolle, Kostenkontrolle und -planung
- Entwicklung und Aufbau neuer Online Services wie z. B. einer neuen Website
- Fachspezifischer Agenturkontakt

Berichtslinie:

- Marketing Director

Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Studium mit Schwerpunkt Wirtschaftsinformatik
- Auch Weiterbildung im Bereich Medien und E-Business kann Zugang zur Tätigkeit eröffnen
- Relevante Erfahrungen im Online-Marketing (SEO, SEM, Affiliate)
- Kenntnisse verschiedener Applikationen wie z. B. Datenbanken, CMS, HTML, CSS, php und JavaScript
- Freude am selbständigen und eigenverantwortlichen Arbeiten
- Aktuelles Fachwissen mit dem dazugehörigen Netzwerk von Agenturen und Ansprechpartnern
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	35.000	47.000	—
	Maximum	45.000	66.000	—
Großunternehmen	Minimum	38.000	49.000	—
	Maximum	47.000	70.000	—



KONSUMGÜTER

Sales Director

Der Sales Director ist für das gesamte Vertriebsteam und den Umsatz des Unternehmens verantwortlich. Er ist es gewohnt, die mit der Geschäftsführung vereinbarten Umsatzziele mit seinem Team zu erreichen und bindende Ausblicke abzugeben. Er verhandelt federführend Rahmenverträge und hat die nötige Erfahrung, daraus resultierende, langfristige Konsequenzen seiner Entscheidungen abzusehen. Aufgrund seiner diplomatischen Fähigkeiten ist er auch bei schwierigen Verhandlungen mit Absatzpartnern (Einzelhändlern) in der Lage, für beide Parteien eine Win-win-Situation zu erzielen. Trotz des hohen Anspruchs verliert er nie die individuelle Entwicklung seiner Mitarbeiter aus den Augen und gibt sein Wissen weiter. Ggf. betreut er vereinzelt auch noch Key Accounts, die in besonderer Weise zum Unternehmenserfolg beitragen.

Aufgabenbereiche:

- Steuerung, Bildung und Führung des Vertriebsteams
- Entwicklung einer internationalen Vertriebsstrategie zur Erreichung der Umsatzziele
- Umsatz- und Budgetverantwortung
- Identifizierung neuer Produkt- und Marktsegmente
- Betreuung von High Value Key Accounts und Verhandlung von Rahmenverträgen
- Durchführung von intensiven Marktbeobachtungen und proaktiven Vertriebsaktivitäten für ein kontinuierliches, profitables Wachstum
- Prozessoptimierung sowie allgemeine Qualitätskontrollen

Berichtslinie:

- Geschäftsführung/Vorstand

Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder eine vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt Vertrieb
- Mehrjährige erfolgreiche Führungstätigkeit im Vertrieb (Konsumgüterbereich)
- Hohe Reisebereitschaft
- Hohe Marken-/Produktaffinität
- Sehr gut entwickeltes Netzwerk in der Branche sowie ausgeprägtes Marktverständnis
- Charisma, Empathie und Hands-on-Mentalität
- Integrität und unternehmerisches Denken
- Sehr gute Kenntnisse in relevanter Büro-Software wie MS Office, SAP etc.
- Präsentationsstärke und hohe Kommunikationsfähigkeiten
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	70.000	90.000
	Maximum	—	90.000	113.000
Großunternehmen	Minimum	—	83.000	123.000
	Maximum	—	110.000	155.000

Sales Area Manager/Gebietsleiter

Der Sales Area Manager ist verantwortlich für das ihm zugeteilte Gebiet und ist der alleinige Repräsentant für Partner mit Sitz in diesem Gebiet. In der Konsumgüterbranche kommt es insbesondere darauf an, verkaufsfördernde Maßnahmen, Weiterbildungen und Informationsveranstaltungen zu aktuellen Produkten bei den Partnern/Mitarbeitern durchzuführen.

Des Weiteren analysiert er bestehende Verkaufskonzepte und -kanäle, entwickelt diese weiter und implementiert innovative Absatzstrategien, um letztendlich neue Absatzchancen für das Unternehmen zu generieren. Ggf. sammelt er bereits in dieser Position erste Führungserfahrung und hat somit die Personalverantwortung für ein kleines Team.

Aufgabenbereiche:

- Umsatzverantwortung, Betreuung eines bestehenden Kundenkreises sowie Neukundenakquisition in seiner Region
- Identifikation und Entwicklung neuer Zielmärkte, Geschäftsfelder und Kundensegmente
- Entwicklung und Umsetzung neuer Strategien
- Planung und Umsetzung gezielter Programme für Marketing- und Sales-Strategien zur Stärkung der Marktetablierung
- Zusammenarbeit mit Partnern zur Entwicklung neuer Synergien
- Durchführung von Informationsveranstaltungen zu aktuellen Produkten

Berichtslinie:

- Sales Director

Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation
- Mindestens 2–3 Jahre Erfahrung im Vertrieb eines Konsumgüterunternehmens
- Theoretisches und praktisches Verkaufs- und Marktverständnis
- Teamplayer
- Ausgeprägte Kenntnisse in MS Office, insbesondere Microsoft PowerPoint
- Hohe Reisebereitschaft und Agilität
- Hands-on-Mentalität
- Unternehmerisches Denken und Handeln
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	30.000	40.000	53.000
	Maximum	40.000	48.000	65.000
Großunternehmen	Minimum	40.000	46.000	65.000
	Maximum	55.000	60.000	78.000

Key Account Manager

Der Key Account Manager verantwortet die maßgeblich zum Geschäftserfolg beitragenden Kunden und hat dabei sowohl die zeitnahe Umsatzgenerierung im Blick als auch die Pflege langfristiger Geschäftsbeziehungen. Im Einzelhandel steht der Key Account Manager meist in Kontakt mit größeren Zwischenhändlern und weiß dabei die Qualitäten für den Zwischenhändler sowie die Vorteile für den Endkunden zu vermitteln.

Er trägt für seinen Kundenstamm die Umsatzverantwortung und ist im alltäglichen Geschäftsleben der Hauptansprechpartner; er repräsentiert somit das Unternehmen diesem Kundenstamm gegenüber.

Aufgabenbereiche:

- Umsatzverantwortung sowie Betreuung eines bestehenden Kundenkreises aus dem nationalen/internationalen Geschäft
- Pflege des vorhandenen Kundenkontakts mit dem Ziel, die Geschäftsbeziehung auszuweiten
- Entwicklung und Umsetzung neuer Strategien
- Umsetzung gezielter Marketing- und Vertriebsstrategien zur Stärkung der Marktetablierung
- Aufbau eines internen Netzwerks zur effizienten Kommunikation der Kundenwünsche und -bedürfnisse
- Generierung neuer Key Accounts durch Neukundenakquisition
- Angebotserstellung und Angebotskoordinierung

Berichtslinie:

- Sales Director

Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes Studium im Bereich Wirtschaftswissenschaften
- Alternativ Fachkraft mit kaufmännischer Weiterbildung im Bereich Vertrieb
- Fundierte Erfahrungen im Key Account Management des Dienstleistungs- und Konsumgütersektors
- Voraussetzung ist ein bereits bestehendes Netzwerk im genannten Bereich
- Bestehende Kontakte bei den Zielkunden wünschenswert
- Hohe Reisebereitschaft
- Hands-on-Mentalität
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	50.000	60.000
	Maximum	—	65.000	70.000
Großunternehmen	Minimum	—	65.000	72.000
	Maximum	—	87.000	95.000

Marketing Director

Der Marketing Director verantwortet die Steuerung sämtlicher Marketingaktivitäten vom Portfoliomanagement über die Marktstrategieplanung bis hin zur Marketingkommunikation für ein bestimmtes Land oder eine Region (z. B. EMEA). Gemeinsam mit seinem Team sammelt er relevante Marktdaten und schafft dadurch Einblicke in das Verbraucherverhalten. Er versorgt die Entscheidungsträger mit wettbewerbsrelevanten Strategien und managementtauglichen Informationen. Er kann sich in die unterschiedlichen Konsumentengruppen hineinversetzen und identifiziert sowie adressiert zielsicher die kaufentscheidenden Faktoren.

Auf dieser Basis aufbauend verantwortet er Marketingpläne und ganzheitliche Marketingkonzepte und berücksichtigt dabei neben Produkt-, Distributions- und Preispolitik auch Werbung und Verkaufsförderung als Grundlage für absatzpolitische Entscheidungen. Die Basis der Konzepte und Aktivitäten bilden kontinuierliche Analysen und Bewertungen der durchgeführten Marketingprogramme hinsichtlich Effektivität und Effizienz. In Anlehnung an die Unternehmensstrategie entwickelt sein Team die Kommunikationsstrategie und setzt diese mittels verschiedenen Werbemittel um.

Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für die Gestaltung der gesamten Kommunikationsstrategie
- Evtl. Aufbau und Etablierung von neuen Geschäftsfeldern bzw. Marken
- Federführend in Bezug auf eine integrierte Jahresplanung unter Berücksichtigung von Marketingstrategie & Guidelines
- Regelmäßiges Ergebnis- und Budgetcontrolling
- Erkennen und Evaluieren von Markttrends (Social Media, Guerilla Marketing etc.)
- Führungsverantwortung für ein mehrköpfiges Team

Berichtslinie:

- Geschäftsführung

Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder vergleichbare Ausbildung mit Schwerpunkt Marketing
- Mehrjährige Führungs- und Berufserfahrung im Bereich Marketing sowie in der Durchführung von Marketingprojekten im Konsumgüterumfeld
- Markenerfahrung, Kreativität und Agenturkontakte
- Hohe internationale Mobilität und zeitliche Flexibilität, gepaart mit interkulturellem Verständnis
- Sehr gute Kommunikations-, Präsentations- und Empathiefähigkeiten
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	60.000	83.000
	Maximum	—	75.000	90.000
Großunternehmen	Minimum	—	85.000	92.000
	Maximum	—	100.000	128.000

Marketing Manager

Der Marketing Manager ist für die Entwicklung und Implementierung von Marketingmaßnahmen zur optimalen strategischen Positionierung der Marke verantwortlich. Die von ihm umgesetzte Strategie dient unter anderem zur vorteilhaften Positionierung der Marke bzw. des Produkts sowie zur erfolgreichen Generierung von Wettbewerbsvorteilen. Charakteristisch für diese Position sind die enge Zusammenarbeit mit den Fachabteilungen und Agenturen sowie die Pflege eines branchenbezogenen Netzwerks, um über aktuelle Trends und Innovationen in der Werbelandschaft informiert zu sein. Er hat erste Erfahrungen im Konsumgüterumfeld und versucht, sein theoretisch fundiertes Wissen in selbst gesammelte praktische Erfahrungen zu transferieren. Der Marketing Manager begleitet die Planung und Ausgestaltung der Marketingstrategie und ist maßgeblich dafür verantwortlich, den Marketingmix mit effizienten Kampagnen umzusetzen.

Aufgabenbereiche:

- Strategische Führung und stetige Weiterentwicklung der Marketingmaßnahmen
- Weiterentwicklung und Anwendung der Marketinginstrumente zur strategischen Positionierung der Marke
- Planung und Umsetzung des Kommunikationskonzeptes
- Pflege und Ausbau des Markenportfolios
- Budgetverantwortung
- Durchführung und Auswertung von Marktanalysen
- Analyse der Kundenbedürfnisse

Berichtslinie:

- Marketing Director

Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Studium oder Weiterbildung mit marketingspezifischer Ausrichtung
- Relevante Marketingerfahrung im Konsumgütersektor
- Ausgeprägte Präsentations- und Kommunikationsstärke
- Hohe Projektmanagementkompetenz und Kreativität
- Interkulturelles Verständnis für die jeweilige Region unabdingbar
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	36.000	50.000	68.000
	Maximum	50.000	66.000	75.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	58.000	75.000
	Maximum	60.000	70.000	85.000

Brand Manager/Product Manager

Brand Manager betreuen die Marken eines bestimmten Unternehmens und sind für die Markenführung, -entwicklung und Einschätzung von Markentransfers verantwortlich. Im Konsumgütermarketing sind Marktforschungskennnisse besonders gefragt. Hier spielen analytische und kommunikative Kompetenzen eine wichtige Rolle. Durch die enge Zusammenarbeit mit der entsprechenden Werbeagentur sind Kreativität und ein Gespür für die Kernzielgruppe gefragt.

Ein Brand Manager bildet sich selbständig mit Hilfe der branchenspezifischen Lektüren weiter und hält die Augen nach neuen Trends in der Branche offen.

Aufgabenbereiche:

- Koordinierung und Leitung von speziellen Projekten in enger Zusammenarbeit mit anderen Fachabteilungen
- Analyse von bereichsrelevanten Verkaufs-, Marktforschungs- und Sell-in-Daten
- Generierung von Consumer Insights und Wettbewerbsbeobachtung
- Auswertung von Marktforschungsdaten und Studien zur Aufdeckung von strategischen und operativen Marktpotenzialen sowie zur Entwicklung von Handlungsempfehlungen

Berichtslinie:

- Group Brand Manager

Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Studium mit Schwerpunkt Marketing oder vergleichbare Ausbildung
- Erste Erfahrung im Brand Management eines Konsumgüterunternehmens
- Erste Erfahrung im strategischen Brand-Managing-Prozess
- Kenntnisse in der Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern, insbesondere Agenturen, wünschenswert
- Theoretische Kenntnis des Marketingmix (Product, Price, Place, Promotion); bei konkurrenzintensiven Märkten und im Dienstleistungsmarketing sind weitere Elemente zu integrieren: Produktpositionierung, Personalentwicklung, Ausstattungspolitik
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	35.000	45.000	55.000
	Maximum	40.000	55.000	66.000
Großunternehmen	Minimum	42.000	53.000	72.000
	Maximum	52.000	60.000	85.000

PR Manager

Die Aufgaben eines PR Managers sind der Aufbau und die Pflege von Pressekontakten, die Präsentation des Unternehmens, die Organisation von Events sowie Besichtigungen und Ausstellungen mit dem Ziel des Imageaufbaus und der Etablierung einer nachhaltigen Öffentlichkeitsarbeit.

Aufgabenbereiche:

- Gesamtverantwortung für die interne und externe Kommunikation in enger Abstimmung mit der Marketingleitung und der Geschäftsleitung
- Zuständig für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Verantwortung für den Aufbau und die Pflege der Kontakte zu allen relevanten Medien mit Hilfe des Marketingteams
- Konzeption, Organisation und Moderation von Presseveranstaltungen und Events
- Aufbau und Pflege eines Netzwerkes mit Meinungsbildnern aus Politik, Gesellschaft und Wirtschaft
- Beratung der Geschäftsführung bei Themen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Krisenmanagement

Berichtslinie:

- Leiter Unternehmenskommunikation
- Marketing Director

Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt Journalismus oder Kommunikationswissenschaften
- Fundierte Erfahrung im Umgang mit nationalen und internationalen Medien mit dem richtigen „Fingerspitzengefühl“
- Strategische und konzeptionelle Arbeitsweise
- Netzwerkkaffinität und Erfahrung in der Steuerung von Agenturen
- Exzellente kommunikative Fähigkeiten
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	30.000	45.000	60.000
	Maximum	45.000	62.000	70.000
Großunternehmen	Minimum	38.000	52.000	73.000
	Maximum	48.000	65.000	90.000

Online Marketing Manager

Der Online Marketing Manager entwickelt Kampagnen, Werkzeuge und Lösungen im Online-Marketing. Er kennt die zielgruppenspezifischen Anforderungen an die Online-Präsenz der Marke und ist mit den gängigen Werkzeugen zur Konzeption, Umsetzung und Erfolgsmessung der Online-Kampagnen vertraut.

Durch sein Fachwissen ist er ein wichtiger Ansprechpartner für verschiedene Stakeholder. Mit Teamkollegen aus diversen Fachdisziplinen arbeitet er eng zusammen, ist beratend tätig und führt die gemeinsam erarbeiteten Kampagnen im Online-Bereich aus.

Aufgabenbereiche:

- Konzeption, Entwicklung und Umsetzung von webbezogenen Marketingmaßnahmen unter Beachtung der europäischen/globalen Kommunikationsstrategie und der entsprechenden Standards
- Entwicklung und Umsetzung der Online-Marketing-Strategie zur Steuerung und Identifikation relevanter Meinungsführer in Foren, Blogs, Communities etc.
- Verantwortlich für die Suchmaschinenoptimierung (SEO/SEM) sowie das Affiliate Marketing und die Integration von Kooperationspartnern
- Vorgabenerstellung für die webbasierte Kommunikation
- Steuerung von externen Partnern (Kreativ- und Media-Agenturen, Freelancer etc.)
- Optimierung des bestehenden Internetauftrittes und Aufbau von Interaktionsbereichen in Internetportalen

Berichtslinie:

- Marketing Director

Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt Marketing oder Wirtschaftsinformatik
- Relevante Erfahrungen im Online-Marketing (SEO, SEM, Affiliate)
- Kenntnisse verschiedener Applikationen wie z. B. Datenbanken, CMS, HTML, CSS, php und JavaScript
- Freude am selbständigen und eigenverantwortlichen Arbeiten
- Aktuelles Fachwissen mit dem dazugehörigen Netzwerk von Agenturen und Ansprechpartnern
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	35.000	45.000	—
	Maximum	40.000	56.000	—
Großunternehmen	Minimum	42.000	52.000	—
	Maximum	55.000	60.000	—



EINZELHANDEL

Sales Director

Der Sales Director zeichnet sich verantwortlich für die in seinem Bereich befindlichen Filialen. Er ist damit Ansprechpartner für strategische Fragen des Filialwesens und erfüllt eigenverantwortlich in Zusammenarbeit mit seinem Team die Vorgaben der Geschäftsführung. Trotz der großen Umsatz- und Budgetverantwortung verliert er nicht seine Teammitglieder aus den Augen und gibt sein langjährig gesammeltes praktisches Wissen weiter.

Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für das operative und strategische Filialgeschäft in der definierten Region
- Ganzheitliche Steuerung und Planung des Wareneinsatzes in enger Zusammenarbeit mit den Filialleitern
- Vermarktungsansätze der entsprechenden Produktpaletten vor Ort
- Konzeptionelle Weiterentwicklung des Filialgeschäfts und des Vertriebskanals
- Coaching und Training der Führungskräfte in den Filialen
- Kontinuierliche und systematische Markt- und Wettbewerbsbeobachtung

Berichtslinie:

- Geschäftsführung

Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt Vertrieb, Marketing, Psychologie oder BWL
- Langjährige Erfahrung in der Filialbetreuung und im Vertrieb
- Erfahrung im Führen von überregionalen Teams, gerne auf internationaler Ebene
- Überzeugungsfähigkeit, Kommunikationsstärke und hohe Eigenmotivation
- Selbständige, zielgerichtete und systematische Arbeitsweise
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	75.000	100.000
	Maximum	—	100.000	140.000
Großunternehmen	Minimum	—	93.000	133.000
	Maximum	—	120.000	175.000

Sales Area Manager/Gebietsleiter

Der Sales Area Manager ist verantwortlich für das ihm zugeteilte Gebiet und ist der erste Ansprechpartner für die Filialen mit Sitz in diesem Gebiet. Verkaufsfördernde Maßnahmen, Weiterbildungen und Informationsveranstaltungen zu aktuellen Produkten bei den Partnern/Mitarbeitern gehören zu den Hauptaufgaben des Sales Area Managers.

Des Weiteren analysiert der Sales Area Manager bestehende Verkaufskonzepte und -kanäle, entwickelt diese weiter und implementiert innovative Absatzstrategien, um letztendlich neue Absatzchancen für das Unternehmen zu generieren. Ggf. sammelt er bereits in dieser Position erste Führungserfahrung und hat somit die Personalverantwortung für ein kleines Team.

Aufgabenbereiche:

- Umsatzverantwortung, Betreuung der Filialen
- Planung und Umsetzung gezielter Marketingstrategien zur Stärkung der Marktpenetration
- Zusammenarbeit mit Partnern zur Entwicklung neuer Synergien
- Umsetzung von POS-Kampagnen
- Durchführen von Informationsveranstaltungen zu aktuellen Produkten
- Ansprechpartner für die Filialleiter bei lokalen Herausforderungen

Berichtslinie:

- Sales Director

Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation
- Erste Berufserfahrung wünschenswert, vorzugsweise gesammelt in einem Unternehmen des Einzelhandels
- Hands-on-Mentalität
- Selbständige und organisierte Arbeitsweise
- Hohe Reisebereitschaft
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	45.000	60.000	75.000
	Maximum	60.000	82.000	95.000
Großunternehmen	Minimum	52.000	75.000	92.000
	Maximum	75.000	90.000	110.000

Marketing Director

Der Marketing Director ist verantwortlich für die Durchsetzung einer ganzheitlichen und marktorientierten Unternehmensführung zur Befriedigung der Erwartungen und Bedürfnisse der Kunden. Sein Aufgabenfeld ist auf die strategisch-konzeptionelle Ausgestaltung der Funktion fokussiert. Durch sein hohes Markenbewusstsein ist er in der Lage, sich in die Zielgruppe hineinzuversetzen. So kann er die Kunden mit Hilfe verschiedener Marketingwerkzeuge optimal adressieren. Dies erreicht er mit Unterstützung seines mehrköpfigen Teams. Er ist insbesondere erfahren in der Konzeption von In-Store-Promotions, wie z. B. POS-Kampagnen. Abschließend ist er für die korrekte Positionierung der Marke verantwortlich und schafft den Initial Need beim zukünftigen Kunden.

Aufgabenbereiche:

- Enge Zusammenarbeit mit den jeweiligen Vertriebsteams
- Steuerung der Vertriebsaktivitäten aus Marketingsicht
- Aktive Mitwirkung bei den Produktlaunches
- Erforschung des jeweiligen Ländermarktes in Bezug auf Kundenpräferenzen
- Konzepterstellung für den gesamten europäischen Markt
- Erstellung von Business Cases für den jeweiligen Markt

Berichtslinie:

- Geschäftsführung/Vorstand

Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit Schwerpunkt Betriebswirtschaftslehre, Marketing oder Psychologie
- Fundierte Berufserfahrung im Einzelhandel
- Länderübergreifendes Marketingverständnis
- Fähigkeit, Teams aufzubauen, zu fordern und zu fördern
- Erfahrung in der C-Level-Kommunikation
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	60.000	83.000
	Maximum	—	76.000	90.000
Großunternehmen	Minimum	—	85.000	92.000
	Maximum	—	103.000	125.000

Marketing Manager

Der Marketing Manager ist für die eigentliche Konzeption und operative Umsetzung der vom Marketing Director verantworteten Marketingstrategie verantwortlich. Ziel ist es, die Produkte vorteilhaft im Markt zu platzieren, von Konkurrenzprodukten abzugrenzen und Wettbewerbsvorteile zu schaffen. Die Aufgabenfelder bestehen in den Bereichen Marketingkonzeption, Produkt- und Preisgestaltung, Kommunikation und Distribution. Er ist der Hauptansprechpartner für Agenturen und weitere Kreativschaffende und hat am besten bereits selbst Erfahrungen in diesem Bereich gesammelt.

Aufgabenbereiche:

- Umsetzung der Kommunikationsstrategie mit den passenden Marketingaktivitäten
- Erarbeitung von Planungsgrundlagen durch Markt-, Kunden- und Sortimentsanalysen
- Ableitungen und Empfehlungen für die strategische Jahresplanung im Fachbereich Einzelhandel
- Realisierung und Überwachung von nationalen Werbemaßnahmen zur Aktivierung von Kunden und Konsumenten (Programme, Promotions, Produktneuheiten etc.)

Berichtslinie:

- Marketing Director
- Senior Marketing Manager

Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit Schwerpunkt Marketing, Vertrieb oder Psychologie
- Erste Berufserfahrung oder fundierte theoretische Kenntnisse im Marketing oder allgemein in der Werbelandschaft
- Starke analytische, konzeptionelle und planerische Denk- und Handlungsweise sowie ausgeprägtes Verhandlungsgeschick
- Kreative Persönlichkeit mit gutem Vorstellungsvermögen
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	36.000	45.000	57.000
	Maximum	45.000	57.000	62.000
Großunternehmen	Minimum	40.000	55.000	75.000
	Maximum	50.000	73.000	85.000

Brand Manager/Product Manager

Der Brand Manager verantwortet die Positionierung einer bestimmten Marke. Dazu gehört die gesamte Begleitung des Produktes entlang des Produktlebenszyklus. Der Brand Manager arbeitet hierzu eng mit der Produktentwicklung, dem Vertrieb, dem Controlling/Rechnungswesen und Marktanalyse-Unternehmen zusammen. Um auf neue Trends zeitgemäß reagieren zu können, ist eine Auseinandersetzung mit Marktentwicklungen notwendig. Ein erstes Verständnis für die Eigenheiten im B2B- und B2C-Bereich hat er sich in vorherigen Positionen in der Werbelandschaft oder im Einzelhandel angeeignet.

Aufgabenbereiche:

- Koordination und Leitung von speziellen Projekten in enger Zusammenarbeit mit anderen Fachabteilungen
- Analyse von bereichsrelevanten Verkaufs-, Marktforschungs- und Sell-in-Daten
- Generierung von Consumer Insights und Wettbewerbsbeobachtung
- Auswertung von Marktforschungsdaten und Studien zur Aufdeckung von strategischen und operativen Marktpotenzialen sowie zur Entwicklung von Handlungsempfehlungen

Berichtslinie:

- Group Brand Manager

Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium der Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Marketing oder vergleichbare Ausbildung
- Erste Erfahrung im Brand Management eines Unternehmens im Einzelhandel
- Erste Erfahrung im strategischen Brand-Managing-Prozess
- Gerne Erfahrung in der Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern, insbesondere Agenturen
- Theoretische Kenntnis des Marketingmix (Product, Price, Place, Promotion)
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	45.000	50.000	65.000
	Maximum	55.000	65.000	85.000
Großunternehmen	Minimum	48.000	62.000	83.000
	Maximum	58.000	75.000	87.000

PR Manager

Die Aufgaben eines PR Managers sind der Aufbau und die Pflege von Pressekontakten, die Präsentation des Unternehmens, die Organisation von Events sowie Besichtigungen und Ausstellungen mit dem Ziel des Imageaufbaus und der Etablierung einer nachhaltigen Öffentlichkeitsarbeit.

Aufgabenbereiche:

- Gesamtverantwortung für die interne und externe Kommunikation in enger Abstimmung mit der Marketingleitung und der Geschäftsleitung
- Zuständig für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Verantwortlich für die inhaltliche Aktualität der Website
- Verantwortung für den Aufbau und die Pflege der Kontakte zu allen relevanten Medien mit Hilfe des Marketingteams
- Konzeption, Organisation und Moderation von Presseveranstaltungen und Events
- Aufbau und Pflege eines Netzwerkes mit Meinungsbildnern aus Politik, Gesellschaft und Wirtschaft
- Beratung der Geschäftsführung bei Themen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Berichtslinie:

- Marketing Director

Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt Journalismus oder Kommunikationswissenschaften
- Fundierte Erfahrung im Umgang mit nationalen und internationalen Medien mit dem richtigen „Fingerspitzengefühl“
- Strategische und konzeptionelle Arbeitsweise
- Netzwerkkaffinität und Erfahrung in der Steuerung von Agenturen
- Exzellente kommunikative Fähigkeiten
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	30.000	45.000	60.000
	Maximum	45.000	60.000	70.000
Großunternehmen	Minimum	38.000	55.000	83.000
	Maximum	48.000	75.000	105.000

Online Marketing Manager

Der Online Marketing Manager entwickelt Kampagnen, Werkzeuge und Lösungen im Online-Marketing. Er ist nicht nur für den Erfolgsnachweis von Online-Kampagnen verantwortlich, sondern ist zusätzlich durch sein Fachwissen ein wichtiger Ansprechpartner für die Marketing und Brand Directors. Mit Teamkollegen aus diversen Fachdisziplinen arbeitet er eng zusammen, ist beratend tätig und führt die gemeinsam erarbeiteten Kampagnen im Online-Bereich aus.

Aufgabenbereiche:

- Pflege und Aufbau von komplexen Online-Kampagnen
- Aktuelles Fachwissen (Retargeting, Behavioural Targeting, Google Adwords)
- Werbeerfolgskontrolle, Kostenkontrolle und -planung
- Optimierung und Weiterentwicklung der Shopnavigation (A/B-Testing, neue Funktionen, Optik)
- Überwachung und Weiterentwicklung eines Newsletter- bzw. Mailingkonzeptes
- Strategische und konzeptionelle Steuerung, Betreuung, Weiterentwicklung sowie Controlling der SEO-/SEM-Aktivitäten
- Koordination der unterschiedlichen internen Abteilungen sowie externer Dienstleister bei Projekten zur Sicherstellung der Suchmaschinenperformance, Suchmaschinenfreundlichkeit sowie Effektivität der Affiliate-Programme
- Steuerung bestehender und Gewinnung neuer Online-Kooperationspartner
- Analyse und Controlling der Maßnahmen in Verbindung mit Preissuchmaschinen

Berichtslinie:

- Marketing Director
- Senior Product Manager

Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit den Schwerpunkten Marketing oder Informatik
- Relevante Erfahrungen im Online-Marketing (SEO, SEM, Affiliate)
- Kenntnisse verschiedener Applikationen wie z. B. Datenbanken, CMS, Adwords, Analytics
- Freude am selbständigen und eigenverantwortlichen Arbeiten
- Aktuelles Fachwissen mit dem dazugehörigen Netzwerk aus Agenturen und Ansprechpartnern
- Hohe IT-Affinität
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	35.000	40.000	—
	Maximum	40.000	53.000	—
Großunternehmen	Minimum	40.000	49.000	—
	Maximum	52.000	68.000	—

Store Manager

Der Store Manager ist verantwortlich für die gesamte Bandbreite des Tagesgeschäfts inkl. Umsatz-, Budget- und Personalverantwortung. Sowohl die Warendisposition als auch die Personaleinsatzplanung und -motivation sind essentielle Bestandteile seiner Arbeit. Absprachen zwischen der Unternehmenszentrale und einzelnen Verkaufsstellen werden von ihm konsequent umgesetzt und ggf. sogar weiterentwickelt bzw. angepasst. Darüber hinaus gibt er aufgrund seiner operativen Erfahrung Empfehlungen hinsichtlich neuer POS-Kampagnen ab und steht dem Marketing Director bei Detailfragen zur Seite.

Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für die Betreuung und die Entwicklung der Handelsfiliale
- Umsatzverantwortung
- Anleitung und Kontrolle aller Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften
- Durchführung der POS-Pflege und -Gestaltung
- Realisierung von Crossselling-Aktivitäten
- Gewährleistung einer reibungslosen Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern
- Disziplinarische Führung des Verkaufsteams vor Ort und Verantwortung für den gesamten Store

Berichtslinie:

- Area Sales Manager

Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt Vertrieb oder Human Resources Management
- Fundierte Kenntnisse und Erfahrung in der Personalführung sowie in der Leitung einer Filiale
- Relevante Berufserfahrung im Einzelhandelssektor
- Strukturierte und organisierte Arbeitsweise
- Hohes Maß an Organisations- und Motivationsfähigkeit
- Kunden- und Serviceorientierung
- Erfahrungen im Umgang mit Warenwirtschaftssystemen
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	35.000	48.000	58.000
	Maximum	45.000	60.000	70.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	52.000	62.000
	Maximum	55.000	67.000	76.000

EINZELHANDEL

Category Trade Manager

Der Begriff Category Management bedeutet im Deutschen Warengruppenmanagement und bezeichnet die Strukturierung einer Geschäftsstätte im (stationären) Einzelhandel nach Warengruppen. Der Category Trade Manager plant und kontrolliert die Absatz-, Umsatz- und Ertragskennzahlen und führt Werbe- und Vermarktungsaktivitäten durch. Er ist vor allem für das Marketing bei den Zwischenhändlern verantwortlich. Zu den weiteren Aufgaben zählen die Verhandlungen mit Messebetreibern sowie Marktbeobachtungen und Analysen hinsichtlich neuer Trends.

Aufgabenbereiche:

- Steuerung und Durchführung von Category-Management-Prozessen
- Aufbereitung, Analyse und Präsentation von Marktforschungsdaten
- Markt- und Wettbewerbsbeobachtung zur Entscheidungsfindung für Sortimente und Preise
- Gewährleistung konkurrenzfähiger Lieferkonditionen
- Sicherstellung der Warenverfügbarkeit in den Märkten in Abstimmung mit dem Supply Chain Team
- Betreuung und Briefing von Marktforschungsagenturen für Jahrespräsentationen
- Erarbeitung von Channel-Strategien und Optimierungsvorschlägen
- Erstellung der Jahres-Aktivitätenplanung und Listungsgespräche in Abstimmung mit Marketing und Vertrieb
- Planung, Entwicklung und Umsetzung von Verkaufsdiskonts und Promotions
- Erstellen von Salesfoldern und Kundenpräsentationen
- Erfolgsmonitoring und Bewertung von Vermarktungsaktivitäten

Berichtslinie:

- Marketing Director

Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit Schwerpunkt Eventmanagement, International Studies oder Soziologie
- Relevante Berufserfahrung im Bereich Trade Marketing, Category Management oder Brand Management
- Relevante Berufserfahrung bei Einzelhandelsunternehmen
- Vertriebserfahrungen und gute Kenntnis im Einzelhandel sind von Vorteil
- Verhandlungsgeschick und Durchsetzungsvermögen
- Weitreichende analytische Fähigkeiten
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

Jahreseinkommen in EUR:

		0-5 Jahre	5-10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	32.000	40.000	45.000
	Maximum	40.000	55.000	60.000
Großunternehmen	Minimum	35.000	45.000	55.000
	Maximum	42.000	65.000	73.000

KONTAKT

© Michael Page International (Austria) GmbH

Mariahilfer Strasse 17
1060 Wien

Tel.: +43 (0) 1 205 205-0

Fax: +43 (0) 1 205 205-1

Email: contact@michaelpage.at

Part of the
PageGroup