



Eine reine Typfrage?

Weichenstellung I Sein oder nicht sein? Der gute alte Shakespeare hat die Frage nach dem Sinn des Lebens in wenigen Worten auf den Punkt gebracht. Bei der Frage „Händler oder Hersteller“, geht es zwar nicht um ganz so essenzielle Fragen, aber dennoch um eine wichtige Thematik – eine erste Weichenstellung für die berufliche Zukunft und den Erfolg in der Land- und Agrartechnik.

Beide Seiten haben zunächst erst einmal viele Gemeinsamkeiten. Sie beschäftigen sich mit hoch innovativen Produkten, machen technischen Fortschritt erlebbar und tragen maßgeblich zur Sicherung der Welternährung bei. Schlepper, Erntemaschinen, Precision Farming, Melktechnik, Fütterungsanlagen – die Palette der Produkte ist vielfältig und der Anspruch an die Fähigkeiten und Kompetenzen der Mitarbeitenden und Führungskräfte damit ebenso. Ein spannendes Branchensegment mit vielen Chancen und Perspektiven.

Innovative Tüftler

Man muss schon genauer hinschauen, wenn man trotz der auf den ersten Blick großen Schnittmengen, die entscheidenden Unterschiede feststellen will. Unterschiede, die dabei helfen können, sich über die eigenen Ziele und den individuell passenden

Weg klar werden zu können. Ein guter Startpunkt der Betrachtung ist das Thema Technik. Ist man jemand, der gerne an Innovationen und Problemlösungen tüftelt, der Dinge entwickelt und konstruiert oder ist man eher jemand, der Freude daran hat, direkt an den Maschinen zu arbeiten, sie einzustellen, zu warten und zu betreuen?

Der Tüftler ist in der Regel besser beim Hersteller aufgehoben. Hier kann er sein Potenzial in Sachen Forschung und Entwicklung voll entfalten, sich auf genau diese Themen konzentrieren, neue Produkte erschaffen und vorhandene optimieren. Zudem hat man die Chance, sich in einem bestimmten Segment eine große Expertise aufzubauen und zum Spezialisten entwickeln zu können. Auch in der Zusammenarbeit mit Kunden kann man hier arbeiten, wenn man beispielsweise im Produktmanagement tätig oder im Versuchswesen un-

terwegs ist. In der Konstruktion, in Forschung und Entwicklung und im Produktmanagement der Hersteller findet man häufig Master- und Bachelor-Absolventen technischer Studiengänge von Universitäten und Fachhochschulen, aber auch Maschinenbauingenieure. In den Handelsunternehmen und ihren technischen Bereichen trifft man oft auch auf Bachelor-Absolventen und Techniker, aber zudem prägen Meister und Fachkräfte wie Landmaschinenmechaniker das Bild. Auch in ihren Einsatzbereichen sind Lösungsorientierung und großes technisches Verständnis gefragt. Sie sind aber anders ausgestaltet. „Wenn der Mähdrescher während der Ernte Probleme macht, ist schnelles Handeln und großes Geschick gefragt, damit der Kunde mit der Maschine seine Arbeit schnell fortsetzen kann. Hier geht es darum, pragmatisch und gleichermaßen technisch versiert

zu agieren,“ erläutert Rainer Haske, Geschäftsführer der Dr. Schwerdtfeger Personalberatung GmbH & Co. KG. „Das fordert von einem Mitarbeitenden andere Qualitäten als es in der Produktentwicklung oder Konstruktion der Fall ist. Zudem sind hier auch noch besondere kommunikative Fähigkeiten gefragt, denn man muss es auch verstehen, mit dem Kunden, der gerade in Not ist, umgehen zu können.“

Kommunikativer Pragmatiker

Der Endkunde an sich ist ein weiterer Faktor, den man bei der Entscheidung, ob Händler oder Hersteller, berücksichtigen sollte. Das gilt gerade dann, wenn man im Vertrieb aktiv werden möchte. Wer gerne im direkten Austausch mit Landwirten und Lohnunternehmen arbeiten möchte, wer gemeinsam mit diesen Kunden die akuten Probleme auf dem Feld, im Stall oder auf dem Betrieb lösen will, der ist beim Händler an genau der richtigen Stelle. Natürlich will der Hersteller dem Endkunden auch das bestmögliche und innovativste Produkt für seine Arbeit zur Verfügung stellen, aber so dicht dran wie der Händler, ist er an ihm in der Regel eben nicht. Die Kundschaft der Hersteller sind gerade in der Landtechnik eben die Vertriebspartner. Das Geschäft ist also ein ganz anderes. Im B2B-Geschäft geht es darum Produktinnovation und Verbesserungen vorzustellen, den Kunden und seinen Vertrieb zu schulen, Rückmeldungen und Feedbacks aufzunehmen und in die Entwicklung oder das Produktmanagement weiterzugeben. Man fungiert als Sparringspartner der Händler mit dem Ziel seine Produkte dort bestmöglich zu platzieren und den nächsten Schritt der Vertriebskette soweit möglich anzukurbeln.

Vertrieb beim Hersteller kann bedeuten, dass man sich zwar in Deutschland oder im deutschsprachigen Raum bewegt, aber sich

RAINER HASKE



- Jahrgang 1984, verheiratet, zwei Kinder, wohnhaft in Emstek
- Duales Studium (Ausbildung zum Industriekaufmann bei einem international agierenden Unternehmen der Agrartechnik + Wirtschaftsingenieurstudium an der FHWT Diepholz)
- Zusätzlich berufsbegleitendes Masterstudium (MBA Vertriebsingenieur an der Zentralen Fachhochschule für Fernstudien)

Berufsleben

- 7 Jahre Erfahrung im internationalen Vertrieb in global agierenden Maschinen- und Anlagenbau-Unternehmen der Agrar- und Ernährungsbranche
- Wechsel in die Personalberatung im Jahr 2012
- Nach Stationen als Teamleiter Agrar und Prokurist seit Januar 2020 Geschäftsführer der Dr. Schwerdtfeger Personalberatung GmbH & Co. KG

eben auch im stetigen Austausch mit Kolleginnen und Kollegen im Ausland befindet, oder selbst auch auf internationaler Ebene vertrieblich aktiv wird. Wer neben einem überzeugenden fachlichen Knowhow auch über gute Fremdsprachenkenntnisse verfügt, eine gesunde Portion interkultureller Kompetenz und natürlich auch ein gewisses Maß an Reisebereitschaft mitbringt, für den ist der internationale Vertrieb bei einem Hersteller eine spannende Karriereoption. Jenen, die fachlich ebenso kompetent sind, das „Vertriebsgen“ gleichermaßen in sich tragen, aber eng mit ihrer Region verbunden sind und das Glück nicht in der Ferne suchen wollen, bieten regional aktive Handelsunternehmen möglicherweise genau die passenden Karriereperspektiven.

Das gilt auch, wenn man sich beruflich nicht einer einzelnen Marke verschreiben möchte, sondern sich herstellertechnisch breiter aufstellen und an bzw. mit verschiedenen Produkten arbeiten will. „Wir fragen in unseren Vorstellungsgesprächen unsere Kandidatinnen und Kandidaten oft, ob es Unternehmen gibt, die sie besonders begeistern oder die sie als ihren Traumarbeitgeber bezeichnen,“ verrät Rainer Haske. „Die Antworten auf diese Frage sind, ganz unabhängig, ob es um Positionen im kaufmännischen oder technischen Bereich geht, häufig die Namen einzelner Hersteller. Viele Menschen fühlen sich mit bestimmten Marken einfach verbunden und sehen diese Unternehmen auch als idealen Arbeitgeber für sich. Die Identifikation mit einer Marke und einem Unternehmen kann ebenfalls ein Indikator für eine Entscheidung in Sachen Händler oder Hersteller sein. Wenn jemand, der sich für ein bestimmtes Unternehmen begeistert, im Ergebnis die Chance bekommt, dort arbeiten zu können, wirkt sich das nicht nur positiv auf die Bindung des Mitarbeitenden an das



Die Bandbreite an Tätigkeitsfeldern bei Herstellern ist hoch und bietet vielen Spezialisten Tätigkeitsfelder in vielen Bereichen, von der digitalen Entwicklungsarbeit ...



...bis hin zur detailgenauen Prüfarbeit direkt an den Maschinen in der Fertigung beziehungsweise in der Erprobung.

DAS RÄT DER EXPERTE

- Sowohl Händler als auch Hersteller bieten qualifizierten Fach- und Führungskräften interessante Karriereperspektiven. Bei den Herstellern gilt dies in den technischen Disziplinen, wie z.B. der Entwicklung oder der Konstruktion, insbesondere für Kandidatinnen und Kandidaten mit Master-, Bachelor- oder Techniker-Abschlüssen.
- Wer gerne im Vertrieb arbeiten möchte, sollte sich intensiver mit der Frage beschäftigen, welchen Kundenkreis er oder sie gerne beraten und betreuen möchte. Liegt der Fokus auf dem B2B-Geschäft oder möchte man gerne auf internationaler Ebene aktiv werden, schlägt das Pendel in Richtung Hersteller aus. Will man aber sein Glück nicht in der Ferne suchen, lieber vor Ort bleiben und die landwirtschaftlichen Endkunden dabei unterstützen, ihre Betriebe oder Lohnunternehmen erfolgreich mit bester Technik weiterzuentwickeln, ist man beim Händler bestens aufgehoben.
- Sucht man ein Aufgabenfeld, das von einem höheren Spezialisierungsgrad geprägt ist und/oder hat man den Wunsch, sich in einem bestimmten Bereich zum Experten zu entwickeln, kann es sinnvoll sein, sich intensiver mit der Seite der Hersteller zu beschäftigen.
- Wenn man erklärter Anhänger eines bestimmten Herstellers ist und dieses Unternehmen der absolute Traumarbeitgeber ist, sollte man dort seinen Hut in den Ring werfen und sein Glück herausfordern. Klappt es beim Hersteller direkt nicht, besteht alternativ immer noch die Option, sich mit seinen Bewerbungen auf Händler zu konzentrieren, welche die Produkte des Herstellers im Portfolio haben.

Unternehmen aus, sondern im Regelfall auch auf seine Leistung insgesamt“. Ein weiterer Faktor, der bei der Entscheidung pro oder contra Händler oder Hersteller Bedeutung entfalten kann, ist die Größe des Unternehmens.

Es gibt auf Seiten der Hersteller nach wie vor noch viele, ganz klassische mittelständische Unternehmen, aber in der Landtechnik eben auch viele multinationale Konzerne, die global aufgestellt sind und in entsprechenden Organisationsstrukturen ar-

beiten. Viele der in Deutschland zahlreich vertretenen Hidden Champions, die sich in Nischen zu Weltmarktführern entwickelt haben, sind den mittelständischen Strukturen mittlerweile entwachsen. Schnelle, kurze Entscheidungswege sind hier oft nicht oder nicht mehr vorhanden. Dafür gibt es genau geregelte Prozesse und Abläufe, anhand derer Entscheidungen getroffen und umgesetzt werden. Vielen Menschen geben diese Strukturen im Arbeitsalltag Sicherheit, auf andere wirken sie lähmend.

Bei den Händlern sieht die Unternehmenslandschaft bezogen auf die Größe und die Organisationsstrukturen noch anders aus. Hier spielt der kleine Landmaschinenhandel von nebenan genauso mit, wie überregional agierende Händler oder die Techniksparten der großen Agrarkonzerne. Letztere prägt in ihrer täglichen Arbeit – auch trotz höherer Beschäftigtenzahlen – oftmals noch eine gewisse mittelständische Prägung, die häufig aus der engen Zusammenarbeit mit den landwirtschaftlichen Endkunden und ihrer Erwartungshaltung an den Händler resultiert.

In den Handelsunternehmen werden Entscheidungen in der Regel pragmatisch und schnell getroffen, ohne lange Entscheidungswege oder großes Kompetenzgerangel. Hier können auch jene eine passende berufliche Heimat finden, die gerne generalistisch arbeiten möchten. Der Vertriebsberater führt nicht nur das Verkaufsgespräch, er führt die Maschine oder Anlage auch noch selbst vor, klärt Finanzierungsfragen, steht dem Kunden als Sparringspartner zur Seite und wickelt, gerade in kleinen Unternehmen oftmals auch noch alle die Aufgaben ab, die in größeren Organisationen dem Vertriebsinnendienst obliegen würden. Man springt auch mal ein, wenn an anderer Stelle jemand im Unternehmen ausfällt und unterstützt, soweit es möglich ist. Auch in Sachen Technik sind die Aufgabenfelder größer. Gerade wenn ein Händler mehrere Hersteller vertritt, haben die Mitarbeitenden in der Werkstatt oder im Service die Chance, ihre Kompetenzen in den Produktwelten verschiedener Anbieter weiterentwickeln zu können und müssen sich nicht auf eine einzelne Marke konzentrieren.

Sucht man im Gegensatz dazu aber die Chance, sich in einem bestimmten Bereich spezialisieren zu können, dann kann es spannend sein, sich beruflich auf die Herstellerseite zu konzentrieren. Nicht nur in den technischen Bereichen bietet sich dort oft die Gelegenheit, sich in einem klar definierten Segment zum Experten, z.B. für Antriebstechnik oder bestimmte Tools im Bereich Precision Farming, entwickeln zu können. Gleiches gilt für den Vertrieb von bestimmter Produktgruppen oder in bestimmten Regionen. Gerade bei großen Herstellern ist der Spezialisierungsgrad der Mitarbeitenden häufig deutlich höher als in kleineren Unternehmen. Ein wichtiger Effekt, der im Zusammenhang mit der Größe und Struktur eines Unternehmens steht, ist auch die Gehaltsthematik. „Die Einstiegsgehälter für Berufseinsteiger bei den Herstellern liegen je nach Bereich, in dem man arbeitet, in der Regel deutlich höher als es



Kundennähe und Vielseitigkeit sind beim Händler gefragt. Problemlösungen hier sind nie allein technischer Natur.

bei den Handelsunternehmen der Fall ist. Das gilt mittlerweile auch für kleinere Hersteller, die kompetente Fach- und Führungskräfte ebenso benötigen, wie die Großen der Branche, aber mit ihnen dadurch eben auch im Wettbewerb um die besten Talente stehen und in Sachen Gehälter einen erheblich höheren Preis zahlen müssen, als es vor wenigen Jahren noch der Fall war,“ erklärt Rainer Haske weiter.

Hohes Gehalt nur ein einzelner Faktor

In diesem Wettbewerb müssen auch die Händler bestehen und versuchen Boden gut zu machen. An dieser Stelle darf aber auch nicht vergessen werden, dass mit dem Gehalt immer auch die Erwartungen und Anforderungen des Arbeitgebers wachsen. Dadurch entsteht Druck, dem nicht jede oder jeder gewachsen ist. Am Ende ist das Thema Gehalt ein wichtiger Faktor, den man aber immer im Kontext mit allen anderen Parametern betrachten muss, wenn man sich für oder gegen ein Unternehmen entscheidet.

Ein weiter entscheidungsrelevanter Punkt ist auch die Frage, ob nach der getroffenen Entscheidung für oder gegen eine Tätigkeit beim Händler oder Hersteller eigentlich noch ein Wechsel auf die jeweils andere Seite im weiteren Verlauf der Karriere möglich ist. Diese Frage kann mit einem klaren „Ja, aber“ beantwortet werden. Dabei betrifft das „aber“ nicht die Thematik Händler oder Hersteller, sondern vielmehr die Frage nach der Größe des Unternehmens. Sowohl die Händler- als auch die Herstellerseite sind immer offen für Talente, bei denen sie Potenzial für ihr Unter-

nehmen sehen. Das gilt auch losgelöst davon, ob es sich um jemanden handelt, der noch am Anfang seiner Karriere steht oder ob es jemand ist, der schon ein großes Pfund Erfahrung mitbringt und sich beruflich noch einmal neu ausrichten möchte. Das ausschlaggebende Element ist die Frage, ob die Struktur, in der jemand aktiv war bzw. ist, mittelständisch geprägt ist oder ob man über reine Konzernenerfahrung verfügt. „Der Schritt aus dem Mittelstand in den Konzern ist nach unserer Erfahrung leichter, als es umgekehrt der Fall ist. Viele Mittelständler haben nach wie vor Vorbehalte gegenüber sogenannten „Konzerngewächsen“ und sprechen ihnen vorschnell die Fähigkeit ab, sich erfolgreich in den von flacheren Hierarchien und einer größeren Hands-on-Mentalität geprägten Unternehmen etablieren zu können,“ ergänzt Rainer Haske weiter. „Diese Bedenken müssen Kandidatinnen und Kandidaten, die sich in Richtung Mittelstand verändern möchten, im Auswahlverfahren zerstreuen und zudem später in der täglichen Arbeit den Gegenbeweis erbringen, wenn es ihnen mit einem Wechsel in eine kleine Organisation oder beim Schritt vom Hersteller zum Händler ernst ist. Der Weg ist keinesfalls versperrt, er ist nur aufwendiger als es umgekehrt der Fall ist.“

Die Entscheidung, ob man sich für eine Karriere beim Hersteller oder beim Händler entscheidet, sollte man - ganz gleich, ob sie am Anfang oder im Verlauf der Karriere ansteht - erst dann treffen, wenn man sich genauer mit den beiden Optionen beschäftigt hat. Es gilt viele verschiedene Parameter zu betrachten, damit man am Ende zu



Nicht nur die Entwicklung einzelner Produkte steht bei Herstellern im Fokus. Auch der Aufbau und die Optimierung ganzer Produktionslinien fordert Spezialisten.

einem Ergebnis kommt, das einen auf dem beruflichen Weg weiterbringt. Spannende Karriereoptionen und Perspektiven bieten in jedem Fall beide Seiten. Und wohin der Weg, für den man mit dieser Entscheidung die Weichen stellt, am Ende auch führen mag, eines ist klar, dass Abstellgleis wird es definitiv nicht sein. ■

alexander.bohnsack@dlv.de,
purnhagen@personal-schwerdtfeger.de

»Verstehen, wovon Sie sprechen.
 Das ist meine akf.«

Beate Wessel, Gebietsleiterin akf agrarfinanz

