



**GEHALTSSTUDIE  
2014**



**SALES & MARKETING**

## INHALTSVERZEICHNIS

Über die PageGroup	6		
Die Studie	7		
<b>Dienstleistung</b>	<b>9</b>	<b>Industrie</b>	<b>25</b>
Sales Director	10	Sales Director	26
Sales Manager	11	Senior Sales Manager	27
Marketing Director	12	Sales Area Manager/Gebietsleiter/Vertriebsingenieur	28
Senior Marketing Manager	13	Marketing Director	29
Marketing Manager	14	Senior Marketing Manager	30
Key Account Manager	15	Marketing Manager	31
Brand Manager	16	Key Account Manager	32
Market Research Manager	17	Market Research Manager	33
PR Manager	18	PR Manager	34
Senior Product Manager	19	Senior Product Manager	35
Business Development Manager	20	Business Development Manager	36
Online Sales Manager	21	Online Marketing Manager	37
Online Marketing Manager	22	Event Manager	38
Event Manager	23	Export Director	39
		Export Manager	40

<b>Konsumgüter</b>	<b>43</b>		
Sales Director	44	Brand Manager	69
Sales Area Manager/Gebietsleiter	45	Market Research Manager	70
Sales Manager	46	PR Manager	71
Key Account Manager	47	Senior Product Manager	72
Marketing Director	48	Business Development Manager	73
Senior Marketing Manager	49	Online Marketing Manager	74
Marketing Manager	50	Event Manager	75
Brand Director	51	Store Manager	76
Brand Manager	52	Merchandising Manager	77
Market Research Manager	53	Category Trade Manager	78
PR Manager	54		
Senior Product Manager	55	<b>Hightech</b>	<b>81</b>
Business Development Manager	56	Sales Director	82
Online Marketing Manager	57	Sales Manager	83
Event Manager	58	Key Account Manager	84
Category Trade Manager	59	Marketing Director	85
		Senior Marketing Manager	86
<b>Einzelhandel</b>	<b>61</b>	Marketing Manager	87
Sales Director	62	Market Research Manager	88
Sales Area Manager/Gebietsleiter	63	PR Manager	89
Key Account Manager	64	Senior Product Manager	90
Marketing Director	65	Business Development Manager	91
Senior Marketing Manager	66	Online Sales Manager	92
Marketing Manager	67	Online Marketing Manager	93
Brand Director	68	Event Manager	94
		<b>Kontakt</b>	<b>97</b>

## ÜBER DIE PAGEGROUP

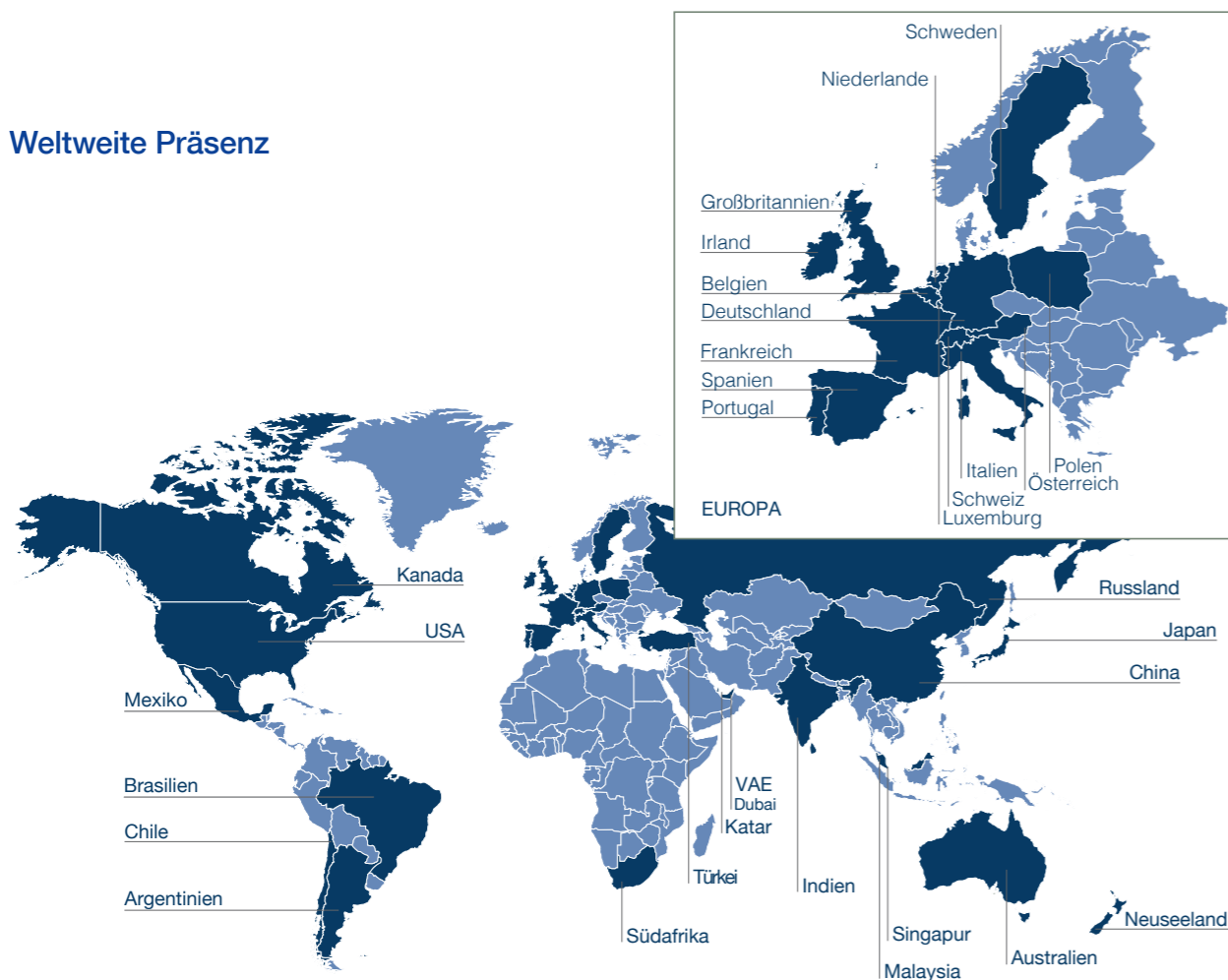
Michael Page gehört als Teil der PageGroup zu einer der weltweit größten und renommiertesten Personalberatungsgruppen und wächst dynamisch. Wir betreuen unsere Kunden global durch Niederlassungen auf allen Kontinenten. Weltweit ist die PageGroup mit knapp 5.000 Mitarbeitern in 153 Büros in 34 Ländern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

### Michael Page Berater sind Spezialisten

Unsere 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 Deutschland

Michael Page operiert an den sechs Standorten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München und Stuttgart mit zehn eigenständigen Geschäftsbereichen:

- Michael Page Engineering & Manufacturing
- Michael Page Finance & Accounting
- Michael Page Financial Services
- Michael Page Healthcare & Life Sciences
- Michael Page Human Resources
- Michael Page Information Technology
- Michael Page Interim
- Michael Page Procurement & Supply Chain
- Michael Page Property & Construction
- 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 Deutschland marktüblichen Gehältern dar. Zugrunde gelegt wurden kumulierte Erfahrungswerte aus über 3.000 Kandidatengesprächen im Zeitraum von Mitte bis Ende 2013.

Größere Bandbreiten zwischen oberen und unteren Gehaltsgrenzen ergeben sich unter anderem 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 EUR 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.



DIENSTLEISTUNG

## Sales Director

Der Sales Director verantwortet die Führung des Sales-Teams und ist für die Einhaltung des Budgets und das Erreichen der von der Geschäftsführung vorgegebenen Ziele verantwortlich. Er besitzt die notwendige Erfahrung und das Feingefühl, um auch neue Herausforderungen effizient und erfolgreich zu meistern. Dabei 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 auch noch Key-Accounts, die in besonderer Weise zum Unternehmenserfolg beitragen.

### Aufgabenbereiche:

- Aufbau und Management des kompletten Vertriebsteams und Verantwortung für dieses
- Organisation definierter Produktlinien
- Beobachtung und Evaluierung von Märkten inkl. Definition aktueller und zukünftiger Kunden
- Verantwortung für das Key Account Management
- Aufbau und stetige Verbesserung der Beziehungen zu Partnern und Kunden
- Enge Zusammenarbeit mit dem Marketing Director, um den Vertriebsmitarbeitern die notwendigen Hilfsmittel (Broschüren/Mailings) zur Verfügung zu stellen
- Weiterentwicklung und Aufbau des Teams in puncto vertriebsrelevanter und persönlicher Themen
- Abgabe von Empfehlungen bzgl. der zukünftigen Entwicklung des Unternehmensbereiches
- Monitoring und Controlling der Forecasts und Budgetziele

### Berichtslinie:

- Geschäftsführung

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder vergleichbare Ausbildung
- Langjährige Führungserfahrung im Vertrieb von Dienstleistungen
- Sehr gut entwickeltes Netzwerk in der Branche sowie ausgeprägtes Marktverständnis
- Charisma, Empathie und Hands-on-Mentalität sowie Führungspersönlichkeit
- Integrität und unternehmerisches Denken
- Sehr gute Kenntnisse in relevanter Büro-Software wie MS Office, SAP etc.
- Präsentationsstärke und hohe Eloquenz
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	70.000	100.000
	Maximum	—	100.000	140.000
Großunternehmen	Minimum	—	110.000	140.000
	Maximum	—	130.000	200.000

## Sales Manager

Der Sales Manager stellt den direkten Kontakt zum Kunden her und agiert als erster Repräsentant der Firma. Er bringt das notwendige Feingefühl mit, um erfolgreich die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse zu identifizieren und effektiv zu bedienen. Speziell im Sektor der Dienstleistungen kommt es darauf an, das Vertrauen der Kunden zu gewinnen und die daraus resultierende Kundenbeziehung über lange Zeit zu pflegen. Zudem analysiert er bestehende Verkaufskonzepte, entwickelt diese weiter und implementiert innovative Absatzstrategien, um neue Absatzchancen für das Unternehmen zu identifizieren.

### Aufgabenbereiche:

- Verantwortlich für die Akquisition von Aufträgen bei Neu- und Bestandskunden
- Pflege und intensive Betreuung von Schlüsselkunden
- Aufbau neuer Geschäftsfelder und Repräsentation des Unternehmens auf Messen
- Identifizierung neuer Absatzmöglichkeiten im jeweiligen Vertriebsgebiet
- Umsatzverantwortung
- Mitwirkung an Messen und vertriebsrelevanten kundenspezifischen Events
- Monatliches Reporting und Forecasting
- Planung, Steuerung und Kontrolle von Absatzaktivitäten

### Berichtslinie:

- Sales Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder vergleichbare Ausbildung mit Schwerpunkt Wirtschaftswissenschaften
- Gerne auch Weiterbildung im Bereich Vertrieb und Marketing
- Mindestens erste vertriebliche Berufserfahrung im Dienstleistungssektor
- Erstklassige Kommunikationsfähigkeiten und extrovertierter Charakter
- Engagement und Teamfähigkeit sind essentiell
- Affinität zum fachspezifischen Thema
- Ausgeprägte Kenntnisse in MS Office, insbesondere Microsoft PowerPoint
- Hohe Reisebereitschaft
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	40.000	55.000	68.000
	Maximum	43.000	63.000	80.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	70.000	95.000
	Maximum	48.000	90.000	110.000

## Marketing Director

Der Marketing Director verantwortet die Steuerung, Planung und Kontrolle 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. Auf dieser Basis aufbauend, verantwortet er Marketingpläne sowie 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 sämtlicher zur Verfügung stehender Werbemittel um.

### Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für die Gestaltung der gesamten Kommunikationsstrategie
- Aufbau und Etablierung von neuen Geschäftsfeldern bzw. Marken
- Federführend in Bezug auf eine integrierte Jahresplanung unter Berücksichtigung von Marketingstrategie und Guidelines
- Regelmäßiges Ergebnis- und Budgetcontrolling
- Ausloten der Chancen neuer Produkte und Analyse der Absatzzahlen
- Erkennen und Evaluieren von Markttrends (Social Media, Guerilla-Marketing etc.)
- Berücksichtigung der firmeneigenen Corporate Identity und des firmeneigenen Corporate Designs

### Berichtslinie:

- Geschäftsführung

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Studium mit marketing- oder branchenspezifischer Ausrichtung
- Alternativ vergleichbare Ausbildung mit dem Schwerpunkt Marketing oder PR
- Mehrjährige Führungs- und Berufserfahrung im Bereich Marketing sowie in der Durchführung von Marketingprojekten im Dienstleistungssektor
- Markenerfahrung, Produktmanagementkenntnisse im Bereich der Dienstleistung, Kreativität und Agenturkontakte
- Aufgeschlossenheit und gedankliche Flexibilität vor allem hinsichtlich Markttrends und Innovationen, 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	80.000
	Maximum	—	75.000	110.000
Großunternehmen	Minimum	—	80.000	120.000
	Maximum	—	100.000	180.000

## Senior Marketing Manager

Der Senior Marketing Manager verantwortet die Konzeption, Koordinierung und Realisierung der Marketingaktivitäten. Ziel ist es, mit geeigneten Marketingwerkzeugen sowohl die Dienstleistung als auch das Unternehmen vorteilhaft im Markt zu platzieren. Weitere Aspekte sind die Abgrenzung von Marktbegleitern und das Schaffen von Wettbewerbsvorteilen.

### Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für die jährlichen Budgetplanungen und das Budgetcontrolling
- Steuerung der Marketingaktivitäten
- Fachliche und disziplinarische Führung eines Teilbereiches des gesamten Marketingteams
- Vorteilhafte Platzierung von Produkten und Marken am Markt, um Wettbewerbsvorteile zu schaffen
- Koordination und Leitung verschiedener Projektteams
- Zusammenarbeit mit externen Agenturen und Marketingpartnern
- Interne Zusammenarbeit mit verschiedenen Abteilungen wie z. B. dem Einkauf, der IT und dem Vertrieb

### Berichtslinie:

- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches oder wirtschaftswissenschaftliches Studium
- Relevante Marketingenerfahrung im Dienstleistungssektor
- Erfahrung im Führen eines kleinen Teams bzw. im Begriff, erste Führungserfahrung zu sammeln
- Sicheres, überzeugendes Auftreten, verbunden mit hoher Sozialkompetenz sowie fachlicher und persönlicher Souveränität
- Organisationstalent, strukturiertes, termin- und zielorientiertes Arbeiten
- Hohe Eigenmotivation, Leistungsbereitschaft
- Sichere Kenntnisse in MS Office sowie idealerweise Erfahrung mit marketingspezifischer Software wie CRM- bzw. Mafo-Systemen
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	45.000	65.000
	Maximum	—	63.000	85.000
Großunternehmen	Minimum	—	60.000	70.000
	Maximum	—	65.000	100.000

## 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. Des Weiteren bildet der Marketing Manager sich kontinuierlich weiter und versucht, das auf Vorträgen und Seminaren theoretisch erlangte Wissen in die Tat umzusetzen.

### Aufgabenbereiche:

- Ausführung von Marketing- und Kommunikationsplänen
- Umsetzung von Angebots- und Vermarktungsstrategien
- Steuerung und Planung absatzrelevanter Prozesse
- Verantwortung für das Monitoring aller Marketingaktivitäten
- Analyse der Kundenbedürfnisse

### Berichtslinie:

- Senior Marketing Manager
- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Studium oder Weiterbildung mit marketingspezifischer Ausrichtung
- Relevante Marketingerfahrung im Dienstleistungssektor
- 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	35.000	45.000	65.000
	Maximum	40.000	65.000	75.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	60.000	70.000
	Maximum	55.000	73.000	85.000

## 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 (Schlüsselkunden) mit ausgeprägtem Fokus auf Kundenpflege, Up- und Crossselling
- Generierung neuer Key-Accounts durch Neukundenakquisition
- Angebotserstellung und Angebotskoordinierung
- Aufbau einer langfristigen Kundenbindung durch regelmäßige Kundenbesuche
- Realisieren von gesetzten Umsatzzielen, Erstellen von Analysen und Berichten
- Kontinuierliche Selbstinformation und Durchdringung – gepaart mit marktrelevanter Weiterbildung – im Bereich der potenziellen Kundenstruktur

### Berichtslinie:

- Senior Marketing Manager
- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes Studium im Bereich Wirtschafts- bzw. Ingenieurwissenschaften
- Alternativ Fachkraft mit kaufmännischer Weiterbildung im Bereich Vertrieb
- Fundierte Erfahrungen im Key-Account-Management des Dienstleistungssektors
- 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 wäre von Vorteil

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	>10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	60.000	75.000
	Maximum	—	80.000	100.000
Großunternehmen	Minimum	—	70.000	85.000
	Maximum	—	90.000	120.000



## Brand Manager

Der Brand Manager ist für die Wahrnehmung der Marke und deren Positionierung im Wettbewerb verantwortlich. Dabei arbeitet er eng mit den anderen Marketingbereichen wie Produktmarketing, PR und klassischem Marketing zusammen, um hier ein einheitliches Bild zu generieren. Aktuelle Themen und Trends hat er im Blick und versucht, zeitnah und effizient auf Marktveränderungen zu reagieren. Er erstellt Analysen und managementtaugliche Reports, um über den Status seiner laufenden Kampagnen zu berichten. Durch sein ausgeprägtes Markenbewusstsein ist er in der Lage, sich in den Kunden hineinzusetzen und die Marke dabei so zu positionieren, dass den Bedürfnissen und Wünschen der Zielgruppe Rechnung getragen wird.

### Aufgabenbereiche:

- Entwicklung, Steuerung und Verantwortung aller Brandbuilding-Aktivitäten innerhalb des Marketings
- Generierung einer einheitlichen Corporate Identity (CI) innerhalb des Corporate Designs
- Zusammenarbeit sowohl mit dem Marketingteam als auch mit externen Agenturen im Zuge sämtlicher Marketingaktivitäten mit dem Fokus auf dem Branding
- Strategische Planung zukünftiger Marketingaktionen im Hinblick auf die CI

### Berichtslinie:

- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Studium oder vergleichbare Qualifikation mit Schwerpunkt Marketing
- Einschlägige Branding-Erfahrung, idealerweise aus der Dienstleistungsbranche
- Kenntnisse im Vertrieb einer Dienstleistung wären von Vorteil
- Souveräner Umgang mit MS Office und gängigen Marketingtools
- CI und CD sollten als Begriffe mehr als bekannt sein
- Kreativität, Kommunikationsfähigkeit sowie zielorientiertes und eigenverantwortliches Handeln
- Unternehmerisches Denken, hohe Teamfähigkeit und die Bereitschaft zur Weiterbildung
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	>10 Jahre
Mittelstand	Minimum	40.000	50.000	70.000
	Maximum	42.000	55.000	80.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	65.000	85.000
	Maximum	48.000	80.000	100.000

## Market Research Manager

Der Market Research Manager (Analyst) ist unterstützend für die Entscheidungsträger im Marketing tätig. Er hat Spaß an der Analyse von marketingrelevanten Informationen und den damit verbundenen großen Datenmengen. Des Weiteren bewegt er sich souverän in der spezifischen IT-Landschaft, wie z. B. im Rahmen von SQL-Abfragen, SAP und SPSS. Dank komplexer Analysen im Bereich Data-Mining sowie CRM ist er ein wichtiger Bestandteil der Entwicklung, Umsetzung und Evaluierung der Kommunikationsstrategie und berichtet direkt an die Entscheidungsträger.

### Aufgabenbereiche:

- Qualitätssicherung und -management in der Markenführung
- Systematische Beschaffung, Analyse, Interpretation und Aufbereitung von Informationen für eine fundierte Entwicklung, Durchführung und Kontrolle der Aktivitäten am Markt
- Entwickeln von Entscheidungshilfen und Kommunikationsaustausch mit dem Marketing, Vertrieb und Management
- Mitarbeit an der strategischen Ausrichtung von Produkten
- Konzeption, Koordination, Durchführung und Interpretation von Marktanalysen
- Zusammenfassung und Bewertung aller Marktforschungsergebnisse für die einzelnen Produkte
- Vorbereitung und Durchführung von Präsentationen

### Berichtslinie:

- Senior Marketing Manager
- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes wirtschaftswissenschaftliches oder mathematisches Studium
- Alternativ vergleichbare Qualifikation mit analytischem oder marketingorientiertem Schwerpunkt
- Spaß an der Analyse von marketingrelevanten Informationen und großen Datenmengen
- Erste Berufserfahrung im Databasemarketing
- CRM-Profi, Kenntnisse im Bereich Direktmarketing
- Mobile Marketing, analytisches CRM, Statistik- und SQL-Kenntnisse von Vorteil
- Erfahrung im Umgang mit Data-Mining-Tools (SAP, SPSS o. Ä.)
- Selbständig, kommunikativ, hohes Maß an Eigeninitiative
- Anwender-Erfahrung im Umgang mit einem Data-Warehouse von Vorteil
- Projektmanagementkompetenz
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache wäre von Vorteil

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	>10 Jahre
Mittelstand	Minimum	32.000	48.000	65.000
	Maximum	35.000	50.000	70.000
Großunternehmen	Minimum	37.000	55.000	75.000
	Maximum	40.000	60.000	90.000

## PR Manager

Die Aufgaben eines PR Managers sind der Aufbau und die Pflege von Pressekontakten, die Präsentation des Unternehmens sowie die Organisation von Besichtigungen und Ausstellungen 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 seines 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
- Erstellung eines Stärken-Schwächen-Profiles des Unternehmens

### Berichtslinie:

- Leiter Unternehmenskommunikation
- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes Kommunikations- bzw. Journalismusstudium
- 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	35.000	47.000	48.000
	Maximum	40.000	57.000	60.000
Großunternehmen	Minimum	40.000	53.000	60.000
	Maximum	50.000	63.000	100.000

## Senior Product Manager

Der Senior 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 Senior Product Manager in ständiger Kommunikation mit der Marketingabteilung, wobei er nicht nur Kampagnen evaluiert, sondern auch als Experte für das 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.

### Aufgabenbereiche:

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

### Berichtslinie:

- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes Studium mit betriebswirtschaftlicher, marketing- oder kommunikationsspezifischer Ausrichtung
- Professionalität, Qualitätsbewusstsein und Produktleidenschaft
- Mehrjährige Berufserfahrung, idealerweise in der Dienstleistungsbranche
- 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	—	55.000	75.000
	Maximum	—	65.000	80.000
Großunternehmen	Minimum	—	75.000	90.000
	Maximum	—	80.000	100.000

## 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
- Aufbauen und Pflegen eines Netzwerkes mit potenziellen Kooperationspartnern
- Verantwortung für die Durchführung von Marktanalysen und 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	—	65.000	120.000
	Maximum	—	90.000	150.000
Großunternehmen	Minimum	—	70.000	95.000
	Maximum	—	95.000	160.000

## Online Sales Manager

Der Online Sales Manager verantwortet den Absatz über den Online-Kanal des Unternehmens. Er weiß geschickt die Bedürfnisse der Zielunternehmen zu identifizieren und die einzigartigen Verkaufsmerkmale seines Produkts/ seiner Produkte hervorzuheben. Er konnte bereits erste Vertriebs Erfahrung sammeln und zeichnet sich insbesondere durch eine hohe IT-Affinität aus. Dabei kann er durch sein Netzwerk Kunden ansprechen und gemeinsam mit ihnen Lösungen erarbeiten.

### Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für die Vertriebsaktivitäten über Online-Medien
- Ansprache, Akquisition, Vertragsabschluss und aktive Betreuung von Geschäftspartnern
- Aufbau langfristiger und erfolgreicher Geschäftsbeziehungen
- Planung von Vertriebs- und Produktstrategien
- Entwicklung und Umsetzung von Verkaufs- und Vermarktungsstrategien sowie Erstellung von Verkaufspräsentationen
- Akquisition von potenziellen Neukunden bis zum erfolgreichen Abschluss sowie Ausbau der bestehenden Kundenkontakte

### Berichtslinie:

- Sales Director
- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes wirtschaftswissenschaftliches Studium
- Alternativ kaufmännische Ausbildung
- Nachweislich erfolgreiche Tätigkeit im Bereich Online-Sales
- Hohe IT-Affinität mit ausgeprägtem Netzwerk im Online-Umfeld
- Exzellentes Präsentations- und Kommunikationsvermögen
- Organisationstalent und ausgeprägte Kreativität
- Geschick bei Verkaufsverhandlungen, zielorientierte und eigenverantwortliche Arbeitsweise
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	45.000	59.000	70.000
	Maximum	60.000	70.000	98.000
Großunternehmen	Minimum	50.000	65.000	75.000
	Maximum	65.000	80.000	110.000

## 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 in verschiedenen 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	30.000	50.000	65.000
	Maximum	50.000	65.000	80.000
Großunternehmen	Minimum	55.000	72.000	80.000
	Maximum	65.000	80.000	110.000

## Event Manager

Der Event Manager übernimmt die strategische und operative Planung von Veranstaltungen sowie deren Organisation und Umsetzung. Er kann dabei, abhängig von der Größe des Unternehmens, auf Teilbereiche spezialisiert sein wie Messen, interne und externe Events oder auch in einer globalen, umfassenden Funktion agieren. Mit viel Übersicht und Improvisationstalent meistert er auch neue, unbekannte Herausforderungen. Insbesondere ist er im Umgang mit unterschiedlichsten Ansprechpartnern im und außerhalb des eigenen Unternehmens geübt und kann sich auf diversen gesellschaftlichen Bühnen sicher bewegen.

### Aufgabenbereiche:

- Entwicklung, Planung und Umsetzung von Veranstaltungskonzepten/Messen/Incentives
- Erstellung von Angeboten und Einholung von Kostenvoranschlägen
- Projektmanagement im In- und Ausland
- Verantwortung für die Budget- und Kostenkontrolle
- Koordinierung von und Kontakt mit allen dazugehörigen Projektteilnehmern
- Erstellung von Konzepten mit Blick auf die Zielgruppe sowie Gestaltung von Zeit- und Ablaufplänen

### Berichtslinie:

- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes Studium im Bereich Medien, Betriebswirtschaft oder Management
- Alternativ vergleichbare Qualifikation mit Schwerpunkt Marketing und/oder Eventmanagement
- Gerne Weiterbildung zum Marketingplaner/Eventkoordinator
- Ausgeprägte Erfahrungen und Kenntnisse im Projektmanagement sind unabdingbar
- Hohe Flexibilität, Agilität, gepaart mit einer Hands-on-Mentalität
- Improvisationstalent
- 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	55.000
	Maximum	40.000	55.000	65.000
Großunternehmen	Minimum	35.000	45.000	60.000
	Maximum	45.000	60.000	70.000



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 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	—	72.000	105.000
	Maximum	—	115.000	152.000
Großunternehmen	Minimum	—	88.000	145.000
	Maximum	—	152.000	188.000

## Senior Sales Manager

Der Verantwortungsbereich des Senior Sales Managers beinhaltet meist eine untergeordnete Teamverantwortung innerhalb des Vertriebsteams des Sales Directors. Der Senior Sales Manager trägt die Umsatz- und Renditeverantwortung für seinen Wirkungsbereich. Dabei stehen ihm verschiedene Marketing- und Vertriebswerkzeuge zur Verfügung. Er führt sein Team von Sales Managern und arbeitet zudem eigenverantwortlich innerhalb seiner Vertriebsregion. Er weiß auf die spezifischen Industriebedingungen einzugehen und pflegt ein branchenspezifisches Netzwerk.

### Aufgabenbereiche:

- Akquisition von Kunden im zugewiesenen Gebiet und Betreuung von Bestandskunden
- Ansprechpartner und Coach für sein Team
- Umsatz- und Renditeverantwortung
- Organisation und Umsetzung von Produkteinführungsaktionen und Ausführung absatzfördernder Maßnahmen in der Vertriebsregion
- Weiterentwicklung und stetige Förderung seiner Teammitglieder

### Berichtslinie:

- Sales Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Studium
- Alternativ Weiterbildung im Bereich Vertrieb und Marketing
- Mehrjährige erfolgreiche Vertriebserfahrung im Außendienst
- Einschlägige Führungserfahrung, potenzielle Führungspersönlichkeit
- Kundenorientierte sowie selbständige Arbeitsweise mit einem hohen Maß an Eigeninitiative
- Zeitliche Flexibilität und hohe Reisebereitschaft
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	65.000	80.000
	Maximum	—	76.000	108.000
Großunternehmen	Minimum	—	72.000	88.000
	Maximum	—	85.000	115.000

## 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 Vertriebsserfolge 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, also ein guter Überblick über die Marktbegleiter und die Bedürfnisse der potenziellen Kunden, bildet einen weiteren Schwerpunkt des Sales 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
- 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	45.000	60.000	75.000
	Maximum	75.000	80.000	93.000
Großunternehmen	Minimum	55.000	65.000	80.000
	Maximum	80.000	85.000	105.000

## 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 schaffen 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. Außerdem versorgt er Entscheidungsträger mit wettbewerbsrelevanten Strategien und managementtauglichen Informationen. Auf dieser Basis verantwortet er Marketingpläne und ganzheitliche Marketingkonzepte und 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	–	70.000	110.000
	Maximum	–	90.000	130.000
Großunternehmen	Minimum	–	80.000	120.000
	Maximum	–	115.000	190.000

## Senior Marketing Manager

Der Senior Marketing Manager verantwortet die Konzeption, Koordinierung und Realisierung der Marketingaktivitäten. Ziel ist es, mit geeigneten Marketingwerkzeugen sowohl die Produkte als auch das Unternehmen vorteilhaft im Markt zu platzieren. Zukünftige Markttrends sind im Kontext der jeweiligen Industrie frühzeitig zu erkennen und die Produktpositionierung ist dementsprechend anzupassen. Weitere Aspekte sind die vorteilhafte Positionierung von Marken bzw. Produkten am Markt und das Schaffen von Wettbewerbsvorteilen.

### Aufgabenbereiche:

- Konzeption der Marketingstrategie sowie deren Umsetzung durch diverse Marketingaktivitäten
- Enge Zusammenarbeit mit dem Vertrieb
- Erste disziplinarische und/oder fachliche Verantwortung innerhalb des Marketingteams
- Planung der Marketinginstrumente für diverse Produktlinien
- Umsetzung der Marketingstrategie mit Hilfe von externen Agenturen
- Planung und Erarbeitung von relevanten Marketinginstrumenten (Marketingkampagnen, Messen etc.)
- Markt- und Wettbewerbsanalysen für potenzielle Marktsegmente und Länder

### Berichtslinie:

- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches bzw. wirtschaftswissenschaftliches Studium mit dem Schwerpunkt Marketing oder eine vergleichbare Ausbildung
- Fundierte Berufserfahrung im Marketing, vorzugsweise in einem marktbegleitenden Unternehmen
- Hohes Engagement, Motivation und sehr gute Kommunikationsfähigkeiten
- Erste Führungserfahrung wäre von Vorteil
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	58.000	83.000
	Maximum	—	68.000	100.000
Großunternehmen	Minimum	—	63.000	108.000
	Maximum	—	90.000	115.000

## 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 das 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	70.000	90.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	65.000	80.000
	Maximum	55.000	85.000	100.000



## 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; er repräsentiert somit allumfassend das Unternehmen diesem Kundenstamm gegenüber.

### Aufgabenbereiche:

- Betreuung der Key-Accounts mit ausgeprägtem Fokus auf Kundenpflege, Up- und Crossselling
- 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 Selbstinformation 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	78.000
	Maximum	—	75.000	90.000
Großunternehmen	Minimum	—	65.000	95.000
	Maximum	—	90.000	110.000

## Market Research Manager

Der Market Research Manager (Analyst) ist unterstützend für die Entscheidungsträger im Marketing tätig. Er hat Spaß an der Analyse von marketingrelevanten Informationen und den damit verbundenen großen Datenmengen. Des Weiteren bewegt er sich souverän in der spezifischen IT-Landschaft, wie z. B. im Rahmen von SQL-Abfragen, SAS und SPSS. Dank komplexer Analysen im Bereich Data-Mining sowie CRM ist er ein wichtiger Bestandteil der Entwicklung, Umsetzung und Evaluierung der Kommunikationsstrategie und berichtet direkt an die Entscheidungsträger.

### Aufgabenbereiche:

- Qualitätssicherung und -management in der Markenführung
- Systematische Beschaffung, Analyse, Interpretation und Aufbereitung von Informationen für eine fundierte Entwicklung, Durchführung und Kontrolle der Aktivitäten am Markt
- Entwickeln von Entscheidungshilfen und Kommunikationsaustausch mit dem Marketing, Vertrieb und Management
- Mitarbeit an der strategischen Ausrichtung von Produkten
- Konzeption, Koordination, Durchführung und Interpretation von Marktanalysen
- Zusammenfassung und Bewertung aller Marktforschungsergebnisse für die einzelnen Produkte
- Vorbereitung und Durchführung von Präsentationen

### Berichtslinie:

- Senior Marketing Manager
- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes wirtschaftswissenschaftliches oder mathematisches Studium
- Alternativ vergleichbare Qualifikation mit analytischem oder marketingorientiertem Schwerpunkt
- Spaß an der Analyse von marketingrelevanten Informationen und großen Datenmengen
- Erste Berufserfahrung im Databasemarketing
- CRM-Profi, Kenntnisse im Bereich Direktmarketing
- Mobile Marketing, analytisches CRM, Statistik- und SQL-Kenntnisse von Vorteil
- Erfahrung im Umgang mit Data-Mining-Tools (SAS, SPSS o. Ä.)
- Selbständig, kommunikativ, hohes Maß an Eigeninitiative
- Anwender-Erfahrung im Umgang mit einem Data-Warehouse von Vorteil
- Projektmanagementkompetenz
- 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	50.000
	Maximum	40.000	50.000	60.000
Großunternehmen	Minimum	43.000	55.000	70.000
	Maximum	45.000	60.000	80.000

## PR Manager

Die Aufgaben eines PR Managers sind der Aufbau und die Pflege von Pressekontakten, die Präsentation des Unternehmens sowie die Organisation von Besichtigungen und Ausstellungen 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 seines 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	70.000
Großunternehmen	Minimum	35.000	48.000	65.000
	Maximum	45.000	60.000	85.000

## Senior Product Manager

Der Senior 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 Senior Product Manager in ständiger Kommunikation mit der Marketingabteilung, wobei er nicht nur Kampagnen evaluiert, sondern auch als Experte für das Produkt der jeweiligen Fachabteilung mit Rat und Tat zur Seite steht. Dadurch ist er in der Lage, den Informationsfluss in sich zu bündeln, um marktnahe Entscheidungen zu treffen, die in der internen Umsetzung neuer Produktkonzeptionen und -optimierungen enden können.

Aufgrund der industriespezifischen geringeren Diversifikation des Produktportfolios und der im Vergleich zum Konsumgüterbereich längeren Produktlebenszyklen ist die Rolle des Senior Product Managers durch ein sehr fundiertes Wissen über das jeweilige Produkt geprägt.

### Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für die Strategie und Konzeption einer Produktgruppe in Abstimmung mit dem Produktmanager
- 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 der 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	—	50.000	70.000
	Maximum	—	65.000	90.000
Großunternehmen	Minimum	—	70.000	80.000
	Maximum	—	90.000	100.000

## 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
- Aufbauen und Pflegen eines Netzwerkes mit potenziellen Kooperationspartnern
- Verantwortung für die Durchführung von Marktanalysen und Projektevaluierungen
- Akquisition und Durchdringung strategisch relevanter Kunden

### Berichtslinie:

- Sales Director/Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes wirtschaftswissenschaftliches Hochschulstudium oder 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	42.000	55.000	70.000
	Maximum	45.000	70.000	100.000
Großunternehmen	Minimum	50.000	60.000	80.000
	Maximum	55.000	90.000	110.000

## 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 in verschiedenen 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	70.000
	Maximum	40.000	55.000	75.000
Großunternehmen	Minimum	42.000	55.000	85.000
	Maximum	47.000	65.000	95.000

## Event Manager

Der Event Manager übernimmt die strategische und operative Planung von Veranstaltungen sowie deren Organisation und Umsetzung. Er kann dabei, abhängig von der Größe des Unternehmens, auf Teilbereiche spezialisiert sein wie Messen, interne und externe Events oder auch in einer globalen, umfassenden Funktion agieren. Mit viel Übersicht und Improvisationstalent meistert er auch neue, unbekannte Herausforderungen. Insbesondere ist er im Umgang mit unterschiedlichsten Ansprechpartnern im und außerhalb des eigenen Unternehmens geübt und kann sich auf diversen gesellschaftlichen Bühnen sicher bewegen.

### Aufgabenbereiche:

- Entwicklung, Planung und Umsetzung von Veranstaltungskonzepten/Messen/Incentives
- Erstellung von Angeboten und Einholung von Kostenvoranschlägen
- Projektmanagement im In- und Ausland
- Verantwortung für die Budget- und Kostenkontrolle
- Koordinierung von und Kontakt mit allen dazugehörigen Projektteilnehmern
- Erstellung von Konzepten mit Blick auf die Zielgruppe sowie Gestaltung von Zeit- und Ablaufplänen

### Berichtslinie:

- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes Studium im Bereich Medien, Betriebswirtschaft oder Management
- Alternativ vergleichbare Qualifikation mit Schwerpunkt Marketing und/oder Eventmanagement
- Gerne Weiterbildung zum Marketingplaner/Eventkoordinator
- Ausgeprägte Erfahrungen und Kenntnisse im Projektmanagement sind unabdingbar
- Hohe Flexibilität, Agilität, gepaart mit einer Hands-on-Mentalität
- Improvisationstalent
- 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	70.000
	Maximum	45.000	55.000	75.000
Großunternehmen	Minimum	42.000	55.000	85.000
	Maximum	47.000	65.000	95.000

## Export Director

Der Export Director ist für die Strategie des Exportgeschäftes sowie die Mitarbeiterführung der Exportabteilung verantwortlich. Er sucht nach neuen, nachhaltigen Absatzmärkten, betreut internationale Märkte und weiß auch mit verschiedenen Kulturkreisen im Geschäftsumfeld umzugehen. Der Export Director bereist die Zielregionen des Unternehmens und identifiziert sowie qualifiziert dort Distributionspartner. Die Exportabteilung implementiert und kontrolliert Lieferbedingungen sowie Logistik, Finanzierung, Zahlungssicherung, Wechselkursabsicherung und fertigt die Exporte in Gänze ab.

### Aufgabenbereiche:

- Erschließung und Ausbau internationaler Märkte
- Betreuung der Bestandskunden und der Key-Accounts in Schwerpunktländern
- Anpassung des Produktportfolios an die lokalen Märkte
- Permanente Markt- und Konkurrenzbeobachtung
- Führung der Exportaktivitäten
- Entwicklung der exportrelevanten Marketing- und Verkaufsstrategien
- Durchsetzung der Strategien gemeinsam mit den regionalen Managementteams weltweit
- Leitung der Exportabteilung
- Auftragsbearbeitung nach Einhaltung der rechtlichen Zoll-, Finanz- und Rechnungsvorschriften

### Berichtslinie:

- Sales Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder vergleichbare Ausbildung
- Führungserfahrung in ähnlicher Aufgabenstellung
- Relevante Berufserfahrung im internationalen Vertrieb von technischen Industrieprodukten
- Erfahrung in der Abwicklung von Exporten mit aktuellen Logistiksystemen
- Ausgeprägte Team- und Kommunikationsfähigkeit
- Durchsetzungsvermögen, Verhandlungsgeschick sowie unternehmerisches Denken und Handeln
- Versiert im Umgang mit MS Office, SAP R/3 von Vorteil
- Hohe Reisebereitschaft
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	–	75.000	105.000
	Maximum	–	90.000	115.000
Großunternehmen	Minimum	–	80.000	115.000
	Maximum	–	95.000	125.000

## INDUSTRIE

## Export Manager

Der Export Manager ist für den gesamten Ablauf des Exports von Investitionsgütern verantwortlich, lotet die Möglichkeiten und Risiken bei der Erschließung und Bearbeitung des Marktes im Ausland aus, kalkuliert die Risiken im Außenhandel und legt Strategien in der Absicherung fest. Er ist operativ für eine bestimmte Region innerhalb der Zielregionen des Unternehmens für den Absatz und die Distribution verantwortlich. Die Exportabteilung implementiert und kontrolliert Lieferbedingungen sowie Logistik, Finanzierung, Zahlungssicherung, Wechselkursabsicherung und fertigt die Exporte in Gänze ab.

### Aufgabenbereiche:

- Enge Zusammenarbeit mit der Logistikabteilung
- Operative Bearbeitung und Pflege der Vertriebsaktivitäten in verschiedenen Ländern und Regionen
- Markt- und Wettbewerbsanalyse zur Erschließung neuer Märkte und Kunden
- Erarbeitung von Business-Strategien mit länderspezifischen Vertriebsmaßnahmen
- Führung, Steuerung und langfristige Bindung bestehender Kunden sowie Neukundengewinnung
- Koordination des Vertriebs
- Einführung von Produktinnovationen und Akquisition neuer internationaler Vertriebskanäle
- Stetige Marktbeobachtung und Ableitung von Marktentwicklungsstrategien
- Identifizierung, Qualifizierung und Akquisition neuer Distributionspartner in den Zielländern

### Berichtslinie:

- Export Director
- Sales Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit technischem oder logistischem Schwerpunkt
- Nachweisbare Erfahrung im Aufbau und in der Gewinnung (inter-)nationaler Kunden
- Organisatorische und beratende Kompetenz
- Mehrjährige Berufserfahrung im internationalen eigenverantwortlichen Vertrieb
- Hohe Bereitschaft zu internationaler Reisetätigkeit
- Ausgeprägte Kundenorientierung, Verhandlungsgeschick und Konfliktfähigkeit
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache wäre von Vorteil

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	40.000	65.000	75.000
	Maximum	60.000	80.000	95.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	70.000	80.000
	Maximum	65.000	85.000	100.000



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	150.000
Großunternehmen	Minimum	—	80.000	120.000
	Maximum	—	130.000	200.000

## 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 Marktabstimmung
- Zusammenarbeit mit Partnern zur Entwicklung neuer Synergien
- Durchführung von Informationsveranstaltungen zu aktuellen Produkten

### Berichtslinie:

- Sales Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation
- Mindestens zwei bis drei 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	42.000	50.000
	Maximum	40.000	50.000	70.000
Großunternehmen	Minimum	40.000	45.000	65.000
	Maximum	47.000	60.000	80.000

## Sales Manager

Der Sales Manager ist dafür verantwortlich, den Kontakt zu den einzelnen Zwischenhändlern in den unterschiedlichen Vertriebskanälen herzustellen. Er identifiziert sich mit der Marke und seinem ihm zugeteilten Produktportfolio und kann die Zwischenhändler von den Vorteilen des Produktes überzeugen. Er analysiert bestehende Verkaufskonzepte, 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 die Personalverantwortung für ein kleines Team.

### Aufgabenbereiche:

- Verantwortlich für die Neukundenakquisition
- Pflege und weitere Betreuung von Bestandskunden
- Identifizierung neuer Absatzmöglichkeiten im jeweiligen Gebiet
- Mitwirkung bei der Entwicklung von absatzfördernden Marketingunterlagen
- Analyse von Geomarketing-Daten

### Berichtslinie:

- Sales Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder vergleichbare Ausbildung mit Schwerpunkt Wirtschaftswissenschaften
- Gerne auch Weiterbildung im Bereich Vertrieb und Marketing
- Theoretisches und praktisches Verkaufs- und Marktverständnis
- Teamplayer
- Ausgeprägte Kenntnisse in MS Office
- Hohe Reisebereitschaft
- Unternehmerisches Denken und Handeln
- Erfahrungen mit und Affinität zu den Konsumgütern
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	>10 Jahre
Mittelstand	Minimum	40.000	55.000	65.000
	Maximum	50.000	65.000	80.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	60.000	70.000
	Maximum	60.000	75.000	90.000

## 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 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 Wirtschafts- bzw. Ingenieurwissenschaften
- Alternativ Fachkraft mit kaufmännischer Weiterbildung im Bereich Vertrieb
- Fundierte Erfahrungen im Key-Account-Management des Dienstleistungssektors
- Voraussetzung ist ein bereits bestehendes Netzwerk im genannten Bereich
- Erfahrung im Key-Account-Management in der Konsumgüterbranche wünschenswert
- 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	—	55.000	75.000
	Maximum	—	75.000	90.000
Großunternehmen	Minimum	—	70.000	80.000
	Maximum	—	100.000	120.000



## 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 Parameter.

Auf dieser Basis aufbauend, verantwortet er Marketingpläne sowie 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 sämtlicher 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 und 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	—	70.000	90.000
	Maximum	—	100.000	130.000
Großunternehmen	Minimum	—	80.000	110.000
	Maximum	—	110.000	160.000

## Senior Marketing Manager

Der Senior Marketing Manager verantwortet die Konzeption, Koordinierung und Realisierung der Marketingaktivitäten. Ziel ist es, mit geeigneten Marketingwerkzeugen sowohl das Produktportfolio als auch das Unternehmen vorteilhaft im Markt zu platzieren. Der Senior Marketing Manager kommt aus einem B2B-Konsumgüterumfeld, kennt aber idealerweise auch die Kreativlandschaft aus erster Hand, um auch die Endkunden korrekt adressieren zu können. Ihm macht es besonderen Spaß, sowohl Aspekte des B2B- als auch des B2C-Marketings in seinen täglichen Aufgaben zu berücksichtigen. Weitere Aspekte sind die Abgrenzung von Konkurrenzprodukten und das Schaffen von Wettbewerbsvorteilen.

### Aufgabenbereiche:

- Konzeption der Marketingstrategie sowie deren Umsetzung durch diverse Marketingaktivitäten
- Enge Zusammenarbeit mit dem Vertrieb
- Erste disziplinarische und/oder fachliche Verantwortung innerhalb der Marketingteams
- Planung der Marketinginstrumente für die diversen Produktlinien
- Umsetzung der Marketingstrategie mit Hilfe von externen Agenturen
- Planung und Erarbeitung von relevanten Marketingmaterialien (Marketingkampagnen, Messe etc.)
- Markt- und Wettbewerbsanalysen für potenzielle Marktsegmente und Länder

### Berichtslinie:

- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium mit Schwerpunkt Marketing oder vergleichbare Ausbildung
- Fundierte Berufserfahrung im Marketing, vorzugsweise in einem marktbegleitenden Unternehmen
- Interesse an technischen Produkten und Prozessen
- Hohes Engagement, Motivation und sehr gute Kommunikationsfähigkeiten
- Erste Führungserfahrung wäre von Vorteil
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	55.000	80.000
	Maximum	—	65.000	93.000
Großunternehmen	Minimum	—	58.000	82.000
	Maximum	—	75.000	100.000

## 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. Der Marketing Manager hat erste Erfahrungen im Konsumgüterumfeld und versucht, sein theoretisch fundiertes Wissen in selbst gesammelte praktische Erfahrungen zu transferieren. Er 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
- Senior Marketing Manager

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Studium oder Weiterbildung mit marketingspezifischer Ausrichtung
- Relevante Marketingerfahrung im Dienstleistungssektor
- 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	40.000	43.000	70.000
	Maximum	48.000	58.000	85.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	55.000	75.000
	Maximum	60.000	70.000	90.000

## Brand Director

Der Brand Director ist sowohl für die Etablierung und die Wahrnehmung der Marke eines Unternehmens als auch deren Untermarken verantwortlich sowie dafür, eine einheitliche Markenwahrnehmung (Corporate Identity) in der relevanten Zielgruppe zu erreichen. Im Zuge der CI ist der Brand Director mit seinem Team für die Umsetzung und Einhaltung des Corporate Designs verantwortlich. Die konsistente Markenwahrnehmung ist ein erheblicher Bestandteil für den Erfolg sowohl eines Produktes als auch eines Unternehmens.

### Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für die erfolgreiche Planung, Umsetzung und das Monitoring aller CI-relevanten Kampagnen
- Abgabe von Empfehlungen hinsichtlich der Produkt-, Preis- und Distributionspolitik zur Prägung eines Markenbildes
- Entwicklung und Umsetzung von Produkten im Rahmen betriebswirtschaftlicher Vorgaben und der Markenphilosophie
- Entwicklung von Strategien zur Markteinführung neuer Produktlinien
- Planung und Gestaltung der Stores, Outlets und Shop-in-Shop-Systeme
- Planung und Durchführung von Messeauftritten
- Definition und Weiterentwicklung der Designsprache
- Koordination der einzelnen Designlinien hinsichtlich der Produktentwicklung und des Markenauftrittes
- Aufbau und Etablierung der Marke

### Berichtslinie:

- Marketing Director
- Geschäftsleitung

### Anforderungen:

- Erfolgreich absolviertes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt Marketing
- Ausgeprägte Präsentations- und Kommunikationsstärke
- Hohe Projektmanagement- und Führungskompetenz, Zertifizierung von Vorteil
- Interkulturelles Verständnis für die jeweilige Region unabdingbar
- Mehrjährige Berufserfahrung im Brand-Marketing
- Führungserfahrung
- Selbständige und präzise Arbeitsweise
- Sehr gute Kommunikationsfähigkeiten, Organisationsstärke, Durchsetzungsvermögen sowie hohe Belastbarkeit
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	70.000	110.000
	Maximum	—	105.000	145.000
Großunternehmen	Minimum	—	80.000	130.000
	Maximum	—	120.000	165.000

## Brand 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 Kenntnisse wichtig: Produktpositionierung, Personalentwicklung, Ausstattungspolitik
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	40.000	50.000	70.000
	Maximum	50.000	65.000	85.000
Großunternehmen	Minimum	55.000	67.000	75.000
	Maximum	65.000	77.000	90.000

## Market Research Manager

Der Market Research Manager (Analyst) ist unterstützend für die Entscheidungsträger im Marketing tätig. Er ist verantwortlich für die Analyse von marketingrelevanten Informationen und großen Datenmengen. Des Weiteren bewegt er sich souverän in der spezifischen IT-Landschaft, wie z. B. im Rahmen von SQL-Abfragen, SAS und SPSS. Dank komplexer Analysen im Bereich Data-Mining sowie CRM ist er ein wichtiger Bestandteil der Entwicklung, Umsetzung und Evaluierung der Kommunikationsstrategie und berichtet direkt an die Entscheidungsträger.

### Aufgabenbereiche:

- Systematische Beschaffung, Analyse, Interpretation und Aufbereitung von Informationen für eine fundierte Entwicklung, Durchführung und Kontrolle der Aktivitäten am Markt
- Entwickeln von Entscheidungshilfen und Kommunikationsaustausch mit dem Marketing, Vertrieb und Management
- Mitarbeit an der strategischen Ausrichtung der Produkte
- Konzeption, Koordination, Durchführung und Interpretation von Primär- und Sekundärforschungsprojekten
- Zusammenfassung und Bewertung aller Marktforschungsergebnisse für bestimmte Produkte zur umfassenden Information der Markt- und Development-Teams sowie des Managements
- Mitwirkung bei multinationalen Studien
- Erstellen von Managementreportings

### Berichtslinie:

- Senior Marketing Manager
- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit einem analytischen oder marketingorientierten Schwerpunkt
- Spaß an der Analyse von marketingrelevanten Informationen und großen Datenmengen
- Mehrjährige Berufserfahrung im Databasemarketing
- CRM-Profi, Kenntnisse im Bereich Direktmarketing, Erfahrung in der Analyse von großen Datenmengen
- Statistik- und SQL-Kenntnisse von Vorteil
- Erfahrung im Umgang mit Data-Mining-Tools (SAS, SPSS o. Ä.)
- Selbständig, kommunikativ, hohes Maß an Eigeninitiative

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	35.000	40.000	55.000
	Maximum	45.000	50.000	70.000
Großunternehmen	Minimum	43.000	53.000	60.000
	Maximum	53.000	67.000	75.000

## PR Manager

Die Aufgaben eines PR Managers sind der Aufbau und die Pflege von Pressekontakten, die Präsentation des Unternehmens und die Organisation von Events, 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
- Sales Director/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
- 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	38.000	52.000	77.000
	Maximum	50.000	67.000	94.000
Großunternehmen	Minimum	40.000	55.000	80.000
	Maximum	52.000	70.000	97.000

## Senior Product Manager

Der Senior Product Manager verantwortet die Weiterentwicklung und Monetarisierung eines strategischen und innovativen Vermarktungsprodukts. 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 Senior Product Manager in ständiger Kommunikation mit der Marketingabteilung, wobei er nicht nur Kampagnen evaluiert, sondern auch als Experte für das 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.

### Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für das Bestandskundenmanagement einer Produktgruppe in Abstimmung mit dem Produktmanager
- Analyse des Customer-Lifecycle einschließlich der Ableitung von (Produkt-)Maßnahmen
- Definition, Konzeption und Beauftragung von Dialogmarketingmaßnahmen zur Steigerung der Kundenbindung
- Umsetzung von (saisonalen) Kampagnen zur Kommunikation von Produktneuheiten in Zusammenarbeit mit involvierten Abteilungen und Dienstleistern
- Systematische Auswertung der relevanten KPIs und Befragungsdaten einschließlich Erfolgsmonitoring
- Erstellung von Präsentationen und Statistiken einschließlich der Analyse hinsichtlich Optimierungspotenzialen

### Berichtslinie:

- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt Marketing oder Kommunikationswissenschaften
- Professionalität, Qualitätsbewusstsein und Produktleidenschaft
- Mehrjährige Berufserfahrung, idealerweise in der Konsumgüterbranche
- Nachgewiesene Erfahrung im CRM eines Online-Produkts
- Sicherer Umgang mit MS Office
- Sehr fundierte Kenntnisse im Bereich Produktmarketing bzw. Marketing (Methoden, Prozesse, Werkzeuge)
- Konzeptionsstärke und Umsetzungsorientierung
- Belastbarkeit und sicheres Auftreten
- Kreativität, Kommunikations- und Präsentationsstärke
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	>10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	50.000	65.000
	Maximum	—	60.000	83.000
Großunternehmen	Minimum	—	55.000	70.000
	Maximum	—	65.000	90.000

## 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 Partnern aufzubauen und profitable Allianzen zu schmieden. Aufgrund seines nachhaltigen Weitblicks gibt er wichtige Prognosen an die Geschäftsleitung, wie sich das Unternehmen in mittel- bis langfristiger Betrachtungsweise entwickelt. Insbesondere im Konsumgüterbereich ist es wichtig, Produktabhängigkeitsbeziehungen zu verstehen und auf veränderte Erwartungen im Konsumentenverhalten frühzeitig zu reagieren bzw. dieses am besten vorauszusehen.

### Aufgabenbereiche:

- Ausarbeitung und Umsetzung von Strategien für die Neukundenakquisition
- Entwicklung und Bewertung von Geschäftsmodellen und neuen Wachstumsfeldern
- Erkennen von Marktdynamiken und neuen Trends
- Regelmäßige Wettbewerbsanalysen sowie Marktforschung
- Leitung von Marktforschungsprojekten und deren Analyse
- Mitarbeit bei strategischen Fragestellungen/Bewertungen
- Aufbau und Pflege eines Netzwerkes mit potenziellen Kooperationspartnern
- Verantwortliches Entwickeln von Business-Development-Strategien, Anbahnen und Strukturieren von strategischen Allianzen
- Erstellen von Empfehlungen an die Geschäftsführung, z. B. bei strategischen Entscheidungen, beim Auf- und Ausbau neuer Unternehmensbereiche
- Mitarbeiten im Strategiefindungs- und -erstellungprozess des Geschäftsbereiches

### Berichtslinie:

- Sales Director/Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation
- Fundierte Berufserfahrung in Bereichen wie Business-/Corporate Development oder in Strategieabteilungen/strategischer Unternehmensberatung
- Relevante betriebswirtschaftliche Kenntnisse, insbesondere in den Bereichen Produkt- und Preisstrategie
- Ausgeprägte analytische Fähigkeiten und Konzeptionsstärke sowie Ziel- und Ergebnisorientierung
- Erfahrung im Projektmanagement
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	58.000	70.000
	Maximum	—	80.000	88.000
Großunternehmen	Minimum	—	70.000	85.000
	Maximum	—	88.000	105.000

## 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 und zukünftigen 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, Communitys 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 Psychologie
- Relevante Erfahrungen im Online-Marketing (SEO, SEM, Affiliate-Marketing)
- Kenntnisse in verschiedenen 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	40.000	48.000	67.000
	Maximum	52.000	64.000	82.000
Großunternehmen	Minimum	42.000	55.000	70.000
	Maximum	55.000	65.000	90.000

## Event Manager

Der Event Manager übernimmt die strategische und operative Planung von Veranstaltungen sowie deren Organisation und Umsetzung. Er agiert dabei, abhängig von der Dienstleistung des Unternehmens, in einer Schnittstellenfunktion zwischen dem Kunden, der Geschäftsleitung sowie den in- und externen Partnern. Er behält auch in zeitkritischen Momenten den Überblick und kann durch sein Improvisationstalent auch neue, unbekannte Herausforderungen meistern. Insbesondere ist er im Umgang mit High-Value-Customers und High Potentials des Unternehmens geübt und kann sich auf den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bühnen sicher bewegen. Die Aufgaben in Bezug auf die Konsumgüterbranche umfassen meistens die Organisation von Events für Kunden, Händler oder Partner sowie von Incentives und internen Events zur Motivationssteigerung.

### Aufgabenbereiche:

- Entwicklung von Eventkonzeptionen und professionelle Planung, Umsetzung und Begleitung aller Events mit dem Ziel der Emotionalisierung und Differenzierung der Marke und der Forcierung der Kundenbindung
- Entwicklung eigenständiger innovativer Eventideen zur Kundenbindung und Stärkung der Differenzierung der Marke
- Konzeption und Planung von in- und externen Großevents, Storepromotions und Mitarbeiterveranstaltungen
- Planung und Umsetzung aller marketingrelevanten Maßnahmen auf den Sonderflächen
- Einhaltung und Überwachung der entsprechenden Budgets
- Vorbereitung und Durchführung von internen Seminaren und Schulungen

### Berichtslinie:

- Marketing Director

### Anforderungen:

- Abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit Schwerpunkt Marketing, Eventmanagement oder Tourismus
- Erste Berufserfahrung im Bereich Eventmanagement oder Veranstaltungsmanagement, in der Dienstleistungsindustrie, Hotellerie oder Tourismusbranche
- Erste disziplinarische Führungserfahrung wünschenswert; Erfahrung in der fachlichen Steuerung von Agenturen und externen Mitarbeitern erforderlich
- Ausgeprägtes Organisationstalent und Multitasking-Fähigkeiten
- Ausgeprägte Kunden- und Serviceorientierung
- „Netzwerker“ mit der Fähigkeit, Partner und Ressourcen zielführend zu steuern, und dem Talent, sich persönlich einzubringen
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	35.000	44.000	54.000
	Maximum	44.000	54.000	65.000
Großunternehmen	Minimum	40.000	50.000	65.000
	Maximum	50.000	65.000	80.000

## Category Trade Manager

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 im Handel verantwortlich. Zu den weiteren Aufgaben zählen die Verhandlungen mit Lieferanten und das Führen von Listungsgesprächen sowie Marktbeobachtungen und Analysen hinsichtlich neuer Trends, Entwicklungen von Rohstoffen und Mitbewerberaktivitäten.

### 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 Verkaufsdysplays 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
- Relevante Berufserfahrung im Bereich Trade-Marketing, Category-Management oder Brand-Management
- Relevante Berufserfahrung bei Konsumgüterunternehmen
- Vertriebserfahrungen und gute Kenntnis der Konsumgüterbranche 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	43.000	45.000	70.000
	Maximum	50.000	58.000	86.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	65.000	80.000
	Maximum	55.000	68.000	90.000



EINZELHANDEL

## Sales Director

Der Sales Director zeichnet 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	—	90.000	130.000
	Maximum	—	120.000	170.000

## 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 der Konsumgüterbranche
- 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	85.000
	Maximum	60.000	80.000	100.000
Großunternehmen	Minimum	50.000	75.000	90.000
	Maximum	75.000	90.000	120.000



## 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:

- Nationale Betreuung der Key-Accounts, u. U. auch mit einem Fokus auf Neukundenakquisition und Upselling
- Eigenständige Gesprächs- und Verhandlungsführung
- Implementierung und Aufbau einer langfristigen Kundenbindung durch regelmäßige Kundenbesuche
- Realisieren von gesetzten Umsatzzielen, Erstellen von Analysen und Berichten
- Kontinuierliche Durchführung von Markt- und Wettbewerbsanalysen

### Berichtslinie:

- Sales Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation
- Fundierte Erfahrungen in einer kundennahen Position im Einzelhandel
- Ein Netzwerk im genannten Bereich ist von Vorteil
- Kommunikationsstärke, Durchsetzungsvermögen sowie ein hohes Maß an Präsentations- und Verhandlungsgeschick
- Verantwortungsbewusstsein
- Hohe Reisebereitschaft
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	50.000	65.000	85.000
	Maximum	65.000	85.000	105.000
Großunternehmen	Minimum	60.000	75.000	95.000
	Maximum	75.000	95.000	130.000

## 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. Darüber hinaus 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	103.000
	Maximum	—	90.000	128.000
Großunternehmen	Minimum	—	98.000	113.000
	Maximum	—	123.000	143.000

## Senior Marketing Manager

Der Senior Marketing Manager verantwortet die Konzeption, Koordinierung und Realisierung der Marketingaktivitäten. Ziel ist es, mit geeigneten Marketingwerkzeugen sowohl die eigene Dienstleistung als auch das Unternehmen vorteilhaft im Markt zu platzieren. Weitere Aspekte sind die Abgrenzung von Konkurrenzprodukten und das Schaffen von Wettbewerbsvorteilen. Insbesondere im Einzelhandel ist es wichtig, den kompletten Marketingmix sicher zu beherrschen und sich somit problemfrei sowohl im B2B- als auch im B2C-Marketing zu bewegen.

### Aufgabenbereiche:

- Umsetzung und Weiterentwicklung von klassischen und Direktmarketingkampagnen im Hinblick auf die verschiedenen Zielgruppen (B2B und B2C)
- Fachliche und disziplinarische Führung eines Teams bzw. von Projekten
- Zusammenarbeit mit externen Agenturen und Marketingpartnern und Auswahl neuer Partner für Werbearbeit, Prämien, Displays, Deko, POS-Einrichtung etc.
- Interne Koordination zwischen den Bereichen Einkauf/Trading, Marketing und Vertrieb
- Entwicklung und Erschließung neuer Marktpotenziale durch den strategischen Ausbau von Marketingkooperationen
- Konzeptionelle Weiterentwicklung und Projektleitung bei CRM-Programmen zur Gewinnung von Interessenten und Bindung bestehender Kunden
- Verantwortung für die Agenturauswahl und -steuerung

### Berichtslinie:

- Sales Director/Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation
- Branchenerfahrung im Einzelhandelssektor
- Sicheres, überzeugendes Auftreten, verbunden mit hoher Sozialkompetenz sowie fachlicher und persönlicher Souveränität
- Organisationstalent, strukturiertes und terminorientiertes Arbeiten sowie Macherqualitäten
- Hohe Eigenmotivation, Leistungsbereitschaft
- Sichere PC-Kenntnisse (MS Office) sowie idealerweise praktische Erfahrung mit marketingspezifischer Software (z. B. CRM- bzw. Mafo-Systeme)
- Hohe Affinität zu Trendthemen bzw. neuen Bereichen des Marketings
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	50.000	65.000
	Maximum	—	60.000	80.000
Großunternehmen	Minimum	—	65.000	75.000
	Maximum	—	75.000	90.000

## 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 umfassen die Bereiche 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 dem passenden Marketing
- Erarbeitung von Planungsgrundlagen durch Markt-, Kunden- und Sortimentsanalysen
- Ableitung und Empfehlung 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	35.000	45.000	60.000
	Maximum	45.000	55.000	75.000
Großunternehmen	Minimum	40.000	55.000	75.000
	Maximum	50.000	70.000	85.000

## Brand Director

Der Brand Director achtet auf die Positionierung und das Wachstum vorhandener Marken auf dem Markt durch Verbesserung der Marketingmaßnahmen. Zudem ist er (mit-)verantwortlich für die Einführung neuer Produkte. Seine Aufgabe ist ferner, eine einheitliche Markenwahrnehmung in der relevanten Zielgruppe zu schaffen. Er hat fundierte Erfahrungen mit den nicht klassischen Marketingwerkzeugen und zeichnet sich neben seiner Konzeptionsstärke auch durch analytisches Denken aus, um mit innovativen Tracking-Tools die Ergebnisse seiner Arbeit übersichtlich darstellen zu können.

### Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für die erfolgreiche Planung, Umsetzung und das Tracking aller Below-the-line-Kampagnen
- Ausführung von Marketing- und Kommunikationsplänen im Below-the-line-Marketing
- Umsetzung von Angebots- und Vermarktungsstrategien
- Steuerung und Planung absatzrelevanter Prozesse
- Abgabe von Empfehlungen hinsichtlich der Produkt-, Preis- und Distributionspolitik
- Prägung eines Markenbildes
- Langfristige Positionierung in der jeweiligen Zielgruppe, insbesondere durch Interaktion der Konsumenten mit dem Unternehmen über Below-the-line-Kanäle

### Berichtslinie:

- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Ausbildung mit dem Schwerpunkt Marketing oder Vertrieb
- Relevante Berufserfahrung im Einzelhandel
- Ausgeprägte Präsentations- und Kommunikationsstärke
- Hohe Projektmanagement- und Führungskompetenz, Zertifizierung von Vorteil
- 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	—	60.000	100.000
	Maximum	—	90.000	125.000
Großunternehmen	Minimum	—	80.000	110.000
	Maximum	—	120.000	140.000

## Brand 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 vorigen Positionen in der Werbelandschaft oder im Einzelhandel angeeignet.

### 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 abgeschlossenes Hochschulstudium der Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Marketing oder vergleichbare Ausbildung
- Erste Erfahrung im Brand Management eines Konsumgüterunternehmens
- 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	55.000	70.000
	Maximum	55.000	70.000	90.000
Großunternehmen	Minimum	50.000	65.000	80.000
	Maximum	60.000	80.000	95.000

## Market Research Manager

Der Market Research Manager (Analyst) ist unterstützend für die Entscheidungsträger im Marketing tätig. Er ist verantwortlich für die Analyse von marketingrelevanten Informationen und großen Datenmengen. Des Weiteren bewegt er sich souverän in der spezifischen IT-Landschaft, wie z. B. im Rahmen von SQL-Abfragen, SAS und SPSS. Dank komplexer Analysen im Bereich Data-Mining sowie CRM ist er ein wichtiger Bestandteil der Entwicklung, Umsetzung und Evaluierung der Kommunikationsstrategie und berichtet direkt an die Entscheidungsträger.

### Aufgabenbereiche:

- Qualitätssicherung und -management in der Markenführung
- Systematische Beschaffung, Analyse, Interpretation und Aufbereitung von Informationen für eine fundierte Entwicklung, Durchführung und Kontrolle der Aktivitäten am Markt
- Bereitstellen von Entscheidungshilfen und Kommunikationsaustausch mit dem Marketing, Vertrieb und Management
- Mitarbeit an der strategischen Ausrichtung der Produkte
- Konzeption, Koordination, Durchführung und Interpretation von Primär- und Sekundärforschungsprojekten
- Zusammenfassung und Bewertung aller Marktforschungsergebnisse für bestimmte Produkte zur umfassenden Information der Markt- und Development-Teams sowie des Managements
- Vorbereitung und Durchführung von Präsentationen

### Berichtslinie:

- Senior Marketing Manager/Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit einem analytischen oder marketingorientierten Schwerpunkt
- Spaß an der Analyse von marketingrelevanten Informationen und großen Datenmengen
- Fundierte Berufserfahrung im Databasemarketing
- Kenntnisse im Bereich Direktmarketing, Erfahrung in der Analyse von großen Datenmengen
- Mobile Marketing, analytisches CRM, Statistik- und SQL-Kenntnisse von Vorteil
- Erfahrung im Umgang mit Data-Mining-Tools (SAS, SPSS o. Ä.)
- Selbständig, kommunikativ, hohes Maß an Eigeninitiative
- Projektmanagementkompetenz
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	40.000	45.000	60.000
	Maximum	50.000	65.000	75.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	60.000	70.000
	Maximum	55.000	70.000	80.000

## PR Manager

Die Aufgaben eines PR Managers sind der Aufbau und die Pflege von Pressekontakten, die Präsentation des Unternehmens und die Organisation von Events, 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
- 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	35.000	45.000	67.000
	Maximum	45.000	55.000	82.000
Großunternehmen	Minimum	40.000	55.000	76.000
	Maximum	50.000	72.000	90.000

## Senior Product Manager

Der Senior Product Manager übernimmt die strategische Verantwortung für ein Produkt oder eine Produktgruppe. Er unterstützt externe Partner sowie interne Abteilungen bei Entwicklung, Werbung und Verkauf mit seiner Expertise. Durch Marktanalysen und sein Wissen um die direkten Konkurrenzprodukte kennt der Senior Product Manager die Kundenbedürfnisse und überwacht den Entwicklungsverlauf des Produktes, führt neue Produkte ein und begleitet diese. Er bildet die Schnittstelle zwischen Forschung und Entwicklung, Marketing, Produktion und Vertrieb und dient diesen somit als Experte auch für detaillierte und komplexe Fragestellungen.

### Aufgabenbereiche:

- Erarbeitung von Marktanalysen und Business-Plänen für Produkte im Marktsegment
- Verantwortung für die Markteinführung neuer Produkte
- Steuerung und Entwicklung des Produktlebenszyklus
- Abgleich der Produktstrategie mit den Anforderungen der Marktstrategie im Entwicklungsprojektteam
- Produktplatzierung der Marke in den Einkaufszentren
- Repräsentation der Produktbereiche
- Produktschulungen
- Unterstützung des Vertriebes

### Berichtslinie:

- Leitung Produktmanagement
- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit naturwissenschaftlichem oder technischem Schwerpunkt
- Sehr gute Kenntnisse im Marketing und Projektmanagement
- Mehrjährige Berufserfahrung im Bereich Entwicklung/Vertrieb, möglichst innerhalb der Branche
- Betriebswirtschaftliche Kenntnisse und Kostenbewusstsein
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	40.000	45.000	65.000
	Maximum	45.000	54.000	80.000
Großunternehmen	Minimum	43.000	55.000	75.000
	Maximum	51.000	68.000	85.000

## 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. Diese Schlüsselmärkte werden von ihm langfristig entwickelt, um ein gesundes Wachstum zu gewährleisten. Die Ergebnisse seiner Analysen und die daraus resultierenden Empfehlungen berichtet er direkt an die Geschäftsleitung. Der Business Development Manager ist in der Lage, auf C-Level-Ebene zu kommunizieren, und präsentiert sich als Ansprechpartner für alle Hierarchieebenen.

### Aufgabenbereiche:

- Ausarbeitung und Umsetzung von Strategien für die Akquisition weiterer Zielgruppen und Neukunden
- Entwicklung und Bewertung von Geschäftsmodellen und neuen Wachstumsfeldern
- Erkennen von Marktdynamiken und neuen Trends
- Regelmäßige Wettbewerbsanalysen sowie Marktforschung
- Leitung von Marktforschungsprojekten und deren Analyse
- Mitarbeit bei strategischen Fragestellungen/Bewertungen
- Aufbauen und Pflegen eines Netzwerkes mit potenziellen Kooperationspartnern
- Verantwortliches Entwickeln von Business-Development-Strategien, Anbahnen und Strukturieren von strategischen Allianzen
- Erstellen von Empfehlungen an die Geschäftsführung, z. B. bei strategischen Entscheidungen, beim Auf- und Ausbau neuer Unternehmensbereiche
- Mitarbeiten im Strategiefindungs- und -erstellungprozess des Geschäftsbereiches

### Berichtslinie:

- Sales Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation
- Fundierte Berufserfahrung in Bereichen wie Business-/Corporate Development oder in Strategieabteilungen/strategischer Unternehmensberatung
- Relevante betriebswirtschaftliche Kenntnisse, insbesondere in den Bereichen Produkt- und Preisstrategie
- Ausgeprägte analytische Fähigkeiten und Konzeptionsstärke sowie Ziel- und Ergebnisorientierung
- Erfahrung im Projektmanagement und in der Mitarbeiterführung
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache wäre von Vorteil

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	62.000	70.000
	Maximum	—	82.000	91.000
Großunternehmen	Minimum	—	72.000	86.000
	Maximum	—	92.000	112.000

## Online Marketing Manager

Der Online Marketing Manager entwickelt Kampagnen, Werkzeuge und Lösungen im Below-the-line-Marketing. Er entwickelt nicht nur komplexe Werkzeuge und Lösungen zum Erfolgsnachweis von Online-Kampagnen, 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, Psychologie oder Informatik
- Relevante Erfahrungen im Online-Marketing (SEO, SEM, Affiliate-Marketing)
- Kenntnisse in verschiedenen Applikationen, wie z. B. Datenbanken, CMS, Google AdWords, Google 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	39.000	48.000	66.000
	Maximum	52.000	64.000	82.000
Großunternehmen	Minimum	44.000	50.000	72.000
	Maximum	55.000	66.000	94.000

## Event Manager

Der Event Manager übernimmt die strategische und operative Planung von Veranstaltungen sowie deren Organisation und Umsetzung. Er kann dabei, abhängig von der Größe des Unternehmens, auf Teilbereiche spezialisiert sein wie Messen, interne und externe Events oder auch in einer globalen, umfassenden Funktion agieren. Durch sein Improvisationstalent ist der Event Manager in der Lage, auf unbekannte Situationen schnell und souverän zu reagieren. Insbesondere ist er im Umgang mit High-Value-Customers und High Potentials des Unternehmens geübt und kann sich auf den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bühnen sicher bewegen.

### Aufgabenbereiche:

- Entwicklung, Planung und Umsetzung von Veranstaltungskonzepten/Messen/Incentives
- Erstellung von Angeboten und Einholung von Kostenvoranschlägen
- Übernahme des Projektmanagements auf nationaler und internationaler Ebene
- Verantwortung für die Budget- und Kostenkontrolle
- Koordinierung von und Kontakt mit allen dazugehörigen Projektteilnehmern

### Berichtslinie:

- Marketing Director
- Senior Marketing Manager

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt Marketing/Eventmanagement
- Gerne Weiterbildung zum Marketingplaner/Eventkoordinator sowie Erfahrung im Projektmanagement
- Hohe Flexibilität, Agilität, gepaart mit einer Hands-on-Mentalität
- Großes Improvisationstalent
- Hohes Reaktionsvermögen auf sich verändernde Bedingungen
- 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	45.000	55.000	66.000
Großunternehmen	Minimum	40.000	55.000	65.000
	Maximum	50.000	68.000	83.000

## 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:

- Sales Area 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	40.000	50.000
	Maximum	40.000	50.000	60.000
Großunternehmen	Minimum	40.000	45.000	55.000
	Maximum	45.000	55.000	65.000

## Merchandising Manager

Der Merchandising Manager im Einzelhandel untersteht oftmals direkt dem Marketing Director und trägt die Verantwortung für die Werbemittelerstellung und -verteilung. Zusätzlich ist er bei der Konzeption und Auswertung unterstützend tätig und ist damit auch operativer Ansprechpartner für interne und externe Partner. Dabei behält er auch bei gleichzeitig laufenden Prozessen den Überblick und erkennt mögliche Chancen zur Unterstützung von Kollegen mit Werbemitteln.

### Aufgabenbereiche:

- Zentrale Erstellung von Marketingplänen
- Steuerung der Werbemittelerstellung und -verteilung
- Aktionsauswertung und -bewertung sowie Weiterentwicklung von Aktionskonzepten
- Entwicklung standortspezifischer Werbemaßnahmen
- Unterstützung bei Neueröffnungen
- Pflege der Marketing-Toolbox
- Planung und Weiterentwicklung der einzusetzenden Werbemittel (inkl. Hardware)
- Wettbewerbsbeobachtung
- Ansprechpartner hinsichtlich aller Werbemaßnahmen
- Enge Zusammenarbeit mit dem Brand-Management

### Berichtslinie:

- Marketing Director
- Senior Marketing Manager

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit Schwerpunkt Marketing, Vertrieb
- Mehrjährige Berufserfahrung in marketingnahen Bereichen, idealerweise in vor- oder nachgelagerten Unternehmen in der Werbemittelindustrie
- Erfahrung im Einzelhandel
- Hohe Einsatzbereitschaft, Serviceorientierung und soziale Kompetenz
- Selbständiges und systemorientiertes Denken und Handeln
- Ggf. hohe Reisetätigkeit
- 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	60.000
	Maximum	45.000	60.000	70.000
Großunternehmen	Minimum	40.000	50.000	65.000
	Maximum	55.000	65.000	80.000

## 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 der Konsumgüterbranche 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	35.000	48.000	58.000
	Maximum	45.000	60.000	70.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	50.000	60.000
	Maximum	55.000	65.000	75.000





HIGHTECH

## Sales Director

Der Sales Director ist verantwortlich für den Umsatz des Unternehmens und bildet mit den anderen Führungspositionen das Fundament einer erfolgreichen Firma. Gemeinsam mit der Geschäftsführung gibt er die Umsatzziele vor und sorgt mit seinem Team für deren Erfüllung. Er verhandelt mit den Zwischenhändlern und Kunden regionsübergreifende Rahmenverträge und hat die nötige Erfahrung, daraus resultierende, langfristige Konsequenzen seiner Entscheidungen abzusehen. 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 globalen Vertriebsstrategie zur Erreichung der Ziele
- Umsatz- und Budgetverantwortung
- Identifizierung neuer Produkt- und Marktsegmente
- Betreuung von High-Value-Key-Accounts
- Durchführung von intensiven Marktbeobachtungen und proaktiven Vertriebsaktivitäten
- Prozessoptimierung sowie allgemeine Qualitätskontrollen
- Enge Zusammenarbeit mit der Produktentwicklung und dem Verkaufsdienst

### Berichtslinie:

- Geschäftsführung/Vorstand

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt Vertrieb, Ingenieurwesen oder Technik allgemein
- Mehrjährige erfolgreiche Tätigkeit im Vertrieb
- Langjährige Führungserfahrung
- Hohe Reisebereitschaft
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	>10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	80.000	100.000
	Maximum	—	120.000	150.000
Großunternehmen	Minimum	—	90.000	120.000
	Maximum	—	140.000	200.000

## Sales Manager

Der Sales Manager steht in direktem Kontakt mit den Kunden und agiert als Repräsentant der Firma. Er analysiert bestehende Verkaufskonzepte, entwickelt diese weiter und implementiert innovative Absatzstrategien, um letztendlich neue Absatzchancen für das Unternehmen zu generieren. Er benötigt technisches Verständnis, um fundierte Argumentationsstrategien gegenüber den Kunden entwickeln und somit auch das Vertrauen auf einer fachlich kompetenten Ebene gewinnen zu können.

### Aufgabenbereiche:

- Verantwortlich für die Neukundenakquisition
- Pflege von Bestandskunden
- Identifizierung 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 abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Ausbildung mit dem Schwerpunkt Vertrieb, Ingenieurwesen oder Technik allgemein
- Theoretisches und praktisches Verkaufs- und Marktverständnis
- Teamplayer
- Affinität zu fachspezifischen Themengebieten
- Ausgeprägte Kenntnisse in MS Office, insbesondere Microsoft PowerPoint
- Hohe Reisebereitschaft und Agilität
- Hands-on-Mentalität
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	35.000	55.000	75.000
	Maximum	60.000	80.000	100.000
Großunternehmen	Minimum	40.000	60.000	80.000
	Maximum	65.000	85.000	110.000

## Key Account Manager

Der Key Account Manager betreut die für die Umsatzgenerierung maßgeblich verantwortlichen Kunden und trägt somit entscheidend zum Geschäftserfolg bei. Er ist der First-Level-Contact für seinen Kundenstamm, weiß um die individuellen Bedürfnisse jedes Einzelnen und kann auch komplexe technische Anfragen mit Hilfe seines internen Netzwerks zeitnah und kompetent beantworten.

Sein technisches Verständnis und seine empathischen Fähigkeiten ermöglichen es ihm, die Wünsche des Kunden richtig zu verstehen und den Kunden im Unternehmen zu repräsentieren.

### Aufgabenbereiche:

- Zuständig für Angebotserstellungen und Vertragsverhandlungen sowie weitere Kundenbetreuungen
- Pflegen der Key-Accounts und Förderung langfristiger Kundenbeziehungen
- Beratung von Kunden im Hinblick auf die individuellen wirtschaftlichen und technischen Entscheidungskriterien
- Implementierung der Vertriebsstrategie und der Accountpläne
- Entwicklung von maßgeschneiderten Lösungskonzepten
- Führen von Gesprächen und Verhandlungen mit technischen und kaufmännischen Entscheidern auf C-Level-Ebene

### Berichtslinie:

- Sales Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Ausbildung mit dem Schwerpunkt Vertrieb, Ingenieurwesen oder Technik allgemein
- Theoretisches und praktisches Verkaufs- und Marktverständnis
- Teamplayer
- Hohe Reisebereitschaft und Agilität
- Hands-on-Mentalität
- Starke vertriebliche Ausprägung mit hoher Servicementalität und lösungsgeprägter Ausrichtung
- Erfahrung in der Anwendung und Verfolgung strategisch orientierter Verkaufsmethoden
- Exzellente Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit
- Sicheres und kompetentes Auftreten, Durchsetzungsvermögen und ausgezeichnetes Verhandlungsgeschick (Erfahrung bei Vertragsabschlüssen von Vorteil)
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	60.000	70.000
	Maximum	—	80.000	90.000
Großunternehmen	Minimum	—	70.000	85.000
	Maximum	—	90.000	110.000

## 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 Sales-Team die nötigen Werkzeuge an die Hand zu geben, sodass die Möglichkeiten in Gewinne umgewandelt werden können. Er hat bereits fundierte Erfahrungen in B2B-Umgebungen gesammelt und ist in der Lage, die Zielgruppe effizient zu adressieren.

Auf dieser Basis aufbauend, verantwortet er Marketingpläne sowie 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 klassischer Werbemittel um.

### Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für die Gestaltung der gesamten Kommunikationsstrategie
- Evtl. Mitwirkung bei dem Aufbau von neuen Geschäftsfeldern und der Erschließung von neuen Märkten
- Federführung bei der integrierten Jahresplanung
- Regelmäßiges Ergebnis- und Budgetcontrolling
- Erkennen und Evaluieren von Markttrends (Social Media, Guerilla-Marketing etc.)
- Führungsverantwortung für ein mehrstufiges Team

### Berichtslinie:

- Geschäftsführung

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Ausbildung mit dem Schwerpunkt Marketing oder PR
- Mehrjährige Führungs- und Berufserfahrung sowohl im Bereich Marketing als auch in der Durchführung von Marketingprojekten im internationalen Kontext
- Technisches Verständnis, Kreativität und Agenturkontakte
- Hohe internationale Mobilität und 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	—	70.000	110.000
	Maximum	—	110.000	150.000
Großunternehmen	Minimum	—	85.000	140.000
	Maximum	—	120.000	170.000

## Senior Marketing Manager

Der Senior Marketing Manager verantwortet die Konzeption, Koordinierung und Realisierung der Marketingaktivitäten. Ziel ist es, mit geeigneten Marketingwerkzeugen sowohl das Produktportfolio als auch das Unternehmen vorteilhaft im Markt zu platzieren. Der Senior Marketing Manager hat bereits persönliche Erfahrungen im Umgang mit Key-Accounts in Industrieunternehmen gesammelt und kann daher möglichst effektive Kundenansprachen sowohl in der klassischen als auch nicht klassischen Werbung kreieren.

Weitere Aspekte sind die Abgrenzung von Konkurrenzprodukten und das Schaffen von Wettbewerbsvorteilen. Außerdem verfügt er bereits über erste Erfolge in vorherigen Positionen und konnte des Weiteren seine Kreativität und sein Führungspotenzial unter Beweis stellen.

### Aufgabenbereiche:

- Empfehlungen hinsichtlich Marketingstrategien und Umsetzung der Marketingaktivitäten
- Enge Zusammenarbeit mit dem Vertrieb
- Disziplinarische Verantwortung für ein kleines Team
- Erstellen der Marketingstrategie für ein strategisches Geschäftsfeld
- Implementierung der Marketingstrategie in regionale sowie strategische und operative Marketingpläne
- Planung und Erarbeitung von relevanten Marketingmaterialien (Marketingkampagnen, Messe etc.)
- Markt- und Wettbewerbsanalysen für potenzielle Marktsegmente und Länder

### Berichtslinie:

- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Ausbildung mit Schwerpunkt Marketing oder Ingenieurwesen
- Fundierte Berufserfahrung im Marketing, vorzugsweise in einem Produktions-/ Industrieunternehmen
- Interesse an technischen Produkten und Prozessen
- Hohes Engagement, Motivation und sehr gute Kommunikationsfähigkeiten
- Erste Führungserfahrung gerne gesehen, jedoch nicht zwingend erforderlich
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	—	55.000	75.000
	Maximum	—	65.000	95.000
Großunternehmen	Minimum	—	60.000	75.000
	Maximum	—	75.000	100.000

## 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. Er hat erste Erfahrungen im B2B-Umfeld und baut ein profundes Marketing-Fachwissen für die Hightech-Branche auf.

### Aufgabenbereiche:

- Strategische Führung und profitable Weiterentwicklung der Marke
- Strategische Positionierung der Marke
- Planung und Umsetzung des Kommunikationskonzeptes
- Pflege und Ausbau des Markenportfolios unter Profitabilitätsaspekten
- Budgetverantwortung
- Durchführung und Auswertung von Marktanalysen

### Berichtslinie:

- Marketing Director
- Senior Marketing Manager

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Ausbildung mit Schwerpunkt Marketing oder Ingenieurwesen
- Erste Berufserfahrung als Marketing Manager einer strategischen Hightech-Marke
- Strategische und analytische Fähigkeiten
- Hohe Marken-/Produktaffinität
- Hohes technisches Verständnis
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	40.000	55.000	70.000
	Maximum	55.000	65.000	85.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	55.000	75.000
	Maximum	55.000	70.000	90.000

## Market Research Manager

Der Market Research Manager (Analyst) ist unterstützend für die Entscheidungsträger im Marketing tätig. Er ist verantwortlich für die Analyse von marketingrelevanten Informationen und großen Datenmengen. Des Weiteren bewegt er sich souverän in der spezifischen IT-Landschaft, wie z. B. im Rahmen von SQL-Abfragen, SAS und SPSS. Dank komplexer Analysen im Bereich Data-Mining sowie CRM ist er ein wichtiger Bestandteil der Entwicklung, Umsetzung und Evaluierung der Kommunikationsstrategie und berichtet direkt an die Entscheidungsträger.

### Aufgabenbereiche:

- Systematische Beschaffung, Analyse, Interpretation und Aufbereitung von Informationen für eine fundierte Entwicklung, Durchführung und Kontrolle der Aktivitäten am Markt
- Definition und Überwachung von Data-Mining-Analysen und CRM-Kennzahlen
- Entwicklung neuer CRM-Programme zur innovativen Risikosteuerung, z. B. für Scoringverfahren
- Konzeption, Koordination, Durchführung und Interpretation von Primär- und Sekundärforschungsprojekten
- Zusammenfassung und Bewertung aller Marktforschungsergebnisse für bestimmte Produkte zur umfassenden Information der Markt- und Development-Teams sowie des Managements
- Erstellen von Managementreportings

### Berichtslinie:

- Senior Marketing Manager
- Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit einem analytischen oder marketingorientierten Schwerpunkt
- Spaß an der Analyse von marketingrelevanten Informationen
- Mehrjährige Berufserfahrung im Databasemarketing
- CRM-Profi, Kenntnisse im Bereich Direktmarketing, Erfahrung in der Analyse von großen Datenmengen
- Statistik- und SQL-Kenntnisse von Vorteil
- Erfahrung im Umgang mit Data-Mining-Tools (SAS, SPSS o. Ä.)
- Selbständig, kommunikativ, hohes Maß an Eigeninitiative
- Anwender-Erfahrung im Umgang mit einem Data-Warehouse von Vorteil
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	38.000	45.000	58.000
	Maximum	45.000	55.000	70.000
Großunternehmen	Minimum	40.000	55.000	65.000
	Maximum	55.000	65.000	75.000

## 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 Öffentlichkeitsarbeit.

### Aufgabenbereiche:

- Gesamtverantwortung für die interne 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
- Sales Director/Marketing Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt Journalismus, Marketing oder Kommunikationswissenschaften
- 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	40.000	53.000	78.000
	Maximum	50.000	68.000	93.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	55.000	80.000
	Maximum	55.000	70.000	95.000

## Senior Product Manager

Der Senior Product Manager verantwortet die Weiterentwicklung und Monetarisierung eines strategischen und innovativen Vermarktungsprodukts. 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 Senior Product Manager in ständiger Kommunikation mit der Marketingabteilung, wobei er nicht nur Kampagnen evaluiert, sondern auch als Experte für das Produkt der jeweiligen Fachabteilung mit Rat und Tat zur Seite steht. Dadurch ist er in der Lage, den Informationsfluss in sich zu bündeln, um marktnahe Entscheidungen zu treffen, die in der internen Umsetzung neuer Produktkonzeptionen und -optimierungen enden können.

### Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für das Bestandskundenmanagement einer Produktgruppe in Abstimmung mit dem Produktmanager
- Analyse des Customer-Lifecycle einschließlich der Ableitung von (Produkt-)Maßnahmen
- Definition, Konzeption und Beauftragung von Dialogmarketingmaßnahmen zur Steigerung der Kundenbindung
- Umsetzung von (saisonalen) Kampagnen zur Kommunikation von Produktneuheiten in Zusammenarbeit mit involvierten Abteilungen und Dienstleistern
- Systematische Auswertung der relevanten KPIs und Befragungsdaten einschließlich Erfolgsmonitoring
- Erstellung von Präsentationen und Statistiken einschließlich der Analyse hinsichtlich Optimierungspotenzialen

### Berichtslinie:

- Geschäftsführung

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt Ingenieurwesen
- Professionalität, Qualitätsbewusstsein und Produktleidenschaft
- Mehrjährige Berufserfahrung, idealerweise in der Hightech-Branche
- Sehr fundierte Kenntnisse im Bereich Produktmarketing bzw. Marketing (Methoden, Prozesse, Werkzeuge)
- Konzeptionsstärke und Umsetzungsorientierung
- Belastbarkeit und sicheres Auftreten
- Kreativität, Kommunikations- und Präsentationsstärke
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	40.000	50.000	68.000
	Maximum	53.000	65.000	83.000
Großunternehmen	Minimum	43.000	55.000	70.000
	Maximum	55.000	70.000	93.000

## 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 Partnern aufzubauen und profitable Allianzen zu schmieden. Aufgrund seines nachhaltigen Weitblicks gibt er wichtige Prognosen an die Geschäftsleitung, wie sich das Unternehmen in mittel- bis langfristiger Betrachtungsweise entwickelt.

Insbesondere im Hightech-Sektor ist es wichtig, Produktabhängigkeitsbeziehungen zu verstehen und auf veränderte Erwartungen im Konsumentenverhalten frühzeitig zu reagieren bzw. dieses am besten vorauszusehen.

### Aufgabenbereiche:

- Geschäftsentwicklung zum Auf- und Ausbau individueller Produkt- und Dienstleistungsangebote auf nationaler und internationaler Ebene sowie Identifikation neuer Umsatzpotenziale
- Entwicklung neuer, kreativer Produktideen und deren Umsetzung bis zur Marktreife
- Intensive Projektbegleitung und Projektbetreuung
- Entwicklung von Nutzungs- und Navigationsszenarien
- Verantwortung für ein komplettes Produktportfolio
- Enge Zusammenarbeit mit konzernweiten Entscheidungsträgern sowie den technischen Abteilungen

### Berichtslinie:

- Sales Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit Schwerpunkt Marketing, Vertrieb oder Strategie
- Persönlichkeit, die ein Gefühl für Trends hat sowie Geschäftspotenziale erkennt und diese zielorientiert und systematisch bis zum Geschäftsabschluss vorantreibt
- Fundierte Erfahrungen in der Projektmanagementsteuerung sowie in der nachhaltigen Umsetzungs- und Erfolgskontrolle
- Unternehmerisch denkende, belastbare Persönlichkeit mit zielgerichtetem, verantwortungsvollem Arbeitsstil
- Verhandlungsstärke, gepaart mit schneller Auffassungsgabe, Teamgeist und Kreativität
- Kenntnisse in MS Office und SAP
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	43.000	60.000	70.000
	Maximum	55.000	80.000	90.000
Großunternehmen	Minimum	45.000	70.000	85.000
	Maximum	65.000	90.000	110.000

## Online Sales Manager

Der Online Sales Manager verkauft Online-Werbung, schließt Kooperationen, wirbt Kunden an und erstellt Crossmedia-Konzepte zusammen mit dem Print-Anzeigenverkauf. Dazu muss er sein Produkt, die Website, gut kennen – nicht nur deren Inhalt. Für den Online Sales Manager sind vor allem die Benutzerzahlen und das Benutzerverhalten von Bedeutung. Ihn interessiert es, wo die Benutzer herkommen, was sie anklicken und wie lange sie bleiben.

### Aufgabenbereiche:

- Verantwortung für die Vertriebsaktivitäten von Online-Produkten
- Ansprache, Akquisition, Vertragsabschluss und aktive Betreuung von Geschäftspartnern
- Aufbau langfristiger und erfolgreicher Geschäftsbeziehungen
- Planung von Vertriebs- und Produktstrategien
- Entwicklung und Umsetzung von Verkaufsstrategien und Erstellung von Verkaufspräsentationen
- Akquisition von potenziellen Neukunden bis zum erfolgreichen Abschluss sowie Ausbau der bestehenden Kundenkontakte

### Berichtslinie:

- Sales Director

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes Fach- oder Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation
- Nachweislich erfolgreiche Tätigkeit im Bereich Vertrieb
- Hohe IT-Affinität mit ausgeprägtem Netzwerk in der deutschen IT-Landschaft
- Exzellentes Präsentations- und Kommunikationsvermögen
- Geschick bei Verkaufsverhandlungen, zielorientierte und eigenverantwortliche Arbeitsweise
- Verhandlungssichere Deutsch- und Englischkenntnisse, jede weitere Fremdsprache vorteilhaft

### Jahreseinkommen in EUR:

		0–5 Jahre	5–10 Jahre	> 10 Jahre
Mittelstand	Minimum	39.000	48.000	66.000
	Maximum	52.000	64.000	82.000
Großunternehmen	Minimum	44.000	50.000	72.000
	Maximum	55.000	66.000	94.000

## Online Marketing Manager

Der Online Marketing Manager entwickelt Kampagnen, Werkzeuge und Lösungen im Bereich Online-Marketing. Er entwickelt nicht nur komplexe Werkzeuge und Lösungen zum Erfolgswachstum von Online-Kampagnen, 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. Er untersteht meist dem Brand Director disziplinarisch, ist aber rein auf onlinebasierte Kampagnen spezialisiert. Relevante Themen können sein: Behavioural Targeting, Retargeting, Affiliate-Netzwerke, Cookie-Entwicklung, interaktive Kommunikation mit dem „Prosumer“.

### Aufgabenbereiche:

- Pflege und Aufbau von komplexen Online-Kampagnen
- Selbständiges Planen und Durchführen von E-Mail-Marketingmaßnahmen
- Aktuelles Fachwissen (Retargeting, Behavioural Targeting, Google AdWords)
- Werbeerfolgskontrolle, Kostenkontrolle und -planung
- Entwicklung und Aufbau neuer Online-Services wie z. B. einer neuen Website
- Fachspezifischer Agenturkontakt
- Hohe IT-Affinität

### Berichtslinie:

- Marketing Director
- Senior Product Manager

### Anforderungen:

- Erfolgreich abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit dem Schwerpunkt Marketing oder Psychologie
- Relevante Erfahrungen im Online-Marketing (SEO, SEM, Affiliate)
- Kenntnisse in verschiedenen 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	39.000	48.000	66.000
	Maximum	52.000	64.000	82.000
Großunternehmen	Minimum	44.000	50.000	72.000
	Maximum	55.000	66.000	94.000

## HIGHTECH

## Event Manager

Der Event Manager übernimmt die strategische und operative Planung von Veranstaltungen sowie deren Organisation und Umsetzung. Er agiert dabei, abhängig von der Dienstleistung des Unternehmens, in einer Schnittstellenfunktion zwischen dem Kunden, der Geschäftsleitung sowie den in- und externen Partnern. Er behält auch in zeitkritischen Momenten den Überblick und kann durch sein Improvisationstalent neue, unbekannte Herausforderungen meistern. Insbesondere ist er im Umgang mit High-Value-Customers und High Potentials des Unternehmens geübt und kann sich auf den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bühnen sicher bewegen. Die Aufgaben in Bezug auf die Konsumgüterbranche umfassen meistens die Organisation von Events für Kunden, Händler oder Partner sowie Incentives und internen Events zur Motivationssteigerung.

### Aufgabenbereiche:

- Entwicklung von Eventkonzeptionen und professionelle Planung, Umsetzung und Begleitung aller Events mit dem Ziel der Emotionalisierung und Differenzierung der Marke und der Forcierung der Kundenbindung
- Entwicklung eigenständiger innovativer Eventideen zur Kundenbindung und Stärkung der Differenzierung der Marke
- Durchführung und Koordination der Events sowie Abstimmung mit den beteiligten internen Schnittstellen und Steuerung der externen Partner und Agenturen
- Konzeption und Weiterentwicklung von häuserübergreifenden Events und deren Roll-outs
- Nachbearbeitung und Evaluierung der Events sowie aktive Präsentation der Ergebnisse
- Einhaltung und Überwachung der entsprechenden Budgets
- Koordination sowie Mitarbeit an Projekten des Bereiches
- Vorbereitung und Durchführung von internen Seminaren und Schulungen

### Berichtslinie:

- Marketing Director
- Senior Marketing Manager

### Anforderungen:

- Abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium oder vergleichbare Qualifikation mit Schwerpunkt Marketing, Eventmanagement oder Tourismus
- Erste Berufserfahrung im Bereich Eventmanagement oder Veranstaltungsmanagement, in der Dienstleistungsindustrie, Hotellerie oder Tourismusbranche
- Erste disziplinarische Führungserfahrung wünschenswert; Erfahrung in der fachlichen Steuerung von Agenturen und externen Mitarbeitern erforderlich
- Ausgeprägtes Organisationstalent und Multitasking-Fähigkeiten
- Ausgeprägte Kunden- und Serviceorientierung
- „Netzwerker“ mit der Fähigkeit, Partner und Ressourcen zielführend zu steuern, und dem Talent, sich persönlich einzubringen
- 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	45.000	55.000	65.000
Großunternehmen	Minimum	40.000	50.000	60.000
	Maximum	55.000	65.000	80.000



## KONTAKT

### Düsseldorf (Zentrale)

Carl-Theodor-Straße 1  
40213 Düsseldorf  
Tel.: +49 211 17722-0  
Fax: +49 211 17722-4099  
E-Mail: mp.duesseldorf@michaelpage.com

### Berlin

Markgrafenstraße 35  
10117 Berlin  
Tel.: +49 30 400047-0  
Fax: +49 30 400047-3199  
E-Mail: mp.berlin@michaelpage.com

### Frankfurt am Main

Westend Carree  
Grüneburgweg 16-18  
60322 Frankfurt am Main  
Tel.: +49 69 50778-0  
Fax: +49 69 50778-6099  
E-Mail: mp.frankfurt@michaelpage.com

### Hamburg

Neuer Dovenhof  
Brandstwiete 1  
20457 Hamburg  
Tel.: +49 40 325074-0  
Fax: +49 40 325074-2099  
E-Mail: mp.hamburg@michaelpage.com

### München

Renaissance Haus  
Arnulfstraße 19  
80335 München  
Tel.: +49 89 66597-0  
Fax: +49 89 66597-8099  
E-Mail: mp.muenchen@michaelpage.com

### Stuttgart

Königsbau  
Bolzstraße 3  
70173 Stuttgart  
Tel.: +49 711 72231-7000  
Fax: +49 711 72231-7099  
E-Mail: mp.stuttgart@michaelpage.com

### Impressum

Herausgeber	© Michael Page International (Deutschland) GmbH, Januar 2014 Carl-Theodor-Str. 1, 40213 Düsseldorf, Deutschland www.michaelpage.de
Managing Directors	Steve Ingham, Olivier Lemaitre, Goran Barić

### Rechtliche Informationen

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung und Verbreitung sowie Übersetzung. Dieses Dokument als Ganzes oder in Teilen darf nicht ohne schriftliche Genehmigung von Michael Page International (Deutschland) GmbH reproduziert werden oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Part of the  
**PageGroup**