

**Positionspapier
der
Academic Association of Sales Engineering (AASE)**



Aschaffenburg, 2. Juni 2015

- ⌘ Prof. Dr.-Ing. Ludger Schneider-Störmann, Hochschule Aschaffenburg (Deutschland),
Studiengang „Internationales Technisches Vertriebsmanagement“
- ⌘ Dr. rer. oec. Luis Barrantes, Ruhr-Universität Bochum (Deutschland),
Studiengang „Sales Engineering and Product Management“
- ⌘ Prof. (FH) Magister (FH) Roman Anlanger, Fachhochschule des BFI Wien (Österreich),
Studiengang „Technischer Vertrieb“
- ⌘ Prof. Dr.-Ing. Jobst Görne, Hochschule Aalen (Deutschland),
Studiengang “International Sales Management and Technology”
- ⌘ Prof. Thomas Röhr, ESTA Belfort (Frankreich),
Studiengang „Vertriebsingenieurwesen“
- ⌘ Prof. Dr. Joachim Zülch, Ruhr-Universität Bochum (Deutschland),
Studiengang „Sales Engineering and Product Management“

Agenda

1. Historie der AASE
2. Zielstellung der AASE
3. Organisationsform und Mitglieder der AASE
 - 3.1 Arbeitskreis Forschung
 - 3.2 Arbeitskreis Lehre
 - 3.3 Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit
 - 3.4 Die studentische AASE
4. Forschung in der AASE
5. Ausbildung von Vertriebsingenieuren in den AASE-Hochschulen
 - 5.1 Die Entwicklung von Vertriebsingenieursausbildungen in Deutschland und Europa
 - 5.2 Anforderungen an ein Vertriebsingenieurstudium
 - 5.3 Ziele und Kooperation der AASE Mitglieder im Bereich der Lehre
6. Kooperationen mit weiteren Verbänden

I. Historie der AASE

Im Jahr 2013 traf sich zum ersten Mal der komplette zukünftige Vorstand der AASE.

Anlass war eine Vertriebstagung an der Hochschule Aschaffenburg, ausgerichtet von dem späteren Präsidenten der AASE, Ludger Schneider-Störmann, Studiengang „Internationales Technisches Vertriebsmanagement“. Auf Initiative von Luis Barrantes, Koordinator des Studiengangs „Sales Engineering and Product Management“ an der Ruhr-Universität Bochum wurde die Errichtung eines Verbunds der Vertriebsingenieurhochschulen bzw. deren akademischer Vertreter diskutiert. Alle beteiligten Hochschulvertreter stimmten einem Verbund zu. Es wurden im Rahmen dieser Diskussion sofort die möglichen Ziele eines zu gründenden Verbunds vordefiniert, u.a.:

- ⌘ Kontakt zu anderen Hochschulen / Industrie und Verbänden
- ⌘ Harmonisierung der Curricula der Hochschulen
- ⌘ Zusammenarbeit der Hochschulen
- ⌘ Etablieren des Begriffs „Vertriebsingenieur/ Vertriebsingenieurin“ als Marke
- ⌘ Von anderen lernen
- ⌘ Verbesserung der Lehre
- ⌘ Forschungsprogramme
- ⌘ Weiterentwicklung des Berufsbildes von „Vertriebsingenieuren“
- ⌘ Professionalisierung
- ⌘ Stärken des Zusammengehörigkeitsgefühls von Vertriebsingenieuren

- ⌘ Verbesserung des Status' von Vertriebsingenieuren
- ⌘ Ausweitung der Forschung
- ⌘ Öffentlichkeits- und Pressearbeit

Der Nutzen eines neuen, weltweit einzigartigen Verbunds stellte sich für jeden Teilnehmer sofort heraus. Die Teilnehmer vereinbarten, diesen Verbund 2014 zu gründen.

Die Ruhr-Universität Bochum führte eine detaillierte Recherche der deutschen Hochschullandschaft durch, um alle Vertriebsingenieurstudiengänge zu erfassen, um alle potenziellen Partner dieses Verbunds mit ins Boot zu holen.

Die ermittelten Hochschulen wurden von dem Teilnehmerkreis des Vortreffens im Jahr 2013 gemeinschaftlich angeschrieben bzw. angesprochen. Ebenso wurden weitere Hochschulen in Österreich durch Roman Anlanger, Leiter des Bachelorstudiengangs "Technischer Vertrieb", Fachhochschule des bfi Wien angesprochen.

2. Zielstellung der AASE

Am 4. Juni 2014 wird die Academic Association of Sales Engineering (AASE) durch die Unterschrift von 27 Vertretern aus 14 teilnehmenden Vertriebsingenieurhochschulen gegründet.

Die Fokussierung liegt auf der Ausbildung im technischen Vertrieb, daher erfolgt die Einladung zum Gründungstreffen allein an diesen Personenkreis. Damit grenzt sich die AASE bewusst von rein marketingorientierten Vertriebsstudiengängen ab.

Die Vorteile für jedes Mitglied der AASE sind folgende:

- ⌘ Konsequente Verbesserung der Ausbildung durch Austausch
- ⌘ Vielfalt in der Entwicklung durch Erfahrung anderer Lehrender
- ⌘ Internationale Verbreitung und Anerkennung des Berufsbildes
- ⌘ Vernetztes Denken und globales Handeln passen sich dem modernen Zeitgeist an
- ⌘ Zugang zu Forschungsprogrammen

Abbildung 1 zeigt die Verteilung der Hochschulen, aus der die Mitglieder der AASE stammen. Neben den Hochschulstandorten in Deutschland sind Hochschulen in Finnland (wurde nach Gründung der AASE Mitglied), Frankreich und Österreich in der AASE vertreten.

Nach unseren Erkenntnissen haben wir hier 100% aller Hochschulen erfasst, die Vertriebsingenieur-Studiengänge anbieten.

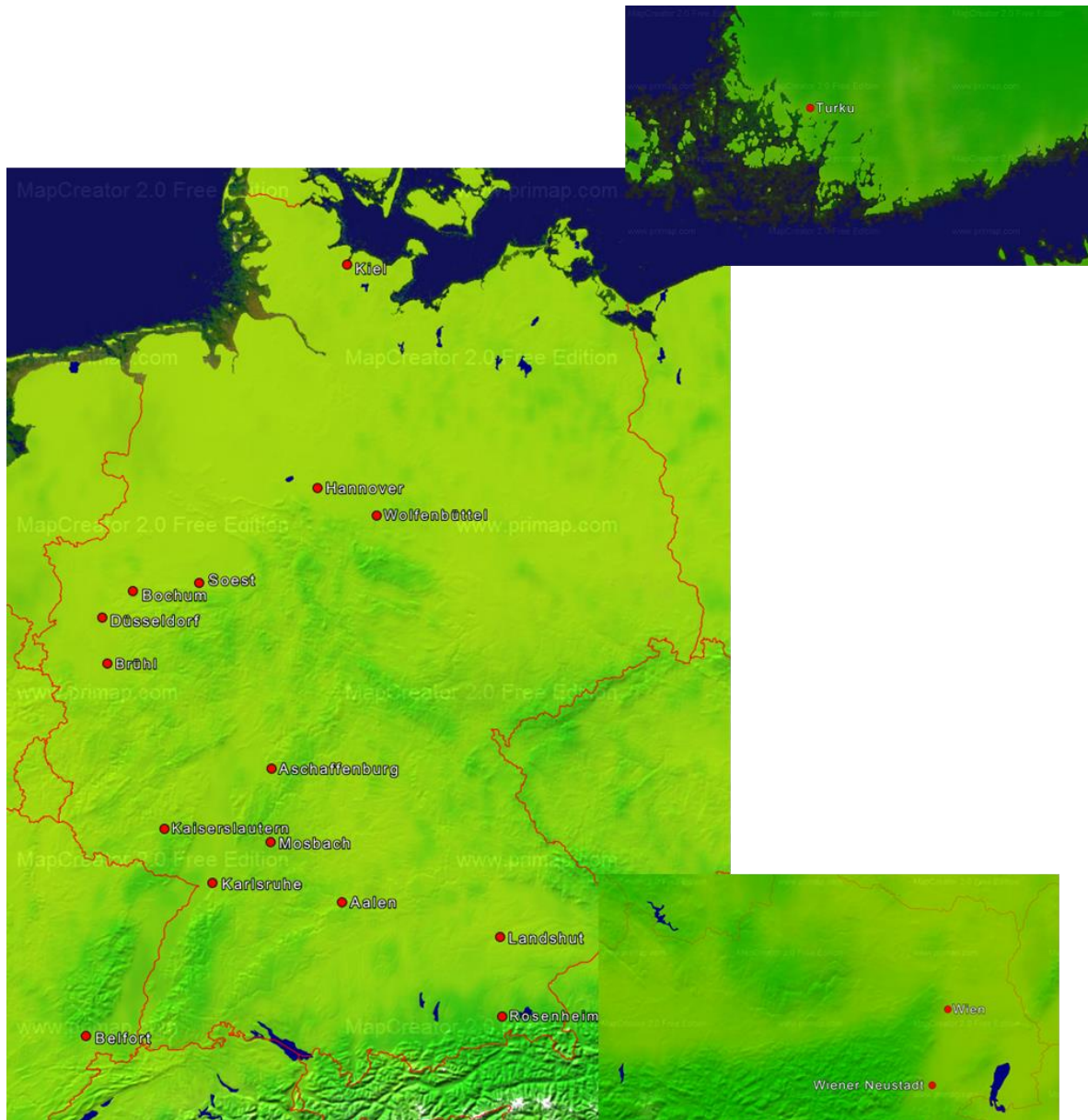


Abb. 1: Standorte der Vertriebsingenieur-Hochschulen in DEU, FIN, FRA und AUT

Auf der Gründungssitzung am 4. Juni 2014 wurden folgende drei Kernziele definiert. Die folgenden Arbeitskreise der AASE verfolgen diese Ziele strategisch wie operativ:

- ⌘ Öffentlichkeitsarbeit
- ⌘ Lehre
- ⌘ Forschung

Eine Einsetzung von drei entsprechenden Arbeitskreisen wurde initiiert. Noch im ersten halben Jahr nach der Gründung der AASE nahmen sie ihre Arbeit bereits auf. Erste Ergebnisse liegen vor.

3. Organisationsform und Mitglieder der AASE

In der AASE sind 33 Professorinnen, Professoren sowie Dozentinnen und Dozenten aus vier Nationen der Europäischen Union zusammengeschlossen. Die Mitgliedschaft ist eine persönliche, wobei die jeweiligen Hochschulen und Universitäten die Assoziation unterstützen. Eine Satzung liegt vor. Die Gründung der AASE als eingetragener Verein erfolgt zur 3. Jahrestagung der AASE 2016.

Es wurde vereinbart, ausschließlich festangestelltes Lehrpersonal akademischer Einrichtungen als Mitglieder zuzulassen. Als zweites Kriterium gilt, dass die Lehrenden in die Ausbildung von Vertriebsingenieurinnen und Vertriebsingenieuren eingebunden sein müssen, also in ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen. Dies hat den Hintergrund, dass mit Blick auf die Harmonisierung der Curricula alle Fachgebiete abgedeckt sein sollten. Ferner sind die Mitglieder so in der Lage, ihre Fachkompetenz mit Bezug auf die Ausbildung einzubringen, was Voraussetzung für eine herausragende Qualität der Lehre ist.

Die AASE besteht aus einem Vorstand und drei Arbeitskreisen: Forschung, Lehre und Öffentlichkeit. Jeder der Arbeitskreise hat einen Vorsitzenden, welcher Mitglied des erweiterten Vorstands der AASE ist (siehe Abb. 2).

Die AASE tagt jährlich an wechselnden Orten. Die Tagungen behandeln neben organisatorischen Aspekten auch die Resultate der Arbeitskreise sowie Fachvorträge aus dem Forschungsgebiet des Vertriebsingenieurwesens. Weitere Treffen der Arbeitskreise sind für Oktober 2015 in Karlsruhe avisiert. Die nächste Jahreshauptversammlung der AASE wird am 26. April 2016 in Brühl stattfinden.

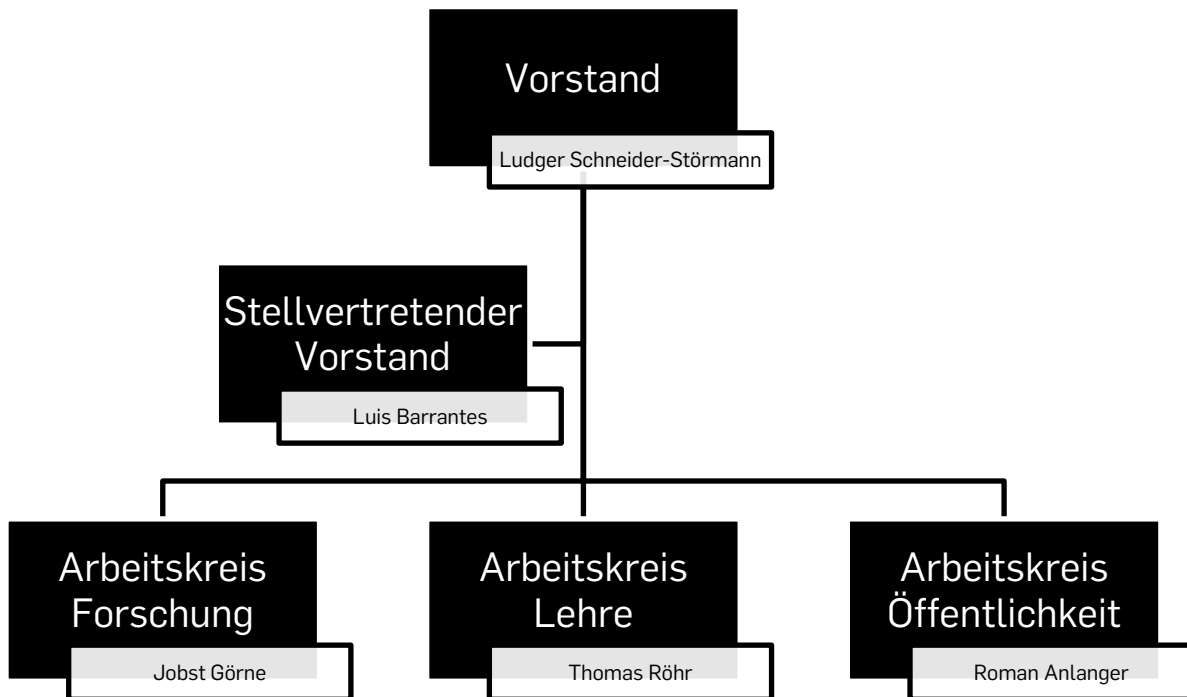


Abb. 2: Organigramm der AASE

3.1 Arbeitskreis Forschung

Der Arbeitskreis Forschung besteht aus acht Mitgliedern (Stand Juni 2015) und tagte wie alle anderen Arbeitskreise auch in 2014 bereits zweimal: am Tag der Gründung und am 30. Oktober 2014 an der HTW Aalen. Hier wurde ein Verbundprojekt konzipiert, dessen weitere inhaltliche Gestaltung in 2015 erfolgen wird.

3.2 Arbeitskreis Lehre

Die Harmonisierung der akademischen Ausbildung von VI ist Gegenstand der zweiten Sitzung des AK Lehre am 18. November 2014 an der FH Düsseldorf gewesen. Der AK hat 11 Mitglieder (Stand Juni 2015).

3.3 Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit

Auf der Herbstklausurtagung des AK Öffentlichkeit der AASE, welcher mit Stand vom Juni 2015 acht Mitglieder umfasst, wurde unter anderem die weiter unten beschriebene Zusammenarbeit mit dem VDI diskutiert.

3.4 Die studentische AASE

Im Oktober 2014 gründete sich auf Initiative der Studierenden der Ruhr-Universität Bochum und der Hochschule Aschaffenburg eine Interessengemeinschaft der Studierenden, die mit der AASE verbunden ist. Auch diese tagen jährlich und agieren weitestgehend unabhängig

vom Verbund AASE. Allerdings findet ein Austausch der Ergebnisse und der Ziele beider Einrichtungen auf operativer Ebene und im Rahmen der Jahreshauptversammlung der AASE statt.

4. Forschung in der AASE

Vertriebsingenieure verkaufen Produkte und Dienstleistungen, die technisch hochkomplex und beratungsintensiv sind, an industrielle Kunden. Sie decken damit in ihrer täglichen Arbeit eine wesentlich größere Aufgabenfülle ab als Vertriebsmitarbeiter, die an den Endverbraucher verkaufen. Insofern sind viele der im Consumer-Marketing entwickelten Vorgehensweisen, Ansätze und Gesetzmäßigkeiten im technischen Vertrieb nicht oder nur in geringem Umfang anwendbar.

Es ist aus Sicht der AASE erforderlich, dieses volkswirtschaftlich sehr wichtige Segment des technischen Vertriebs durch Forschungsaktivitäten auf dem Gebiet des technischen Vertriebs weiter zu professionalisieren. Der Arbeitskreis Forschung der AASE legt wissenschaftliche Schwerpunkte fest, die für das Verständnis der Anforderungen an Vertriebsingenieure wesentlich sind. Diese sollen, gestützt durch Grundlagenforschung und angewandte Forschung, das Verständnis der Geschäftsabläufe im technischen Vertrieb sowie der Erfolgskriterien der Vertriebsingenieure weiter vorantreiben.

Um die Forschungsergebnisse in konkrete und praktisch umsetzbare Lösungswege aufzeigen, müssen die Untersuchungen branchenspezifisch durchgeführt werden. Die Abläufe im technischen Vertrieb hängen stark von der jeweiligen Industrie-Branche ab, da die wirtschaftliche Bedeutung, das technische und kaufmännische Risiko sowie die Art des Produkts und die Art der Lieferanten-Kundenbeziehung entscheidend von der Branche abhängt. Es ist sinnvoll, eine Priorisierung der Branchen nach ihrer Bedeutung für das Wirtschaftsgeschehen in Deutschland vorzunehmen.

Die AASE empfiehlt, die folgenden Industriebranchen in einem ersten Schritt zu untersuchen:

- ⌘ Automobilindustrie mit ihrer Zulieferkette
- ⌘ Elektroindustrie
- ⌘ Maschinenbau
- ⌘ Chemische Industrie
- ⌘ Optische Industrie

Der technische Vertrieb in den oben genannten Branchen macht ca. 60% des Exports Deutschlands und über 20% des gesamten Bruttosozialprodukts aus. Damit würde eine wissenschaftliche Erforschung dieser Branchen einen hohen Hebeleffekt aufweisen.

Die Forschungsschwerpunkte in diesen Branchen sind die folgenden:

- ⌘ Zukunftsorientierte Vertriebssystematik und -strategien
- ⌘ Management und Führung
- ⌘ Digitalisierung, Automatisierung und Virtualisierung, Informationsmanagement
- ⌘ Modellierung der Vertriebs- und Betriebsabläufe

Um die Forschungsanstrengungen zu strukturieren und zu bündeln, schlägt die AASE vor, Wissensstrukturen zu definieren, die einen Überblick über die zu erforschenden Gebiete geben und anhand derer sich junge Forscher orientieren und ihre Ergebnisse schnell und einfach einfügen können. Diese Strukturen sind noch zu erarbeiten.

Der Arbeitskreis Forschung hat folgende Forschungsthemen identifiziert, die im Rahmen von zukünftigen BMBF und BMWI-Ausschreibungen unter dem Thema Industrie 4.0 zu behandeln sind (siehe Abb. 3).

Die erzielten Forschungsergebnisse sind einem möglichst breiten Interessentenkreis zugänglich zu machen. Die AASE strebt an, die Publikation der Forschungsergebnisse den interessierten Forschern, Lehrern und Nutzern weitgehend kostenfrei zur Verfügung zu stellen. Dazu soll eine internetbasierte Datenbank aufgebaut werden, in der aufgrund der oben beschriebenen Wissensstruktur sowie mit Hilfe von Schlagwortsuchen die gewünschten Informationen schnell gefunden werden können.

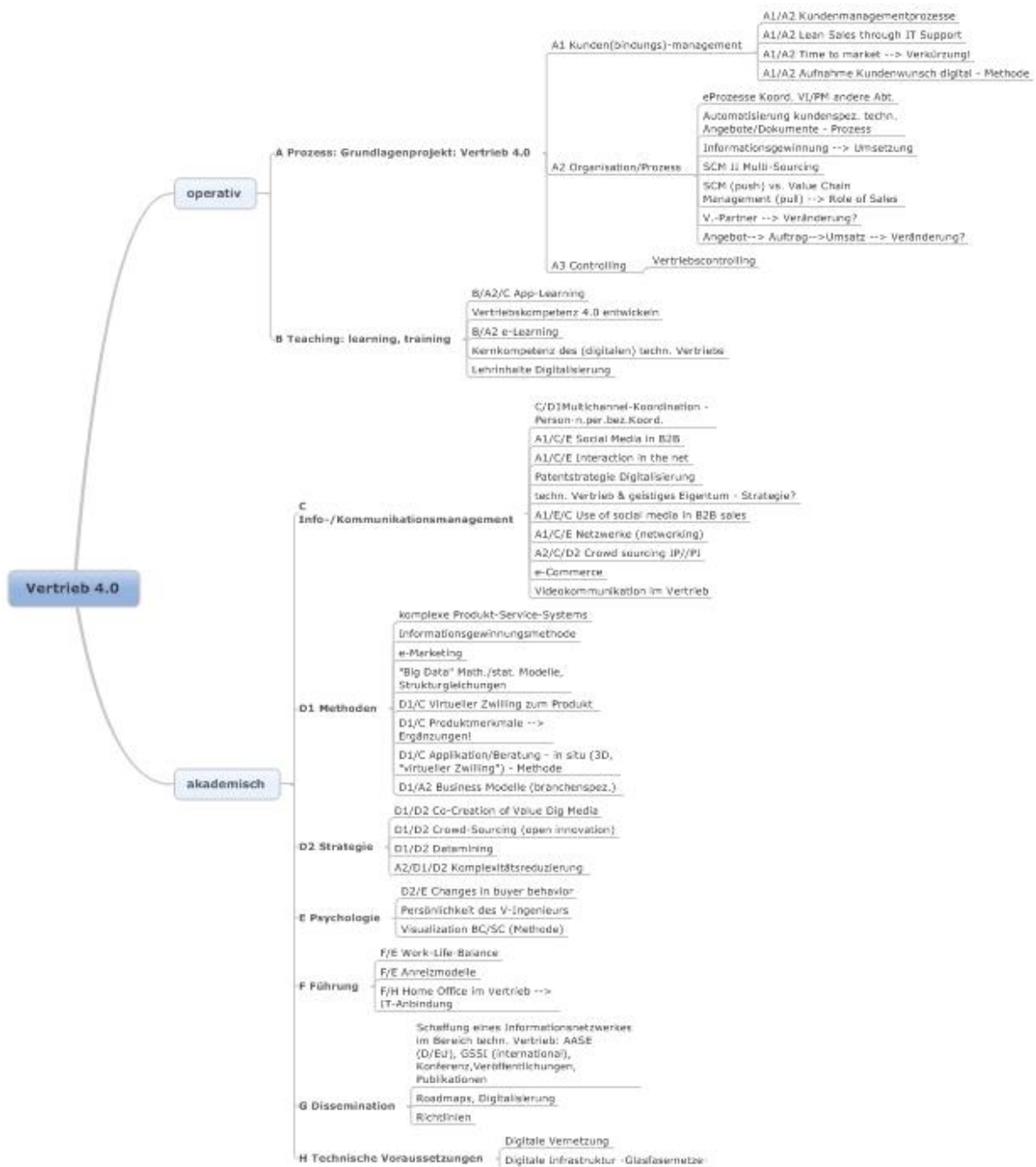


Abb. 3: Forschungsthemen Sales Engineering im Rahmen von Industrie 4.0-Ausschreibungen

Darüber hinaus stellten die Hochschulen Turku University of Applied Sciences Ltd, ESTA Belfort, Hochschule Aalen für Technik und Wirtschaft und die Ruhr-Universität Bochum mit weiteren Partnern aus Polen und Italien einen Forschungsantrag im Bereich Wissensallianzen der laufenden europäischen Erasmus+-Ausschreibung. Der Antrag für das Projekt mit dem Namen „Boosting European COmpetitiveness by introducing professional Sales Engineering education / BECOSE“ wurde Ende Februar 2015 eingereicht. Ein Arbeitstreffen wurde für den

04./05. Februar 2015 vereinbart, an dem der Projektentwurf komplettiert und optimiert wurde (siehe Abb. 4).

EU Program	Erasmus+
Action	Key Action 2: Cooperation For Innovation and the Exchange of Good Practices
Project type	Knowledge Alliances
Minimum n° of countries	3
Minimum n° of partners	6 (at least 2 higher education organizations and 2 companies)
Likely n° of partners	10-12
Project duration	24 or 36 months
Grant allocation (in €)	Maximum EU contribution is 700 000 eur (2 years), 1 000 000 eur (3 years)
Application deadline	26 th of February
Application results date	August 2015
Starting date	November 2015

Abb. 4: Rahmendaten des Forschungsvorhabens im Call for Papers des Erasmus EU-Programms

5. Ausbildung von Vertriebsingenieuren in den AASE-Hochschulen

5.1 Die Entwicklung von Vertriebsingenieursausbildungen in Deutschland und Europa

Nach einer Schätzung des Vereins Deutscher Ingenieure (VDI) arbeiten derzeit ca. 100.000 Vertriebsingenieure in Deutschland¹. Setzt man eine mittlere Arbeitszeit von 40 Jahren an, gehen jährlich 2.500 Vertriebsingenieure in den Ruhestand. Daraus ergibt sich ein jährlicher Einstellungsbedarf der deutschen Industrie von 2.500 Vertriebsingenieuren. Dieser Bedarf wird zumeist durch Ingenieure gedeckt, die die Unternehmensprodukte verkaufen, ohne jedoch eine fundierte Vertriebsausbildung erhalten zu haben. „Learning by doing“ ist hier oft das Vorgehen, womit jedoch die Erfolgsaussichten sinken, einen Vertragsabschluss erfolgreich zu beenden.

Ingenieurwissenschaftliche sowie wirtschaftliche Ausbildungen haben eine lange Tradition, Vertriebsingenieure mit einer kombinierten technischen und vertrieblichen Ausbildung werden

¹ <https://www.vdi.de/technik/fachthemen/produkt-und-prozessgestaltung/artikel/kontinuitaet-und-kompetenz-in-der-weiterbildung-von-vertriebsingenieuren/>, zuletzt aufgerufen am 30.5.2015

jedoch erst seit etwa 15 Jahren an deutschen Hochschulen ausgebildet. Trotz einer Steigerung der angebotenen Vertriebsingenieursstudiengänge können jedoch auch weiterhin nicht genügend Abgänger von den betroffenen Hochschulen für den Arbeitsmarkt ausgebildet werden. Die Nachfrage übersteigt das Angebot immer noch um ein Vielfaches.

Heute können interessierte Abiturienten zwischen den Angeboten in etwa 20 Universitäten, Hochschulen, Berufsakademien, dualen Hochschulen und Fernuniversitäten in Deutschland wählen. Abb. 5 zeigt die Entwicklung des Angebotes an Vertriebsingenieur-Studiengängen (Bachelor und Master) der AASE-Hochschulen.

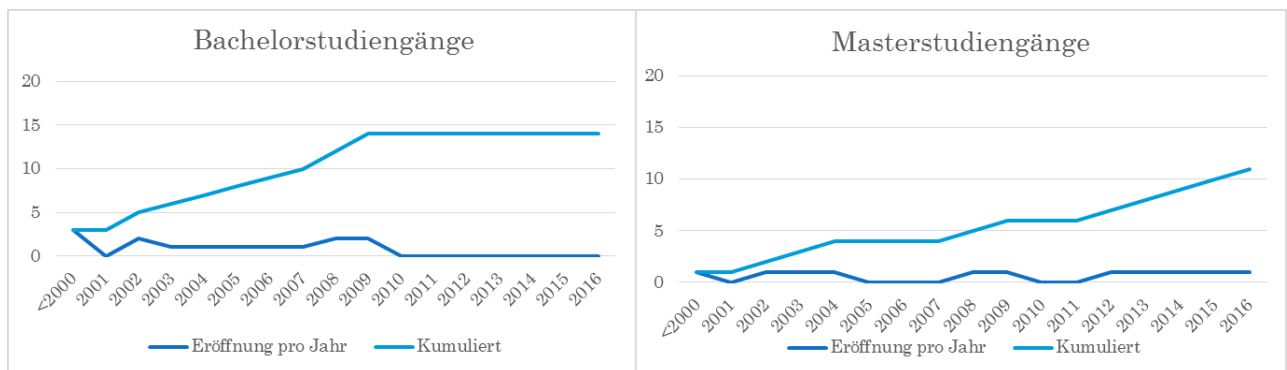


Abb. 5: Entwicklung des Angebotes an Bachelor- und Masterstudiengängen zu Vertriebsingenieuren der AASE-Hochschulen

Die unterschiedlichen Studienangebote wurden zumeist vor einem lokalen Hintergrund oder durch den Einsatz einiger Professoren initiiert. Die Studiengänge verfügen daher jeweils über verschiedene

- ⌘ Studienverlaufspläne,
- ⌘ Richtlinien,
- ⌘ Schwerpunkte,
- ⌘ Regelstudienzeiten,
- ⌘ Praktikumsvorgaben.

Ein einheitlicher Standard liegt nicht vor. Insbesondere der Blick auf den technisch / wissenschaftlichen Teil, zeigt zwei Ausbildungstypen auf:

- ⌘ Dort, wo ein Vertriebsingenieursstudium innerhalb eines bereits bestehenden technischen Studiengangs eingerichtet wurde, werden i.d.R. im technischen Bereich Synergien genutzt. Zukünftige Vertriebsingenieure erhalten dadurch ebenfalls eine stark fachspezifische, z.B. maschinenbauliche oder elektrotechnische oder informationstechnische Ausbildung. Andere technische Bereiche werden nicht oder nur geringfügig vermittelt. Ihr zukünftiges Einsatzfeld wird somit durch die Spezifizierung des bereits bestehenden Studiengangs vorgegeben.

- ⌘ Die zweite Variante liegt in einer breiteren und dafür weniger fachspezifischen technischen Ausbildung. Sie findet sich meist dort, wo ein selbstständiger Studiengang des technischen Vertriebs an einer ingenieurwissenschaftlichen Fakultät gegründet wurde. Die Studierenden lernen die Grundlagen verschiedener technischer Bereiche, z.B. des Maschinenbaus und der Elektrotechnik und anderer Bereiche. Diese Variante führt zu Generalisten des technischen Vertriebs, vielfältig einsatzfähig aber mit einem geringeren Spezialisierungsgrad im Vergleich zum ersten Ausbildungstyp.

Für beide Typen der Vertriebsingenieursausbildung scheint ein Bedarf in der Industrie vorzuliegen, denn trotz der angespannten wirtschaftlichen Situation können die ausbildenden Hochschulen auf ausgesprochen guten Einstellungsquoten der von ihnen ausgebildeten Vertriebsingenieure verweisen. Dieses Phänomen deutet auch darauf hin, dass die Ausbildungsinhalte und vermittelten Kompetenzen mit den realen Bedürfnissen der Industrie übereinzustimmen scheinen, auch wenn eine fundierte Untersuchung über die notwendigen Kompetenzen und praktischen/theoretischen Kenntnisse eines Vertriebsingenieurs allein über die Re-Akkreditierung der Studiengänge und selbst installierte Fachbeiräte ansatzweise vorzufinden sind.

Im Gegensatz zu Deutschland mit etwa 30 Bachelor- und Masterstudiengängen ist die kombinierte technisch-vertriebliche Ausbildung zu Vertriebsingenieuren in den übrigen europäischen Ländern deutlich weniger ausgeprägt. Im Zuge der Gründung der AASE konnten zwei Hochschulen in Österreich, eine Hochschule in Frankreich und eine weitere in Finnland identifiziert und zur Mitarbeit gewonnen werden. Die europaweiten Recherchen laufen kontinuierlich weiter. So groß die Bedeutung von „Vertriebsingenieuren“ ist, so gering scheint dies den Verantwortlichen für neue Studiengänge bewusst zu sein. Der VDI hat bereits in den 90er Jahren darauf aufmerksam gemacht. Die stetigen Forderungen, Studiengänge zu gründen, führte in Deutschland zu den heute bekannten und in der AASE organisierten Studiengängen.

Somit zeigt sich, dass die Vertriebsingenieurs-Ausbildung gerade dabei ist, sich zu etablieren. Hier ist es wichtig, von Anfang an Qualitätskriterien zu formulieren, um dem jungen Wissenszweig die richtige Zielrichtung zu geben.

5.2 Anforderungen an ein Vertriebsingenieurstudium

Vertriebsingenieure arbeiten an der Schnittstelle zwischen dem Kunden und seinem Unternehmen. Sie müssen daher in der Lage sein, ein technisches und oftmals komplexes Produkt dem Kunden zu erläutern und dessen Vorteile gegenüber Konkurrenzprodukten oder alternativen Lösungen zu vermitteln, um so zu einem Vertragsabschluss zu kommen. Sie müssen aber auch die Abläufe beim Kunden analysieren und gegebenenfalls technisch oder ökonomisch bessere Lösungen anbieten, bzw. das Produkt überhaupt erst vor einem kreativen technisch-kaufmännischen Hintergrund kreieren.

Vertriebsingenieure verfügen somit über fundierte technische Kenntnisse, welche es ihnen erlauben, technische Abläufe und Funktionalitäten zu verstehen, zu analysieren sowie optimale Produkte zu definieren und zu argumentieren.

Technische Kenntnisse allein reichen jedoch nicht aus: Die primäre Aufgabe von Vertriebsingenieuren ist der erfolgreiche Vertrieb ihrer Produkte. Nur wenn die Vertriebsingenieure erfolgreich neue wirtschaftliche Abschlüsse erzielen, werden ihre Unternehmen im Wettbewerb dauerhaft überleben können. Verkaufstechniken, Verhandlungsfähigkeit, Marketing-Kenntnisse sowie wirtschaftliche Grundlagen und Managementkompetenzen sind demnach ebenfalls unabdingbar.

Ein weiterer Pfeiler von Vertriebsingenieuren stellt die Fähigkeit dar, sich verschiedenen Situationen anpassen zu können und mit den Kunden ein Vertrauensverhältnis aufzubauen. Dies ist nur möglich, wenn Ausstrahlung, Verantwortung, Anpassungsfähigkeit Einfühlungsvermögen oder Entscheidungsfähigkeit vorhanden sind. Hier ist Personen-Orientierung gefragt und nicht die Objekt-Orientierung klassischer Ingenieure. Aber auch gute Sprachkenntnisse in Wort, Ausdruck und Schrift, zumindest in der Muttersprache und in Englisch, sind unerlässlich. Ein mehrmonatiger Aufenthalt in einem Unternehmen oder einer Partnerhochschule im Ausland sollte daher in jedem Vertriebsingenieursstudium ermöglicht werden.

Ein Vertriebsingenieurstudium stellt daher eine Kombination aus Fähigkeiten und Kompetenzen aus folgenden Bereichen dar. Dies ist in der Abb. 6 dargestellt.

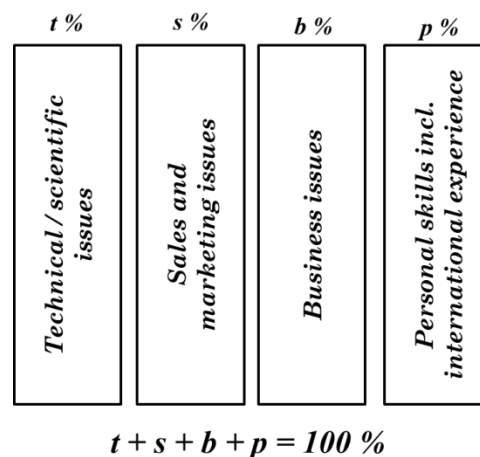


Abb. 6: Genereller Aufbau des Vertriebsingenieursstudiums

Vertriebsingenieure können, dank ihrer technischen und vertrieblichen Ausbildung, ihr Denken und Handeln der jeweiligen Situation und Umgebung anpassen, und somit dem Kunden ihr technisches Produkt oder die technischen Dienstleistungen erfolgreich verkaufen.

Hier liegt auch der wesentliche Unterschied zum Wirtschaftsingenieurwesen, sofern dieser Studiengang keine vertriebsingenieurtechnisch orientierte Vertiefung hat. Klassische Wirtschaftsingenieur-Studiengänge sind mehr auf wirtschaftliche Belange und

Managementaufgaben ausgerichtet, vermitteln aber den (praktischen) Aspekt des Verkaufsprozesses nicht.

5.3 Ziele und Kooperation der AASE Mitglieder im Bereich der Lehre

Ziel der Mitglieder der AASE ist, die Ausbildung zum Vertriebsingenieur zu harmonisieren, um sicherzustellen, dass die aufkeimenden Studienangebote den Anforderungen der Industrie entsprechen. Nur dadurch können Menschen mit dem notwendigen Wissen und den notwendigen Kompetenzen ausgestattet werden, so dass sie jederzeit die an sie gestellten Ansprüche erfüllen und die technischen Produkte oder Dienstleistungen ihres Arbeitgebers erfolgreich vermarkten können.

Die ersten Diskussionen fokussierten insbesondere auf die Frage nach inhaltlichen und fachlichen Mindestanforderungen. Einhellig wird im Arbeitskreis Lehre die Meinung vertreten, dass solche erfüllt sein müssen, damit eine Ausbildung als Vertriebsingenieursausbildung bezeichnet werden darf. Die generelle Struktur eines Vertriebsingenieursstudiums stützt sich auf die vier in Abb. 6 dargestellten Säulen. Die Überlegungen zu den Mindestanforderungen haben gerade erst begonnen, aber die Festlegung von Mindestanteilen dieser vier Säulen könnte ein erster Ansatz für eine Harmonisierung der Studienpläne sein. In diesem Falle müsste allerdings die Summe der vier Mindestanteile deutlich kleiner als 100 % sein, damit den ausbildenden Institutionen genügend Spielraum bleibt, um den Studienplan an lokale Gegebenheiten anpassen zu können oder um z.B. auf spezielle nationale Zulassungsanforderungen reagieren zu können.

Diese Mindestanforderungen werden in die Überlegungen zu einem Qualitätslabel einfließen. Dieses wird von der AASE auf Antrag an die Institutionen vergeben, die diesen Anforderungen mit ihrem Studienplan gerecht werden. Das Qualitätslabel soll eine zumindest europaweite Verbreitung finden. Bedingt durch die notwendigen Vorarbeiten wird dieser Schritt jedoch erst mittelfristig umgesetzt werden können.

Der Arbeitskreis Lehre erarbeitet eine „AASE Roadmap Vertriebsingenieursausbildung“ die die in diesem Kapitel beschriebenen Ziele aufgreift und mit konkreten Aktionen und Maßnahmen verbinden soll, vgl. Abb. 7.

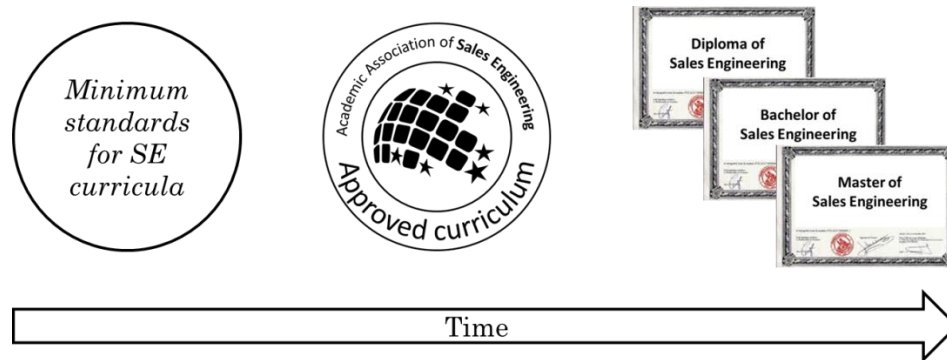


Abb. 7: Die drei Etappen der "AASE Roadmap Vertriebsingenieur"

Ein erster Schritt zu Bearbeitung des ersten Punktes ist ein gemeinsam von mehreren AASE Mitgliedern eingereicherter Erasmus-Forschungsantrag. Hauptziele dieses Projektes sind die Ermittlung der Bedarfe und der notwendigen Kompetenzen von Vertriebsingenieuren mittels einer großangelegten europaweiten Umfrage sowie die Ableitung von Mindestanforderungen auf der Basis der Rückmeldungen aus der Praxis. Diese Ergebnisse werden maßgeblich dazu beitragen, die Vertriebsingenieursstudienangebote mit dem tatsächlichen Bedarf der europäischen Industrie zu koordinieren.

Die Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedern im Bereich der Lehre baut im Wesentlichen auf den folgenden drei Achsen auf:

- ⌘ Gemeinsame Diskussionen im Rahmen des Arbeitskreises Lehre,
- ⌘ Gemeinsame Lehrveranstaltungen oder Projekte zwischen mehreren Mitgliedern, bzw. Lehrveranstaltungen an den Partnerhochschulen,
- ⌘ Erleichterung und Verstärkung des Austauschs von Studierenden zwischen den Partnerhochschulen, insbesondere durch die Harmonisierung und gegenseitige Anerkennung von Studienplänen.

6. Kooperationen mit weiteren Verbänden

Die AASE ist bestrebt mit weiteren Berufs- und Fachverbänden zusammen zu arbeiten.

Es existieren bereits langjährige Partnerschaften mit dem VDI durch das Präsidium der AASE:

Ludger Schneider-Störmann: stellvertretender Vorsitzender des Fachbeirats VDI GPP FB2 Technischer Vertrieb und Produktmanagement, Mitglied des Fachausschusses VDI-GPP FA208 Produktmanagement, Mitglied des Fachausschusses VDI-GPP FA206 Ausbildung zum Vertriebsingenieur.

Luis Barrantes: Mitglied des Fachausschusses VDI-GPP FA206 Ausbildung zum Vertriebsingenieur, Mitglied des Fachausschusses VDI-GPP FA201 Strategischer Vertrieb,

Mitglied des Fachbeirats VDI-GPP FB2 Fachbeirat Technischer Vertrieb und Produktmanagement.

In diesen Gremien gestalten die Mitglieder der AASE die Richtlinienarbeit hinsichtlich der Wissenschaftlichkeit sowie der Praxisorientierung mit. In den nächsten 12 Monaten wird angestrebt den Anteil der AASE-Mitglieder in den Fachausschüssen des VDI weiter auszubauen, was einvernehmlich zwischen dem VDI und der AASE vereinbart wurde.

Der VDI wird zudem die Arbeit der AASE tatkräftig unterstützen, zu den Jahrestagungen der AASE eingeladen werden sowie die Bekanntheit der Ausbildung von Vertriebsingenieuren in Deutschland weiter vorantreiben.

Weitere stabile Partnerschaften bestehen zum Global Sales Science Institute durch Jobst Görne, Hochschule Aalen für Technik und Wirtschaft.

Die Kooperation mit dem VDMA, ZVEI und weiteren Berufsverbänden wird angestrebt.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Standorte der Vertriebsingenieur-Hochschulen in DEU, FIN, FRA und AUT.....	4
Abb. 2: Organigramm der AASE.....	6
Abb. 3: Forschungsthemen Sales Engineering im Rahmen von Industrie 4.0-Ausschreibungen.....	9
Abb. 4: Rahmendaten des Forschungsvorhabens im Call for Papers des Erasmus EU- Programms.....	10
Abb. 5: Entwicklung des Angebotes an Bachelor- und Masterstudiengängen zu Vertriebsingenieuren der AASE-Hochschulen	11
Abb. 6: Genereller Aufbau des Vertriebsingenieursstudiums	13
Abb. 7: Die drei Etappen der "AASE Roadmap Vertriebsingenieur"	15