

# Amateure sind die besseren Profis

**Erst die Arbeit, dann das Vergnügen.**

**Arbeit macht Mühe – Vergnügen macht Freude.**

**So einfach ist das. Aber was führt zum Erfolg?**

**Mühe oder Freude? Ist es doch nicht so einfach?**

**Eine Geschichte über die Freude an der Arbeit und ihre drei Begleiter:**

**Sinn • Stolz • Wert**

Text: Gerhard J. Vater



Mein Urlaub begann mit einem Sprudelbad. Eine freundliche Betreuerin hatte schon Wasser in die Badewanne einlaufen lassen. Sie wollte es mit einem Badezusatz veredeln und fragte mich: „Rosmarin oder Lavendel?“ Ich überlegte – Rosmarin oder Lavendel? In Erinnerung des Lavendelduftes im Garten entschied ich mich für Lavendel. Während des Bades dachte ich ab und zu an den Garten.

Nächster Tag, gleiche Situation, andere Betreuerin: „Wollen Sie etwas Anregendes oder etwas Entspannendes?“ Anregung oder Entspannung? – Ich überlegte nicht lange: Entspannung! Schließlich war ich auf Urlaub. „Gut, dann nehmen wir Lavendel“ entschied die freundliche Dame. So lag ich im sprudelnden Wasser und entspannte mich, klüger um die Erkenntnis: Lavendel entspannt, Rosmarin regt an.

Welche Betreuerin empfinden Sie kundenorientierter? Für mich war es die zweite. Beide Damen waren freundlich und bemüht, aber die Betreuerin am zweiten Tag war für mich einfach professioneller. Wie kommt es, dass sich eine Person mit „Lavendel und Rosmarin“ beschäftigte und die andere mit „Anregung und Entspannung“? Beide gingen kompetent

ans Werk, und trotzdem gab es einen Unterschied in der Beratung. Und der hat für mich etwas mit Arbeitsfreude zu tun.

## Das Recht auf Freude

Kommt Freude an der Arbeit von selbst oder muss man etwas dafür tun? Eine gute und eine schlechte Nachricht habe ich für Sie. Die Gute: Sie haben ein Recht auf Freude an Ihrer Arbeit. Die Schlechte: Sie haben die Verantwortung für Freude an Ihrer Arbeit. Eigentlich ist das ja auch eine gute Nachricht, denn Sie können die Initiative ergreifen und müssen auf niemand anderen warten. Als Ergebnis Ihrer Initiative winkt die Weisheit des Konfuzius: „Wenn Du Deine Arbeit liebst, wirst Du Dein ganzes Leben nicht mehr arbeiten müssen“.

- » Leser: Verkäufer in allen Lebenslagen**  
**» Inhalt: Warum es sich lohnt, nach dem Sinn in seinem Job zu suchen.**  
**» Level: ●●○○○**

# STOLZ WERT

Im Verkauf geht es um die Balance zwischen Nutzen für den Kunden und Ertrag für den Anbieter. Beides ist wichtig. Auch für die Arbeitsfreude der Verkäufer. Einzelne Verkäufer gewichten diese beiden Zielsetzungen unterschiedlich: Für die einen liegt die Motivation eher im eigenen Gewinn, für die anderen auch im Gewinn des Kunden. Die Erfahrung zeigt: Die Freude am Umsatzmachen lässt früher nach, wenn sie nicht auch durch die Freude am Vorteil der Kunden begleitet wird. So gut können Organisationen und Prozesse gar nicht gestaltet sein – wenn sie nur den Deckungsbeitrag maximieren sollen, schaffen sie wenig Freude, weder beim Verkäufer noch beim Kunden. „Wer nicht aus Liebe zur Sache arbeitet, sondern nur des Geldes willen, der bekommt gar nichts: Weder Geld noch Glück“

formulierte der Industrielle Charles Michael Schwab.

## Liebeserklärung

Die Liebe zur Sache ist der Schlüssel zur Freude. Sie zu entdecken bedeutet, Freude aus der Arbeit zu schöpfen. Bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts waren die Begriffe „Amateur“ (von lateinisch amator „Liebhaber“) und „Dilettant“ (von lateinisch delectare „sich erfreuen“) nicht negativ wertend. Sie bezeichneten Menschen, die Tätigkeiten nicht zum Gelderwerb sondern aus Liebhaberei und zum Vergnügen ausübten. Über das fachliche Niveau und die Sachkenntnis wurde damit keine Aussage gemacht. Goethe entwickelte als Dilettant seine Farbenlehre und der Priester Gregor Mendel die Vererbungslehre. Egon Friedell schrieb: „Nur beim Dilettanten decken sich Mensch und Beruf.“

Aus diesem Blickwinkel sind wir im Verkauf zu oft Profis und zu selten Dilettanten und Amateure.

## Zuckerbrot und Peitsche

Der erste Schritt für einen Verkaufsprofi auf dem Weg zum Amateur ist das Überdenken des eigenen Antriebs. Unser Handeln wird durch eine Mischung aus ▶



AUTOR

**Mag. Gerhard J. Vater,** ist Lektor an der Wirtschaftsuniversität Wien, Managementtrainer und Coach. Bis zu seiner Selbstständigkeit 1993 war er als

Verkaufsleiter und Geschäftsführer beschäftigt. Er unterstützt dabei, Freude aus der Arbeit zu schöpfen und Kundenorientierung erlebbar zu machen.  
Direkter Draht: g.j.vater@sinnvollesbewirken.at

## In sieben Schritten vom Profi zum Amateur

**Akzeptieren Sie**, <sup>1</sup> dass Sie das Recht auf Freude an der Arbeit haben

**Übernehmen Sie**, <sup>2</sup> die Verantwortung für Ihre Freude an der Arbeit

**Klären Sie**, <sup>3</sup> welche Motive zu Ihrer Entscheidung für Ihre aktuelle Arbeit geführt haben

**Erkennen Sie**, <sup>4</sup> den Treibstoff-Mix Ihres Handelns haben

**Machen Sie**, <sup>5</sup> sich die tatsächliche Dimension Ihrer Leistung bewusst

**Überprüfen Sie**, <sup>6</sup> Ihr Verständnis vom Wert, den Sie für Kunden haben

**Gehen Sie**, <sup>7</sup> über Pflichterfüllung hinaus: Verwirklichen Sie Ihren Traum. Bewirken Sie Sinnvolles

Lust, Angst und Sinn getrieben. In welchem Verhältnis diese Kräfte wirken, ist unterschiedlich. Keine der Komponenten ist für sich gut oder schlecht, alle drei sind gleichwertig. Die Qualität des Treibstoffes hängt von der Mischung ab.

Lust sorgt dafür, dass wir jenes Verhalten zeigen, das einen angenehmen Zustand herbeiführt. Angst hingegen lässt uns jenes Verhalten zeigen, das einen unangenehmen Zustand verhindert.

Über Lust und Angst steuern wir Menschen uns selbst und andere. Eltern steuern ihre Kinder: „Wenn Du brav bist, darfst Du fernsehen. Wenn Du nicht brav bist, darfst Du nicht fernsehen“. Vorgesetzte steuern ihre Mitarbeiter: „Wenn Sie die Ziele erreichen, erhalten Sie eine Prämie. Wenn Sie die Ziele nicht erreichen, werden Sie gefeuert.“ Verkäufer steuern Ihre Kunden: „Wenn Sie jetzt kaufen, kann ich Ihnen Sonderkonditionen geben. Wenn Sie jetzt nicht kaufen, kann ich nicht versprechen, dass wir die Ware morgen noch lagernd haben.“ Und Kunden steuern die Verkäufer: „Wenn Sie mir einen guten Preis machen, kaufe ich. Wenn Sie mir keinen Rabatt geben, kaufe ich bei der Konkurrenz.“

Diese Art der Steuerung führt zwar oft zum Erfolg; aber es macht auf Dauer keine Freude, nur von Zuckerbrot und Peitsche angetrieben zu werden. Auf lange Sicht kommt da schwer Liebe zur Sache auf. So wird Verkaufen zur Verpflichtung.

### Die Sinnfrage

Die entscheidende Kraft, um die Liebe zur Sache zu entdecken, ist der Sinn. Immer dann, wenn wir Dinge ohne Vorteil oder

trotz möglichen Nachteils tun, ist Sinn im Spiel. Wir handeln dann nicht ausschließlich aus Lust auf Belohnung oder aus Angst vor Bestrafung, sondern aus innerer Überzeugung.

Sinn fördert und sichert die Freude am Verkaufen. Natürlich werden am Ende des Jahres Verkäufer auch von der Angst getrieben, die Ziele nicht zu erreichen. Selbstverständlich werden die meisten Verkäufer auch von der Aussicht auf ihre Jahresprovision motiviert. Aber wenn das auf Dauer alles ist, wird uns Verkaufen keine Freude machen. Sinn ist der erste Begleiter der Freude.

Wie sieht Ihr Kraftstoff-Mix über die Jahre aus? Wie viele Dinge machen Sie für Ihre Kunden aus innerer Überzeugung? Raten Sie einem Kunden zum Neukauf, auch wenn eine Reparatur möglich wäre? Bewahren Sie Kunden vor Fehlern, auch wenn Sie das Umsatz kostet? Versuchen Sie einem Kunden in seinem Interesse zu widersprechen, auch wenn der Abschluss auf dem Spiel steht?

### Tun oder bewirken?

Ob und wie konsequent Sie das tun, hängt davon ab, worin Sie Ihre verkäuferische Leistung sehen. Ihre Definition der eigenen Leistung ist der nächste Schritt auf dem Weg zum professionellen Amateur. Was ist Ihre Leistung am Ende eines Tages? Worauf sind Sie stolz? Stolz ist der zweite Begleiter der Freude.

Viele Verkäufer definieren ihre Leistung darüber, was sie tun: Anrufe erledigen, Gespräche führen, Angebote schreiben, Abschlüsse tätigen. Oft erleben sie das als aufwendig und

mühsam. Nicht immer sind sie darauf stolz. Damit machen sie sich ihren Beruf unnötig schwer und verhindern Freude. Sie übersehen dabei, dass aus Tun alleine selten Freude entsteht. Erfreulich wird Tun erst durch Wirkung. Kofferpacken empfinden die meisten als mühsam. Im Urlaub passend gekleidet zu sein hingegen ist für ebendiese Menschen angenehm und erfreulich.

Aufwendiges und anstrengendes Tun wird erträglicher, wenn es zu interessanter Wirkung für den Kunden führt. Aus der Wirkung des Verkäufers ergibt sich, welchen Wert er für Kunden hat. Der eigene Wert ist der dritte Begleiter der Freude auf dem Weg zum professionellen Amateur.

Verkäufer haben oft ein zu enges Bild von ihrem Wert. Sie verstehen sich ausschließlich als Problemlöser ihrer Kunden: Lieber Kunde, Du

hast ein Problem, und ich habe die Lösung. Dieses problemorientierte Rollenverständnis belastet die Freude. Immer auf der Suche nach Kunden mit Problemen, steigt der Frust. Was ist, wenn der Kunde tatsächlich kein Problem hat? Daraus entwickeln sich jene Verkäufer, die unnötigen Druck beim Kunden erzeugen und selbst unter diesem Druck leiden. Er verdirbt die Freude an der Arbeit.

Ein Verkäufer, der weiß, dass manche Kunden Probleme, viele aber auch einfach nur Hoffnungen, Träume und Wünsche haben, hat mehr Möglichkeiten Freude für sich und seine Kunden zu schaffen. Er wird erkennen, dass sein wirklicher Wert in der Erfüllung ihrer Anliegen und nicht in der Lösung ihrer Probleme liegt.

Als ich im Sprudelbad lag, hatte ich kein Problem. Ich war auf Urlaub und wollte mich einfach entspannen. Darum konnte ich mit der Frage „entspannend oder anregend“ mehr anfangen und habe sie als kundenorientierter erlebt als „Lavendel oder Rosmarin“. Die zweite Frage zeigt den Problemlöser, der davon ausgeht, dass der Kunde sein Problem und mögliche Lösungen kennt.

Meine Lieblingsbetreuerin tat ihre Arbeit mit besonderem Antrieb, Leistungsbewusstsein und Selbstwertgefühl. Sie interessierte sich für mein Anliegen. Verkäufer können zur Höchstform auflaufen, wenn sie die drei Voraussetzungen für Freude am Verkauf bewusst reflektieren und gezielt daran arbeiten. Amateure sind nun einmal die besseren Profis. **V**

## SO WEIT DIE REICHWEITE REICHT!

### 1x SCHALTEN UND 26x ERSCHEINEN:

- mehr als 3 Mio. potenzielle Bewerber erreichen
- von Effizienz und optimaler Reichweite profitieren
- Schaltung auf allen Online-Kanälen im gesamten Partnernetzwerk



» mehr auf [www.karriere.at/mediadaten](http://www.karriere.at/mediadaten)

Interesse geweckt? Melden Sie sich bei uns unter 0732/908200-0 oder per E-Mail an [sales@karriere.at](mailto:sales@karriere.at).

**karriere.at**  
ÖSTERREICH'S KARRIEREN  
BEGINNEN HIER