

## **Verkäufer als Samariter**

**Jeden Tag eine gute Tat? Wer gibt, dem wird gegeben werden.**

### **Der harte Verkäufer**

Verkäufer müssen cool sein, hart im Nehmen und hart im Geben, dann haben sie Erfolg. So ist die gängige Meinung. In Vorträgen und Trainings hört man immer wieder die Erfolgsstorys von Verkäufern, die es mit einer großen Portion Rücksichtslosigkeit oder Frechheit weit gebracht haben. Sie werden dabei, so glaubt man, vom Wettbewerb gefürchtet und von ihren Kunden geliebt. Aber, lieben wir rücksichtlose Geschäftspartner? Oder sind diese Verkäufer eher Wölfe im Schafspelz, die beim Kunden die sprichwörtliche Kreide gefressen haben und sonst in ihrem Umfeld knallhart sind?

### **Verkäufer versus Sozialpädagoge**

Gute Verkäufer und Sozialpädagogen haben mehr miteinander gemein als sie glauben; auch wenn sie es sehr wahrscheinlich nicht zugeben würden. Sie müssen sich auf andere Menschen einstellen, sie müssen Menschen helfen und sie müssen sich auf Beziehungen einlassen können. Erst, wenn eine Beziehung und Vertrauen entstanden ist, geht es weiter. Beim Sozialpädagogen kann dann Hilfestellung in einer sozialen Situation gegeben werden, beim Verkäufer kommt ein Geschäft zustande. Beides entwickelt sich nur weiter, wenn der jeweilige „Kunde“ mit dem Ergebnis zufrieden ist. Beide profitieren von ihrer Tätigkeit durch den Lohn, den sie in Form von Gehalt oder Provision bekommen.

### **Umsonst ist nicht umsonst**

Jemandem zu helfen, führt nicht automatisch zum Erfolg. Jemand zu helfen, ohne eine Gegenleistung zu fordern, ist aber häufig die einzige Möglichkeit, Erfolg zu entwickeln. Erfolgreiche Verkäufer und Sozialpädagogen geben oft eine persönliche Leistung an eine Zielgruppe, bei der sie die Chance zu einer Gegenleistung vermuten. So investiert ein Sozialpädagoge Zeit in die Betreuung eines schwierigen Kindes, weil er hofft, dass sich das Kind dadurch entwickelt. Ein Verkäufer investiert Zeit und Arbeit in die Betreuung eines potentiellen Kunden, weil er hofft, dass sich dadurch eine Geschäftsbeziehung entwickelt. Haben beide Erfolg, waren natürlich viele andere daran beteiligt; klappt es nicht, stehen sie wie immer allein da.

### **Wege aus der Sackgasse**

Die Schwierigkeit liegt in der Auswahl der Zielgruppe, bei der die größte Wahrscheinlichkeit für Erfolg liegt. Ein Hausverkäufer wird sich bei gering Verdienern schwertun, ein Sozialpädagoge bei radikal geprägten



Gesellschaftsschichten. Hier liegt aber ein deutlicher Unterschied zwischen diesen beiden Berufsgruppen. Der Verkäufer wird immer an seinem Verkaufserfolg gemessen, der Sozialpädagoge an dem Erfolg, und mag er noch so klein sein, in einer bestimmten Zielgruppe. Das Management eines Unternehmens oder einer Organisation hat die Aufgabe, unentgeltliche Vorleistungen zu fördern, aber auch zu kontrollieren, denn das ist einer der Wege, durch den neue Zielgruppen entstehen. Hier muss aber auch ein Belohnungssystem bestehen, wenn eine Aktion keinen Erfolg gebracht hat. Die scheinbar erfolglose Aktion kann aufzeigen, wo man in einen bestimmten Markt vorerst nicht weiter investiert, und auch das ist ein Erfolg.

### **Jeden Tag eine gute Tat**

Beide Berufsgruppen geben auch unentgeltliche Leistung in Zielgruppen, bei denen sie keinen direkten persönlichen Erfolg erwarten. Dies geschieht vor allem bei Vereinen, Organisationen oder Einzelpersonen, die Unterstützung benötigen. Auch dies geschieht oft aus einem tiefen persönlichen Antrieb, hat aber heute mehr denn je auch einen marktwirtschaftlichen Sinn. Bei Einzelpersonen spricht man von der sozialen Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, bei Unternehmen von der sozialen Verantwortung von Unternehmen, was heute oft als CSR – corporate social responsibility bezeichnet wird. Hier entsteht bei Unternehmen zwischenzeitlich eine wirtschaftliche Notwendigkeit für soziales Verhalten, weil im Rahmen des Fachkräftemangels ein Unternehmen mit einer bemerkbaren sozialen Verantwortung für neue Mitarbeiter besser präsent ist. Unternehmen beginnen, die soziale Verantwortung ihrer Mitarbeiter zu fördern.

Es hat aber auch alles zwei Seiten: so wichtig unsere Verantwortung als Unternehmen, Verkäufer und Sozialpädagoge gegenüber der Gesellschaft ist, so wichtig ist auch das Maß aller Dinge. Wenn zu viel Arbeit in Projekte gesteckt wird, die keinen wirtschaftlichen Nutzen bringen, kommt man schnell ins Straucheln, weil das eigene Überleben nicht mehr gewährleistet ist. Es macht schon Sinn, in Projekte ohne Gegenleistung zu investieren, und wenn das im richtigen Verhältnis geschieht, bleibt das auch ein Standbein der Ausübung eines Berufsbildes bzw. einer Berufung.