



Bild von Markus Spiske auf Pixabay

**Die Zukunft der Welt liegt in der Ernte, nicht in der Jagd.**

## **Vom Hunter zum Farmer**

### **Die Kopflosigkeit des Vertriebs**

„Wenn wir es schaffen, dass unser Vertrieb erst seinen Kopf einschaltet, bevor er aufs Gaspedal tritt, haben wir gewonnen“ ist das Zitat eines Geschäftsführers zur Arbeitsweise seiner Mitarbeiter im Verkauf. Der Außendienst ist von der Veranlagung her ein Hunter, der gern dem nächsten Kunden hinterherjagt. Vielleicht kommt das aus unserer sehr frühen Vergangenheit als Jäger und Sammler, wo wir mit Speer und Keule dem Mammut hinterhergejagt sind. Nur wenn das Mammut erlegt wurde, war Erfolg und Überleben gesichert. Heute ist der klassische Kundenberater vom Typ her dem Sozialpädagogen näher als er glaubt; beider Ziel ist eine gute Kommunikation mit dem entsprechenden Gesprächspartner gepaart mit Ideenreichtum, um ein Thema voran zu bringen. In der Farblehre nach Max Lüscher sind beide Kombination von gelb-grün. Lüscher unterteilt die Persönlichkeit von Menschen in 4 Farben, gelb steht für Ideen, grün für Harmonie, rot für Entscheidungsfähigkeit und blau für Struktur. Der in der Personalentwicklung gebräuchliche DISG Test geht in eine ähnliche Richtung. Der deutliche Unterschied zwischen Verkäufern und Sozialpädagogen liegt im Verkaufsdruck, der in der freien Wirtschaft an der Tagesordnung ist.

## Strategische Unternehmensentwicklung durch Farming

Irgendwann in unserer frühen Vergangenheit haben wir begriffen, dass wir mit dem gezielten Anbau von Nahrung mehr Entwicklungsmöglichkeiten als mit dem jagen von Wild haben. Wir haben die Ruhelosigkeit aufgegeben und sind sesshaft geworden. Wir haben Nahrungsmittel angebaut und konnten uns so weiterentwickeln. Übertragen auf eine Kundenbeziehung findet heute eine gezielte Geschäftsentwicklung, wenn überhaupt, in den Managementebenen statt. Dort liegt heute die Aufgabe, Märkte Produkte oder Mitarbeiter strategisch weiter zu entwickeln und so ein Unternehmen voran zu bringen. Der Vertriebsmitarbeiter ist dann eher die Hilfskraft, die dafür sorgt, dass die Ideen des Managements in den Markt getragen werden. Er erfüllt so trotzdem eine wichtige Aufgabe, denn im Gegensatz zu organisatorischen Instrumenten kann man menschliche Kommunikation nicht so leicht digitalisieren.

## Zukunft des Vertriebs

Die Zukunft des Vertriebs liegt in der Kommunikation mit dem Kunden und in der strukturellen Planung von Marktentwicklungen. Die Bezeichnung Marketingmanager trifft es hier am besten; Marketing bezeichnet ein Konzept der umfassenden, auf den Markt ausgerichteten Unternehmensführung zur Befriedigung der Bedürfnisse und Erwartungen von Kunde. Kunden erwarten heute neben einer guten Partnerschaft Unterstützung durch ihren Lieferanten. Unterstützung z.B. für neue Produkt- Markt- oder Rationalisierungsideen, die das Unternehmen voranbringen können. Der Vertrieb braucht dazu Freiheiten, Fähigkeiten und Veranlagungen, um solche Strukturen zu entwickeln. Es zeichnen sich mittlerweile bei vielen Mitarbeitern solche Fähigkeiten ab, beim vorab genannten Lüscher Test war es in der Vergangenheit so, dass die meisten Testpersonen über 2 Haupt Persönlichkeitsmerkmale verfügten. Mittlerweile sind bei vielen Menschen alle 4 Bereiche etwa gleich stark entwickelt. Was noch fehlt, ist die Freiheit, diese Veranlagungen auch zu nutzen.

## Fazit

Farming gehört auch in die Hand und die Verantwortung des Vertriebsmitarbeiters. Er muss die Möglichkeiten und die Freiheiten haben, seinen Markt zu entwickeln und die dafür notwendigen Instrumente zu nutzen. Die verschiedenen Abteilungen eines Unternehmens sind für die Unterstützung der Kunden da. Sie arbeiten dem Vertrieb zu, der ähnlich wie ein Produkt- oder Marketingmanager mit allen Bereichen vertraut ist, die für eine Kundenentwicklung wichtig sind. Die Unternehmensführung braucht den Mut und die Geduld, um Mitarbeitern die Chance zu geben, ihre Märkte zu entwickeln. Unternehmen, die solche Konzepte nicht umsetzen können, brauchen entweder neue Mitarbeiter oder einen neuen Chef. Übergreifend sorgt eine entsprechende gute Kommunikation dafür, dass alle voneinander lernen können. Heute spricht man viel darüber, wie man Kommunikation besser organisieren können, um so Zeit zu sparen. Es gibt aber auch Ansätze, wo Kommunikation sogar intensiviert wird. Richtige Kommunikation führt dazu, dass durch einen besseren Informationsfluss mehr und neue Projekte und Märkte realisiert werden können. Hunting hat sich heute zu einem Sport entwickelt, Farming ernährt die Welt.