



70 Tage lang ist Michael Spindeleger jetzt als Vizekanzler im Amt. Zeit, eine kleine Zwischenbilanz zu ziehen. Bezeichnend: Spindelegers Kritik am „zu blöd und zu feig“-Ausbruch von Erste Group-General Andreas Treichl: „Aus meiner Sicht ist das eine Diktion, die man überdenken muss“, formulierte Spindeleger seine Replik. Man müsse mit Treichl darüber reden, denn „das zeigt ja von einer tiefen emotionalen Betroffenheit – und ich werde das Gespräch suchen“. Auch das ist eine Diktion, die er überdenken sollte. Es gilt in manchen Kreisen nicht als demonstratives Zeichen von Leadership, sich jemandem, der einen quasi als hirnlos und zaghaft hinstellt, in Form einer höflichen rhetorischen Spiralebewegung zu nähern. Dass der steirische ÖVP-Chef und Landeshauptmannstellvertreter Hermann Schützenhöfer in einem *Kurier*-Interview erklärte, die ÖVP sei nirgendwo Themenführer, Spindeleger müsse Kanten zeigen und Positionen vorgeben, hat denn auch die Beziehung zwischen Bundes- und Landespartei nachhaltig beeinträchtigt.

Zur Arbeit in der Bundesregierung

Positionierung im politischen Vakuum

Die Hunderttagefrist des Vizekanzlers ist zu zwei Dritteln verstrichen. Zeit für eine zahnlos formulierte Zwischenbilanz.

SABINE BRETSCHNEIDER

kündigte Spindeleger an, nicht „streiten“ zu wollen, „aber auch nicht kuscheln“. Tja, nicht streiten, nicht kuscheln. Faymann lässt grüßen; auch der Kanzler hat sich bis dato nur ein einziges Mal in eine gewisse angriffige Schärfe verrannt – und da ging es in einem Stellvertreterkrieg, den seine

PR-Dame führte, gegen die Enten am Bodensee. Harmonielehre ist unter anderem die Anleitung zur fehlerfreien Handhabung von Klangverbindungen. Aber auch in der Mehrstimmigkeit gäbe es Zusammenklang ... „Die haben recht“, sagte am Mittwoch der Wiener Nationalratsabgeordnete Ferry Maier über

die Kritik der steirischen ÖVP an der Bundespartei. „Ein politisches Vakuum“ – diesem Befund stimme er zu. Es könne nämlich nicht sein, „dass wir diskutieren, ob Schüler mit zwei oder drei Fleck im Zeugnis aufsteigen dürfen, während sich Europa gerade in einer Krise befindet“. Apropos: Das griechische Parlament hat mit seiner Zustimmung zu einem drastischen Sparpaket eine drohende Staatspleite vorerst abgewendet. Die Entscheidung löste weltweit Erleichterung und in Athen heftige Straßenschlachten aus. Auch bei uns ist eine Entscheidung gefallen: zwei Fleck, nur in Ausnahmefällen drei. Diesmal schließen wir in „demonstrativer Gelassenheit“ mit dem spätlateinischen Motto des Spindelegerschen Kreuzritterordens: Deus lo vult! Gott will es! Ja, wahrscheinlich eh.



mail to
s.bretschneider
@medianet.at



ZITAT DES TAGES

Kurt Tucholsky, dt. Journalist und Schriftsteller

Jede Wirtschaft beruht auf dem Kredit-System, das heißt auf der irrtümlichen Annahme, der andere werde gepumptes Geld zurückzahlen.

WWW.ZITATE.AT



HEUTE IM BUSINESS WEEKEND



© Chris Haderer

CHRISTIAN BLÜMELHUBER, PROFESSOR FÜR EURO-MARKETING, UNIVERSITÄT BRÜSSEL, S. 42



© Chris Haderer

ANDREAS LETTO, VICE PRESIDENT BUSINESS DEVELOPMENT & SOLUTIONS BEI ACS IN BARCELONA (WO SIEBEN SPRACHEN GESPROCHEN WERDEN, ANM.), S. 44

Gastkommentar Warum verkaufen längst auch führen bedeutet

Führ mich zum Kauf, so wie ich's brauch

Anleitung zum Regelbrechen Schon mal einem Überalpha als Gesprächspartner gegenüber gegessen? Einem, der stundenlang über sich selbst redet und kaum bereit ist, das Heft aus der Hand zu geben? Mühsam? Gut. Dann stellen wir uns jetzt mal dieselbe Situation vor, nur, dass an Ihrer Stelle ein Außendienst-Verkäufer sitzt, dessen Zeit- und Energiebudget eingeschränkt ist. Ein Guter erkennt die Botschaft, schenkt dem Leader-Tier zuerst die Bühne, die es einfordert, kratzt dann aber zum richtigen Zeitpunkt die Kurve und führt zum eigentlichen Zweck des Treffens. Womit wir schon beim Thema sind: dem Führen, ohne das der Zug hier geradewegs ins Nirgendwo fährt.

Denn: Alleine mit dem Anwenden der x-ten, noch so vergoldeten Verkaufsregel kommt in diese Situation – wie auch in Dutzende andere – null Bewegung. Wer das Spiel zwischen Führen und Geführtwerden nicht beherrscht, wird über das Warming-up nicht hinauskommen, das ihn überhaupt erst in Phase eins eines Verkaufsgesprächs führt. Nichtsdestotrotz ist die Aneignung einzelner Führungsskills noch immer so weit vom klassischen Verkaufstraining entfernt wie die Sonne von der Erde.

Dabei hat ein Vertriebler Unglaubliches zu leisten, das ihm genau solche Qualitäten abverlangt. Lassen Sie mich deshalb an dieser Stelle durchaus provokant festhalten: Die Fertigkeiten, die einen Verkaufsprofi ausmachen, sind nicht weit von jenen einer guten Führungskraft entfernt.

Passende Führungsskills für Verkäufer? Ja, bitte

Nehmen wir etwa die Wertschätzung, die ich anderen Menschen entgegenbringe. In der Führungsarbeit ermöglicht sie, Menschen überhaupt erst zu einem Engagement zu bewegen. Im Verkaufsgespräch führt die damit einhergehende Vertrauensbasis dazu, dass der Gesprächspartner sich öffnet und Informationen preisgibt, die sonst im Verborgenen blieben. Und: Nein, das gern gelehrte aktive Zuhören ist kein Ersatz dafür – weil es, obwohl eine wichtige Fertigkeit, häufig zum mechanischen Vorgang mutiert. Denn es fehlt oft die richtige Grundhaltung: Ehrliches Interesse. Das im Übrigen alle (manipulativen) Edelmetall-Verkaufsregeln auf einmal ersetzt. Ein Verkaufsprofi braucht es, um die Situation seines Gegenübers zu verstehen, die ihn zu konkreten Lösungsangeboten führt.

Entwickelt eine Führungskraft ehrliches Interesse an ihren Mitarbeitern, und zwar über ihr Tätigkeitsfeld hinaus, erkennt sie nicht nur frühzeitig Probleme; es kann auch Loyalität und emotionale Bindung entstehen. Und die ist hier wie da – nämlich auch in der Kundenbeziehung – kein Fehler. Die Schlussfolgerung aus dem bisher Gesagten: Sollen Außendienstverkäufer mit ihren Kunden auf gleicher Augenhöhe kommunizieren können, brauchen sie allem voran soziale Fertigkeiten, die man bisher nur Führungskräften zugeschrieben hat. Wie kommen sie dazu? Indem vertriebsorientierte Unternehmen ihre bisherigen, sich jährlich wiederholenden, längst langweiligen Standard-Verkaufstrainings hinter sich lassen. Und in Sachen Verkäufer-Entwicklung in eine neue Ära aufbrechen.

„Nicht umsonst heißt es seit jeher, dieses oder jenes hat zum Kauf geführt. Was wird das wohl eher sein: Das Beherrschen der x-ten goldenen Verkaufsregel oder eine Grundhaltung: ehrliches Interesse.“

CYROS ZORRIASATAYNI
BESSER FÜHREN & VERKAUFEN

Cyros Zorriasatayni veranstaltet Trainings, Führungs- und Verkaufslerngänge und ist Gründer von besser führen & verkaufen; www.xing.com/profile/Cyros_Zorriasatayni, office@steilbergauf.at

Die Gastkommentare geben die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.

IMPRESSUM

Medieninhaber:

medianet Verlag AG
1110 Wien, Geiselbergstraße 15
<http://www.medianet.at>

Kontakt:

Tel.: +43-1/919 20-0
abo@medianet.at | Fax: DW 2231
Anzeigen-Hotline Tel.: DW 2203
office@medianet.at | Fax: DW 2231
Fotoredaktion fotored@medianet.at

Vorstand: Markus Bauer

Herausgeber: Chris Radda, Paul Leitenmüller,

Germanos Athanasiadis

Verlagsleitung: Paul Leitenmüller

Chefredaktion: Chris Radda

Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:
ABO@MEDIANET.AT
oder
TEL. 01/919 20-2117

medianet prime news & market watch
(primenews@medianet.at)

Chefredakteurin: Sabine Bretschneider (sb – DW 2173) Redaktion: Alexandra Binder (ab), Sylvia Tomek (st)

medianet marketing & media
(media@medianet.at)

Chefredakteur: Dinko Fejzuli (fej – DW 2175/Medien) Redaktion: Peter Suwandschiff (ps – DW 2171/Agenturen)

medianet retail (retail@medianet.at)

Stv. Chefredakteur: Christian Novacek (nov – DW 2161) Redaktion: Jutta Maucher (jm), Natalie Oberhollenzer (no – DW 2228)

medianet specials & careernetwork
(specials@medianet.at)

Stv. Chefredakteur: Jan Weirich (jwe – DW 2163)

Chef vom Dienst: Rudolf Grüner (rg – DW 2176)

medianet financenet & real:estate
(financenet@medianet.at)

Chefredakteure: Chris Radda, Gerald Stefan (gst) Chefin vom Dienst: Linda Kappel (lk) Ständige Mitarbeiter: Fritz Haslinger (fh), Kurt Sattlegger (ks), Thomas Hohenberger (th)

medianet technology & industrial technology
(technology@medianet.at)

Chefredakteur: Peter Mosser (pm)

Leitende Redakteure: Chris Haderer (hc), Britta Biron (bb)

medianet destination & destination austria
(destination@medianet.at)

Chefredakteur: Peter Mosser (pm)

Leitender Redakteur: Georg Biron (gb)

medianet automotive business
(automotive@medianet.at)

Chefredakteur: Peter Mosser (pm)

Leitender Redakteur: Jürgen Zacharias (jz)

medianet health economy
(healthconomy@medianet.at)

Chefredakteur: Martin Rümmele (rm)

Fotoredakteur: Jürgen Kretten Lektorat: Christoph Strolz Grafisches Konzept: Verena Govoni Grafik/Produktion: Raimund Appl, Peter Farkas Lithografie: Beate Schmid, Berat Qelaj Anzeigenleitung: Oliver Jonke, Richard Mauerlechner Anzeigenproduktion: Aleksandar Milenkovic Druck: Mediaprint Zeitungsdruckerei Ges.m.b.H. & Co. KG, Wien Vertrieb: Post.at & ->redmail Logistik & Zustellservice GMBH, Service-Hotline: 795 00-60, servicecenter-wien@redmail.at Erscheinungsweise: 2x pro Woche (Di & Fr) Erscheinungsort: Wien Einzelpreis: 2,50 € (Di); 3,50 € (Fr) (inkl. Porto & 10% MwSt.) Abo: 250,- € (Di & Fr); 150,- € (Fr) (Jahr) Auslands-Abo: 390,- € (Di & Fr); 199,- € (Fr) (Jahr). Bezugsabmeldung nur zum Ende des vereinbarten Belieferungszeitraums bei 6-wöchiger Kündigungsfrist; es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen; Gerichtsstand ist Wien. medianet special erscheint unter Verantwortung der Anzeigenredaktion; Gastbeiträge müssen sich nicht mit der Meinung der Redaktion decken.

CLIP!
MEDIASERVICE

Medienbeobachtung
Infos: www.clip.at • +43(0)1 503 25 35