

## DER KOMMENTAR

# „Wer immer schon alles ganz genau wusste, der weiß gar nichts“

Deutsche schätzen die Apokalypse. Immer warten wir darauf, dass etwas schief geht – und wenn’s passiert ist, haben wir dies schon immer gewusst. Das gilt auch für die Finanzbranche: Der Ruf ist miserabel und wird immer schlechter – damit muss man sich abfinden, das ist nun mal so. Ganz im Gegenteil. Dieser Pessimismus führt in die Irre: Finanzdienstleister, denkt positiv, ihr werdet gebraucht, ihr seid wichtiger als je zuvor. Und das wird sich im Markt durchsetzen. Finden Sie diese Sichtweise zu oberflächlich? Sie ist typisch amerikanisch – und kann uns Deutschen nützlich sein, wenn wir sie in unser Leben integrieren. Die Art, wie Amerikaner kommunizieren, gekoppelt mit deutschem Pflichtbewusstsein, ergibt eine neue Form der Gesprächsführung. Wer im Vertrieb seinen eigenen American Way of Life findet, hat

## Zur Person

Die Firmen- und Kommunikationstrainerin Britta Marbs hat sieben Jahre in den USA gelebt. Sie ist seit zwölf Jahren dort und in Deutschland selbständig tätig und betreut heute Firmen mit Motivations- und Psychologischen Verkaufsstrategien. Kontakt: [www.Firmentrainer.com](http://www.Firmentrainer.com)



**Britta Marbs**

mehr Kundenkontakte und macht mehr Abschlüsse. Der Wettbewerb wird nur durch das Setzen eigener Ziele, durch Eigenmotivation, durch Neugier auf Neues gewonnen. Und dabei sind Deutsche blockiert: Juristische Aspekte, die Angst vor Haftung und Regressforderung sind wichtiger als kreative Denkansätze. Aber wer spricht schon gern über Paragrafen? Der Mensch muss im Vordergrund stehen. Haben wir nicht schon früh gelernt: Wer nicht fragt, bleibt dumm? Im

Gespräch kommen wir an entscheidende Informationen nur durch das Fragen – den Königsweg der Kommunikation. Fachliches Know-how zu haben, die neuen Produkte am Markt zu kennen, ist Pflicht, nicht Kür. Wir brauchen eine neue Kommunikation mit dem Kunden, lösungsorientiertes Denken muss die Problemspirale im Kopf ablösen.

Es kommt hinzu: Im Kundengespräch oder am Telefon stören zu große Erwartungen, Faktenhuberei oder Perfektionismus. Derjenige beweist Persönlichkeit, bei dem die Lockerheit im Vordergrund steht. Die Erfahrungen von sieben Jahren in den USA lehren mich, dass wir Deutschen zu eingefahren, geradezu verbohrt denken. Deutsche verstehen Sicherheit und Veränderung als unvereinbare Gegensätze. Doch Loslassen führt zum Erfolg: Es geht darum, flexibel in Gesprächen zu agieren und reagieren zu können, ohne festgelegtes Raster oder Gesprächsleitfaden. Wie viel lachen Sie während der Arbeit? Haben Sie Freude an Ihrer Arbeit? Der Kampf mit sich, das Problematisieren als Selbstzweck muss aufhören. Amerikaner wissen: Natürlichkeit und lockere Gesprächsführung gewinnen – im Job und privat.