



**Claudia Huhn –  
Beratung Coaching  
Training**  
Tel.: +49 2739 891080  
ch@claudiahuhn.de  
www.claudiahuhn.de



## VERTRIEBSMITARBEITER GESUCHT – WORAUF ES ANKOMMT!

Wer selbst eher introvertiert ist und auf ein Gesprächsgenie mit Vertriebs-Know-how trifft, stellt sich folgerichtig die Frage: Lässt sich der eigene Außendienst outsourcen und wenn ja, worauf gilt es zu achten?

In der Frage steckt eine unternehmerisch sinnvolle Erkenntnis: Wenn Sie selbst keinen Vertrieb machen können oder wollen, dann übertragen Sie diese Aufgabe an eine Person, die diese für Sie in Ihrem Sinne erledigen kann. Die Betonung in diesem Satz liegt auf „in Ihrem Sinne“. Achten Sie bei der Integration eines Vertriebsmitarbeiters auf folgende Faktoren:

### a) Menschliche Kompatibilität

Der wichtigste Faktor, den es zu berücksichtigen gilt, ist die menschliche Kompatibilität. Ganz einfach ausgedrückt, sollten Sie beide menschlich zueinander passen. Das vereinfacht nicht nur die Zusammenarbeit untereinander, es verhindert auch, dass ein Bruch im Akquiseprozess entsteht, wenn ab einem gewissen Zeitpunkt Sie statt Ihres Mitarbeiters den Prozess übernehmen.

Jeder Mensch im Vertrieb gewinnt die Menschen, die emotional zu ihm passen. Übertrieben formuliert, gewinnt ein extrovertiert flippiger Mensch, der ohne Punkt und Komma redet, ebensolche Kunden: extrovertiert flippige Vielredner. Spätestens zur Absprache der Kundenwünsche werden Sie die Betreuung der Praxis übernehmen und dann könnte es zum Bruch kommen, weil Sie eben einen ganz anderen Auftritt haben. Bei der Wahl des Vertriebsmitarbeiters kommt es darauf an, dass Sie beide ein homogenes Bild nach außen geben.

### b) Kompatibilität im Hinblick auf Unternehmenspositionierung und Zielkunden

Für eine erfolgreiche Akquise ist es wichtig, dass Klarheit über die Positionierung des Unternehmens und die gewünschten Zielkunden besteht. Hat sich Ihr Unternehmen auf die Herstellung von ästhetisch anspruchsvollem Zahnersatz in hochwertiger Qualität spezialisiert, so wird eine Zahnarztpraxis, deren Patienten wenig oder kein Geld haben, nicht zu Ihnen passen. Die ständigen Preisdiskussionen werden weder Ihnen noch der Praxis gefallen. An dieser Stelle ist

es wichtig, dass Ihr Vertriebsmitarbeiter weiß, wer zu Ihnen passt und wer eben nicht.

Genauso können auch kulturelle Unterschiede zwischen Ihnen und Ihrem Mitarbeiter zu Schwierigkeiten führen. Es gibt Nationen, in denen ist Verhandeln ein fester Bestandteil eines verkäuferischen Miteinanders. Sollte dies nicht Ihre Art des Miteinanders sein, so wird die Wahl eines Mitarbeiters mit diesem kulturellen Hintergrund für viel Unruhe in Ihrem Unternehmen sorgen, denn dieser wird eben genau solche Kunden für Ihr Unternehmen gewinnen.

### c) Klarheit über eine ausreichende Dokumentationspflicht

Viel vertrieblicher Erfolg bleibt deshalb ungenutzt, weil keine Klarheit darüber besteht, was aus den Vertriebsaktivitäten dokumentiert werden soll. Die Regel hier heißt: so viel wie möglich, so wenig wie nötig. Eben genau so viel, dass Sie im Extremfall zu jedem Zeitpunkt die vertrieblichen Aktivitäten übernehmen könnten, zu allen Aktivitäten in den Praxen über ausreichend Informationen verfügen und dort professionell auftreten können.

### d) Vertriebliche Kompetenz

Fast immer werden einem Vertriebler bestimmte Charaktereigenschaften zugeschrieben, die gemeinhin als Erfolgsfaktor gelten, und häufig sind diese zugeschriebenen Eigenschaften in ihrer Verallgemeinerung schlichtweg falsch. Zuhören können ist wichtiger als Dauerreden, Empathie wichtiger als Durchsetzungsvermögen – um nur zwei Beispiele zu nennen. Am Ende gibt es nur wenige Naturtalente, die meisten erfolgreichen Vertriebler haben schlicht eine gute Ausbildung genossen.

### Fazit

Nicht jeder Vertriebler passt in jedes Unternehmen. In allererster Linie müssen die Menschen, die gemeinsam mit und am Kunden arbeiten, ein homogenes Bild abgeben. Außerdem sollte die Kultur ebenso wie die Vorstellung über das Miteinander zwischen Kunden und Unternehmen zusammenpassen. Zu guter Letzt kann ein Vertriebsmitarbeiter am Ende nur so gut sein, wie seine vertrieblichen Fähigkeiten sind und die Struktur, in der er arbeiten soll, es zulässt. Fast immer ist es keine gute Idee, jemanden zu finden und ihn ins kalte Wasser zu werfen, sprich nichts in eine sinnvolle Ausbildung und Struktur zu investieren. Sollten Sie Ihren Vertriebsmitarbeiter von Anfang an effektiv und effizient suchen, finden und integrieren wollen, dann schreiben Sie mir an [ch@claudiahuhn.de](mailto:ch@claudiahuhn.de).

© sdecoiret – stock.adobe.com

## Modernes Arbeiten im Handwerk

Die Arbeitswelt wandelt sich fundamental durch technologische Innovationen, demografische Veränderungen und neue gesellschaftliche Werte. „New Work“ spiegelt diesen Wandel wider und etabliert sich branchenübergreifend als Konzept für moderne Personalführung, Flexibilität und Agilität. Eine neu veröffentlichte Studie des Ludwig-Fröhler-Instituts untersucht, in welchem Maß das Handwerk diese Prinzipien umsetzt. In Bezug auf die New Work-Komponente „Führung“ zeigt die Studie, dass die meisten befragten Handwerksbetriebe kooperativ und in flachen Hierarchien geführt werden. Der informelle und persönliche Umgang fördert eine familiäre Atmosphäre, stärkt die emotionale Bindung der Mitarbeitenden und unterstützt eine offene Unternehmenskultur. Transparenz und Mitbestimmung in Entscheidungsprozessen, insbesondere in der Arbeitsgestaltung, sind gängige Praxis.

Die „Flexibilität“, als zweite New Work-Komponente, variiert im Handwerk stark: Während gewerbliche Mitarbeiter meist ortsgebunden arbeiten,

können Bürokräfte häufig mobil arbeiten, sofern die Digitalisierung dies zulässt. Arbeitszeitflexibilität ist ebenfalls je nach Rolle unterschiedlich: Gewerbliche Mitarbeiter arbeiten häufig in festen oder Schichtzeiten, während Büroangestellte flexiblere Modelle wie Gleitzeit nutzen. Einige Betriebe bieten zudem eine Viertagewoche an. Dies erhöht die Mitarbeiterzufriedenheit, bringt jedoch organisatorischen Mehraufwand mit sich. Die New Work-Komponente „Agilität“ – Selbstbestimmung und Selbstorganisation in der Arbeitsgestaltung – ist im Handwerk nur begrenzt umsetzbar. Die meisten der interviewten Handwerksbetriebe setzen auf spezialisierte Rollen und klar definierte Arbeitsprozesse. Diese Struktur fördert Effizienz und Stabilität, lässt jedoch nur begrenzten Raum für spontane Veränderungen und Selbstbestimmung.

Quelle: DHI

Studie zum Download

