



Mein Buch, das hat fünf Ecken

NEUES METHODEN-HANDBUCH. Auf der Zugspitze ist im Rahmen eines Live-Events ein ungewöhnliches Verkäufersachbuch entstanden. »Best of 55. Die Olympiade der Verkaufsexperten« heißt es. Sein Inhalt ist ein Kaleidoskop moderner Selling-Strategien.

Dass dieses Buch einfach im Regal verschwindet, ist nicht zu befürchten. Das verhindert schon seine Form. Fünfeckig und mit schräg gestelltem Buchrücken ragt es in jedem Fall aus dem gedruck-

ten Einerlei heraus. »Best of 55 – Die Olympiade der Verkaufsexperten« ist das Resultat einer ungewöhnlichen Schreibaktion, zu der sich 55 Experten aus Marketing und Verkauf am 5.5.2005 auf Deutschlands höchstem Gipfel, der Zugspitze, eingefunden haben. Die Aufgabe: Schreiben Sie in 555 Minuten auf, was Ihre Trainingsmethode so besonders macht und welche Faktoren für den Verkaufserfolg entscheidend sind.

Auf je vier Seiten sollten sich die Profis zu sechs Rubriken äußern: In »Best success – welche Methode wirklich erfolgreich macht« konnten die Spezialisten ihre Trainingsstrategien und methodischen Ansätze darstellen. In »Best Practice – wie aus Niederlagen Siege werden« schildern sie die Erfolge einzelner Beratungsprojekte. Die Rubrik »Best tools – Werkzeuge, die ein Verkäufer beherrschen muss« beinhaltet eine praxisorientierte Sammlung der wichtigsten Verkäufereigenschaften. Spannend auch der Bereich »Best questions«. Hier finden sich Antworten auf Fragen, die den Teilnehmern noch während der

Schreib-Olympiade vorgelegt wurden. Eine umfangreiche Verkaufsbibliothek entsteht, wenn man die zahlreichen Buchtipps der Experten in der Rubrik »Best books« beherzigt.

Vom Tellerwäscher zum Erfolgstrainer

Sehr persönlich wird es dann unter der Überschrift »Best obsession – die persönliche Motivationsstory der Experten«. Hier finden sich Bemerkungen zum Werdegang der Autoren, aber auch Erfahrungen des Scheiterns und Zweifelns sowie Betrachtungen über die Fallstricke von Trainerkarrieren. Der Leser erfährt, wie Stotterer zu »Powertrainern« werden, wie es ein Schlosser zum Leiter der Personalentwicklung bringt, wie der Tod eines Klassenkameraden im Sportunterricht ein Schlüsselerlebnis für den zukünftigen Beraterberuf wurde und wie Verkaufsnieten und ehemalige Schauspieler in der Weiterbildung reüssieren können. Schulisches Scheitern und abgebrochene Studien, hoch-



Hans-Uwe L. Köhler (Hrsg.):
Best of 55 – Die Olympiade der Verkaufsexperten. GABAL Verlag GmbH, Offenbach 2005, 300 Seiten, 29,90 Euro.



Verkaufstrainer schreiben um die Wette. Erich-Norbert Detroy (vorn links) hat trotzdem Zeit für eine Tasse Kaffee.

Foto: GABAL Verlag

karätige Abschlüsse als Mediziner oder Diplom-Politologe, Bankmanager oder Restaurantfachmann und Chauffeur: Genauso vielfältig wie die Lebenswege der Autoren sind auch die inhaltlichen Vorlieben und Beratungsansätze.

Das schnellste Sachbuch der Welt

Das redaktionelle Konzept, die Gewinnung der Autoren und die komplette Organisation der Veranstaltung lagen in den Händen des Verkaufstrainers Hans Uwe L. Köhler. Auf die Idee kam er bei einem Treffen der Trainervereinigung »Club 55«, dessen Mitglied er seit vielen Jahren ist. Maximal 55 Fachleute können aktive Mitglieder im »Club 55«, der »European community of experts in marketing and sales«, sein. Bewerben kann man sich hier nicht. Man wird in den »Club 55« berufen, sofern sich zwei »Paten« für eine Neuaufnahme stark machen. Im Club fand die Idee eines Gipfeltreffens im buchstäblichen Sinne direkt großen Anklang, und so rekrutiert sich der Großteil der Autoren, die sich der sportlichen Herausforderung stellen wollten, aus dem Netzwerk.

Schon am 25. Mai stellte der GABAL Verlag das Buch »Best of 55«, das in nur knapp drei Wochen lektoriert, gesetzt, gedruckt und ausgeliefert wurde, auf der Versandbuchhändlertagung in Ulm vor. Auch das gehörte zur olympischen

Herausforderung. 555 Stunden nach Ende des Gipfelsturms sollte das Werk auf dem Markt sein. Der Drucker war eigens nach Ulm gereist, um die druckfrischen Exemplare an Ursula Rosengart, Geschäftsführerin des GABAL Verlags, und Hans Uwe L. Köhler zu übergeben. Rosengart freute sich über die pünktliche Umsetzung. »Wir halten einen perfekten Werkzeugkoffer des Verkaufens in Händen – ein Handbuch des Vertriebs mit vielen Ideen für die Praxis und eine Bibel für Personalentwickler, die nach neuen Methoden suchen«, erklärte sie den Buchhändlern.

So abwechslungsreich wie die Inhalte sind auch die Terminologien der Verkaufspraxis: Thomas Baschab setzt auf gezieltes Mentaltraining und Visualisierungstechniken für den Verkaufserfolg. Andreas Nawrocki geht die Fragestellung über das veränderte Konsumverhalten und neue Kundenbedürfnisse wie Sicherheit, Wellness und den Wunsch nach mehr immateriellen Gütern an und schildert, wie man vom Bring- und Holgeschäft zum Soggeschäft gelangt. Gregor Staub – wen wundert's – beschwört das Gedächtnis als achtetes Weltwunder. Erich-Norbert Detroy, der Präsident des »Club 55«, setzt besonders auf die Taktik der »100%-Akquise«, mit der sich der Finanzdienstleister MLP AG den diesjährigen »EXCELLENCE IN SALES AWARD« vom Handelsblatt und der Universität St. Gallen geangelt hat, und warnt vor der Gefahr der drei A's: Arroganz, Allüren und Arrivismus.

Dass auch Hardselling nicht nur zu Einmalgeschäften führt, macht Martin Limbeck mit seinem Ansatz »Das Neue Hardselling« klar. Er verknüpft unentbehrliche Verkaufstechniken mit der inneren Einstellung des Verkäufers, dem »notwendigen positiven Egoismus«. Der neue Hardseller ist kein »Repräsentant«, kein »Verkaufsförderer« oder »Vertriebsbeauftragter«, nein – er ist Verkäufer und »Verkaufen heißt Verkaufen«! Mit einer Formel für Vertriebsintelligenz versucht sich der Düsseldorfer Andreas Buhr an einem ganzheitlichen, wertebewussten Kompetenzmodell. Er will nicht nur die zentralen Fähigkeiten beschreiben und schulen, sondern sie vor allem ins richtige Verhältnis setzen. Neben dem Vertriebswissen, der Führungskompetenz und der Marktstrategie liegt bei Buhr der →



Das Kontakt- und Service-Netzwerk für Weiterbildner

Sie suchen Trainer ?

Dann sind Sie bei uns genau richtig !

- **Trainer-Datenbank im Internet**
- **ausführliche Trainer-Profile**
- **über 500 Trainer im Netzwerk**
- **Spezialisten aus vielen Bereichen**
- **Tipps für Ihre Suche**
- **Berufs-Kodex**

www.trainertreffen.de

Trainertreffen Deutschland
Bernhard Siegfried Laukamp
Kreuzkamp 7, D-31199 Diekholzen
Tel. 05121-265336, Fax 05121-265339
info@trainertreffen.de

Mitglied im DVVO Dachverband der
Weiterbildungsorganisationen e.V. und Forum
Werteorientierung in der Weiterbildung e.V.

wirtschaft & weiterbildung



In jeder Ausgabe von **wirtschaft & weiterbildung** finden Sie aktuelle Themen & Trends aus Training, E-Learning Personalentwicklung und Tagungshotellerie.



In unserer Ausgabe 09/2005 informieren wir Sie unter anderem über...

training

Neue Ausbildungsgänge zum systemischen Berater

Haufe Fachmedia

Ihre Insertion wird in einem informativen redaktionellen Umfeld präsentiert.
Anzeigenannahme bei
Frau Wolz 09 31/27 91-472
Anzeigenschluss: 04.08.2005
Erscheinungstermin: 26.08.2005

→ Kick für den wirklichen Verkaufserfolg in der »Gestalterkraft«, die sich durch Kreativität, Selbstbestimmung und Initiative auszeichnet.

Tierische Vergleiche

Auch Vergleiche mit der Tierwelt werden eifrig bemüht: Vinzenz Baldus setzt auf Delphine als Symbol für »Dienstleister in Bestform«, Alexander Munke, der seine Trainings gerne mit Gitarre und Gesang bereichert, auf die Metapher des Weißkopfadlers. Auf Stefan Frädrichs Tisch sitzt sein Stofftier »Günter«, ein kleiner Schweinehund. Die Figur hat ihm für sein erstes »Günter-Buch« mit mehr als 50.000 verkauften Exemplaren im ersten Jahr einen großen Überraschungserfolg eingebracht. Frädrich nutzt seinen »Günter«, der es zwischenzeitlich sogar bei SAT.1 ins Fernsehen geschafft hat, auch als Visual für die richtige Verkaufstaktik und analysiert das Aufeinandertreffen zweier Schweinehunde in der Verkäufer/Käufer-Konstellation. Claudia Fischer lässt



Foto: GABAL Verlag

In der Ruhe liegt die Kraft: Lothar J. Seiwert empfiehlt Verkäufern seine Bärenstrategie.

das Schwein weg und erläutert, wie aus Höllenhunden Schoßhündchen werden. Und natürlich hat einer der bekanntesten Autoren sein Lieblingstier, einen Bären, mitgebracht. Lothar J. Seiwerts Maskottchen ist das Symbol für die »Bärenstrategie« nach dem Motto »In der Ruhe liegt die Kraft«. Er setzt im Verkauf auf die viel beschworene Work-Life-Balance und ein geglücktes Empfehlungsmarketing.

Die Szene der Verkaufstrainer ist breit repräsentiert, wenn auch einige große Namen wie Alexander Christiani oder Klaus J. Fink terminbedingt fehlen. Besonders die jungen Verkaufstrainerinnen und -trainer glänzen mit originellen, neuen Seminarübungen – zum Beispiel der Übung »Unfugparty«, in der Uwe Günter von Pritzbuher, Experte für Vertriebssteuerung, die Teilnehmer auf scheinbar unlösbare oder verrückte Fragen spontan antworten lässt: »Was hat ein Schmetterling im Bauch, wenn er verliebt ist?« oder »Wenn ein Schizophrener mit Selbstmord droht – ist das dann eine Geiselnahme?«

Aber der Finger wird auch in offene Wunden gelegt. Auf die Live-Frage aus dem Internet »Warum organisieren sich Verkäufer so schlecht?« antwortet Martin Dalla Vecchia ohne jede Beschönigung: Fehlende Führung, mangelhafte Ausbildung, unzureichende Tools, fehlendes Kundenverständnis und kein Herzblut. Hart, aber wahr.

Petra Spiekermann

»BEST OF 55« IST TEIL DER JÜNGER-JUBILÄEN

Verleger Helmut Jünger feiert am 28. Juli seinen 75. Geburtstag

VERLAGSGRUPPE JÜNGER. Die Aktion »Best of 55« (55 Verkaufstrainer schreiben am 5.5. in 555 Minuten zusammen ein Buch) ist Teil der Jubiläumsaktionen der Jünger Verlagsgruppe in Frankfurt am Main:

- Die Verlagsgruppe feiert in diesem Jahr ihr 55-jähriges Bestehen.
- Der Gründer der Verlagsgruppe, Helmut Jünger, feiert am 28. Juli seinen 75. Geburtstag.

Im Alter von 20 Jahren, nach Abschluss einer Lehre als Verlagskaufmann und dem Besuch der Buchhändlerschule, gründete Helmut Jünger mit seinem Bruder die Jünger Verlagsgruppe in Frankfurt am Main. Die beiden erarbeiteten ein Verlagsprogramm für das was es damals an audio-visuellen Medien gab. »Wir waren Redakteure, Lektoren, Fotografen, Buchhalter. Alles mussten wir selbst erledigen.« In Sachen Produktion von Overheadfolien mit didaktischem Begleitmaterial nahm JÜNGER eine Pionierstellung ein und prägte damit über viele Jahre den Weiterbildungsmarkt. Schnell entwickelte sich das Unter-

nehmen zu einem der führenden Anbieter von Medien für Unterricht, Aus- und Weiterbildung.

Während sich der Jünger Medien Verlag auf die Ausarbeitung und Produktion von Trainingsmaterialien spezialisierte, werden im ebenfalls im Besitz der Familie Jünger befindlichen GABAL Verlag Bücher, Audioprogramme und CD-ROMs für Beruf und Karriere, Management und Führung, Training und Schulung veröffentlicht.

Von 1979 bis 1989 war Helmut Jünger Präsident des Didacta Verbandes, und damit maßgeblich an der Weiterentwicklung der heutigen Didacta – die Bildungsmesse beteiligt. 1988 erschien die erste Ausgabe der Zeitschrift »wirtschaft & weiterbildung«, die damals von Helmut Jünger gemeinsam mit Eberhard B. Freise ins Leben gerufen wurde. Seit 1996 erscheint die Zeitschrift, deren Herausgeber Helmut Jünger weiterhin ist, in der Haufe Mediengruppe.

Bereits in 1989 engagierte sich Helmut Jünger im Osten und übernahm ein in

der Nähe von Magdeburg ansässiges Druckereiunternehmen, welches heute mit modernster Technik, spezialisiert auf UV-Druck und Digitaldruck, ausgestattet ist. Auch heute noch ist Helmut Jünger für die Verlagsgruppe aktiv. Weite Teile des operativen Geschäftes allerdings hat sein Sohn André Jünger vor einigen Jahren übernommen.

