

# NETWORK-KARRIERE

EUROPAS GRÖSSTE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB



ZKZ 66685

MALU DREYER

„DIE AFD GREIFT UNSERE WERTE UND UNSER ZUSAMMENLEBEN FRONTAL AN“



**Christian Lindner:**  
„PM-International ist ein leuchtendes Beispiel für die Bedeutung des Mittelstandes und der Familienunternehmen“



**Hartwig Hämmerle:**  
„Es gibt für jedes Produkt einen Käufer, man muss ihn nur finden wollen!“



**Carsten Maschmeyer:**  
„Sie werden nur dann ganzheitlich erfolgreich sein, wenn Sie auch mit Ihrem Geld erfolgreich umgehen!“



**WM-Pool AG:**  
Neues Sponsorengelder-Förderprogramm unterstützt Vereine in den D-A-CH Ländern



# „WER NICHT LÄCHELN KANN, SOLLTE KEINEN LADEN ERÖFFNEN!“

Positive, leider mittlerweile selten gewordene Emotionen wie Humor, Freude und Begeisterung sind prädestiniert dafür, einem Kunden ein ganz besonderes Verkaufserlebnis zu schenken. Wenn – ja wenn man einige wichtige Spielregeln beherrscht. Humor darf man, wie schon der Autor Ludwig Börne sagte, „... niemals als Waffe benutzen, um andere anzugreifen“. Humor ist nicht die Sprache des Geistes, sondern des Herzens.

Als Arzt bin ich immer trainiert worden, die richtige Dosis eines Medikaments für eine gewünschte Wirkung zu finden. Mit dem Humor in der Kommunikation oder im Wirtschaftskontext ist es ähnlich: Humor in der richtigen Dosis sorgt für gute Stimmung, gute Stimmung sorgt für Vertrauen und Vertrauen ist die Basis für jedes Geschäft. Übertriebener und aufgesetzter Humor nervt Kunden massiv. Verkäufer, die mit Witz, Schmäh und Humor manche Unwissenheit und Unsicherheit überspielen, werden garantiert vom Kunden nicht ernst genommen und gefährden dadurch mitunter die weitere Zusammenarbeit.

Ehrlicher, authentischer und positiv fokussierter Humor ist ein Zeichen echter Persönlichkeit und Stärke, denn Humor basiert auf einem positiven Menschenverständnis, Wertschätzung und Fehlertoleranz. Gleichzeitig zeigt Humor eine Gemeinsamkeit, eine Wir-Ebene, auf der sich beide Gesprächspartner begegnen können. Wenn beide über dieselbe Sache lachen, ist eine gemeinsame Frequenz gefunden. So schaffen z. B. gemeinsam erlebte witzige Situationen, In-



sider-Stories, die zum Schmunzeln anregen oder auch selbst erlebte humorvolle Geschichten Nähe auf einer sehr empathischen Beziehungsebene.

Also miteinander lachen – ja, über andere – nein! Wichtig ist natürlich, an dieser Stelle zwischen Humor und dem peinlichen Aneinanderrei-

hen von auswendig gelernten Witzen, Gags oder sinnbefreiten, einstudierten Kalauern zu unterscheiden. Viel wichtiger sind witzige, spontane Antworten oder auch lustige passende Geschichten, die etwas mit der eigenen Person oder dem eigenen Produkt zu tun haben. Hierbei ist es jedoch unbedingt notwendig, die eigenen Kommunikations-Antennen auf Empfang zu stellen, das richtige Zu- und Hinhören und natürlich braucht es neben Mut auch ein gewisses Maß an Erfahrung.

Verkäufer, die humorvolle Gespräche führen, lösen bei ihren Kunden nicht nur ein Art Glücksgefühl aus, sondern gewinnen sogar nachweislich an Vertrauen. Und ein Verkäufer, dem der Kunde vertraut, hat definitiv bessere Karten.

Verantwortlich für das Glücksgefühl in solch einem Verkaufsgespräch ist unter anderem die Amygdala, der Mandelkern, der für unser hormonelles Belohnungssystem verantwortlich ist. Bei humorvollen Anekdoten und Pointen, insbesondere jene, die unerwartet kommen, wie z. B. in einem trockenen Verkaufsgespräch, wird diese Region besonders angesprochen. Zusätzlich werden Glückshormo-

ne, sogenannte Endorphine, ausgeschüttet. Einem Lachen kann man sich in solchen Situationen kaum entziehen. Darüber hinaus entspannt uns Humor durch die Reduktion der Stresshormone wie Adrenalin und der besseren Durchblutung unserer Organe. Jeder von uns weiß, wie gut uns so ein lustiger Abend im Kabarett mit vielen Lachern tut! Etwas Ähnliches können wir in einem professionellen und gut humorvoll geführten Verkaufsgespräch erzielen. Ich finde: Humorvolles Verkaufen ist wie ein gutes Rendezvous, wie ein aufregendes Date, wie ein Flirt mit dem gewissen Kribbeln im Bauch. Guter Humor auf der gleichen Wellenlänge sorgt für Sympathie und wenn Sie es richtig machen, nehmen beide Partner ein gutes Gefühl mit nach Hause, das Lust auf mehr macht. Der erste wichtige Schritt in eine

kraftvolle Partnerschaft ist so mitunter getan. Trotzdem oder gerade deshalb ist Humor eine ernste Sache! Was nicht bedeutet, dass ein Verkaufsgespräch ernst und verkrampt sein muss. Humor ist aber auch nicht gleichzusetzen mit „Witze erzählen“. Vielmehr ist Humor eine Lebenseinstellung. Daher sollte in einem Verkaufsgespräch das oberste Ziel immer der Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung sein. Stimmt hier die Qualität nicht, so werden Sie auch als Humorweltmeister scheitern. Humor ist eine und möglicherweise auch die beste Ergänzung zu Kompetenz und Qualität, jedoch kein Ersatz dafür. Wenn ich das weiß und beherzige, dann kann Humor das Tüpfelchen auf dem „i“ einer erfolgreichen Geschäftsbeziehung sein.

In den vier Phasen eines Verkaufsgesprächs (Gesprächseröffnung, Bedarfsanalyse, Produktpräsentation und Abschluss) sehe ich den Einsatz von Humor neben Phasen von drohenden Konfliktsituationen vorwiegend in der Startphase als Icebreaker um eine gute, lockere Gesprächsatmosphäre zu schaffen. Besonders in der Abschlussphase sehe ich keinen Sinn hier besonders witzig sein zu wollen, das schadet viel mehr als es helfen könnte.

Generell gilt das Statement: „Im Zweifel nein“. Wenn Sie spüren, ein Gesprächspartner verträgt keinen Humor, dann hören Sie bitte auf Ihren Bauch und verzichten Sie darauf!

Spaß, Humor und Freude sind aber nicht nur für das Gegenüber wichtig, sondern auch für einen selbst. Daher ist Humor auch ein idealer Spannungslöser, gerade in Situationen, in denen ein Verkaufsgespräch, wie oben kurz angedeutet, in die falsche Richtung läuft. Hier reicht oft eine humorvolle Geste, ein kurzes Bonmot, um die spürbar schlechter werdende Stimmung und den drohenden Konflikt abzuwenden und wieder Leichtigkeit, Freude und Kompromissbereitschaft ins Gespräch zu bringen. Darüber hinaus gilt es immer noch als die höchste Kunst über sich selbst und seine Fehler lachen zu können. Das entwapfnet auf allen Linien. Diese schönste Übung der Welt, sich selbst auf den Arm zu nehmen, macht Sie nicht weniger seriöser oder kompetenter, sondern viel eher menschlicher. Und Menschen wollen von Menschen kaufen!

Abschließend betrachtet hatten die Chinesen wohl Recht als sie sagten: „Wer nicht lächeln kann, der sollte keinen Laden eröffnen!“ In diesem Sinne: „Keep smiling in your job!“



## VITA

### Dr. Roman F. Szeliga

Der Kommunikationsprofi für Vorträge und Moderationen ist Arzt und Manager, Moderator, Seminarleiter, Vortragender und Autor. Die Klammer, die all das zusammenhält, ist der Humor: als soziale Kompetenz, die in der Lage ist, Menschen zu motivieren, mitzureißen und zu führen.

Davon konnte Dr. Roman F. Szeliga in Vorträgen, Seminaren und Moderationen schon mehr als 250 führende Unternehmen aus dem gesamten deutschsprachigen Raum überzeugen. Das renommierte Magazin TRAiNiNG zeichnete ihn mit dem Award „Top Speaker of the Year 2013“ aus. Seinen emotionalen und sozialen Zugang verdeutlicht auch sein großes Engagement als Mitbegründer der CliniClowns.

[www.roman-szeliga.com](http://www.roman-szeliga.com)

Bild: Thomas Lerch

**Gemeinsam mit sechs hochkarätigen Kolleginnen und Kollegen referiert Dr. Roman F. Szeliga beim großen GSA-HUMORTAG am 04.06.2016 in Nürnberg. Das diesjährige Motto: „LACHHAFT – Wie Sie Ihr Publikum mit Humor gefangen nehmen!“ Anmeldung und Infos: <https://germanspeakers.org/humortag.html>**