

## „Das Optische macht 97 Prozent aus“

Aktuelles Interview mit Herrn Holger Hillenbrand, Journalist und freier Mitarbeiter des Kölner Stadtanzeiger, erschienen am Samstag 7. Dezember 2002 im Kölner Stadtanzeiger, Sparte Beruf



„Das Optische macht 97 Prozent aus“

Hedi Mönig ist Image-Beraterin und Mitglied im Berufsverband der Verkaufsförderer und Trainer. In ihrem Institut in Speyer weht sie seit 20 Jahren unter anderem Verkäufer und Außendienst-Mitarbeiter auf Seminaren in die Geheimnisse guten Stils und Aussehens ein.

Es heißt oft, eine Tätigkeit in Außendienst und Verkauf sei in erster Linie Beziehungsmanagement. Ist es tatsächlich so, dass sich Verkäufer zuallererst selbst gut verkaufen können sollten?

Hedi Mönig: Ganz bestimmt. In jedem Fall sollte ein Verkäufer für ein stimmiges Entree sorgen. Denn wenn ich selbst keinen guten Eindruck mache, ist das auch für den Verkauf nicht förderlich. Sie gehen ja auch zu keinem Zahnarzt, der den Mund voller schlechter Brücken hat. Das Optische macht 97 Prozent aus. Dazu gehören neben der Kleidung auch eine gute Haltung, die Fähigkeit, anderen in die Augen sehen zu können sowie die Neugierde auf andere Menschen.

Stichwort Kleidung: Wie sollten sich Verkäufer Ihrer Meinung nach kleiden?

Mönig: Man sollte das tragen, was zum eigenen Typ passt. Das kann zum Beispiel auch durchaus die schräge Brille sein, die die herkömmlichen Konventionen sprengt. Seinen individuellen Stil kann man ganz gut durch Eigenwahrnehmung finden. Tief innen weiß jeder, was besonders gut zu ihm passt – meist fehlen nur Zeit und Achtsamkeit beim Kauf. Darüber hinaus sollten sich Verkäufer fragen: Wohin gehe ich, was ist der Anlass und wer ist mein Gesprächspartner? Denn es geht darum, sich adäquat anzuziehen: Man muss sich nicht verkleiden, sollte aber dem anderen gegenüber Respekt beweisen.

Dazu gehört sicherlich auch die richtige Farbwahl...

Mönig: Natürlich sollte sich ein guter Verkäufer fragen, in welchen Farben er sich präsentiert. Es ist beispielsweise nicht ratsam, bei schwierigen Verhandlungen ein rotes Jackett zu tragen. Rot signalisiert keine Zustimmung, da erscheint man als Platzhirsch. Blau strahlt dagegen Seriosität aus. Bei Frauen kann zudem oft ein typgerechtes Make-up für die nötige Farbfrische sorgen.

Doch macht das Aussehen allein nicht alles aus. Wie steht es um die Umgangsformen?

Mönig: Umgangsformen sind ebenso fundamental wichtig. Ich zähle dazu Toleranz, Respekt, Höflichkeit, Freundlichkeit und Ästhetik. Zur Höflichkeit zählen auch die ganz normalen Grußformeln: guten Tag, bitte, danke, auf Wiedersehen. Zum Respekt gehört es, den Kunden im Verkaufsgespräch ausreden zu lassen. Und ob einer ein ästhetisches Empfinden hat, bemerkt man sofort – zum Beispiel während des Geschäftsessens. Wer da die vom Kellner kunstvoll gefaltete Serviette neben den Teller legt, beweist nicht die beste Kinderstube. Denn eine Serviette gehört nun einmal auf den Schoß.

Wie aber kann man all das erlernen? Viele wissen ja gar nicht, was sie verkehrt machen.

Mönig: Natürlich, im Alltag bekommt man in der Regel kein Feedback. Wer sagt es einem schon, wenn die Krawatte abscheulich aussieht? Das meiste aber kann man durch eigene Beobachtung, über Literatur und auf Seminaren lernen. Viele Unternehmen achten sehr auf die richtige Stil-Beratung für ihre Mitarbeiter. Immer wieder erlebe ich es allerdings auch, dass Firmen großen Wert auf die repräsentative Innenausstattung ihrer neuen Räumlichkeiten legen – an die Schulung ihrer Mitarbeiter aber erst ganz zuletzt denken.