

**Rainer Fornahl**  
 Ausbildung: Lehrer, Diplom-Pädagoge,  
 zwei Jahre Verkaufserfahrung im Finanzdienstleistungs-  
 bereich, fünf Jahre angestellter Unternehmens-  
 berater eines Trainingsinstituts, Trainingsstätigkeit seit  
 1986 im Bereich Verkaufstraining,  
 1991 Gründung der Firma Pro Coach, seitdem in der  
 Organisation und Durchführung von Trainings in allen  
 Wirtschaftsbereichen tätig, insbesondere Handel.  
 Pro Coach  
 Akademie für professionelles Coaching & Unterneh-  
 mensberatung, Bergstraße 60, 58579 Schalksmühle,  
 Tel.: 0 23 55 / 90 23 23



eingezahlt und abgehoben. An der Häufigkeit der Transaktionen (der Tauschgeschäfte) erkennt man sehr schnell die Qualität der Beziehung. Wenn viel eingezahlt und abgehoben wird, ist es eine wichtige Beziehung, besonders wenn das Geben und Nehmen im Gleichgewicht sind.

Wenn ein Ungleichgewicht entsteht, wird einer der Parteien eine „Mahnung“ schreiben. In der Praxis sieht das so aus: man wird einsilbig, hat weniger Zeit, macht Vorwürfe, droht mit dem Wettbewerb. Langfristig wird es dazu führen, dass einer das Konto aufkündigt (die Geschäftsbeziehung beendet). Ob wir wollen oder nicht, der Kontostand ist auch unpermanent gegenwärtig.

Kommt nur ein Kollege durch unsere Tür, meldet sich ein Kunde am Telefon, begegnen wir dem Kunden auf der Messe etc., wird sofort reflexartig der Kontostand abgefragt („Dax, jetzt war doch noch was?“ oder: „So, jetzt ist der aber mal dran!“). Bei aller Vergleichbarkeit mit den Märkten haben wir jedoch einen Nachteil: in unserem

Verkäufertauschmarkt gibt es keine allgemeine gültige Währung! Den Wert einer Ware bestimmt ausschließlich der Kunde, und auch das, was den Wert dieser Währung ausmacht, bestimmt der Kunde! Insofern kann es natürlich passieren, dass Sie eine Ware, die Sie für besonders wertvoll halten, anbieten, aber auf der Kundenseite überhaupt keine Anerkennung finden. Der Kunde bewertet die Ware als für ihn nicht brauchbar, also wertlos.

Wenn Sie nun glauben, einen großen Wert auf das Beziehungskonto eingezahlt zu haben, ist die andere Partei überhaupt nicht der Meinung und sieht nach wie vor eine Schiefelage. Probleme sind vorprogrammiert. Zusammenfassend kann man vielleicht etwas provokativ sagen: Sie als Verkäufer verkaufen sich als Person, als Ware. Und wenn sich niemand findet, der diese Ware abzukaufen bereit ist, dann haben Sie keine Existenzberechtigung.

Was allerdings kein Grund zum Klagen ist, denn nun liegt es an Ihnen, die Ware so interessant zu gestalten, dass sie „reißenden Absatz“ findet. Wenn wir schon beim Themenvergleich mit Märkten und Waren sind: Welche Waren verkaufen sich am besten? Am besten verkaufen sich die Waren, die das beste Image, die besten Namen, die beste Ausstrahlung haben. Der