



## Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe Januar 2006

### Holen Sie sich Ihre Vertriebsexperten ins Haus

Alexander Christiani, Mercuri-Chef Holger Dannenberg, Prof. Dr. Peter Winkelmann, Michael Ehlers, Dirk Kreuter und Martina Schimmel-Schloo

#### Der innovative Fachinformationsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen



Testen Sie jetzt im 2-Monats-Abo

[www.Vertriebs-Experts.de](http://www.Vertriebs-Experts.de)

Neue Mehrwertsteuer verkauft:

# Was ein Verkäufer NICHT von Politikern lernen sollte

**Der Mensch ist bekanntlich ein adaptiver Typ. Schon als Kinder lernen wir unsere Verhaltensmuster, indem wir das Verhalten anderer kopieren. Nicht selten den vermeintlich hierarchisch höher Gestellten. Hoffentlich schaut zurzeit kein Verkäufer auf die vermeintlich höher gestellten Politiker/-innen. Hier ein aktuelles Beispiel für einen misslungenen Verkauf.**

Von Michael Ehlers

Nun ist sie da: die neue Kanzlerin. Und mit ihr bald auch die höhere Mehrwertsteuer. Eigentlich ist noch nichts passiert, aber Deutschland macht bereits wieder einmal das, was es am besten kann: meckern, nörgeln, schlecht reden. Immerhin: Auch diese Eigenschaften haben Deutschland nicht abgehalten, dort oben zu stehen, wo es viele Jahre zweifellos stand.

Was man in den Diskussionen derzeit überall hört, sind bemerkenswerte Kennzahlen: 41 Milliarden Euro neue Schulden pro Jahr. Kein verfassungsgemäßer Haushalt. Vor diesem Jahr noch war der Rekordhalter im Schuldenmachen der damalige Finanzminister Theo Waigel, der es 1996 schaffte, 40,1 Milliarden Euro aufzunehmen. Die Erwartungen, diesen Rekord im kommenden Jahr nicht nur knapp zu erreichen, sondern gar zu übertreffen, machen wenig Mut. Ebenso wenig die übrigen Zahlen, die ein „Normalsterblicher“ schwer verstehen kann und die natürlich beim Menschen auch etwas auslösen: Unverständnis, Ratlosigkeit. Und aus Unverständnis folgt Angst. Und nun auch noch eine Mehrwertsteuererhöhung von 16 Prozent auf gleich 19 Prozent? Das muss erklärt werden, besser erklärt. Oder vielleicht sogar „verkauft“?

Wer zurzeit gelegentlich in Österreich zu tun hat, trifft auf sanftmütig lächelnde Nachbarn. „Müsst ihr uns denn heute alles nachmachen?“, fragen die selbstbewussten Alpenbewohner. Immerhin sind wir Deutschen es ja schon gewohnt, in unserem Lieblingsurlandsland 20 Prozent Mehrwertsteuer zu zahlen. Das Wirtschaftswachstum in Österreich wird offensichtlich nicht durch die hohe Mehrwertsteuer gestoppt. Ganz im Gegenteil: Die Medien sind voll von Berichten über deutsche Gastarbeiter in Österreich. Unseren Nachbarn geht es offensichtlich gut. Das hört in Deutschland aber niemand und kaum einer schreibt es. „Uns wird es noch schlechter gehen!“ Auch hier wieder das Killerargument der Kritiker: Höhere Mehrwertsteuer bedeutet gleich höhere Preise, bedeutet gleich weniger Konsumentenfreude. Das Urteil aus der bescheidenen Sicht eines Vertrieblers muss daher lauten: „Humbug!“

## Menschen wollen Konzepte kaufen

Wenn es beim Einkaufen von z.B. lebensnotwendigen Konsumgütern wirklich „nur“ um den Preis gehen würde, warum existiert dann z.B. Edeka immer noch auf einem so hohen Level? Warum gehen auch deren Kunden nicht zu Aldi und Lidl? Warum leben Markenartikel wie Puma, Adidas, Nike neben all den No-Name-Billigartikeln, die teilweise vermutlich bei dem gleichen Hersteller in Taiwan hergestellt wurden? Da muss doch mehr dahinter stecken. Kurz gesagt und doch wissenschaftlich belegbar: Der Mensch kauft auch eine Philosophie, ein Gefühl, ein Konzept! Und das sollte bei der Poli-

tik eigentlich leichter verständlich sein als bei einem Pfund Butter. Das Schlimme daran: Befragt man Politiker, antworten diese genau das: Man muss seine Meinungen, Ideen und besonders die Lösungen auch dem Volk „verkaufen“. Warum tun unsere angeblichen Rhetorikprofis das nur seit Jahren so unprofessionell? Weil sie nur die „Aalglatt-wir-reden-uns-raus-Methodik“ kennen? „Wenn du als Werkzeug nur einen Hammer hast, sieht jedes Problem wie ein Nagel aus“, sagte mir einmal ein älterer Lehrmeister.

Die Quintessenz demnach: Politiker/-innen müssen wieder lernen, ihre Entscheidungen zu verkaufen und an eine Gesamtvision zu hängen. Sie tragen die Mitverantwortung für die Stimmung im Volke. Denn befragt man unsere Wirtschaftspsychologen, so kommen zum Thema Mehrwertsteuererhöhung durchaus positive Signale: Während eine Mehrwertsteuererhöhung im Normalfall als Konsumhemmnis gilt, hat das Volk auch Ängste und daraus resultierende Wünsche, die es, anfänglich argumentativ und später auch fühlbar, bedient haben möchte. Der Hamburger Sozialpsychologe Prof. Dr. Erich H. Witte schrieb in der diesjährigen dritten Ausgabe der Fachzeitschrift „Wirtschaftspsychologie“ zum Thema Mehrwertsteuererhöhung, eine wirtschaftspsychologische Analyse ihrer Wirkung: „Ist es überzeugend erkennbar, dass die Mehrwertsteuererhöhung die Sicherheit von Renten erhöht und zur Reduzierung der Arbeitslosigkeit beiträgt, kann sie auf die Konsumbereitschaft neutral oder sogar 'aktivierend' wirken. So das Ergebnis einer eigens durchgeführten Studie. Die jüngeren Befragten schauen dabei eher positiv in die Zukunft und zeigen sich konsumfreudig.“ Und: „Je höher das Einkommen ist, desto optimistischer wird die Sicherung des eigenen Lebensstandards in der Zukunft gesehen.“

## Wir brauchen endlich eine Vision

Eine der Hauptaufgaben für das neue Kabinett wird es sein – aus der Sichtweise eines Verkäufers betrachtet –, endlich dem Land eine neue Vision zu geben. Den Menschen zu erklären, wo die langfristigen, nicht nur die kurzfristigen Ziele für diese Nation liegen. Unsere Möglichkeiten legen uns die Ziele quasi vor die Nase. Nicht „Wir sind ... das Land der Dichter und Denker, Erfinder, klugen Köpfe“, sondern „Wir werden Standort Nummer 1 in der Welt für Gentechnologie, Solartechnik, Präventivmedizin. Wir sind das Land, in dem sogar ein zukünftig Achtzigjähriger gern lebt, weil er so gesund ist, dass er hier auch noch 'leben' kann.“

## Zum Autor: Michael Ehlers

ist Verkaufcoach und Rhetoriktrainer sowie Mitglied im Expertenteam von Vertriebs-Experts. [verkauf@michael-ehlers.de](mailto:verkauf@michael-ehlers.de)