

Verkäufer aus Leidenschaft verkauft seine Erfahrungen

Berchinger Vertriebsexperte berät Firmen / Der Mensch im Mittelpunkt

VON CHRISTINE HOCHREITER, MZ

BERCHING. Auf die Frage: „Was machen Sie beruflich?“ antwortet Hermann Raschick gerne „lebenslanglich Vertrieb“. Der gebürtige Niederbayer hat eine Leidenschaft: verkaufen, verkaufen und nochmals verkaufen. Diese Passion zieht sich durch seine ganze Vita. Nach einer betriebswirtschaftlichen Ausbildung in Belgien baute der gelernte Augenoptiker aus dem Landkreis Rottal-Inn den Vertrieb für mehrere namhafte Unternehmen auf – darunter für eine Rodenstock-Tochter und für die Wirtschaftsnachrichtenagentur Reuters.

Raschick (Jahrgang 1955) hatte sein „eigenes Ding“ schon immer im Hinterkopf. Doch er wusste, dass er vor einer Existenzgründung erst einmal



Der Verkaufsprofi Hermann Raschick

nen Firma Ixponet (Kemnath) ausgegliederte IT-Beratung mit 15 Mitarbeitern. Raschick: „Wenn eine Firma erfolgreicher wird, steigt auch die Motivation der Mitarbeiter.“ Der Berater ist überzeugt, dass die Menschen der Dreh- und Angelpunkt in einem Unternehmen sind. Ihnen müsse viel mehr Beachtung geschenkt werden. Die Kernfrage laute: „Wie präpariere ich die Leute, dass sie mehr erreichen, wie mache ich sie erfolgreich?“ Es genüge aber nicht, einem Mitarbeiter zu sagen: „Du musst mehr verkaufen.“ Man müsse ihm auch zeigen, wie er das praktisch machen kann, ihn anleiten. Im übrigen gebe es „nichts Billigeres als Anerkennung“.

Die Firmenberatung des Wahl-Berchingers hat keinen Seminar- sondern vielmehr einen Workshop-Charakter. Raschick hält wenig von selbst ernannten Trainer-Gurus, die allgemei-

„Viele Unternehmensberater haben nur Einsparungen als Ziel. Die Folge: Die Motivation der Mitarbeiter nimmt ab und die besten verlassen die Firma. Es kommt zu einer innerbetrieblichen Rezession.“

„Erfolgsberater“ Hermann Raschick

möglichst viele Erfahrungen sammeln musste, die er dann als Berater weitergeben konnte. 1996 gründete der Spezialist für Verkauf und Vertrieb in Berching (Kreis Neumarkt) die Firma „Sales-Experts“. Den englischen Namen hat Hermann Raschick bewusst gewählt. „Es gibt keine Ausbildung für Vertriebler“, sagt er, „keine Lehre, kein Diplom und keinen Abschluss“. Darüber hinaus habe die Bezeichnung „Verkäufer“ bzw. „Vertreter“ in Deutschland ein schlechtes Image. Entweder das Unternehmen oder der Verkäufer selbst müssten sich um die Aus- und Weiterbildung kümmern.

Es gibt vier Geschäftsfelder: die „Erfolgsberatung“ (die Fragestellung lautet: „Wie kann ich mehr Umsatz machen?“), die Weiterbildung, die Personal- und die inzwischen in der eige-

die Bedürfnisse und Eigenheiten der Teilnehmer zugeschnitten sind und sofort praktisch umgesetzt werden können. Seine Kunden (Unternehmen aus ganz Deutschland und der Schweiz) gewinnt der Berater durch Mund-zu-Mund-Propaganda, er akquiriert sie aber auch selbst. Die „Aktiv-Akquise“ sei in seinem Metier ein Muss, sagt Raschick. „Wenn ich den Leuten erzählen will, wie man verkauft, muss ich im Wandel der Zeit meine eigenen Erfahrungen machen.“

Die Klientel, die inzwischen sieben „Sales-Experts“ betreuen, stammt vor allem aus dem Maschinen- und Anlagenbau sowie aus dem IT-Bereich. Da-

„Eine Führungskraft muss gemeinsame Ziele verkaufen können. Orders per Mufti sind out.“

Hermann Raschick

bei handelt es sich vorwiegend um Unternehmen mit erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen.

Firmen profitierten vom geschulten „Blick von außen“. Raschick: „Ich habe weder eine Betriebs- noch eine Branchenbrille auf, sondern sammle überall neue Ideen.“ Bei seiner Tätigkeit hat er beobachtet, dass es in den Unternehmen häufig an der Effektivität hapert. Fehler würden sehr oft bei der Kommunikation gemacht. „Da werden lange E-Mails verschickt, deren Inhalt der Adressat gar nicht oder falsch versteht und deren Botschaft erst auf Nachfrage geklärt werden kann.“ Defizite gebe es oft auch beim „Vertrieb innerhalb des Unternehmens“, es mangle am Verkauf gemeinsamer Ziele an die Mitarbeiter.

Der Vertriebsprofi will Problemlösungen präsentieren und das Potenzial des Einzelnen fördern, ohne dabei seine Persönlichkeit zu verbiegen. Ein wichtiges Vehikel sind für ihn vertrauensbildende Maßnahmen. Das Konzept scheint aufzugehen. Der Umsatz der Verkaufsexperten ist seit der Firmengründung kontinuierlich gewachsen – und das unabhängig von der Konjunkturentwicklung. „Außerdem schreiben wir schwarze Zahlen“, betont der Unternehmenschef.

„Ein Meeting ist eine Veranstaltung, an der viele teilnehmen und wo am Ende nichts herauskommt.“

Hermann Raschick

ne Weisheiten verkünden. „Tschaka-Veranstaltungen“ mit viel Brimborium lehnt er ab. Er legt Wert darauf, dass seine Schulungen individuell auf