

Wenn zwei Welten aufeinanderprallen

Soziale und intellektuelle Unterschiede im Team und wie man sie ausgleicht

Network-Marketing bietet dem Hauptschüler ohne Lehre ebenso ein Betätigungsfeld wie dem promovierten fünf-sprachigen Wissenschaftler. Das ist auch gut so, denn jeder hat sein Umfeld, in dem er Kunden und neue Berater akquirieren kann, zu denen der andere keinen Zugang hätte. Wenn jedoch beide im Team aufeinander treffen, muss man sich in der Mitte begegnen – und das ist nicht selbstverständlich. Drei Trainer geben Tipps.

„Wir gehen täglich mit Menschen um, die in einem anderen Umfeld leben als wir: Briefträger,

Kassiererinnen im Supermarkt, Handwerker, Mitreisende in der Bahn. Die beste Form des Umgangs mit Menschen, ganz gleich aus welcher sozialen Schicht, besteht ganz schlicht aus drei Komponenten: Freundlichkeit, Höflichkeit, Respekt“ – das ist für Susanne Helbach-Grosser das A und O. Das gilt auch für ein Arbeitsteam in unterschiedlicher sozialer und intellektueller Zusammensetzung. „Wer sich als ‚etwas Besseres‘ empfindet, arrogant seinen höheren Status herabhängt und sich überlegen fühlt, hat schon verloren. Ein freundlicher, hilfsbereiter Schrebergärtner ist ein angenehmerer Zeitgenosse als ein Manager, der

Weiterbildung für das Team

Eine Herausforderung für jede Führungskraft ist die Weiterbildung für ein sozial und vom Bildungsstand her stark unterschiedliches Team. Susanne Helbach-Grosser rät: „Am Anfang steht eine eingehende Analyse, wie sich die möglicherweise konfliktreiche Situation darstellt und was verändert werden soll. Was ist das Ziel? In diesem Fall wohl eine harmonische Zusammenarbeit, die auf angemessenen, förderlichen Umgangsformen basiert.“ Es könnte allerdings verletzend wirken, den besagten „Hauptschüler“ allein zu einem Seminar für professionelle Umgangsformen zu schicken. Besser wäre es, für die ganze Gruppe eine Schulung zu organisieren, in der einerseits das optimale Verhalten im Business (Kleidung, Begrüßung, Bekanntmachen, Kommunizieren, Geschäftsessen etc.) trainiert wird, andererseits aber auch Empfehlungen für Team- und Projektarbeit gegeben werden. „Davon würde die gesamte Gruppe profitieren, und alle können sich in Zukunft besser gegenseitig unterstützen“, so die Trainerin. Auf jeden Fall werden durch eine solche Schulung viele Reibungspunkte eliminiert. Fachliche Wissenslücken können durch Seminare, Coaching oder Mentoren ausgeglichen werden. ■ (CB)



Eine große Vertriebsorganisation stellt immer ein Spiegelbild der Gesellschaft dar.

seine Konkurrenten mit unfeinen Methoden ausbootet“, so die Expertin für Takt und Stil. Jeder Mensch besitzt seinen eigenen Wert und ist in seiner Persönlichkeit einzigartig. Mit dieser Einstellung gelinge es am besten, eine förderliche Zusammenarbeit aufzubauen.

Vertrauen aufbauen

„Das heißt nicht, Defizite zu übersehen und alles zu akzeptieren, wie es ist. Eine taktvolle Kommunikation kann Wunder wirken, um die Bereitschaft zu wecken, erkannten Nachholbedarf auszugleichen“, meint die Trainerin. Gleichzeitig sei kritisch zu hinterfragen, welches Vorbild die Führungskraft vermittelt. „Wichtig ist vor allem, Vertrauen aufzubauen, um offen miteinander reden zu können.“ Mit Menschen umzugehen sei immer eine gefährliche Gratwanderung, so Helbach-Grosser. „Jeder besitzt eine ande-

re Reizschwelle, andere Erfahrungen und Hemmungen. Offenes aufeinander Zugehen, Taktgefühl und Wohlwollen schließen von vornherein viele mögliche Überreaktionen aus.“ Wer selbst die Ruhe bewahre, einen Faux Pas mit Gelassenheit registriere und eine vertrauenswürdige Ausstrahlung besitze, werde mit dem Fingerspitzengefühl keine großen Probleme haben. „Man muss sich in den anderen einfühlen können, ihn genau beobachten, um seine Reaktionen vorherzusehen“, empfiehlt sie.

Gratwanderung

Dies sei eine Kunst, die aus Selbsterkenntnis und viel Erfahrung im menschlichen Umgang resultiere. „Aber all das ist durchaus lernbar, wenngleich ein lebenslanger Prozess. Massive Vorbehalte oder Aversionen sind nur durch geduldige Sachlichkeit, Freundlichkeit und Hilfsbereit-

schaft abzubauen“, verdeutlicht sie. Leider gelinge es nicht immer, negative Denkgewohnheiten und unbewusste Ablehnung in andere Bahnen zu lenken. Wichtig sei dabei, dies nicht persönlich zu nehmen, „denn das



„Die beste Form des Umgangs mit Menschen, ganz gleich aus welcher sozialen Schicht, besteht ganz schlicht aus drei Komponenten: Freundlichkeit, Höflichkeit, Respekt“, sagt Susanne Helbach-Grosser.

Problem liegt bei Ihrem Gegenpart“. Auch für MLM-Trainer Michael Strachowitz spiegelt eine MLM-Vertriebsorganisation heute das gesamte Spektrum der Gesellschaft wieder und zwingt die Mitspieler dazu, über soziale, gesellschaftliche und auch intellektuelle Grenzen hinweg miteinander zu arbeiten.

Keine Privilegien

Immer mehr erfolgreiche Netwerker kämen aus gesellschaftlichen Bereichen und Berufen, die vormals nicht in der Branche zu finden waren: Geschäftsleute, Selbstständige, Ingenieure, Ärzte... „Und das funktioniert sogar erstaunlich gut. Es gibt im MLM keine Privilegien, die sich aus bestimmten akademischen Titeln oder geschäftlichen Erfolgen in anderen Bereichen ableiten lassen. Jeder fängt gleich an, nämlich bei Null“, sagt er. Es zähle nicht, was jemand vorher gemacht hat, sondern das, was die Person jetzt in diesem Geschäft leistet.

Keine Geschenke

„Network-Marketing demokratisiert den Erfolg. Es gibt tatsächlich den einfachen Fabrikarbeiter mit Hauptschulabschluss, der die Top-Position im Karriereplan erreicht hat und neben dem Akademiker auf der Bühne steht. Beide mussten dieselbe Arbeit tun, um dahin zu kommen, wo sie jetzt sind. Keinem wurde etwas geschenkt“, so Strachowitz. „Da-

durch entsteht gegenseitiger Respekt, der die üblichen Grenzen überwinden lässt und fruchtbare Zusammenarbeit erst möglich macht.“ Hinzu kommt, dass Network-Marketing ein einfaches Geschäft ist, für dessen Aufbau keine intellektuellen Meisterleistungen nötig sind. „Im Gegenteil, nur wer es so einfach belässt und es nicht unnötig verkompliziert, kommt voran. Alle anderen stehen sich nur selbst im Weg.“



Michael Strachowitz sieht keine wirkliche Problematik in dieser Situation. Für ihn stellt sich das Ganze als eine Herausforderung dar, an der alle Beteiligten nur wachsen können, wenn sie sich ihr stellen.

Wer sich als Intellektueller anfangs über den anderen stehend wähne oder sich aufgrund geschäftlicher Erfolge in anderen Branchen für etwas besonderes halte, werde durch die vielen Absagen und zahlreichen Enttäuschungen seine Lektion in Sachen Demut lernen, ist Strachowitz' Erfahrung. „Wer sich andererseits als Mensch mit geringerer Bildung mit Minderwertigkeitsgefühlen quält, wird durch seine Erfolge neues Selbstbewusstsein entwickeln. Nach einer Weile trifft man sich in der Mitte.“ Denjenigen, die nicht bereit zu Veränderungen in und an sich selbst seien, zeige das Geschäft „die rote Karte“, und sie verlassen das Spielfeld. Wer diese Bereitschaft mitbringt und dabei bleibt, macht hingegen eine ganz neue Erfahrung: „Network-Marketing verbindet – nicht gerade typisch für das moderne Geschäftsleben.“

Selbstwertgefühl
Um Menschen Befürchtungen, Vorbehalte, Ängste zu nehmen, empfiehlt Susanne Helbach-Grosser, deren Selbstwertgefühl zu stärken und kleinere Pannen großzügig zu übersehen. „Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen. Gegen Lampenfieber gibt es vielerlei Tricks, um die natürliche Aufregung vor einem Auftritt auf ein Minimum zu reduzieren. Nehmen Sie aber die Ängste Ihres Partners ernst, versuchen Sie im vertrauensvollen Gespräch die Hintergründe, die konkreten Befürchtungen herauszufinden. Sie lassen sich in den meisten Fällen entkräften.“
Auf jeden Fall sollte man ängstliche Kandidaten ermutigen, doch einfach ins kalte Wasser zu springen. „Je öfter er seine Tapferkeit unter Beweis stellt, desto sicherer

wird er mit der Zeit.“ Gemeinsam sollten Führungskraft und Neuling sich auch die Frage stellen, was im schlimmsten Fall passieren könnte.

Ins kalte Wasser

„Meistens wäre der „GAU“ gar nicht so gravierend, wie ihn sich der Ängstliche in seinen Alpträumen ausmalt. Lieber soll er sich darauf freuen, dass er in drei Jahren all diese hinderlichen Befürchtungen abgeschüttelt haben wird, wenn er jetzt nicht kneift“, so die Fachfrau. Gefragt ist auf jeden Fall das Integrationsvermögen von Führungskräften – eine heikle Angelegenheit, meint Susanne Helbach-Grosser. „Viele Führungskräfte unterschätzen den Motivationswert, der in einer kompetenten (Mitarbeiter)Führung besteht. Der entscheidende Punkt ist, die Menschen in ihrer Entwicklung zu fördern - mit der Folge, dass man selbst gefördert wird: Der Erfolg des Teams ist schließlich Beweis für ihren eigenen Erfolg.“

Vielfältigkeit

Trainerkollege Torsten Will sieht es ähnlich: „Um ein Network-Marketing-Unternehmen wirklich zum Erfolg zu führen, braucht man vielfältigste Ressourcen, Fähigkeiten und Ansichten. Nur so erreicht man jeden. Wer Menschen begeistern will, muss sie da abholen, wo sie stehen. Diese Fähigkeit setzt voraus, sich auch

in die anderen hineinzuversetzen und gegebenenfalls Verständnis für die Probleme, Situationen und Hintergründe zu haben.“

Um im Network-Marketing Unterschiede wie sozialen Status und Bildung auszugleichen, sei es notwendig, allen Partnern einen gemeinsamen Grund zu geben. Ein Warum und Wofür, das es lohnenswert macht, sich im Team zu engagieren. „Egal wie unterschiedlich Menschen sind, eines verbindet sie immer: die gemeinsame Vision, das gemeinsame Ziel“, verdeutlicht Will.

Vorbild

Dieses sei unabhängig von verschiedenem Verhalten und Fähigkeiten. Wenn eine Begegnung aufgrund von gleichen Zielen und Ideen stattfindet, sei ein Schulter-schluss viel schneller zu erreichen, als beim Versuch, Menschen einander anzupassen. „Interessanterweise passiert es aber von ganz alleine, dass sich Partner an anderen Partnern orientieren. Plötzlich wollen sie so sein wie ihr Vorbild und beginnen sich zu verändern. Menschen tun und denken nie das, was man ihnen sagt, sondern immer nur das, was man ihnen vormacht“, so der Trainer.

Für Führungskräfte ist es wichtig, dass sie in der Lage sind, vorbehaltlos auf jeden Geschäftspartner zuzugehen und entsprechend wertfrei zu kommunizieren. „Im Network Marketing starten alle auf der gleichen Ebene.



Torsten Will bringt das Ganze auf den Punkt: „Wenn zwei Welten aufeinanderprallen, dann verbindet das gemeinsame Ziel!“

Man weiß sowieso nie wirklich, aus wem ‚etwas wird‘ und aus wem nicht“, meint Torsten Will. Auf den ersten Blick erscheine dies wie ein Nachteil, tatsächlich

sei es ein Vorteil: „Nur deswegen kann das Führungsteam immer wieder ‚von der Bühne‘ klarmachen, dass wirklich jeder eine Chance hat und so Vorurteile eher hinderliche Ablenkungen sind.“

Wills Fazit: „Während die ‚Schlauhen‘ häufig noch überlegen, stürmen die ‚Dummen‘ die Festung und erobern die Burg. Und mit entsprechenden Erfolgen kommt es dann auch ganz natürlich zu einer Annäherung zwischen den Welten. Es ist fast ‚wie im richtigen Leben‘. Wir leben in einer Welt, in der Taxifahrer Außenminister werden können und Schauspieler in die amerikanische Politik einsteigen. Alle großen Stories haben meist eines gemeinsam: Jeder hat mal ganz klein angefangen.“ ■ (FW/CB)

Wenn's festlich wird

Wie integriert man Menschen aus sozial niedrigeren Schichten auf feierlichen Veranstaltungen? Susanne Helbach-Grosser: „Man nimmt sie einfach unter seine Fittiche und lässt sie nicht verloren in einer Umgebung herumstehen, in der sie sich erst einmal nicht wohl fühlen. So lernen sie ‚in Begleitung‘, wie man sich bei solchen Veranstaltungen verhält. Bei der Vorstellung des noch unsicheren Teilnehmers verweisen Sie auf dessen Talente oder Hobbys, so dass er in den Small Talk eingebunden wird.“ Mit der Zeit entwickelt derjenige dann immer mehr Sicherheit, sich auf glattem Parkett zu bewegen, Vorausgesetzt, der anfangs unsichere Kandidat habe den Willen, dazuzulernen und an seinem Auftreten zu feilen. Aber: „Wie wir selbst alle wissen, geht das nicht von heute auf morgen, sondern es braucht das geeignete Basiswissen und viele Erfahrungen dieser Art, um souverän mit anderen kommunizieren zu können. Geduld ist also ebenfalls angesagt.“ ■ (CB)