

---

# Motivation neu denken

*Mitarbeiter sollen von ihren Führungskräften motiviert werden, Unternehmer und Selbstständige sollen sich selbst motivieren, Verkäufer sollten per se motiviert sein. Was aber in Wahrheit oft fehlt, ist der Mut zur eigenen Persönlichkeit.*


:: Von Dirk Schmidt

---

**Warum eigentlich** kaufen wir immer wieder Produkte, die weder die preiswertesten noch die besten sind? Produkte, die wir vielleicht noch nicht einmal benötigen, die keinen konkreten Bedarf befriedigen, allenfalls ein verborgenes Bedürfnis: nach Status, Anerkennung oder persönlicher Genugtuung? Die Antwort ist einfach: Wir sind an einen Verkäufer geraten, der es geschafft hat, uns im Innern zu erreichen, der sich Zeit nahm, unser Vertrauen zu gewinnen. Während wir über das Produkt und die repräsentierte Marke plauderten, hat er erkannt, wo er uns packen kann. Schwupps – wir haben das Produkt gekauft. Das glauben wir. Dabei war es der Verkäufer, seine Persönlichkeit, seine Eloquenz, uns von sich zu begeistern. Das macht das Produkt nicht schlechter, im Gegenteil. Das Produkt wird besser, weil wir es mit dem schönen Käuferlebnis verbinden und uns darin wiederfinden.

Nein, hier soll es nicht um Verkaufen gehen, sondern um Motivation. Aber der Gedanke ist wichtig, um Motivation in ihrer modernen Ausprägung besser zu verstehen. Früher sind Motivationstrainer und Business-Entscheider davon ausgegangen, dass der Verkäufer aus reinem Egoismus handelt. Er parliert und gewinnt uns, um das Geschäft abzuschließen und seine Provision zu kassieren. Er wäre also extrinsisch motiviert – etwa durch Geld. Für diese Art der Motivation waren Tschakka-Rufe, Laufen über glühende Kohlen und das Zerschlagen von Holzbrechern als mentaler Anker für den persönlichen Durchbruch vielleicht gute Instrumente. Aber funktioniert das noch? Sind moderne Individuen in einer Wohlstandsgesellschaft wie der unseren immer noch weitgehend extrinsisch motiviert?

Seien wir ganz ehrlich: Rümpfen wir heute nicht alle die Nase, wenn wir den Eindruck gewinnen, jemand sei nur geldgetrieben oder seinem eigenen Vorteil verpflichtet? Rufen wir nicht vielmehr nach unabhängigen Persönlichkeiten, die uns lange in Erinnerung bleiben? Unsere Wirtschaft hat sich doch schon lange vom reinen Materialismus entfernt. Unsere Gesellschaft hat akzeptiert und vielleicht sogar gelernt, dass Wirtschaft nur mit Menschen zu machen ist. Diese werden in der Tat selbstbewusster, mutiger, individueller. Sie streben nicht mehr nur nach Gütern, sondern auch nach Respekt und einem Sinn für ihr Handeln. Diese Menschen brauchen eine intrinsische Motivation, müssen aus sich heraus die Lust auf Leistung und Erfolg beziehen, wenn sie ihren Zielen entgegenstreben. Der oben genannte Verkäufer hat uns wahrscheinlich deswegen überzeugt, weil er ein Typ war, eine ernst zu nehmende Persönlichkeit, die Lust hatte, mit uns zu sprechen, uns zu beraten und ja – auch zu verführen. Und wir haben es genossen. Seiner inneren Motivation folgte unser Kaufverhalten. Zwei Menschen auf Augenhöhe mit Leidenschaft in Dialog, nicht ein Kunde und ein Verkäufer.

Wer heute andere motivieren möchte, benötigt moderne und innovative Konzepte, die den Dienstwagen, den Bonus oder die Karriereleiter vielleicht nicht ersetzen, aber ergänzen. Statt „Du schaffst das schon!“ ist nachhaltige Persönlichkeitsentwicklung gefragt – und der Mut moderner Führungskräfte, diese auch bei anderen zuzulassen und zu fördern. Der starken und von sich überzeugten Persönlichkeit folgt der Erfolg von allein. Charaktere und Typen statt Parolen – so geht langfristige Motivation heute. 



*Dirk Schmidt ist Keynote-Speaker und Buchautor. Er gehört zu den gefragtesten Motivations-Experten im deutschsprachigen Raum. Als Mentaltrainer arbeitet er mit Olympiasiegern, Nationalspielern und Topmanagern. Anlehnend an seine Bücher und Veröffentlichungen hält er Vorträge und bietet Seminare zum Thema Vertrieb und Motivation an.*