Gibt es DEN Verkäufertyp?

Immer wieder höre ich die Aussage: "Ich bin halt kein Verkäufertyp". Wenn ich das hinterfrage, und wissen will, was denn der Verkäufertyp sei, kommen oft schwammige Antworten wie: "Halt so ein Plauderi und Draufgänger." Seltsam, genau diese zwei Eigenschaften sind aus meiner Sicht absolut unbrauchbar im Verkauf. Vielschwätzer sind selten Spitzenverkäufer, im Gegenteil. Wer kopflos drauflosrennt, ohne Struktur, Vorbereitung oder echtes Interesse am Gegenüber, scheitert in den meisten Fällen ebenfalls. Was ist denn der Verkäufertyp? Gibt es ihn überhaupt? Oder halten wir uns an einem Klischee fest, das dem Verkauf mehr schadet als nützt? Diese Fragen werde ich im Folgenden beleuchten und beantworten.

Wie Verkaufsprofis vorgehen

Jeder Verkaufsprozess lässt sich in vier klar unterscheidbare Phasen gliedern, zusammengefasst im Modell **ABSA**.
A – **A**tmosphäre schaffen und beibehalten
B – **B**edürfnisse und/oder Bedarf des Kunden erfahren
S – **S**icht des Kunden einnehmen für Beratung/Argumentation
A – **A**bschliessen

In jeder Phase sind andere Fähigkeiten und Eigenschaften gefragt. Auf einen Nenner gebracht, heisst das: Zu Beginn sind Beziehungsstärke und Empathie im Vordergrund. Es geht darum, Vertrauen aufzubauen und eine angenehme Gesprächsatmosphäre zu schaffen. Erst danach wird die fachliche Kompetenz relevant. Die Bedürfnisse des Kunden zu verstehen, seine Perspektive einzunehmen und passgenau zu beraten haben Priorität. Hier zählen klare Argumentation, verständliche Struktur und echtes Eingehen auf das Gegenüber. Und zum Schluss heisst es, zu erkennen, wann das Geschäft abschlussbereit ist. Diesen Abschluss gilt es dann auch aktiv zu tätigen.

Betrachtet man diesen Ablauf im Licht des Structograms, eines Instruments zur Persönlichkeitsanalyse, wird eines besonders deutlich: Unsere Temperamentsausprägungen, dargestellt durch die Farben **Grün**, **Rot** und **Blau,** kommen je nach Phase des Verkaufsprozesses unterschiedlich zum Tragen.

Der Kunde und seine Persönlichkeit

Jeder Kunde ist anders. Jeder Mensch bringt seine eigene Persönlichkeit mit und damit auch seine ganz individuellen Erwartungen daran, wie eine Verkaufsberatung idealerweise ablaufen sollte. Was für den einen überzeugend ist, wirkt auf den nächsten eher abschreckend. Diese Kundenpersönlichkeit lässt sich in ihrer Grundstruktur ebenfalls den drei Ausprägungen des Structograms zuordnen und somit bewusst erkennen, lesen und einordnen.

Während bei manchen Kunden vor allem die Persönlichkeit und vertrauensvolle Ausstrahlung des Verkäufers im Zentrum stehen, legen andere grossen Wert auf Begeisterung, Klarheit und Entschlossenheit. Wieder andere erwarten eine fundierte, detaillierte und sachliche Beratung, bevor sie eine Entscheidung treffen. Oder ist es von allem eine gewisse Portion, einfach mit unterschiedlicher Gewichtung?

Wer es beherrscht, Kunden zu lesen und sein Vorgehen situativ auf die jeweilige Persönlichkeit abzustimmen, verfügt über das Rüstzeug, bei (fast) jedem Kunden zu reüssieren. Sei es über den persönlichen Kontakt, die detaillierte Beratung oder die Entschlossenheit und Begeisterung, die zum Abschluss führt.

Weitere wichtige Eigenschaften von Verkaufsprofis

Nebst der intensiven Auseinandersetzung mit Persönlichkeitsstrukturen zeichnen sich Top-Verkäufer dadurch aus, dass ihnen ihre Wirkung, insbesondere in der Kommunikation, bewusst und wichtig ist. Schlüsselelemente wie aktives Zuhören, Feedbackkultur leben, gezielt die richtigen Fragen stellen usw. sind auch im heutigen digitalen Zeitalter immer noch zentrale Erfolgsfaktoren. Zudem ist es nebst dem verbalen, paraverbalen und nonverbalen Kommunizieren auch wichtig, sich der extraverbalen Elemente bewusst zu sein. Dazu gehören alle äusseren Faktoren, die unsere Botschaft beeinflussen wie z.B. Zeit, Kleidung, Aussehen, Gerüche, Objekte oder die räumliche Situation.

Auf der Folgeseite findet sich eine kompakte Übersicht zu den zentralen Persönlichkeitsmerkmalen und deren (Aus-)Wirkungen.

Die drei Temperamentsausprägungen

Je nach Phase des Verkaufsprozesses sind unterschiedliche Temperamentsausprägungen hilfreich oder hinderlich. Keine davon ist für das Verkaufen gut oder schlecht. Entscheidend sind Zeitpunkt, Dosierung und Bewusstsein.

Die drei Temperamentsausprägungen: Wo sind sie im Verkaufsprozess gefragt und wo gefährlich?

Beziehung und Bedürfnisaufnahme

Grün ist gefragt im Beziehungsaufbau und bei der Bedürfnisaufnahme. Dank der ausgeprägten Empathie fühlt sich grün gut ins Gegenüber ein.

Stärken von grün für das Verkaufen
- Hohe Empathie
- Fantasie und Kreativität
- Aktive, verbindende Kommunikation
- Ist sehr zugänglich und offen

Gefahren von grün für das Verkaufen
- Abschweifend und zu langatmig
- Zu Nahe kommen; Abstand nicht wahren
- Widerstand persönlich nehmen
- Die anderen Ausprägungen unsympathisch oder "abnormal" empfinden

Struktur und fachliche Beratung

Blau ist gefragt bei der fachlichen Beratung und dem sauberen zu Ende bringen eines (Verkaufs-) Prozesses.

Stärken von blau für das Verkaufen
- Hohe Zuverlässigkeit und Präzision
- Zurückhaltung und Sachlichkeit
- Ist überlegt und sehr genau
- Denkt voraus und erkennt Konsequenzen

Gefahren von blau für das Verkaufen
- Pedantisch sein
- Sich in (unnötigen) Details verlieren
- Sturheit – auf eigener Sichtweise beharren
- Die anderen Ausprägungen unsympathisch oder "abnormal" empfinden

Entscheidung und Abschluss

Rot ist gefragt, wenn es darum geht, Entscheide zu fällen und aus dem Moment Chancen zu erkennen und zu agieren.

Stärken von rot für das Verkaufen
- Hohe Entscheidungsfreudigkeit
- Dynamik und Tempo
- Initiative ergreifen
- Begeisterungsfähigkeit

Gefahren von rot für das Verkaufen
- Gegenüber überfahren
- Sprunghaft in Kommunikation und Vorgehen
- Unbedingter Zwang zu gewinnen
- Die anderen Ausprägungen unsympathisch oder "abnormal" empfinden

Ganz wichtig

Jeder Mensch trägt alle drei Ausprägungen in sich, jedoch in sehr unterschiedlicher Stärke. Keine Ausprägung allein macht einen Spitzenverkäufer aus. Die grosse Kunst im Verkauf liegt darin, sich seiner Selbst bewusst zu sein und zu erkennen, wann welche Ausprägung gefragt ist sowie zu verstehen, wo man sich selbst im Weg steht. Wer diese Dynamik beherrscht, verkauft nicht gegen seine Persönlichkeit, sondern mit ihr – situativ, wirksam und somit erfolgreich.

STRUCTOGRAM®

Die drei Temperamentsausprägungen: Was sind typische Erkennungsmerkmale?

	"Grüne" Merkmale	"Blaue" Merkmale	"Rote" Merkmale
Verhalten	• Mensch- und gefühlsorientiert • Gemütlich gesellig / empathisch / redselig	• Sach- und vernunftsorientiert • Sachlich rational / distanziert / präzise	• Ziel- und ergebnisorientiert • Aktiv dynamisch / dominant / entscheidungsfreudig
Motive	• Wohlbefinden / Komfort / gute Beziehungen / Gewohnheiten	• Vernunft / Planung / Logik & Fakten / Individualität	• Leistung / Status / Erfolg / Herausforderung
Argumentation	• Produkt-Erfahrungen / persönliche Geschichten / "Wie fühlt es sich an?"	• Sachliche Beweise / detaillierte Informationen / "Warum ist das so?"	• Produkterlebnis / konkreter Nutzen (Anwendung) / "Was bringt es mir?"

Ganz wichtig

Die drei Ausprägungen sind bei jedem Menschen unterschiedlich stark vorhanden. Die grosse Kunst im Verkauf liegt darin, zu erkennen, sprich zu lesen, wie stark ausgeprägt diese Merkmale beim Gegenüber sind und anschliessend dem Kunden gerecht werdend die Verkaufsstrategie zu wählen und umzusetzen.

Fazit

Die Titelfrage "Gibt es DEN Verkäufertyp?" beantworte ich mit einem klaren NEIN. Es gibt keinen Verkäufertyp! Jede Persönlichkeitsstruktur verfügt über Stärken und Gefahren für den Verkauf. Verkaufen ist vielmehr eine Frage der persönlichen Reflexion. Weiter entscheidend sind aus meiner langjährigen Erfahrung als Trainer das Wollen, die Bereitschaft sowie die Freude daran, das Verkaufshandwerk zu lernen und ständig zu verfeinern und zu verbessern. Nur wer sich permanent mit seinen Fähigkeiten und seiner Wirkung befasst und besser werden will, schafft es an die Spitze. Genauso wie beim (Spitzen-)Sport.

Wer sich mit Menschen und deren Persönlichkeit sowie mit seiner generellen Wirkung und Kommunikationsfähigkeit auseinandersetzt, verfügt über die elementare Basis zum Verkaufserfolg.

Das Instrument "Biostrukturanalyse und Structogram" kennenlernen und gezielt im Verkauf anwenden:
Das nächste öffentliche Seminar **"Überzeugen durch Persönlichkeit"** (2 Tage) findet am 5. Mai/4. Juni 2026 in Wil statt. Mehr unter: https://www.k-bt.ch/training/oeffentliche-trainings/. Anmeldungen sind ab sofort möglich. Platzzahl beschränkt auf 16 Teilnehmende.

Weitere Infos bei k-bt, klaus – beratung und training, Kurt Klaus, Herbrigstrasse 18, 9011 St. Gallen, 071 280 20 10, klaus@k-bt.ch, https://www.k-bt.ch/

Im Text verwende ich die männliche Form. Dabei ist mit der männlichen Form stets "der Mensch" gemeint (w/m/d).

© Kurt Klaus, k-bt