



Motivationstrainer Dirk Schmidt erklärt in seiner Kolumne, wie man als Finanzdienstleister in Zeiten der Verunsicherung das Vertrauen der Kunden stärkt, und warum man sich ein Beispiel am Radsport nehmen sollte.

Was ist das letzte Mittel, um den Euro zu retten? Der Euro-Bond. Sagen jedenfalls die einen. Die anderen sagen, Euro-Bonds haben höchstens die Lizenz zum Verzweifeln. Dann wird es mit dem Euro noch schlimmer, wenn der Rettungsschirm im Sturm der allgemeinen Verunsicherung nach hinten umklappt. Dann werden die Rettungsmilliarden vollständig vom Winde verweht und alle fragen sich: Wie konnte es nur soweit kommen!?

In der öffentlichen Wahrnehmung des internationalen Finanzkreislaufs hat die Milliarde längst die Million abgelöst. Zwar verläuft die Inflation rein rechnerisch auf einem normalen Niveau. Auf gefühlter Ebene blasen sich materielle Werte im Kontext von Rettungspaketen und Schuldenschutzschirmen jedoch immer weiter auf. Bis es der Großteil der Bevölkerung einfach nicht mehr versteht. Sogar immer mehr Fachleute beginnen, intellektuell vor der Finanzkrise zu kapitulieren. Heute wird man eher belächelt, wenn man glaubt, zu wissen anstatt mit den Schultern zu zucken. Bekennend ratlos befindet man sich in guter Gesellschaft.

Basierend auf meiner [langjährigen Erfahrung als Mental- und Motivationstrainer](#) ist diese Krise jedoch weniger eine reine Geldkrise. Vielmehr ist sie eine Vertrauenskrise und erinnert mich an das Dopingproblem im Sport. Der Radsport ist das plakativste Beispiel. Irgendwann und irgendwo wurde mit dem Doping angefangen. Man wollte stärker, schneller, ausdauernder sein, als die Konkurrenz. Klar, dass die Mitbewerber, also die anderen Rennställe, die Ärzte, die Fahrer das nicht so einfach hin nahmen. Also wurden plötzlich überall neue Methoden erforscht, um schneller zu sein.

Schließlich verselbständigte sich das System Doping. Man wollte immer schneller und schneller sein. Bis das sprichwörtliche Fass, in diesem Fall quasi das Fass voller Eigenblut, überlief und sich die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten weitgehend aus dem Radsport zurückzogen. Das war dann der Supergau. Die Fans, die der Tour de France ihre Milch namens Aufmerksamkeit lieferte, verloren das Vertrauen in ihre Stars und das Interesse am System des Profi-Radsports. Die eigentlichen Verlierer dieser Doping-Skandale sind jedoch nicht die Fans. Es sind bis heute die ambitionierten sauberen Radrennfahrer, die sich täglich abstrampeln, um das Image ihres Sport wieder in ein besseres, vertrauensvolleres Licht zu rücken. Sie sind die eigentlich tragischen Helden in dieser Geschichte. Genauso wie Sie, die fleißigen, fairen Finanzdienstleister in dieser anderen Geschichte namens Finanzkrise. Auch Sie haben heute mit den Auswirkungen des verzerrten Wettbewerbs der letzten Jahre zu kämpfen.

Nun heißt es also Vertrauen zurück zu gewinnen. Damit die Anleger wieder mehr Interesse daran entwickeln, ihr Geld arbeiten zu lassen und fremden Menschen anzuvertrauen. Nur wie? Denn mit dem Vertrauen ist es so eine Sache. Es dauert lange, um es aufzubauen. Es bedarf manchmal aber nur eines kurzen Momentes, um es zu zerstören. Und das Verwickelteste daran ist: Man muss nicht einmal selbst daran beteiligt sein. Jeder Finanzdienstleister, der dieser Tage mit seinen skeptischen Kunden spricht, weiß, was ich meine.

Da hilft nur eins: Erstens vertrauen Sie sich selbst und Ihrer eigenen Vertrauenswürdigkeit. Zweitens vertrauen sie Ihren Kunden, wenn sie möchten, dass ihre Kunden Ihnen vertrauen. Und akzeptieren sie es, wenn aktuell eine gewisse Skepsis seitens der Anleger besteht. Es hat nichts mit Ihnen persönlich zu tun und das brauchen Sie auch nicht persönlich nehmen.

Vertrauen ist immer noch die beste aller vermögenswirksamen Leistungen. Ob als betriebsinterne

Kleinanlage, als Fondsbeteiligung oder als Aktienpaket. Geradezu notwendig ist Vertrauen jedoch in der emotionalen Beziehung zu Ihren Kunden. Hier ist Vertrauen die Mutter des Erfolgs. Schließlich geht es um Geld. Es ist systemimmanent. Im Gegensatz zu einem gelben Trikot.

~~~~~  
**Besuchen Sie den Motivationstag „Gewonnen wird im Kopf“ mit Dirk Schmidt, hier die neuen Termine für 2012:**

Düsseldorf: Samstag, 21. Januar 2012

Nürnberg: Samstag, 21. April 2012

Siegen: Donnerstag, 26. April 2012

München: Samstag, 10. November 2012

Köln: Samstag, 17. November 2012

jeweils von 10:00 Uhr bis ca. 18:00 Uhr

Als procontra-Leser profitieren Sie von dem Vorzugspreis für die Tagesveranstaltung von 99,- Euro. Die reguläre Teilnahmegebühr beträgt 199,- Euro / pro Person.

Weitere Informationen zum MOTIVATIONSTAG finden Sie unter:

<http://www.dirkschmidt.com/angebote/seminare/motivationstag.html>

Seite [1](#) [2](#) | Artikel auf einer Seite

Ähnliche Artikel

1. [„Der Fachidiot schlägt den Kunden tot“](#)
2. [Gewonnen wird im Kopf – Ihr Motivationstag](#)