

## DAS KÖNNTE SIE AUCH INTERESSIEREN



Das Bewerbungssessen meistern: Mit diesen Tipps...



Gepflegte Erscheinung im Beruf



Büros als dynamische Arbeitsplätze: L'Oréal...



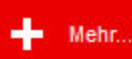
HPI-Podcast Neuland mit Professor Falk Ueberti...

hier werben

powered by plista

## Kreativität erwünscht: Warum Sie sich als Führungskraft „Frei“-Zeit nehmen sollten

02.12.2019 | VON MARTIN LIMBECK | NEWS, ORGANISATION, SELBSTMANAGEMENT



KEINE BEITRÄGE MEHR VERPASSEN? HIER ZUM NEWSLETTER ANMELDEN!

E-Mail \*

Jetzt anmelden

Sicher werden Sie es mir bestätigen: Die Anforderungen an Führungskräfte sind hoch. Der Vorstand erwartet, dass im Vertrieb alles fluppt,



Jetzt bewerten!

## PUBLIREPORTAGEN

### EMPFEHLUNGEN

### MEISTGELESEN



Poulet im Chörbli in der Pouletburg Attinghausen: Einfach köstlich!



Coop spendet 100'000 Franken für Erdbebenopfer in Albanien



Wäscherei Bodensee AG – Ihr Spezialist für Textil-Logistik und Mietwäsche



BGW Treuhand AG: Kompetente Hilfe für alle Belange Ihrer Administration



Baar ZG: Zwei Schwarzarbeiterinnen aus der Schweiz ausgeschafft



Eidg. dipl. Textilpfleger – ein Berufsprofil



Der passende Wäschepartner für Gastro-Betriebe & Co.

## TOP AUTOREN

news aktuell  
PRESSEPORTAL Höhere Nachfrage nach Campern und Lieferwagen



Olaf Hoffmann  
Hinter jedem grossen Mann steht eine starke Frau und anders herum



Janine El-Saghir  
Der Business24  
Wochenrückblick: Starker Franken, Bankprobleme, Griechenland, Ukraine-Krise

**Mitarbeiter wünschen sich klare Ansagen und Anerkennung, die Kunden wollen verstanden werden ... Auf gut Deutsch gesagt – Führungskräfte im Vertrieb sind eierlegende Wollmilchsäue.**

Sie sollen multitaskingfähig sein, jederzeit einspringen können, jede Präsentation rocken, Feuer löschen in kniffligen Situationen, die Mitarbeiter bei Laune halten – und am besten auch noch eine kreative Idee nach der nächsten aus dem Hut zaubern. Ich weiss nicht, wie Sie das sehen: Doch mit diesen Anforderungen lässt sich locker die Arbeitszeit von zwei bis drei Leuten füllen. Und nicht nur das. Mir kann keiner erzählen, dass er bei so einem Arbeitspensum noch kreativ sein kann.

Mit Kreativität meine ich noch nicht mal, dass Sie als Führungskraft gefragt sind, sich das nächste grosse Ding auszudenken, mit dem Ihr Unternehmen Rekordumsätze macht. Doch als Vertriebsleiter sind Sie nicht nur Leitbild für Ihre Mitarbeiter, sondern auch der Vordenker für Ihre Vertriebsorganisation.

Es ist Ihr Job, sich Gedanken über neue Ziele zu machen, Prozesse zu überdenken und die Ressourcen Ihrer Leute effizient zu managen. Das alles klappt jedoch nur, wenn Sie auch mal eine ruhige Minute dafür haben. Und bevor Sie versuchen, sich rauszureden: Nein, die halbe Stunde, die Sie morgens zur Arbeit fahren, reicht dafür nicht. Sicher ist Ihnen auch schon aufgefallen, dass Ideen selten auf Knopfdruck kommen. Sich zwischen zwei Meetings mal eine Stunde hinsetzen und hirnieren? Können Sie natürlich machen – allerdings wird Sie die tickende Uhr in Ihrem Kopf mit grosser Wahrscheinlichkeit davon abhalten, wirklich einen entscheidenden Schritt weiter zu kommen.

## Kreativität braucht Freiräume

Warum ich Ihnen das erzähle? Weil ich früher genauso war. Ich habe mich schwergetan, mir Zeit für Kreativität und Brainstorming freizuschaffen – weil ich dachte, dass das keine „richtige“ Arbeit sei. Dabei ist alles eine Frage des Mindsets! Klar ist es eine andere Art von Produktivität, wenn Sie am Ende des Tages einen langen Bericht fertiggestellt, zehn Akquisetelefonate geführt und eine Präsentation beim Kunden gehalten haben. Doch auch produktive Ideenarbeit im Kopf ist Arbeit.

Ein weiteres Fettnäpfchen, in das viele Führungskräfte tappen – sie verschieben die Zeit für kreatives Braining auf „später“. Weil gerade so viel zu tun ist. Der Haken an der Sache: Wenn Sie weiter nach dieser Maxime handeln, werden Sie nie dazu kommen, sich Gedanken zu machen. Denn das Tagesgeschäft läuft nun mal weiter. Es gibt immer etwas zu tun. Mein Tipp daher: Planen Sie sich Ihre kreativen Freiräume genauso ein, wie Sie es mit wichtigen Kundenterminen oder Teammeetings machen. Treffen Sie gewissermassen Verabredungen mit sich selbst, um Ideen, Pläne und Ziele zu entwickeln.

Wie wäre es, wenn Sie sich beispielweise einen Nachmittag pro Woche reservieren, der frei von Terminen und sonstigen Verpflichtungen ist? Wichtig ist natürlich, dass Sie das auch entsprechend an Ihr Team kommunizieren – und sich selbst dranhalten. Klar kann es passieren, dass Sie wirklich einspringen müssen, weil Not am Mann ist.

Doch lassen Sie es nicht zur Regel werden! Idealerweise verlassen Sie Ihr Büro, am besten das ganze Gebäude, damit Sie nicht „greifbar“ sind. Vor allem jedoch, damit Sie im wahrsten Sinne des Wortes die Perspektive wechseln. Denn so gewinnen Sie Raum und Zeit für neue Ideen. „Und was soll ich dann tun?“ ist eine Frage, die mir Trainingsteilnehmer zu diesem Thema öfter stellen. Klarer Fall: Mit dem Stift in der Hand vor einem leeren Blatt Papier sitzen und abwarten, dass die Ideen zu sprudeln beginnen, ist ... sagen wir mal suboptimal. Tun Sie stattdessen, was auch immer Ihnen ein gutes Gefühl gibt und Ihre Fantasie anregt. Machen Sie es sich auf dem Sofa bequem, gehen Sie in Wald oder Park spazieren, trinken Sie einen Kaffee in Ihrem Lieblingsbistro oder gehen Sie ins Museum. Oder treffen Sie sich mit anderen zum „Gedanken-Pingpong“, wenn Sie

in der Gruppe kreativer sind. Wichtig: Machen Sie sich frei von Stereotypen. Beim Brainstormen gibt es kein richtig oder falsch.

## Warum Kreativität wichtig für die eigene Motivation ist

Ich selbst habe vor einiger Zeit die Entscheidung getroffen, jeden Freitag frei zu nehmen. Sprich mir diesen Tag für Ideen zu reservieren. Wie ich ihn verbringe, ist jedes Mal unterschiedlich. Mal gehe ich mit meinen Hunden raus, ich gehe angeln – oder schnappe mir ein paar neue Bücher, von denen ich mir Inspiration verspreche.

Und wissen Sie, wofür solche „Auszeiten“ aus dem Tagesgeschäft ebenfalls wichtig sind? Sie haben auch die Gelegenheit, über sich selbst nachzudenken. Über Ihr „Warum“ – und darüber, was Sie tun können, um kontinuierlich und langfristig Freude an Ihrem Job als Vertriebsführungskraft zu haben. Kreativität hat also auch etwas mit intrinsischer Motivation zu tun. Das gleiche gilt auch für Brainstormings im Team. Hier kann ich nur Positives berichten: Seit wir regelmässige Kreativsessions veranstalten und auch die Mitarbeiter eigene Ideen entwickeln und weiterverfolgen, sind wir alle spürbar produktiver geworden. Viele Ideen, von denen unsere Kunden absolut begeistert sind, sind nicht auf dem Reissbrett entstanden – sondern auf die hier beschriebene Weise. Also, wann nehmen Sie sich Ihre nächste kreative „Frei“-Zeit?

**LIMBECK.  
VERTRIEBS  
FÜHRUNG.**

**DAS  
STANDARD-  
WERK**  
für SALES  
MANAGEMENT

**GABAL**

## Limbeck. Vertriebsführung.

Das Standardwerk für Sales Management

446 Seiten, gebunden

ISBN 978-3-86936-931-0

€ 32,00 (D) | € 32,90 (A) Subskriptionspreis bis 30.09., danach

€ 39,00 (D) | € 39,90 (A)

GABAL Verlag, Offenbach 2019

Die Digitalisierung hat den Vertrieb revolutioniert. Wer seine Produkte und Dienstleistungen verkaufen möchte, muss sich heute mehr einfallen lassen als noch vor zehn Jahren. Das wirkt sich auch auf die Vertriebsführung aus: Vertriebe stehen vor der Herausforderung, sich vollkommen neu aufzustellen. Das verlangt von Vertriebsleitern und Führungskräften nicht nur geballtes Wissen über die aktuellen Entwicklungen des Marktes und der Kundschaft, sondern auch die klare Fokussierung auf die Führungsarbeit. Denn nur wer die Bedingungen schafft, damit die Mitarbeiter jeden einzelnen Tag ihre besten Leistungen bringen können, macht seinen Vertrieb fit für die digitale Zukunft.

Wie es unter diesen neuen Voraussetzungen gelingen kann, am Puls der Zeit zu bleiben und Unternehmen und Mitarbeiter zum Erfolg zu führen, vermittelt Vertriebskoryphäe Martin Limbeck in seinem neuen, umfangreichen Kompendium **Limbeck. Vertriebsführung**. Checklisten, Infokästen und die knackigen „Limbeck-Tipps“ machen das Buch zu einem umfassenden Standardwerk, dass sowohl als Arbeitsbuch wie auch als „Duden der Vertriebsführung“ für jede Herausforderung genutzt werden kann.

Weitere Informationen: [www.limbeck-vertriebsfuehrung.de](http://www.limbeck-vertriebsfuehrung.de)



### Limbeck. Vertriebsführung.: Das Standardwerk für Sales Management (Dein Business)

- Martin Limbeck
- Herausgeber: GABAL
- Auflage Nr. 1 (01.10.2019)
- Gebundene Ausgabe: 448 Seiten

**32,00 EUR** 

Bei Amazon kaufen



### Limbeck. Verkaufen.: Das Standardwerk für den Vertrieb (Dein Business)

- Martin Limbeck
- GABAL Verlag
- Kindle Edition
- Auflage Nr. 1 (01.10.2018)
- Deutsch

Bei Amazon kaufen



## Das neue Hardselling: Verkaufen heißt verkaufen - So kommen Sie zum Abschluss

- Martin Limbeck
- Springer Gabler
- Kindle Edition
- Auflage Nr. 6 (30.11.2016)
- Deutsch

Bei Amazon kaufen



## Nicht gekauft hat er schon: So denken Top-Verkäufer

- Martin Limbeck
- Herausgeber: Redline Verlag
- Gebundene Ausgabe: 208 Seiten

19,99 EUR 

Bei Amazon kaufen

Titelbild: goodluz – shutterstock.com

 Zum Autor

 Letzte Beiträge



### Über Martin Limbeck

Martin Limbeck ist Inhaber der Limbeck® Group, einer der führenden Experten zum Thema Blended Learning und Entwicklung von Lernkonzepten für Unternehmen, sowie einer der meistgefragten und renommiertesten Business-Speaker und Verkaufsspezialisten auf internationaler Ebene. Für seine innovativen und nachhaltigen Angebote wie den LOOP-Prozess® und die Martin Limbeck® Online Academy wurde Martin Limbeck unter anderem mit dem Grossen Preis des Mittelstandes der Oskar-Patzelt-Stiftung und dem Siegel „Wirtschaftsmagnet“ ausgezeichnet. Darüber hinaus erhielt die Limbeck® Group die Auszeichnung „Beste Arbeitgeber in NRW 2019“ von Great Place to Work®. Mehr Informationen auf [www.martinlimbeck.de](http://www.martinlimbeck.de) und [www.limbeckgroup.com](http://www.limbeckgroup.com).

