



# Jetzt das Jammertal verlassen!

**Mathias Wieland**  
 Inhaber und Geschäftsführer der Kommunikationsagentur  
 Success Solution Partners – Die Erfolgslobbyisten

von **MATHIAS WIELAND**

**G**anz allein – geschunden, geschlagen und verbannt – stehen wir in der letzten Ecke der Gesellschaft. Wir – die angeblich so gemeinen, prinzipienlosen, eiskalten Geschäftemacher – sollen alltäglich die Unwissenheit und Naivität unserer Mitbürger ausnutzen, um ihnen auch noch den letzten Cent zu nehmen.

Niemand versteht uns! Aber schließlich sind wir es doch, die die deutsche Wirtschaft am Laufen halten. Politiker, Journalisten, Verbraucherschützer – alle haben sich auf die Fahne geschrieben, unseren Wirtschaftszweig zu zerstören.

Haben Sie bei den letzten Sätzen auch an der ein oder anderen Stelle genickt? Stimmen Sie mit mir als Autor dieser – zugegebenermaßen plakativen – Sätze überein?

Warum ich das frage? Erst vor einigen Jahren habe ich diese Branche kennen lernen dürfen. Telefonmarketing und die verschiedenen Formen des Direktmarketings waren mir bis dahin vornehmlich aus der Sicht des Verbrauchers bekannt.

Heute habe ich manchen Blick hinter die Kulissen erhalten, und aus der Sicht eines professionellen Öffentlichkeits- und Image-Arbeiters wage ich eine kritische Analyse. Ich kenne keine andere Branche mit solch herausragenden Kernkompetenzen, die

ihre eigenen Fähigkeiten so wenig nutzt, um erfolgreich und positiv zu kommunizieren! Stattdessen versteht es die Branche herausragend, sich jammern dem Weltschmerz hinzugeben, die Schuld stets bei anderen zu suchen und an allen anderen herumzumäkeln.

Jammern ist offenbar ein urdeutscher Charakterzug, dem sich auch ganze Wirtschaftszweige nicht entziehen können. Unzufriedenheit und Schuldzuweisungen gegenüber Dritten haben aber bekanntlich noch nie etwas Positives bewegt.

## Hoch kreativ und innovativ

Die deutsche Direktmarketingbranche – inklusive des Telefonmarketings – muss endlich raus aus dieser selbst gewählten Lethargie! Die Verantwortlichen müssen sich der Zukunft stellen und sie optimistisch annehmen. Niemand hat uns versprochen, dass das (Geschäfts-)Leben leicht wird – dass wir unseren Weg zum Erfolg ohne Hindernisse gehen können. Doch am Ende gewinnt immer der, der einmal mehr aufsteht, als er auf dem Weg zum Ziel stolpert!

Diese Branche ist hoch kreativ und innovativ! In ihren Reihen kumuliert sich die Fachkompetenz der B-to-B und B-to-C-Kommunikation. Es fehlt offenbar nur an Motivation und Begeisterungsfähigkeit, damit dieses Wissen abgerufen wird und zum Imagewandel der Branche eingesetzt werden kann.

Wenn man endlich bereit ist, die brancheninternen Scheuklappen abzulegen, und eine gemeinsame Vision für das deutsche Direktmarketing entwickelt, dann kann man auch erfolgreich für die Ziele, Werte und die Zukunft der Branche kommunizieren. Dann gewinnen wir wieder Glaubwürdigkeit und Vertrauen zurück – in der Politik, gegenüber den Medien und auch auf Seiten der Verbraucher. Wenn uns aber selbst das Zukunftsbild unserer Branche fehlt, dann werden weiterhin Dritte ein falsches Bild von uns prägen.

Es ist die Zeit der Macher und Visionäre! Es ist die Zeit der Charismatiker und Motivatoren! Ja – diese Branche steckt in einer Krise! Aber sie ist nicht tot! Sie braucht jetzt Leader, die nicht nur in ihren Unternehmen die Menschen begeistern, sondern auch bereit sind, den berühmten Karren aus dem Dreck ziehen.

Sie müssen dieser Branche ein Gesicht und Inhalt geben. Sie müssen dieser Branche die Innovationskraft und den Optimismus zurückgeben. Sie müssen neue Ideen, Dienstleistungen und Produkte entwickeln, um zu beweisen, wie serviceorientiertes Direktmarketing auch gesetzeskonform funktionieren kann. Dann haben wir wieder eine Zukunft, und dann können wir auch was für die Branche, die einzelnen Unternehmen und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bewegen.

Lassen Sie uns das Jammertal verlassen!



## Vorschau 03/09

Themenschwerpunkt der ONEtoONE 03/09 ist das **Performance Marketing**. Hierzu geht die Redaktion der Frage nach, welche Marketing-Formen in Zeiten der Kostenreduzierung besonders gefragt sind. +++ Zudem beschäftigen wir uns mit den Herausforderungen **internationaler Postdienstleister**. +++ Unter „Treffpunkte und Wissen“ findet sich ein Vorbericht über die **Cebit** Anfang März in Hannover. +++ Tagesaktuelle Nachrichten lesen Sie in der Zwischenzeit wie gewohnt auf **ONEtoONE.de** und in unserem wöchentlichen **E-Newsletter**.