

Kommunikation bzw. Kommunikationsstrategien

Ein Mann will ein Bild aufhängen. Den Nagel hat er, nicht aber den Hammer. Der Nachbar besitzt einen Hammer. Also beschließt unser Mann zum Nachbarn zu gehen und den Hammer auszuborgen. Doch da kommen ihm Zweifel: Was, wenn der Nachbar mir den Hammer nicht leihen will? Gestern schon grüßte er mich nur so flüchtig. Vielleicht war er in Eile. Aber vielleicht war die Eile nur vorgetäuscht und er hat etwas gegen mich. Aber was könnte das wohl sein? Ich habe ihm doch nichts getan. Der bildet sich da etwas ein! Wenn jemand von mir ein Werkzeug borgen wollte, ich gäbe es ihm sofort. Und warum er nicht? Wie kann man einem Mitmenschen einen so einfachen Gefallen abschlagen? Leute wie dieser Kerl vergiften einem ja das ganze Leben! Und dann bildet er sich ein, ich sei auf ihn angewiesen. Bloß weil er einen Hammer hat. Jetzt reicht's!

So stürmt der Mann zur Wohnung seines Nachbarn, klingelt, der Nachbar öffnet, doch bevor er „Guten Tag“ sagen kann, schreit ihn unser Mann an: „Behalten Sie doch Ihren Hammer, Sie Rüpel!“

Frei nach Paul Watzlawick: *Anleitung zum Unglücklichsein*

Interne und externe Kommunikation

Wir unterscheiden grundsätzlich zwei Arten der Kommunikation. Die Kommunikation mit uns selbst und die Kommunikation mit anderen. In Kapitel 3 haben wir uns bereits mit der internen Kommunikation beschäftigt, darum handelt dieses Kapitel von der externen Kommunikation.

Die Geschichte mit dem Hammer zeigt, wohin es führt, wenn ein Mensch nur mit sich selbst kommuniziert und dabei vergisst, mit anderen Informationen auszutauschen.

Die Qualität unserer Kommunikation bestimmt weitgehend die Qualität unseres Lebens. Wenn Sie sich an Ihre Schulzeit erinnern: Welche Art der Kommunikation wurde Ihnen beigebracht? Sie haben viel Zeit gebraucht, um zu verstehen, was Worte bedeuten. Haben Sie auch gelernt, was bestimmte Tonalitäten bedeuten? Hat man Ihnen etwas über Körpersprache beigebracht? Wahrscheinlich nur am Rande.

Der Ausdruck der Persönlichkeit erreicht seine Erfüllung nur durch Kommunikation.
Pearl S. Buck

Beziehung schaffen

Wenn ich Menschen frage, was sie erfolgreich mache, höre ich oft als Antwort: Beziehungen. Woher kommen diese Beziehungen? Bei dieser Frage werde ich meist verduzt angeschaut. Beziehungen müssen geschaffen und bereits bestehende Beziehungen ständig gepflegt werden. Die Basis aller erfolgreichen Kommunikation heißt also, Beziehungen zu schaffen. Nur, wie machen wir das?

Der erste Schritt besteht darin, sich dem Gesprächspartner anzugleichen und auf dieselbe Ebene wie er zu gehen. Das signalisiert seinem Unterbewusstsein: Wir sind gleich – also gibt es keine Bedrohung und auch keinen Machtkampf.

Vielleicht können Sie sich als Gegenbeispiel noch daran erinnern, wie das in der Schule war: Sie saßen am Tisch und der Lehrer stand vor Ihnen. Sie mussten also zu ihm aufschauen. Wie haben Sie sich dabei gefühlt? Wahrscheinlich unterlegen. Dieses Gefühl verursacht Stress, der wiederum zu Denkblockaden führt.

Vor einigen Jahren veranstaltete ich mehrere Seminare in einem Hotel, welches von einem Manager der „alten Schule“ geführt wurde. Das Personal sprach häufiger von einer gefürchteten „grünen Bank“. Eines Tages sollte ich mich zwecks Terminabsprache beim Direktor im Büro melden. Ich betrat sein Büro und sah nun selbst besagte grüne Bank, die sich etwa drei Meter vom Pult entfernt befand. Der Schreibtisch des Direktors stand überdies auf einem Podest von rund 15 Zentimetern Höhe. Mir wurde sofort klar, dass jeder, der sich auf diese Bank setzte, ein unbehagliches Gefühl bekommen musste. Denn sie vermittelte den Eindruck, vor Gericht zu stehen. Da ich mich nicht in die schlechtere Verhandlungsposition begeben wollte, setzte ich mich nicht. Aber was sollte ich tun? Zuerst stellte ich mich neben den Schreibtisch des Direktors, was ihn sichtlich aus dem Konzept brachte. Dann schlug ich vor, ins Restaurant zu gehen und gemeinsam Kaffee zu trinken. Er stimmte sofort zu. Denn er selbst hatte sich auch nicht wohl gefühlt, ohne sagen zu können, warum. Wir führten im Anschluss ein sehr angenehmes Gespräch, in dem ich ihm erklärte, wie seine Büroeinrichtung wirkte. Er verstand, dass in so einer Umgebung „Win-win“-Beziehungen schwer zu schaffen und zu pflegen sind und ließ sein Büro neu einrichten.

Fazit: Um auf der verbalen Ebene wirkungsvoll zu kommunizieren, müssen sich alle beteiligten Gesprächspartner wohl fühlen. Erzeugen Sie zu diesem Zweck eine Gewinnsituation: An einem Tisch nehmen Sie beispielsweise nicht direkt gegenüber, sondern, wenn möglich, über Eck Platz. Sitzen Sie Ihrem Gesprächspartner gegenüber, so verkörpern sie zwei verschiedene Positionen. Wenn Sie aber nebeneinander sitzen, schaffen Sie ein Wir-Gefühl. Bei Verkäuferlehrgängen wird teilweise noch vermittelt, dass der Kunde mit den Augen fixiert werden soll. Das ist so ziemlich das Schlechteste, was Sie tun können. Denn auf diese Weise werden Sie Ihre Kunden eher einschüchtern als gemeinsame Wege mit ihnen gehen. Bei Kindern macht es ebenfalls einen erheblichen Unterschied, ob Sie auf gleicher Augenhöhe kommunizieren oder auf das Kind herabschauen.

Erinnern Sie sich an ein Gespräch, von dem Sie sagen: Das war wirklich gut. Überlegen Sie ganz genau, was dieses Gespräch so gut gemacht hat. Lag es an den Inhalten oder haben Sie sich einfach verstanden und akzeptiert gefühlt? Seminarteilnehmer berichten oft von Harmonie oder Gleichklang. Je stärker Sie sich Ihrem Gesprächspartner angleichen, desto harmonischer verläuft ihre Unterhaltung.

Welche Elemente können Sie angleichen?

- Augenhöhe
- Bewegungen
- Gestik/Mimik
- Sprechtempo
- Tonalität
- Atmung
- Denkmuster

Es ist jedoch sehr wichtig, dass Sie Ihren Partner in seiner Gestik und Mimik nicht nachäffen, sondern lediglich einen gleichen Rhythmus finden. Sie müssen immer bei sich selbst bleiben (siehe Kap. 1: Authentizität).

Ist Ihr Gesprächspartner viel größer oder viel kleiner als Sie, dann können Sie den Höhenunterschied erheblich reduzieren, indem Sie sich beide hinsetzen. Ebenso lassen sich die Körperhaltung, die Lautstärke, das Sprechtempo oder der Atemrhythmus angleichen. So signalisieren sie kontinuierlich, dass sie gleich oder zumindest ähnlich sind. Der Volksmund spricht hier von der „gleichen Wellenlänge“. Sie vermittelt ein Gefühl von gegenseitigem Verständnis und von Akzeptanz. Erst auf dieser Basis können Sie wirkungsvoll und effizient kommunizieren.

Kommunikation heißt wahrnehmen

Eine weitere Voraussetzung für erfolgreiche Kommunikation besteht darin, dass Sie Ihre Wahrnehmung trainieren. Richten Sie Ihren Fokus auf Ihre Gesprächspartner, um so viele Informationen wie nur möglich aufzunehmen. Viele Menschen sind Spezialisten darin, Dinge zu interpretieren. Dies ist bei der Kommunikation aber eher hinderlich, es verfälscht nur die Wahrnehmung. Versuchen Sie unvoreingenommen zu sein.

<p>Die Qualität der Kommunikation bestimmt direkt die Qualität unseres Lebens.</p>

Sinnesmodalitäten

Wir nehmen die Welt mit fünf Sinnen wahr, durch das Sehen (visuell), Hören (auditiv), Fühlen (kinästhetisch), Riechen (olfaktorisch) und Schmecken (gustatorisch). In der Regel bevorzugen wir eines dieser Sinnessysteme. Es gibt Menschen, die auf optische Reize besonders stark reagieren. Für diese ist das Sehen wichtiger als beispielsweise das Hören oder das Spüren. Es handelt sich dabei um visuelle Typen. Wenn dagegen der Gehörsinn besonders ausgeprägt ist, sprechen wir vom auditiven Typ. Menschen, für die der Tastsinn die größte Bedeutung hat, nennen wir kinästhetische Typen.

Wortprädikate (V-A-K-O-G)

Je nach bevorzugtem Wahrnehmungstyp verwenden Menschen besondere Wortprädikate. Der visuelle Typ benutzt vorwiegend Begriffe zum Thema Sehen. „Ich muss das zuerst sehen“ ist eine typisch visuelle Aussage. „Das klingt gut“ lautet im Gegensatz dazu eine typisch auditive Aussage. „Ich habe ein gutes Gefühl bei dieser Sache“, sagt der Kinästhet.

Nachfolgend finden Sie eine Auswahl von häufig verwendeten Wortprädikaten. Das Ziel besteht darin, Sie für die Zuordnung der Prädikate zu sensibilisieren, sodass Sie in Zukunft Ihre Prädikate einem Gesprächspartner angleichen können. Dies führt zu einer klareren Kommunikation und besserem Verständnis.

Gehen Sie nun die nachstehende Liste der Prädikate sorgfältig durch und versuchen Sie herauszufinden, welche Sie selbst am häufigsten benutzen.

1. Visuelle (Augen-)Prädikate

Aufsicht	beobachten
Absicht	Durchblick
Auge	deutlich
Ausblick	dunkel
Ansicht	entdecken
ausmalen	Einsicht
aufblitzen	einsehen
anschaulich	Einblick
aufzeigen	einleuchtend
Bild	Erleuchtung
Blick	erkennen
erblicken	im Aussehen
Fokus, fokussieren	in einem anderen Licht
farbig	schleierhaft
glänzend	übersehen
glotzen	schielen
Gemälde	schauen
Horizont	farbig
Hinsicht	schwarzsehen
ins Auge fassen	strahlen
klar	spähen
liebäugeln	zeigen
mustern	scheinbar
sichtlich	Überblick
skizzieren	in jeder Hinsicht
weitsichtig	düster
vor Augen haben	unscharf
trüb	ein heller Kopf
sehen	_____
ein verstohlener Blick	_____
starren	_____
vorstellen	_____
in Sicht haben	_____
ein Vorbild sein	_____
im Klaren sein	_____
Perspektive	
unter die Lupe nehmen	
unsichtbar	Schauen Sie sich einmal um, wie viele Prädikate Sie noch
versehen	sehen und ergänzen Sie diese Liste.
sich zeigen	
einen Blick erhaschen	
Sicht	
wahrnehmen	Im Fernsehzeitalter nimmt die Dominanz der visuellen
Ziel in Sicht	Prädikate weiter deutlich zu.

2. Auditive (Hören-)Prädikate

sagen
geschweige
sich unterhalten
sich Sprüchlein vorsagen
unterhalten
herbeirufen
wie gesagt
laut
sozusagen
Ruhe
Musik hören
babbeln
laut
schreien
Wortschatz
ausreden
ins Wort fallen
Geräusch
überhören
horchen
an jedem Wort hängen
murmeln
der Ohrwurm
Hörerschaft
Einklang
Widerhall
knistern
die erste Geige spielen
meine Ruhe haben
hören
zusammenrufen
abklappern
eine Bemerkung machen
sich beruhigen
nach Rücksprache
schwätzen
schreien
vorsprechen
verabreden
versprechen
heulen
Getuschel
auslachen
an einem Gespräch beteiligen
Musik
betäubt
klingt wie

leeres Geplapper
etwas absprechen
Anrufe bekommen
sich unterhalten
betonen
bellen
Krach haben
Ruhe geben
rumgrölen
Rückruf
schimpfen
ansprechbar
Ruhe geben
sprachfaul
zur Sprache kommen
stocktaub
Klang
vom Hörensagen
ein Ohr leihen
stimmig
Geläut
Tonart
Hörspiel
das schreit zum Himmel
es macht klick
in den höchsten Tönen
den Marsch blasen
davon gehört
besprechen
blablabla
zustimmen
den Ton angeben
betont
tonlos
unerhört
Echo
sang- und klanglos
die Stimme der Vernunft

taub
die Ohren spitzen

Hören Sie sich um, welche Formulierungen Ihnen noch
zu Ohren kommen.

3. Kinästhetische (Spüren-/Tasten-)Prädikate

das Gefühl haben

Kraft haben

sich vor Schmerzen krümmen

verletzlich werden

Kontakt suchen

begreifen

halten

warm

kneten

Schuldgefühle haben

den Faden verlieren

entspannt sein

Eindruck

Hitze

unter die Arme greifen

Schmerzen haben

befassen

festhalten

wegschieben

anfassen

runterdrücken

nass

packen wir es an

die Kraft haben

gelähmt sein

ein Handlanger

sich in die Arme fallen

Angriffe abwehren

zittern

hart

aufgestellt

blockiert

verärgert

grob

samtig

laufen

kratzig

peinigen

zärtlich

wunder Punkt

in Kontakt kommen

unterstützen

wegstoßen

bedrücken

handhaben

eisig

Füße ausstrecken

schweißgebadet sein

genießen

reiben

bequem

schwerfällig

damit umgehen

schaudern

stechen

aufgeregt

weit gefasste Themen

anhänglich sein

etwas durchziehen

engeengt fühlen

in die Hand nehmen

angreifen

geschüttelt werden

schwerelos sein

packen

in Berührung kommen

streng

vollkommen am Boden

besänftigt

träge

verhärtet

Berührung

jucken

bedrohen

k. o.

auseinandersetzen

aufstellen

erschwert

hinlangen

empfinden
ergreifen

Es wird Ihnen sicher leicht fallen, auch hier noch mehr
Begriffe zusammenzutragen.

4. Olfaktorische (Riechen-)Prädikate

stinken
es stinkt mir
die Nase voll haben
etwas wittern
die Nase rümpfen
duftend
schnuppern
dufte
Schnüffler
riechen
verduftet
an der Nase herumführen

anrüchig
Spürnase

Bitte vervollständigen Sie die Liste mit weiteren
Prädikaten.

5. Gustatorische (Schmecken-)Prädikate

bitter
schmecken
abschmecken
frisch
salzig
süß
scharf
sauer
fad
ein gefundenes Fressen
Gaumen
versüßen

geschmacklos
ein Leckerbissen

Bitte ergänzen Sie auch hier die Liste um zusätzliche
Begriffe.

Im olfaktorischen und im gustatorischen Bereich werden unsere Sinne wesentlich weniger eingesetzt, weshalb unser Wortschatz hier in der Regel auch weniger Begriffe bereithält.

Angleichen des Sinnessystems

Konflikte entstehen oft durch Missverständnisse. Aber wie entstehen diese Missverständnisse? Sie haben gerade erfahren, dass jeder Mensch die Welt anders wahrnimmt und die entsprechenden Wortprädikate häufiger benutzt.

Beispiel: Er ist Kinästhet (spüren), sie ist ein visueller Typ (sehen). Er kommt müde von der Arbeit nach Hause. Dort freut er sich aufs Sofa, wo er es sich gleich bequem macht (kinästhetisch). Sie war gerade beim Friseur (visuell) und erwartet jetzt, dass er das sieht und sich zu ihrer neuen Frisur äußert. Vermutlich sieht er es aber nicht. Sie reagiert enttäuscht. Die Basis für weitere Konfliktsituationen ist geschaffen. Diese enden oft mit

Schulduweisungen, die die Sache nur weiter verschlimmern. Wenn beide allerdings gelernt haben, dass es diese Wahrnehmungsunterschiede gibt und wie Sie durch entsprechende Prädikate auf dieselbe Ebene gelangen, werden sie mit Sicherheit weniger Konflikte erleben und sich besser verstehen.

Augenbewegungsmuster

Anhand der Augenbewegungsmuster lässt sich erkennen, welchen mentalen Prozess Ihr Gegenüber gerade durchläuft. Daran erkennen Sie auch sein bevorzugtes Sinnessystem.

Während Ihrer Schulzeit gab es bestimmte Situationen, in denen die Lehrerin sagte: „Hier vorne ist die Tafel und nicht an der Decke.“ Dann versuchten Sie nach vorne zu schauen, aber die Antwort, die Ihnen gerade noch auf der Zunge lag, war plötzlich weg, wie blockiert.

Wenn wir unsere Augen in eine bestimmte Richtung bewegen, dann haben wir einen viel besseren Zugang zur entsprechenden Information in unserer Vorstellung.

Wenn wir mit unseren Augen links „hoch wandern“, dann erinnern wir uns an Bilder, die bereits abgespeichert sind.

- Überlegen Sie sich, wie Ihr/e beste/r Freund/Freundin mit gelb-violetten langen Haaren aussähe. Wenn Sie versuchen, sich das genau vorzustellen, dann bewegen sich Ihre Augen nach rechts oben.
- Erinnern Sie sich an Ihre Lieblingsmusik, gehen Ihre Augen nach links, in Richtung Ohr.
- Versuchen Sie beispielsweise eine Komposition bei halbem Tempo zu konstruieren, dann wandern Ihre Augen nach rechts, Richtung Ohr.
- Können Sie sich noch daran erinnern, wie Sie das letzte Mal eine Katze oder einen Hund gestreichelt haben? Fühlen Sie es jetzt noch einmal und Ihre Augen bewegen sich nach rechts unten.
- Wenn Sie sich fragen, was das denn soll, dann gehen Ihre Augen nach links unten. Dies ist die Augenposition während eines inneren Dialogs.
- Wenn Ihre Augen geradeaus blicken oder Sie „Löcher in die Luft starren“, dann sind Sie entweder blockiert oder in einem leichten Trancezustand. Ihre mentale Aufmerksamkeit ist nach innen gerichtet. Auf Ihre Umwelt wirken Sie abwesend. Dabei ist lediglich Ihr Fokus sehr stark auf etwas konzentriert.

Diese Augenbewegungsmuster treffen auf den Großteil der Menschen zu. Bei einigen funktionieren sie jedoch seitenverkehrt; meist handelt es sich hierbei um echte Linkshänder.

Prüfen Sie es nach: Setzen Sie sich vor den Fernseher, schalten Sie den Ton ab und konzentrieren Sie sich auf die Augenbewegungsmuster der Menschen. Dies bei sich selbst zu beobachten, ist schwieriger als bei anderen. Bedenken Sie jedoch, dass Ihre rechte Seite der linken Seite Ihres Gegenübers entspricht. Dies führt sonst oft zu Verwirrung.

Wenn Sie gelernt haben, wie diese Muster funktionieren, können Sie die mentalen Prozesse Ihrer Gesprächspartner erkennen. Denn diese sichtbaren Bewegungen liefern oft zuverlässigere Informationen als die Worte, die wir zu hören bekommen.

Verlierer-Strategien (Looser-Strategien)

Als Verlierer- oder Looser-Strategien bezeichne ich Kommunikationsmuster, die uns in der Regel nur schaden. Wir alle beherrschen leider diese Muster, denn sie wurden uns über Jahre hinweg vorgeführt. Daher haben wir sie unbewusst übernommen und in der Regel nie in Frage gestellt. Wenn es uns jedoch gelingt, diese Muster durch bessere zu ersetzen, dann steigert sich ganz automatisch unsere Lebensqualität.

1. Schuldzuweisungen/Rechtfertigungen

„Wer ist schuld?“ So lautet meist die erste Frage, wenn etwas nicht wie erwartet eintritt. Wenn es uns gelänge, uns mehr mit Lösungen zu beschäftigen als mit Schuldigen, wäre das schon ein großer Fortschritt.

Vor einiger Zeit bat mich ein Ehepaar um Rat. Es war ihnen bewusst, dass ihre Beziehung keine Chance mehr hätte, wenn sie so weiterginge wie bisher. Im Gespräch erfuhr ich, dass der Mann vor Jahren fremdging. Die Frau wurde nicht damit fertig und erinnerte ihren Mann immer wieder an diesen Vorfall. Sie redete ihm Schuldgefühle ein und das war das Schlimmste, was sie tun konnte. Doch ihr unbewusstes Programm glaubte, das sei der einzige Weg eine Wiederholung auszuschließen.

Sobald uns Schuld zugeschoben wird, üben wir uns meist nur in Rechtfertigungen. Dies bringt uns aber nicht weiter. Die Hintergründe der Situation müssen geklärt werden.

2. Vorwürfe

Vorwürfe stellen häufig die Steigerung der Schuldzuweisung dar. Beim vorher genannten Ehepaar verwundert es daher nicht, dass die Frau ihrem Mann auch ständig Vorhaltungen machte. Dass sie gerade damit ihre Beziehung zerstörte, war ihr nicht bewusst. Dabei ist es ganz einfach: Schätzen Sie es, wenn Ihnen jemand Vorwürfe macht? Sicher nicht. Also vermeiden Sie diese besser, denn Vorwürfe sind der Beziehungskiller Nr. 1.

3. Nörgeleien

Bei Nörgeleien handelt es sich um Hilfeschreie. Kein Mensch erträgt sie unter normalen Umständen lange. Fragen Sie sich auch hier selbst, ob Sie es mögen, wenn an Ihnen jemand ständig herumnörgelt. Steter Tropfen höhlt den Stein.

4. Anspielungen und unklare Kommunikation

„Ach, typisch Mann!“ oder „Das ist wieder typisch Frau!“ Solche und ähnliche Anspielungen belasten jede Beziehung, noch dazu, wenn sie in einem vorwurfsvollen Ton ausgesprochen werden. Dabei zeigt die Erfahrung, dass Generalisierungen nichts bringen.

Vor kurzem organisierte ich einen Erfolgskongress, wobei sich zu keinem der geplanten Themen eine Frau als Referentin finden ließ. Denn die in Frage kommenden Referentinnen waren bereits ausgebucht oder passten vom Thema her nicht zur Veranstaltung. Prompt hielten mir einige Frauen vor: „Wieder nur Männer als Redner!“ Dies zeigt, dass sie noch nichts gelernt haben. Denn Erfolg ist wirklich unabhängig vom Geschlecht. Leider benutzen viele Menschen dies trotzdem als Ausrede und das finde ich sehr schade.

Manche Menschen beherrschen es, Anspielungen zu machen, die wie Giftpfeile wirken. Dies hat zur Folge, dass andere verunsichert oder tief verletzt werden. Dieser Ansatz führt also auch zu keiner Lösung.

Signal-/Gefahrenwörter

Die nachfolgenden Wörter – meist unbewusst ausgesprochen – geben Ihnen aufschlussreiche Hinweise auf den mentalen Prozess Ihres Gesprächspartners. Sie können diese Wörter als Signal auffassen, dass Sie in diesen Bereichen nachfragen sollten.

„Ja, aber“	=	Hinweis auf Alternativsuche
„man“	=	Verantwortung abgeben
„ganz ehrlich“	=	Zweifel an grundsätzlicher Ehrlichkeit
„eigentlich“	=	Hinweise auf Unsicherheit
„warum“	=	Gefahr, Probleme zu begründen

„Ja, aber...!“

Kennen Sie Menschen, die häufig den Ausdruck „ja, aber...!“ verwenden? Wie fühlen Sie sich in deren Gesellschaft? Dieser Ausdruck stellt alles, was davor gesagt wurde, in Frage. Fühlen Sie sich gern in Frage gestellt? Menschen mit diesem Muster sind oft sehr einsam, weil es niemand lange mit ihnen aushält. „Ja, aber“-Sager wirken einfach besserwisserisch. Nicht umsonst zeigen viele Kritiker dieses Muster. Es ist ein Hinweis darauf, ob der Kritiker seine Beiträge destruktiv oder konstruktiv gestaltet. Übrigens sind gerade selbst ernannte Kritiker oft Menschen, die es selber zu nichts gebracht haben. Denn etwas zu kritisieren ist immer einfacher als etwas aufzubauen.

Man soll die Kritiker nicht für Mörder halten, sie stellen ja nur den Totenschein aus.
Marcel Reich-Ranicki

„man“

Worin liegt der Unterschied zwischen: „Man müsste doch...“ und „Ich mache jetzt...“? Das „man“ wirkt generalisierend und gibt Verantwortung ab. Das „ich“ dagegen übernimmt Verantwortung. Eine Aussage in der Ich-Form wirkt viel überzeugender und selbstbewusster als das verallgemeinernde „man“. Versuchen Sie in Ihrem Sprachgebrauch, wann immer möglich, das „man“ durch „ich“ zu ersetzen.

Die Einkommensschere sollte nicht zwischen arm und reich definiert werden, sondern zwischen Verantwortung-Übernehmenden und Verantwortung-Abschiebenden.

„mal ganz ehrlich“

Vor einiger Zeit kam jemand zu mir und sagte, er müsse mir unbedingt etwas sagen. Sein Satz begann mit: „Jetzt aber mal ganz ehrlich...“ Ich unterbrach ihn und fragte: „Sind Sie denn sonst nicht ehrlich?“ Er wurde sehr nachdenklich. Einige Wochen später rief er mich wieder an und berichtete, er hatte sich schon immer gewundert, dass sehr viele Menschen ihm gegenüber misstrauisch begegneten. Nun wäre ihm das klar.

Mit „mal ganz ehrlich...“ signalisieren Sie genau das Gegenteil von Ehrlichkeit. Haben Sie gerne mit Menschen zu tun, die unehrlich wirken?

„eigentlich“

Der Ausdruck „eigentlich“ ist meines Erachtens gleichzusetzen mit „Entschuldigung, dass ich geboren wurde“. Er signalisiert sehr wenig Selbstvertrauen und wirkt auch dementsprechend. „Eigentlich könnten wir..., sollten wir..., sollte man...“ zeigt, dass derjenige keine Verantwortung übernimmt, weil er sich unsicher fühlt.

Achten Sie darauf, welche Menschen in Ihrer Umgebung solche Signalwörter benutzen und wie diese Menschen auf Sie wirken. Sie werden feststellen, in diesen Ausdrücken stecken viel mehr Informationen als es scheint. Selbst wenn Menschen mit solchen Wörtern versuchen, etwas anderes zu sagen, werden Sie sensibel für diese „Gefahrenwörter“ und können entsprechend darauf reagieren.

Klare Kommunikation statt Generalisierung

Einige Menschen benutzen so allgemeine Sprachmuster wie Wettervorhersagen oder Horoskope. Generalisierungen sind gerade bei Letzterem sehr wichtig. Denn je spezifischer die Aussage, desto geringer die Trefferquote. Um aber wirkungsvoll und klar zu kommunizieren, sind generelle Aussagen nicht brauchbar.

Andernfalls wird Kommunikation zur Glückssache, was häufig vorkommt. Achten Sie deshalb darauf, dass Sie Dinge auf den Punkt bringen und nicht verallgemeinernd umschreiben.

„Alle Männer sind unzuverlässig.“

Eine Kursteilnehmerin behauptete: „Alle Männer sind unzuverlässig.“ Ich wollte nun herausfinden, ob sie nur so daherredete oder ob sie davon überzeugt war. Welches ist die zu erwartende Reaktion auf so eine Aussage? Ein Mann würde natürlich behaupten, dass diese Aussage nicht stimmt. Er würde vielleicht sogar versuchen, dies zu beweisen. Nun, wenn diese Frau diesen Glaubenssatz hat, dann wird sie nicht so schnell mit einer Gegenbehauptung zu überzeugen sein. Viel wirkungsvoller wäre, sie zu fragen: „Wirklich alle?“ Vielleicht bleibt sie dann immer noch dabei. Ich fragte sie dann: „Alle? Sie kennen alle Männer auf der ganzen Welt?“ „Natürlich nicht!“, antwortete sie. Jetzt konnte sie die Aussage so nicht mehr stehen lassen. Bei einer einfachen Gegenbehauptung hätte sie ihre Überzeugung bestimmt nicht in Frage gestellt.

Die Fähigkeit, Erfahrungen zu generalisieren, kann sich als überaus hilfreich erweisen. Wenn Sie jedoch eine Erfahrung ein-, zwei- oder dreimal gemacht haben und sie dann auf die ganze Welt beziehen, schränkt Sie das sehr ein.

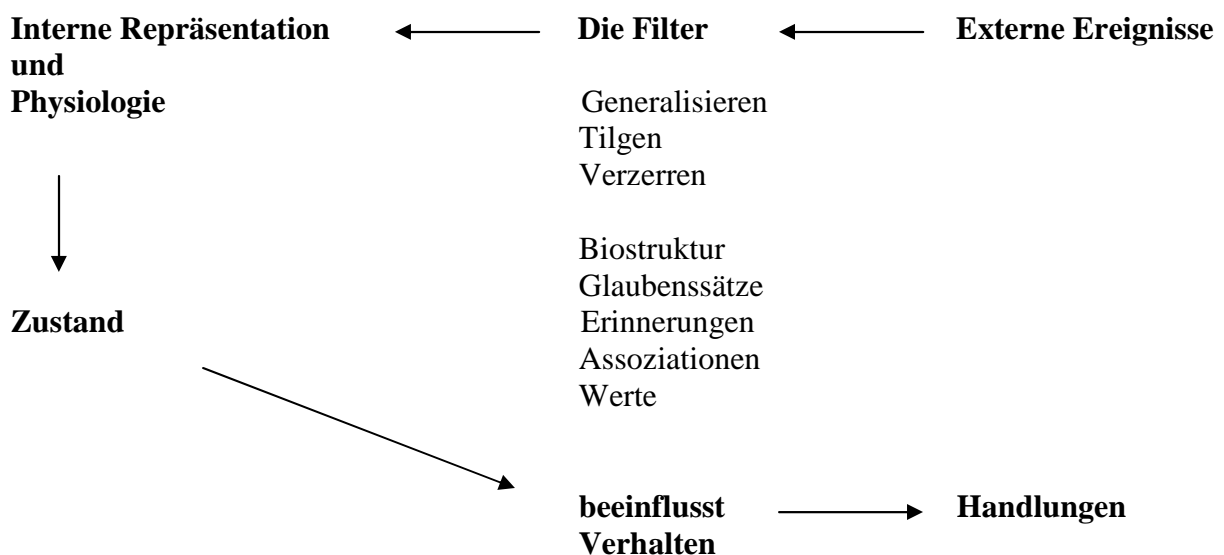
„Das ist zu teuer!“

Wenn Sie im Verkauf tätig sind, dann kennen sie die Aussage: „Das ist zu teuer!“. Wie reagieren nun die meisten Verkäufer? Sie starten eine Liste von Gegenargumenten, ohne zu wissen, gegen was sie eigentlich argumentieren. Denn bevor ich beginne zu argumentieren, muss ich zunächst herausfinden, welche Informationen mein Gegenüber besitzt. Erst wenn ich die Grundlage des Vergleichs kenne, kann ich fundiert argumentieren.

Feedbackschleife

Wie bereits erwähnt bedarf es eines gewissen Wahrnehmungstrainings, um wirkungsvoller zu kommunizieren. Sie kennen vielleicht dieses typisch negative Beispiel eines Verkäufers, der so damit beschäftigt ist, „seine Geschichte“ zu erzählen, dass er die Signale seines Gegenübers gar nicht wahrnimmt. Das bedeutet, er nutzt keine Feedbackschleife.

Das folgende Modell zeigt Ihnen, was für ein komplexer Prozess Kommunikation ist:



Informationen kommen nicht objektiv bei Ihnen an. Sie sind bereits gefiltert, das heißt, Ihr Gehirn entscheidet in Bruchteilen von Sekunden, ob und wie wichtig diese Informationen sind. Einige der Informationen werden generalisiert, andere werden getilgt oder als unwichtig erachtet und gelangen deshalb gar nicht erst ins Bewusstsein.

Haben Sie schon einmal mit Freunden eine Veranstaltung besucht und hinterher beim Austausch darüber festgestellt: „Das habe ich gar nicht gesehen!“? Daran erkennen Sie, wie selektiv unsere Wahrnehmung funktioniert.

Wahrnehmungskriterien

Ganz gleich, was passiert, in jedem Gehirn kommen letztendlich andere Informationen an.

Danach geht die Filterung aber noch viel weiter. Wenn die Informationen erst einmal im Kopf angekommen sind, vergleicht sie unser Gehirn mit bereits vorhandenen Informationen. Mit anderen Worten, die Information wird assoziiert. Das Ergebnis beeinflusst dann unser Verhalten nach außen, gegenüber unseren Gesprächspartnern. Wenn Sie zum Beispiel in drei verschiedenen Zeitungen etwas über das gleiche Ereignis lesen, dann werden Sie feststellen, dass in jeder etwas anderes steht. Dem Berichtersteller Unehrlichkeit vorzuwerfen, wäre falsch, denn jeder Journalist verarbeitet die Informationen anders.

Beeinflussung

Wenn Sie sich dem Einfluss entziehen wollen, dann müssen Sie sich den Informationen entziehen.

Es gibt immer wieder Menschen, die voller Stolz behaupten: „Mich beeinflusst Werbung nicht!“ Wenn ich dann schaue, welche Waren diese Menschen vorwiegend benutzen, dann zeigt sich oft, dass offensichtlich gerade sie am meisten beeinflusst werden. Der wirkungsvollste Einfluss findet auf der unbewussten Ebene statt. Es ist einfach naiv zu glauben, Werbung beeinflusse nicht.

Beeinflussung geschieht permanent und zwangsläufig. Unabhängig davon, wie wir uns verhalten, wir beeinflussen immer und werden auch immer beeinflusst. Daher: Wenn wir schon Einfluss nehmen, dann sollten wir das so wirkungsvoll wie möglich tun.

Manipulation

Es gibt nur einen Weg sich vor Manipulation zu schützen: die Manipulationsmuster zu kennen.

Manipulation ist der bewusste Versuch, einen anderen mit Tricks oder Falschinformationen zu übervorteilen. Was tun Sie, wenn Sie bemerken, dass andere sich bemühen, Sie zu manipulieren? Sie gehen vermutlich auf Distanz. Dass wir manipuliert wurden, stellen wir allerdings oft erst fest, wenn es zu spät ist. Anhauen, umhauen, abhauen – dieses Motto gilt auch im Verkauf nicht mehr. Manipulationsversuche mit Suggestivfragen oder der „Ja-Schiene“ der 70er Jahre sind out. Schaffen Sie lieber Beziehungen, die über Jahre halten, das bringt Ihnen das Mehrfache ein. Achten Sie darauf, dass immer alle Beteiligten profitieren (win-win). Der große Aufwand besteht darin, solche Beziehungen langfristig aufzubauen. Doch es lohnt sich: Denn warum sollten Sie nur einmal Nutzen daraus ziehen?

Kommunizieren Sie Ihren USP (Unique Selling Proposition)

Sie können das beste Produkt, die beste Dienstleistung haben, der Beste sein – es nutzt nichts, wenn niemand davon weiß!

Gut sein reicht heute nicht mehr aus. Sie müssen es auch gut kommunizieren können.

Falsche Bescheidenheit ist dabei nicht angebracht. Ich kenne Menschen, die sind gar nicht besonders gut, eher mittelmäßig, doch sie verfügen über ein geniales Marketing und sind damit sehr erfolgreich. Andere wiederum haben eine hervorragende PR-Agentur im Hintergrund.

Was ist das Besondere an Ihnen, an Ihrem Produkt oder an Ihrer Dienstleistung? Was genau können Sie besser oder schneller? Es genügt nicht zu sagen: „Ich bin besser.“ Das sagen alle. Finden Sie mindestens 10 Punkte, warum die Leute ausgerechnet zu Ihnen kommen sollen:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

Nachdem Sie diese 10 Punkte gefunden haben, bringen Sie sie in eine Rangfolge und versuchen Sie dann, das Wichtigste in zwei bis drei Sätzen zu formulieren.

Finden Sie nun Wege, wie Sie das so oft wie möglich kommunizieren können:
