

Psychologen und Wissenschaftler sind immer noch uneins darüber, inwieweit genetische Anlagen oder die „Umwelt“, also unser direktes Umfeld wie Eltern, Erziehung, soziale Kontakte und Kultur, für die Entwicklung des Menschen verantwortlich sind. Während die eine Seite behauptet, Gene seien der gegebene Baukasten für Intelligenz und intellektuelle Entwicklung, behauptet die andere Seite, man betrete diese Welt als unbeschriebenes Blatt, als „Tabula rasa“, auf die – bedingt durch die äußeren Einflüsse und die individuelle Entwicklung – die persönliche Geschichte geschrieben wird. Beide Faktoren spielen eine wichtige Rolle. Unsere genetischen Anlagen sind für die Aufnahme und die Verarbeitung der äußeren Reize und Einflüsse von ebenso großer Bedeutung wie deren Qualität selbst. Diese häufig zitierten wissenschaftlichen Erkenntnisse bilden nicht selten die Grundlage für (Vor-) Urteile. Sie werden Ähnliches in Schule, Beruf oder im privaten Umfeld gehört oder erlebt haben: „Was sollte aus dem/der auch anderes werden?“ Oder auch: „Unglaublich, trotz des guten Elternhauses ist er/sie auf der Straße gelandet!“

Fakt ist, dass im familiären Umfeld der positive Umgang mit Bildung einen erheblichen – weil schon sehr frühen und damit prägenden – Einfluss auf den späteren beruflichen Erfolg eines jungen Menschen hat. Diesen positiven Zugang gibt es zweifelsohne häufiger in gesellschaftlich und wirtschaftlich gut situierten Familien. Im Laufe meiner beruflichen Karriere erkannte ich, dass dies zwar eine Regel ist, wie alle Regeln aber natürlich auch Ausnahmen hervorbringt. So bin ich immer wieder Menschen begegnet, denen der offene und positive Zugang zu Bildung nicht in die Wiege gelegt wurde. Dennoch entwickelten sie Zielstrebigkeit, Wissbegierde und eine überdurchschnittliche Motivation. Demzufolge erzielten sie auch überdurchschnittliche Erfolge, die letztendlich zu Selbstbewusstsein und

Zufriedenheit führten. Diese Beobachtungen veranlassten mich zur tieferen Auseinandersetzung mit dieser Thematik. Was waren die Ursachen und Faktoren, die es neben den bekannten wissenschaftlichen Erkenntnissen gab? Neben genetischen Vorraussetzungen und Prägungen durch das soziale Umfeld gibt es offensichtlich einen weiteren Faktor für Erfolg.

Nach Stephen R. Covey besteht unsere Persönlichkeit, sprich unser Charakter, im Wesentlichen aus verschiedenen Gewohnheiten. Die entsprechende Lebensregel lautet:

Säe einen Gedanken und ernte eine Tat;
säe eine Tat und ernte eine Gewohnheit;
säe eine Gewohnheit und ernte einen Charakter;
säe einen Charakter und ernte ein Schicksal.
Stephen R. Covey

„Danach sind Gewohnheiten machtvollere Faktoren in unserem Leben. Da es sich um gleichbleibende, oft unbewusste Muster handelt, bringen sie ständig unseren Charakter zum Ausdruck und produzieren unsere Effizienz oder Ineffizienz“ (Covey 2011). Somit ist es eine Frage der regelmäßigen Wiederholung von Abläufen, dem Verinnerlichen und dem damit *Zur-Routine-werden-Lassen*, anderer, neuer Verhaltensweisen, damit diese auch zu neuen Gewohnheiten werden können und auch unsere künftigen Sichtweisen und unseren Charakter verändern. Anders ausgedrückt bedeutete das Persönlichkeitsentwicklung!

Das war er also, der Schlüssel zur Persönlichkeitsentwicklung und zum Erfolg! Durch die regelmäßige Wiederholung anderer als der gewohnten Verhaltensweisen verändert man nicht nur das unmittelbare Ergebnis seines Handelns, sondern entwickelt auch seine Persönlichkeit! Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr! Das stimmt nur bedingt. Hänschen lernt schneller und hat früher ein positives Ergebnis. Wenn Hans jedoch bereit ist seine Gewohnheiten zu ändern, wird er andere Ergebnisse produzieren und seine Persönlichkeit entwickeln. Das Ändern der eigenen Verhaltensweisen führt zur persönlichen Entwicklung. Geschieht dies in einem bewussten Prozess ist es *das Größte, was ein Mensch an Motivation erfahren kann*.

Trauen Sie sich! Stellen Sie sich und Ihre Verhaltensweisen infrage! Dann werden Sie Ihre Gewohnheiten ändern können! Schwierigkeiten wird es dabei geben, aber Sie werden Sie lösen. Es setzt voraus, sich bewusst zu machen, dass nicht die äußeren Umstände für den eigenen Erfolg verantwortlich sind, sondern ausschließlich man selbst. Ertappen Sie sich gelegentlich dabei, die „Schuld“ für einen Misserfolg, oder für ungünstige Umstände bei anderen zu suchen? Das ist der einfachste und bequemste Weg mit Fehlschlägen und Misserfolgen umzugehen. Und außerdem ein sehr menschlicher. Denn:

► **Anderen Negatives zuzusprechen schützt das innere Ich.**

Was bedeutet, dass wir die Schuld für eigene Schwierigkeiten auf andere übertragen, um unserer Selbstwertgefühl zu schützen. Weiter möchte ich diese psychologischen Erläuterungen nicht ausführen, sondern mich auf die Tatsache beschränken, dass es schlichtweg ein sehr bequemer Weg ist, die Schuld bei anderen zu suchen bzw. zu finden. So süß und verführerisch das Fortschieben von Verantwortung auch ist, hemmt es doch die eigene persönliche Entwicklung.

Schuld ist dies ... und schuld ist das ... Das wäre nicht passiert, wenn andere sich anders verhalten hätten, ... und so weiter und so fort. Beginnen Sie ab sofort, solche Gedanken zu vermeiden. Sie sind deutliche Signale einer „reaktiven Grundhaltung“. Beginnen Sie stattdessen für alles Erdenkliche Verantwortung zu übernehmen und denken Sie positiv! Während sich beispielsweise andere darüber auslassen, was wieder alles schlecht läuft, denken Sie darüber nach, was Sie Positives daran erkennen können. Beteiligen Sie sich auf keinen Fall an kollektivem Gejammer. Das kostet nur unnötig Energie und Zeit und schadet Ihrer Motivation.

Wer **reaktiv** ist, lässt sich von seinen Gefühlen leiten, wo professionelles Handeln angesagt ist. Wer reaktiv ist, lässt zu, dass seine Umwelt, seine äußeren Bedingungen entscheiden, was zu tun ist. Er überlässt den äußeren Faktoren die Macht über das eigene Leben.

Sind diese äußeren Bedingungen der eigenen Wahrnehmung nach negativ, geht es diesen Menschen schlecht. Empfinden sie die äußeren Umstände als positiv, geht es ihnen gut. Werden sie gut behandelt, fühlen sie sich gut. Wenn nicht, fühlen sie sich schlecht, sind demotiviert und ziehen sich zurück.

Diesem Modell entgegen steht das des „**pro-aktiven**“ Menschen. Sie werden künftig zu den „pro-aktiven“ Menschen gehören. Sie werden Ziele haben und innere Werte die Sie antreiben. Äußere Umstände und andere Meinungen haben dann nahezu keinen Einfluss mehr auf Ihre Stimmung und Ihre Leistungsbereitschaft. Ihren Erfolg bestimmen dann nur noch Sie.

Sie erinnern sich an mein Beispiel im Vorwort dieses Buches: ***Wenn Sie heute das Gleiche tun wie gestern, werden Sie auch die gleichen Ergebnisse wie gestern erzielen! Andere Ergebnisse erzielt man nur durch eine andere Verhaltensweise!***

Und wenn wir einmal darüber nachdenken, wie es wäre, unsere bisherigen Muster zu verändern, d.h. unser Handeln und die daraus resultierenden Ergebnisse in einer bestimmten Situation einmal isoliert zu betrachten. Dann steht es uns ja frei, wie wir uns beim nächsten Mal in einer vergleichbaren Situation verhalten können, oder?

Stellen Sie sich einen Menschen vor, dessen Meinung Ihnen wichtig ist, der ein Vorbild für Sie ist. Diese Person hält einen Teller in der Hand und wirft ihn nun

zu Boden. Der Teller zerspringt in tausend Scherben. Wenn Sie nun einen solchen Teller mit der gleichen Beschaffenheit in Händen halten und mit der gleichen Bewegung auf den gleichen Boden werfen, werden Sie ein gleiches Ergebnis erzielen.

Die gleiche Gesetzmäßigkeit gilt grundsätzlich auch für Ihren beruflichen Erfolg. Natürlich gelten im Zwischenmenschlichen, in der Kommunikation, verbal und auch nonverbal (Körpersprache und Mimik), komplexere Zusammenhänge als bei dem bloßen Werfen eines Tellers. Aber dieses Beispiel veranschaulicht das Prinzip von gesetzter Handlung und erreichten Ergebnis.

Verändern wir unser Verhalten, werden wir andere Resultate erzielen. Erkennen wir dann diese neuen Verhaltensweisen als erfolgreicher und besser an, bedarf es einer regelmäßigen Wiederholung, damit das Erlernte sich im Unterbewussten verankert und zur neuen „Gewohnheit“ werden kann. Mit jeder kleinen Verhaltensänderung prägen wir somit unseren Charakter und sind in der Lage, im Buch unseres Lebens eine andere Zukunft schreiben! Diese Zukunft werden Sie aktiv gestalten und dadurch selbstbewusster, erfolgreicher und glücklicher sein. Denn Ihr Bewusstsein wächst und lässt Sie erkennen, welchen Einfluss Sie selbst auf Ihren Erfolg und auf Ihr Wohlbefinden haben können. Negativen Einflüssen begegnen Sie dann gelassener und Ihr Umgang damit wird lösungsorientiert.

Dies sind sehr wichtige Erkenntnisse, die Ihr gesamtes künftiges Leben bereichern werden und die Basis bilden für Ihren Erfolg und Ihre dauerhafte Motivation. Und Motivation, oder anders ausgedrückt, Ihr „**Wollen**“, ist eine der drei Säulen Ihres Erfolgs, neben Ihrem **Fachwissen** und Ihrem **Können**. Das Können beschreibt, ob und wie Sie in der Lage sind, Ihr Wissen zu vermitteln, sprich zu kommunizieren.

Fazit

- Als Voraussetzungen zur Persönlichkeitsentwicklung gelten eine positive Einstellung zum Lernen, die Bereitschaft zur Selbstreflektion und die Bereitschaft, Gewohnheiten zu ändern.
- Sowohl die genetische Voraussetzung als auch äußere Faktoren (Erziehung, soziales Umfeld und Kultur) spielen eine Rolle, sie sind aber nicht die entscheidenden Faktoren für Erfolg.
- Ausgezeichneter Erfolg ist das Ergebnis harter Arbeit.
- Andere Verhaltensweisen führen auch zu anderen Ergebnissen. Das regelmäßige Wiederholen neuer Verhaltensweisen führt zu automatisierten Abläufen und damit zur persönlichen Entwicklung.
- Bewusste Persönlichkeitsentwicklung schafft ein hohes Maß an Motivation.

2.1 Leidenschaft

Leidenschaft im Beruf ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren. Leider wissen die meisten Menschen offensichtlich nicht, wie sie diese für sich selbst entdecken können. Sie glauben, sie sei entweder von selbst vorhanden, also angeboren, oder aber eben nicht. Wenn der eigene Antrieb nicht vorhanden ist und sich dadurch keine Erfolgserlebnisse einstellen können, wird es schwierig. Sich am eigenen Schopf aus dem Sumpf zu ziehen gelang bisher nur in Geschichten und ist ebenso unwahrscheinlich ist wie der Ritt auf einer Kanonenkugel. Aber das ist kein Grund, die Flinte ins Korn werfen, falls Sie Ihre Leidenschaft für den Beruf noch nicht gefunden haben. Ich kenne Menschen, die sich ermutigen ließen, an sich zu arbeiten, wodurch es ihnen gelang, eine für sie bis dahin ungeahnte Leidenschaft zu entwickeln.

So hat ein mir bekannter, heute sehr erfolgreicher Geschäftsführer eine beachtliche Entwicklung vollzogen. Er hat die klassische „Ochsentour“ einer Karriere hingelegt. Als Quereinsteiger begann er zunächst als Verkäufer in einem kleinen Geschäft. Er war fest entschlossen, sich zu entwickeln, und nahm jede Möglichkeit wahr, sein Wissen in Seminaren und Schulungen zu erweitern. Er las sehr viel und war für jede Arbeit, die anfiel, offen. Nach einigen Jahren wurde er der Stellvertreter des Inhabers und wechselte nach zwei weiteren Jahren in einen großen Konzern. Er absolvierte die interne Ausbildung mit Bravour und erreichte sein Ziel innerhalb von wenigen Jahren: eine gut dotierte, verantwortungsvolle Position. Er erzählte mir einmal nach einem Seminar, dass er im Umgang mit Menschen und im Vertrieb seine wahre Berufung gefunden habe. Das Beachtliche daran ist, dass er vor seinem Start im Einzelhandel sehr schüchtern war. Fremde Menschen anzusprechen sei die reinste Hölle für ihn gewesen. In der Schule, so verriet er mir, sei es so schlimm gewesen, dass er jedes Mal feuerrot anlief, wenn ein Lehrer ihn direkt ansprach. Erst sehr viel später, als er sich damit auseinanderzusetzen begann, erkannte er die alten und falschen Glaubenssätze, die er automatisch von seinen Eltern übernommen hatte. Er arbeitete sehr zielstrebig an sich. Er wollte in Zukunft vermeiden, sich schlecht zu fühlen, und wollte Freude erleben bei dem, was er tat. Im Verkauf fand er das perfekte Umfeld für seine Entwicklung. Er konnte mit vielen Menschen umgehen, was ihm half, seine alten Glaubenssätze immer mehr abzulegen. An deren Stelle bildete er neue, die er als richtig und wahr erkannt hatte.

Es gibt immer die Möglichkeit, Leidenschaft zu entwickeln, wenn man sich Ziele steckt und etwas wirklich will. Ich bin vielen Menschen begegnet, denen dies gelungen ist, immer auf eine ganz eigene individuelle Art. Eines brauchten sie alle: *Leidenschaft und Disziplin!* Diese beiden Begriffe werden Ihnen in diesem Buch

immer wieder begegnen. Sie sind unabdingbar für Ihren Weg zum Meta-Verkäufer! Erfolg und mehr Freude im Leben sind wie zwei ständige Begleiter von Leidenschaft. Sie folgen ihr ganz automatisch und selbstverständlich. Am besten wird das deutlich, wenn Sie Ihr liebstes Hobby zum Vergleich heranziehen.

Die Zeit, die Sie mit Ihrem Hobby verbringen, planen Sie meist dafür so, dass Ihnen nichts dazwischen kommen kann. Sie freuen sich darauf, und ist die Zeit endlich gekommen, scheint sie wie im Flug zu vergehen. Können Sie Ihrem liebsten Hobby nachgehen, sind Sie glücklich. Sie tauschen sich wieder mit Gleichgesinnten aus und Aufwand und Anstrengung spielen keine Rolle. Sie streben automatisch nach Entwicklung. Haben Sie aber keine Zeit für Ihr Hobby, sind Sie unausgeglichen und leiden regelrecht. Wer verzichtet schon gerne auf das, was ihm wirkliche Freude verspricht?

Aus der Psychologie wissen wir, dass es hochkomplexe, biochemische Abläufe im Gehirn sind, die Hormone und Botenstoffe freisetzen. Gehen wir unserem Hobby nach, bewirken sie, dass wir uns glücklich und zufrieden fühlen. Wir vergessen die Zeit und andere, als nicht so wichtig eingestufte Dinge. Müssen wir verzichten, ist das genaue Gegenteil der Fall. Die Laune sinkt, Zeit zieht sich wie Gummi, wir sind gereizt. Wenn Ihr Beruf den gleichen Stellenwert wie Ihr Hobby bekommt, werden Sie dabei sich genauso zufrieden fühlen und natürlich auch finanziell erfolgreicher sein.

Jeder, der sich mit seinem Hobby beschäftigt, erlebt die Intensität, die uns immer mehr zu einem Experten auf unserem Gebiet werden lässt. Wir interessieren uns, lernen und vertiefen uns immer weiter, bis in alle Details. Unser Gehirn, das Organ, das bei Höchstlast den größten Energieverbrauch hat, arbeitet immer effektiver. Experten benötigen für Komplexes sehr wenig Energie. Was im Gegensatz auch erklärt, warum wir fremde, unangenehme Arbeiten oder Denkprozesse, die wir nicht mit Leidenschaft betreiben, als sehr anstrengend empfinden. Denken Sie dabei an Ihre Steuererklärung, die noch abzugeben ist, oder ähnliches. Sie kosten uns manchmal in einer Stunde mehr Energie als ein ganzer Arbeitstag.

Nehmen wir an, Sie sehen sich im Fernsehen den Auftritt einer durchschnittlichen Musikgruppe an. Kleine Bühne, kleines Publikum, kleiner Sender und auch kleine Kunst. Was jetzt keinesfalls abwertend gemeint ist: Die Band kann durchaus in der Lage sein, gute Musik zu spielen. Und was den Erfolg anbelangt, haben sie es immerhin schon ins Fernsehen geschafft. Zwar zuerst nur in einen kleinen Regionalsender, aber je nachdem, wie groß die Motivation der Musiker ist, kann das ja noch werden. Wir fokussieren uns jetzt nur auf den Status quo.

Und nun einmal angenommen, Sie schalten um und sehen ein Konzert von Michael Jackson, einen seiner legendären Auftritte. Versuchen Sie das Konzert zu analysieren und lenken Sie dazu Ihre Aufmerksamkeit gezielt auf die Inszenierung, so erleben Sie eine Bühnen-Show der Superlative. Sie sehen, wie er die Massen begeistert. Es ist schlichtweg sensationell. Eine perfekt durchdachte Choreographie, die er zuvor gemeinsam mit den besten Choreographen entwickelte. Sein Erfolg ist nicht nur bloßes Talent gewesen. Er hat schlichtweg nichts dem Zufall überlassen. Selbst dieses Genie musste hart dafür arbeiten. Jeden seiner Schritte hat er wieder und wieder trainiert, bis sie seinen eigenen, hohen Ansprüchen genügten. Es waren seine unglaublich große Leidenschaft und die eisenharte Disziplin, die ihn zu einem der größten Musiker aller Zeiten haben werden lassen, der ganze Generationen von Musikern, und damit den gesamten Verlauf der Musikgeschichte, beeinflusst hat. Bis heute!

Für Sie im Vertrieb ist die Formel ganz genau die gleiche: Nur wenn Sie diese Leidenschaft für Ihren Beruf entwickeln, werden Sie Meta-Verkäufer werden. Oder anders formuliert:

- Brennen Sie vor Leidenschaft für Ihren Beruf! *Dann* werden Sie Ihre Kunden begeistern!

Das ist die absolute Bedingung für Ihren Weg zum Meta-Verkäufer. Wie sollte das sonst funktionieren? Als Verkäufer stehen Sie permanent auf der Bühne. Ihre Kunden nehmen Sie in Ihrer ganzen Erscheinung wahr, mit Ihrer gesamten Kompetenz, in jedem Augenblick.

2.2 Kommunikation

Kommunikation wird im Allgemeinen als der Austausch oder die Übertragung von Information bezeichnet. „Information“ steht für Wissen, Erkenntnis oder Erfahrung. Der „Austausch“ ist als gegenseitiges Geben und Nehmen zu verstehen und die „Übertragung“ beschreibt den Vorgang, wenn Gedanken, Vorstellungen und Meinungen vom Sender zum Empfänger übermittelt werden. Gerade auf diese Übertragung ist besonderes Augenmerk zu richten, da hierbei immer Distanzen zu überwinden sind. Distanzen, die meist weder dem Sender, noch dem Empfänger bewusst sind und die letztlich die Qualität einer Kommunikation bestimmen.

- Eine Information sollte idealerweise beim Empfänger so ankommen – und auch verstanden werden –, wie sie vom Sender gemeint ist!

Das ist eine große Herausforderung für den Sender und für den Empfänger zugleich. Beide haben im Laufe ihres Lebens unterschiedliche Interpretationsmuster und Kodierungsschlüssel für Kommunikation entwickelt. Gut, wenn sich der Sender einer Botschaft bemüht, sich so auszudrücken, dass der Empfänger auch verstehen kann, was er tatsächlich meint. Damit jedoch beschäftigen sich die wenigsten Menschen.

Interpretationsmuster des Empfängers möglichst schnell zu erkennen und genau auf der Frequenz zu senden, auf der der Empfänger empfangen kann, ist für jeden von großer Bedeutung, der verstanden werden will. Haben Sie sich als Verkäufer schon einmal intensiv damit beschäftigt, ob Ihre Kunden alles verstehen, was Sie sagen? Nein? Ich empfehle es Ihnen dringend! Hier liegt ein großes Potenzial, Ihre Verkaufsgespräche zielgerichteter und effektiver zu führen. Das spart nicht nur Zeit und erhöht die Abschlussquote, sondern schafft außerdem mehr Vertrauen.

Bevor wir tiefer eintauchen in die Kommunikation und die Meta-Programme, hier ein paar wesentliche Grundlagen zur Kommunikation.

2.2.1 Die nonverbale Kommunikation

- Man kann nicht nicht kommunizieren!

So formulierte der Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick einen seiner bedeutendsten Grundsätze. Hiernach findet immer Kommunikation statt, sobald zwei Menschen sich wahrnehmen.

Ganz egal, was wir tun, und sogar dann, wenn wir glauben, gerade eben nichts zu tun. Selbst dann teilen wir uns unbewusst unserer Umwelt mit. Durch Körpersprache, Mimik und Gestik lassen wir erkennen, wie es gerade in uns aussieht.

Ich möchte anhand von ein paar Beispielen verdeutlichen, dass nonverbale Kommunikation bereits dann stattfindet, wenn es vielen Verkäufern nicht bewusst ist: Betrachten wir die Szene mit den Verkäufern aus dem Elektronik-Fachgeschäft (in Kap. 1), die gerade dabei sind, Ware auszupacken und in die Regale zu räumen. Den Kunden nehmen sie nicht wahr, weil sie mit sich selbst und der Ware beschäftigt sind. Ihre Kommunikation lautet: „Wir sind beschäftigt und haben gerade keine Zeit oder kein Interesse“. Der Verkäufer, der gerade am Computer sitzt und einen Auftrag eingibt, nimmt die Kunden in seiner Abteilung ebenfalls nicht wahr. Seine Kommunikation ist die gleiche wie im ersten Beispiel.

Und genauso ist es mit den Verkäufern, die sich gerade unterhalten und etwas Wichtiges mitzuteilen haben. Auch sie signalisieren nach außen: „Wir sind gerade beschäftigt“. Ein Kunde ist jedoch in diesem Augenblick in seinem inneren Bezugsrahmen und möchte nur sein Problem gelöst haben oder seinen Bedarf gedeckt. In diesem Kontext überlegt er nicht, ob die Verkäufer gerade dabei sind, etwas Wichtiges zu besprechen. Für ihn ist nur sichtbar: „Die Verkäufer unterhalten sich und haben offensichtlich kein Interesse, mir etwas zu verkaufen.“

Das ist der Grund, warum Sie als Meta-Verkäufer Ihre Kunden sofort wahrnehmen, wenn sie Ihr Geschäft oder Ihre Abteilung betreten. Sie schenken ihnen Ihre ungeteilte Aufmerksamkeit und begrüßen sie. Ihre nonverbale Kommunikation, Ihre Botschaft lautet: „Sie sind herzlich willkommen! Ich werde alles tun, damit Sie zufrieden sind! Schön, dass Sie da sind!“ Klare Botschaften, die jeder sofort versteht.

- Als Verkäufer stehen Sie permanent auf der Bühne. Ihre Kunden sind Ihr Publikum und diese „sehen“ genau, was Sie „sagen“.

2.2.2 Die verbale Kommunikation

Nonverbale und verbale Kommunikation sind sehr wichtige Faktoren für Ihren Erfolg im Verkauf.

Menschen reden oft aneinander vorbei. Es nützt Ihnen kein noch so profundes Fachwissen, wenn bei der „Übertragung“ von Informationen, wichtige Aspekte beim Empfänger, sprich bei Ihrem Kunden, nicht ankommen. Selbst, wenn Sie Ihrer Meinung nach kompetent beraten und alles vermittelt haben, was wichtig und

relevant ist. Das bedeutet noch lange nicht, dass Ihre Aussagen auch verstanden wurden.

Für die meisten Menschen „passiert“ Kommunikation automatisch. Die Gedanken oder die Ideen, die vermitteln werden sollen, werden in Worte gefasst und an den Empfänger gesendet, ohne sich mit der Funktionsweise und der Effektivität der Kommunikation näher zu beschäftigen. Eigene Erfahrungen und eigene Werte prägen die Art der gewählten Umschreibungen und Ausdrucksweise. Dass die Erfahrungen und Werte unseres „Gegenübers“ immer mehr oder weniger abweichend der eigenen sind – manchmal sogar vollkommen konträr –, bedeutet, dass das, was wir vermitteln wollen, bei unserem Gesprächspartner nur teilweise oder auch gar nicht ankommen kann!

Sie haben das sicher auch schon erlebt: Sie geben sich wirklich Mühe, etwas zu erklären, da es ihnen wichtig ist, verstanden zu werden. Haben Sie dann alles mitgeteilt, haben Sie zuerst das Gefühl, „So, jetzt ist alles gesagt und alles ist klar“. Dieses Gefühl weicht dann plötzlich, weil Sie merken, dass Sie damit völlig danebenliegen. Sie beginnen wieder von vorne. Spätestens, wenn sich der gesamte Prozess wiederholt, glauben die meisten Menschen, man wolle sie offensichtlich nicht verstehen oder der Angesprochene täte nur so, als ob er zuhöre. Die vermeintlichen Hintergründe und Vermutungen sind sehr vielfältig. Im Privaten endet eine solche Situation oftmals im Streit und im Verkauf ganz sicher nicht mit einem Abschluss. Wenn zwei Menschen offensichtlich aneinander vorbeireden, hat es oft eine ganz andere Ursache, als man vermuten mag. Sie senden und empfangen Signale auf unterschiedlichen Frequenzen, was eine erfolgreiche Kommunikation sehr schwierig macht (vgl. Abb. 2.1).

Wenn es Ihnen so geht wie den meisten Menschen in meinen Seminaren, werden Sie glauben und sagen: „Also damit hatte ich noch nie Schwierigkeiten. Ich komme sehr gut mit Menschen in Kontakt, und was ich zu sagen habe, kann ich auch sehr gut vermitteln.“ Es ist uns nicht bewusst, dass wir nicht verstanden werden, da für uns ja alles gesagt ist, was wichtig und relevant ist.

Um die Verluste beim Senden und Empfangen von Informationen zu veranschaulichen, eignet sich das klassische Kinder- und Kommunikationsspiel „Stille Post“ perfekt. Sie kennen es vielleicht: Eine Gruppe von mindestens zehn bis 25 Menschen (je mehr, desto besser) sitzen oder stehen in einer Reihe oder Kreis. Dem ersten wird eine Information zugeflüstert. Diese Information soll nun von einem zum anderen weitergeben (weitergeflüstert) werden, bis alle Teilnehmer wissen sollten, was der Inhalt der Botschaft ist. Der Letzte teilt die angekommene Botschaft laut der ganzen Gruppe mit, was in der Regel Diskussionen und allgemeines Gelächter auslöst, da sie mit der ursprünglichen Information oft nicht mehr viel gemein hat. Es gibt offensichtlich in der Kommunikation Hindernisse zu über-

Kunden gewinnen mit Meta-Selling
So steigern Sie Ihre Abschlussquote radikal
Lörsch, Th.W.
2015, XIX, 184 S. 9 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-06963-6