



Execute the most elaborate
video campaigns with ease!



Finde

sales
BUSINESS

Das Entscheidermagazin für Vertrieb und Marketing

[Home](#) [Newsletter](#) [Abonnement](#) [Mediaservice](#) [Kontakt](#) [Sitemap](#)



Partner Shops

salesBUSINESS

Aktuelles Heft

News

Gehaltscheck

Servicepools

CRM & Vertrieb

Branchenindex

CRM-Report

Branchenindex

Trainingsmarkt

Community

Jobbörse

Buchtipps

Hotelsuche

Termine

Business Service

Links

Special

Vertrieb kompakt

Exklusiv

Archiv

Meetings

EXTRA

Jetzt gibts was auf
die Ohren



Klaus-J. Fink
und **Martin**
Limbeck in

Höchstform.

Mehr als eine
Stunde kostenloses
"Hörtraining".

[Download hier ...](#)

Servicepool

So werden Ihre Informationen noch besser verstanden
von Hans Fischer



Leider ist der Informationsverlust bei der mündlichen Kommunikation gewaltig. Obwohl wir glauben, dass wir alles verstanden haben, was der andere uns gesagt hat, ist nach zwei Tagen 50 Prozent davon schon wieder gelöscht.

Das Gefährliche daran ist, dass wir dann immer noch der Ansicht sind, es sei alles erhalten. Damit Ihre Informationen besser ankommen und besser gespeichert werden, hier einige Tipps.

1. Sprechen im 20-Sekundentakt.

Das Gehirn des Zuhörers macht alle 20 Sekunden eine kleine Pause. Wenn Sie Ihre Sätze zu lange formulieren, gehen einige Informationen verloren.

Deshalb:

- Formulieren Sie immer kurze Sätze
- Bauen Sie bei längeren Redepassagen immer wieder kurze Pausen von zwei Sekunden ein.
- Geben Sie dem Kommunikationspartner Gelegenheit, das Gehörte zu verdauen.

2. Benutzen Sie Worte, von denen Sie sicher sind, dass sie der andere versteht.

Wenn Sie mit einem Kaufmann sprechen, dann benutzen Sie andere Worte, als im Dialog mit einem Techniker. Wertschöpfung und Wirtschaftlichkeit sind dann als Bestandteil Ihrer Formulierung zielführender als technische Merkmale. Wenn Sie ein Spezialist in irgendeiner Sparte sind, dann berücksichtigen Sie, dass der Kommunikationspartner, der kein Spezialist ist, mehr als die Hälfte ihrer Informationen nicht versteht oder falsch interpretiert. Wenn Entwicklungsingenieure untereinander von einer „suboptimalen Lösung“ sprechen, meinen sie, dass das nicht funktioniert.

3. Vermeiden Sie „Imponierdeutsch“ und „Denglisch“

Marketingleute und IT-Spezialisten reden gerne so. Sie glauben, damit noch fachkompetenter zu wirken. Das ist ein Trugschluss, denn gute Kommunikationsprofis verwenden anschauliche Formulierungen und achten darauf, dass sie vollständig verstanden werden. Ein guter Redner überzeugt, indem er für Fremdworte und Spezialbegriffe Formulierungen findet, die jeder versteht. Denn was nutzt das ganze imposante Formulierungskonstrukt, wenn der Empfänger nur die Hälfte versteht. Außerdem ist das ein Zeichen von Halbbildung.

4. Prüfen Sie, ob der Partner die Information überhaupt empfangen will und kann.

- Wenn der Kommunikationspartner gedanklich abgelenkt ist, gehen Ihre Informationen ins Leere.
- Wenn er sich über Sie ärgert, wird er keine Argumente von Ihnen annehmen.
- Wenn die Wellenlänge nicht stimmt, zweifelt er Ihre Argumente an.
- Wenn er momentan keinen Rat sucht, wird er die besten Ratschläge von Ihnen ablehnen.

sales
BUSINESS

**Probeabo
hier
bestellen!**

**Abovorteile
Leser werben Leser**

Newsletter

Go!

- Abonnieren
 Abbestellen

**Partner
versicherungs-
magazin**

Seminare/GMI

Call Center Profi

businessguide

Gabler

tagungsplaner.de



HAVF

Sponsoren



Innova
schön

5. Sprechen Sie spezifisch, verallgemeinern Sie nicht

- Die Anlage hat ein 25 Meter Schwimmbecken und zwei Tennisplätze" – ist präziser als „Gute Freizeiteinrichtungen“.
- „20 bis 25 Prozent Einsparung" – statt deutliche Einsparung (muss natürlich beweisbar sein).
- „Acht Prozent der Beschäftigten arbeiten in der Forstwirtschaft" – ist präziser als „nur ein geringer Anteil arbeitet in der Forstwirtschaft.“

6. Visualisieren Sie

Ein Block und ein Stift sind sehr wirkungsvolle Verkaufshilfen. Erläutern Sie komplexe Zusammenhänge zeichnerisch. Das ist leichter als befürchtet und hilft dem Kommunikationspartner, das Ganze noch besser zu verstehen. Bilder werden besser gespeichert und bleiben länger erinnerbar, deshalb üben Sie, bestimmte Fakten und Aussagen durch Symbolen zu visualisieren. Arbeiten Sie mit geometrischen Mustern und Pfeilen. Wenn Sie dem Kunden rüberbringen wollen, dass er mit Ihrer Lösung die Hälfte der Vorbereitungszeit einspart, dann zeichnen Sie zum Beispiel einen Kreis und halbieren ihn.

7. Stellen Sie erst mal eine gute Gesprächsatmosphäre her

Zeigen Sie dem Partner Wertschätzung. Spürt er die nicht, werden Ihre Informationen verfälscht und gefiltert aufgenommen. Lassen Sie ihn spüren, dass Sie seine Gedankengänge nachvollziehen und seine Meinung respektieren. Auch wenn Sie gegenteiliger Meinung sind. Achten Sie peinlichst darauf, ihn aussprechen zu lassen und ergänzen Sie nie seine Sätze für ihn zu Ende. Wenn der andere sicher ist, dass Sie sich über seine Meinung Gedanken machen, wird er auch Ihre Argumente rational untersuchen.

8. Operieren Sie mit Zahlen und Beweisen, die der Kunde anerkennt

- „Herr Kunde, wie hoch kalkulieren Sie eine eine Stunde Produktionsstillstand?" „Wir rechnen mit 200 Euro.“ „Das bedeutet, wenn Sie durch das neue Verfahren eine um 20 bis 25 Prozent höhere Verfügbarkeit erzielen, sparen Sie im Monat bis zu 3500 Euro gegenüber heute ein.“
- „Herr Kunde, was kostet Sie eine Arbeitsstunde im Büro?" „Wir rechnen mit 62 Euro" „Das bedeutet, wenn Sie mit der neuen Organisationen die Wegezeiten Ihrer Mitarbeiter um zwei Stunden pro Arbeitstag und pro Mitarbeiter reduzieren, sparen Sie im Monat 440 Euro.“



Kontakt zum Autor:

HANS-FISCHER-SEMINARE

St. Wendelinstrasse

986932 Pürgen-Lengenfeld

Fon: 08196 998210

Fax: 08196 998212

<http://www.fischerseminare.de/>

<http://www.puls-blog.de/>

» [Druckversion](#)

» [Dokument versenden](#)

(c) BusinessGuide.de 2009, Alle Rechte vorbehalten

© **Gabler**, ein Unternehmen der
GWV Fachverlage: alle Rechte vorbehalten

| [Impressum](#) | [AGB](#) | [Versandbedingungen](#) |
[Informationen zum Datenschutz](#)