

Am Telefon

Seminarleiter: Kurt H. Steindl, MBA
Akademischer Trainer

Die Erfindung des Telefons - Erfunden wurde das Telefon im Jahre 1876 von Graham Bell. Nur wenige Erfindungen haben die menschliche Kultur derart geprägt wie das Telefon. Der ständige wachsende Einsatz und die zunehmende Bedeutung des Telefons ist uns heute gegenwärtig. Das Telefon ist mittlerweile zum wesentlichen Kommunikationsinstrument geworden. Die Einführung des Handys hat einer Industrie die höchsten Zuwachsraten beschert. Ein Leben ohne ständig erreichbar zu sein, ist für viele Menschen in den westlichen Industrienationen heute beinahe unvorstellbar.

Neue Art der Kommunikation - Seit etwa 40.000 Jahren beherrscht der Mensch die Fähigkeit zu sprechen. Die sichere Trennung von Atem- und Nahrungsweg wurde im Laufe der Evolution zu Gunsten des Sprechens aufgegeben. Alleine schon deshalb verbietet sich jede Form der Nahrungsaufnahme beim Telefonieren. Kau- und Schluckbewegungen verursachen nicht nur unangenehme Nebengeräusche, sondern binden vor allem auch Energie. Energie die nötig ist, durch Konzentration ein „Verschlucken“ zu verhindern.

Wenn wir die Besonderheiten des Telefonierens wirklich verstehen wollen, ist es unabdingbar die Sprache als Entwicklung der Evolution zu sehen. Um richtig telefonieren zu können, ist mehr erforderlich, als oberflächliche Rhetorik-Tricks. Am Telefon sind ausladenden Gesten, besondere Mimik, reiche Körpersprache nur sehr bedingte Hilfen. Telefonie ist eine Lernsprache!

Was als notwendige Lebensfunktion seit Millionen von Jahren entwickelt wurde, führt im Jahr 2015 zu rund 25 Millionen Telefonkontakten täglich alleine in Österreich. Das heißt, etwa 6.5 Millionen Österreicher produzieren jeder, statistisch gesehen etwa vier Telefonkontakte täglich – Tendenz stark steigend.

Das Telefongespräch hat das Gespräch face-to-face abgelöst. Es ist ganz und gar an die Stelle des gewohnten, unmittelbaren Kontaktes getreten, bei dem alle Sinne im Spiel sind: Augen, Gehör, Tastsinn, Geruch und Geschmack.

Telefonische Kontakte - Jede geschäftliche Intention, die per Telefon übermittelt wird, bedeutet Verkaufen am Telefon – ganz gleich, ob es sich um ein hereingehendes oder ein herausgehendes Telefongespräch handelt. **Jeder Gastkontakt ist eine Verkaufssituation.** Nur wer begreift, dass jede, aber auch wirklich jede Außenwirkung im geschäftlichen Verkehr über Erfolg und Misserfolg entscheidet, hat eine Chance, im immer härter werdenden Wettbewerb zu überleben.

Telekommunikation und Globalisierung sind Schlagwörter, die veränderte Bedingungen benennen. Die Telekommunikation ist einer der am stärksten wachsenden Märkte der Welt. Sie ist eine Herausforderung an moderne Unternehmen und deren Mitarbeiter.

Sehen, riechen, anfassen - Telefonate werden wissenschaftlich als indirekte Kommunikation bezeichnet. Wir können unseren Gesprächspartner weder sehen noch riechen oder anfassen. Darin liegt die Einzigartigkeit des Telefonierens. Unsere Wahrnehmung ist während des Telefonierens allein auf das Hören reduziert. Alles das, was menschliche Kommunikation seit Jahrtausenden ausmacht, wird am Telefon plötzlich anders!

Unsere Informationen über den anderen gewinnen wir plötzlich nicht mehr über Aussehen, Kleidung, Gestik, Mimik, Haltung, Gang usw. sondern über Sprechgeschwindigkeit, Stimme, Modulation, Freundlichkeit, Aussprache, Ausdrucksweise, Grammatikalische Struktur, Sprachliche Botschaft

„Der Ton macht die Musik!“ - Die tiefere Sinnhaftigkeit und die besonderen Auswirkungen des richtigen oder falschen Tons berücksichtigen wir nicht immer ausreichend.

Sprechtechnik - Überprüfen Sie Ihre Sprechweise. Ihr Gesprächspartner am anderen Ende der Leitung schaltet sehr schnell ab, wenn er Mühe hat Sie zu verstehen. Sprechen Sie zu schnell, oder zu langsam? Wenn Sie zu schnell sprechen, überfordern Sie langsame Denker. Wenn Sie zu langsam sprechen, langweilen Sie Schnelldenker.

TIPP: Passen Sie sich der Sprechgeschwindigkeit Ihres Gesprächspartners an. Aber nur anpassen, nicht imitieren!

Vier Grundlagen für erfolgreiche Gesprächstechnik:

1. Sauber artikulieren, die Lippen bewegen und Zähne auseinander.
2. Verwenden Sie zwischen 130 und 140 Wörter pro Minute
3. Passen Sie Ihr weiteres Sprechtempo dem Tempo Ihres Partners an.
4. Formulieren Sie fünf bis neun Wörter innerhalb eines Satzes. (Je kürzer ein Satz, umso höher ist die Merkfähigkeit seiner Aussage.)

Achten Sie immer darauf, dass Ihr Gesprächspartner Ihre Worte immer gut und deutlich verstehen kann. Jede Information, die er nicht zweifelsfrei entschlüsseln kann, bedeutet einen erhöhten

Energiebedarf für ihn. Schwerfallende oder unmögliche Entschlüsselungen werden als unfreundlicher Akt aufgenommen und schaffen eine negative emotionale Atmosphäre.

Bereits die schlechte Wahrnehmung Ihres Namens am Beginn kann ein erfolgreiches Gespräch von vornherein unmöglich machen. Damit erschweren Sie der Person am anderen Ende der Leitung die Einordnung Ihrer Person und erzeugen Unsicherheit.

Körperhaltung - Erst der aufrechte Gang hat dem Menschen das Sprechen ermöglicht. Wäre der Mensch ein „Krabbler“ geblieben, hätte er keinerlei Sprachfähigkeit entwickelt. Erst das Abkoppeln der „Vorderbeine“ von der Fortbewegung befreite den Brustkorb und damit die Atmung. Das Ein- und Ausatmen konnte sich dementsprechend nach den Erfordernissen des Sprechens entwickeln.

Die Körperhaltung symbolisiert die Persönlichkeit und beeinflusst die Atmung: Gebückte Haltung, geneigtes Haupt drängen uns in die Defensive. Im Gegensatz dazu verleihen uns aufrechtes Stehen oder Sitzen Sicherheit und lassen uns dynamisch und offensiv wirken. Wir beweisen „Rückgrat“, wir „stehen mit beiden Beinen fest auf dem Boden“, wir „behaupten unsere Stellung“ usw.

Eine schlaffe Körperhaltung lässt sie auch phonetisch müde und schlampig klingen. Sie bewirkt Verkrampfung, Beklemmung, Zerstreutheit und hinterlässt beim Gegenüber einen negativen Eindruck.

Wie melde ich mich richtig? - Die menschliche Stimme klingt im Telefonhörer etwas verzerrt und im ersten Moment fremd und ungewohnt. Im Normalfall brauchen wir etwa ein bis zwei Sekunden um uns auf den Klang der Stimme an unserem Ohr zu gewöhnen. Aus diesem Grund ist es von Vorteil, als erstes Wort nicht den wichtigen Teil Namen des Unternehmens zu verwenden.

Beispiel: „*Hotel Bergblick, Sandra, Guten Morgen*“

Achten Sie darauf, die Begrüßungsformel nicht herunter zu leiern, sondern wirklich jedes Mal aufs Neue zu akzentuieren. Die Person am anderen Ende muss spüren, dass Sie erfreut über diesen Anruf sind.

Nennen Sie nur dann Ihren Namen, wenn Sie bereits einige Zeit in diesem Betrieb arbeiten und den Gast kennen. Damit treten Sie aus der Anonymität heraus und der Stammgast freut sich einen bekannten Namen zu hören.

Anmerkung:

Überlange und komplizierte Begrüßungsformel sind nicht mehr zeitgemäß. Gute Unternehmen verzichten mittlerweile sogar darauf, den Mitarbeitern eine fixe Telefon-Begrüßung vorzuschreiben, sondern geben diese frei. Fähige Mitarbeiter werden sich sowieso angemessen verhalten und wissen, was sich gehört.

Floskeln - Floskeln sind Füllwörter, die eine Kommunikation verschleppen und uninteressant machen. Verzichten Sie darauf, wenn Sie nicht wirklich ehrlich gemeint sind. Das vielgebrauchte „Wie geht es Ihnen?“ ist oftmals nur eine leere Worthölse hinter der sich kein wirkliches Interesse verbirgt. Verwenden Sie es nur, wenn Sie wirklich am Wohlergehen des anderen in diesem Moment interessiert sind.

Erfolgreiches Telefonverhalten

Allgemeine Regeln

- Reden Sie so, dass Sie beachtet werden.
- Reden Sie so, dass Ihr Gesprächspartner schon die Kommunikation mit Ihnen als Gewinn empfindet.
- Seien Sie amüsan, witzig usw.
- Reden Sie besonders höflich, charmant, wertschätzend ...
- Reden Sie so, dass es nicht unnötige Anstrengungen und Kosten verursacht.

Anruf entgegennehmen - Jeder Mitarbeiter, der den Telefonhörer abhebt, muss sich bewusst sein, das er in diesem Moment zu hundert Prozent das Unternehmen repräsentiert. Speziell wenn ein Gast das erste Mal anruft, macht er sich aufgrund dieses Telefonates ein Bild des Hauses. Mürrische Begrüßung, unfreundliche Kommentare, knappe Antworten, hastig gestammelte Ausflüchte – all dies bringt der anrufende Gast mit der Unternehmenskultur Ihres Betriebes in Verbindung.

Anzahl der Klingelzeichen - Bemühen Sie sich beim zweiten spätestens aber beim dritten Läuten abzuheben. Wenn Sie früher abheben, könnte das als Untätigkeit interpretiert werden. Den Anrufer länger warten zu lassen, beinhaltet die Gefahr seine Stimmung zu verschlechtern und den Erfolg des Telefonates bereits zu gefährden bevor es überhaupt begonnen hat.

Wenn Sie beim ersten Läuten abheben, könnte es sein, dass sich der Anrufer überrumpelt vorkommt. Während der ersten Klingelzeichen formuliert der Gast nämlich im Geiste nochmals sein Anliegen.

Begrüßung - Bevor Sie abheben, nehmen Sie sich eine Sekunden Zeit, um durchzuatmen und sich auf das Telefonat positiv einzustimmen. Beginnen Sie erst zu reden, wenn Sie den Hörer am Ohr haben! Sagen Sie nur, was Sie auch wirklich meinen (oder meinen Sie eben, was Sie sagen müssen!). Leiern Sie keine Begrüßungsformel lustlos herunter, sondern besinnen Sie sich auf den Inhalt Ihrer Begrüßungsworte.

Abstand - Halten Sie die Sprechmuschel auch wirklich so, dass Sie hineinsprechen. Bei einem Mundabstand von etwa 1,5 cm haben Sie die beste Sprachqualität. Bei 4 cm Abstand verringert sich die technische Qualität um 75%.

Lärm - Achten Sie darauf, dass es in unmittelbarer Umgebung des Telefons nicht allzu laut ist. Schließen Sie das Fenster (Straßenlärm) oder schirmen Sie das Telefon dagegen ab.

Essen, trinken, rauchen - Wenn Sie dem anrufenden Gast Respekt und Wertschätzung entgegenbringen, versteht es sich von selbst auf alles zu verzichten, das die Kommunikation stören könnte.

Die Stimme - Sprechen Sie nicht zu hoch. Eine wohltuende Stimme liegt eher tiefer als hoch. Hohe Stimmen erwecken einen inkompetenten Eindruck, während tiefere Stimmlagen als vertrauenswürdig empfunden werden.

Modulieren Sie. Das Telefon schluckt die Höhen und Tiefen. Sie sollten daher am Telefon ruhig mehr „singen“. Heben Sie und senken Sie Ihre Stimme. *Lächeln* Sie! Ihr Gesprächspartner kann es zwar nicht sehen aber hören! Freundlichkeit ist Regel Nr. 1 beim Telefonieren. Lesen Sie nichts ab, sondern sprechen Sie mit Ihren eigenen Worten.

Zuhören - Bei keinem anderen Medium ist das aktive Zuhören so wichtig wie beim Telefon. Bestätigen Sie den Gesprächspartner, indem Sie Bestätigungswörter wie „Ja“, „Gern“, „Natürlich“, „Selbstverständlich“ und so weiterverwenden. Längere Zeit wortlos zuhören wirkt wie Desinteresse. Ungeteilte Aufmerksamkeit kann der Anrufer hören und fühlen! Lassen Sie Ihren Gesprächspartner ausreden, fallen Sie ihm nie ins Wort.

Führen Sie jedes Gespräch so, als wäre es das einzige an diesem Tag. Denken Sie während des Gespräches nicht an das Letzte oder an das Nächste. Behandeln Sie hundertsten Anrufer genau so wie den ersten. Für den Gast ist es vielleicht das erste Telefonat.

Name - Das wichtigste Wort im Leben jedes Menschen ist sein eigener Name. Jeder kultivierte Anrufer wird sich mit seinem Namen bei Ihnen vorstellen. Notieren Sie umgehend den Namen und verwenden Sie ihn sofort im Gespräch. Wenn Sie den Namen nicht genau verstanden haben, dann fragen Sie nach. Ihr Interesse wird als Interesse an der Person des Anrufers gewertet.

In manchen Fällen wird es sogar notwendig sein, sich den Namen buchstabieren zu lassen. Verweisen Sie zum Beispiel darauf hin, dass Sie den Namen richtig in das Reservierungsbuch eintragen möchten. Bei der Verabschiedung hinterlässt die Nennung des Namens einen besonders positiven Eindruck und bereitet damit den Boden für das nächste Telefonat. Je öfter Sie den Namen im Gespräch wiederholen, desto besser werden Sie ihn sich einprägen. Es gibt kein schlechtes Namensgedächtnis, sondern nur ein untrainiertes.

Achtung: Wenn Sie den Namen des Gesprächspartners aussprechen, können Sie nicht verhindern, dass Ihr Gegenüber alle Gefühle heraus zu hören versucht, die Sie in seinen Namen legen. Behandeln Sie deshalb den Namen des Partners wie eine Rose: mit Freude, aber auch mit Vorsicht vor den Dornen.

Nochmals Achtung: Unterschlagen Sie keine Titel, insbesondere keine akademischen!

Fragen Sie niemals: „Wie war doch gleich Ihr Name?“ Sie können ruhig davon ausgehen, dass die Person auch jetzt noch den gleichen Namen hat. Formulieren Sie besser: „Wie ist Ihr Name, bitte?“

Weiterverbinden - Bestimmt waren Sie selbst schon einmal Opfer einer Weiterverbindungsorgie. Besonders bei öffentlichen Ämtern wird diese Unart bis zum Exzess ausgelebt.

Einmaliges Verbinden wird vom Anrufer bedingt als negativ empfunden, jedes weitere Mal lässt den Adrenalinspiegel deutlich steigern. Wenn Sie verbinden müssen, dann stellen Sie das Anliegen des Anrufers beim neuen Gesprächspartner vor. Damit vermeiden Sie, dass der Anrufer alles nochmals wiederholen muss. Nennen Sie dem Anrufer den Namen der Person, zu der Sie ihn verbinden. Anschließend achten Sie darauf, ob die Verbindung auch zustande gekommen ist.

Nehmen Sie den Anruf als persönlichen Auftrag entgegen. Notieren Sie sich das Anliegen und die Telefonnummer und sorgen Sie dafür, dass die kompetenteste Person umgehend zurückruft.

Sprechzeit - Lassen Sie den Gesprächspartner zu Wort kommen. Sprechen Sie nicht zu lang. Drei bis fünf Sätze genügen. Beenden Sie Ihren Gesprächsteil möglichst mit einer Frage. So erreichen Sie ein echtes Wortspiel.

Pausen - Die Sprechpause hat eine magische Kraft. Sie bringen damit den anderen zum sprechen. Wer eine Pause macht, gibt auch dem Anderen Zeit zum Nachdenken. Sie wirken dadurch

sympathischer und sicherer. Außerdem werden Sie konzentrierter zuhören, wenn Sie bewusste Pausen einstreuen.

Wissenslücken - Mitunter merken Sie während eines Gespräches, dass Ihr Gegenüber erhebliche Informationslücken aufweist. Es wäre völlig falsch, jetzt mit Wissen zu brillieren und diese Defizite aufzudecken. Stellen Sie sich doch als Datenbank zur Verfügung. Verzichten Sie auf Fachbegriffe.

Mitschreiben, Vorlagen - Haben Sie immer Notizblock und Schreibgerät neben dem Telefon griffbereit. Niemand kann sich die Details von drei aufeinander folgenden Anrufen lückenlos merken. Wenn Sie alle wichtigen Aussagen mitschreiben, sprechen Sie damit mehrere Sinne an und steigern damit spürbar Ihre Aufmerksamkeit. Dies ist für den Anrufer deutlich spürbar.

Präsent sein - Am besten verhalten Sie sich am Telefon so, als wäre der Gesprächspartner persönlich anwesend. Sätze einem der Partner gegenüber, würde man bestimmt nicht mit dem Kugelschreiber spielen oder Strichmännchen und ähnliches zeichnen. Tun wir aber nicht das ständig? Konzentrieren Sie sich auf Ihr gegenüber. Seien Sie präsent. Körperlich und geistig.

Formulierungen - Vermeiden Sie im Gespräch „Ich“- oder „Wir“-Formulierungen. Verwenden Sie mehr die „Sie“-Formulierung. Überlegen Sie, welchen Nutzen Sie dem Gast bieten können und nehmen Sie den „Sie“-Standpunkt ein. Formulieren Sie nicht „Wir bieten Ihnen ...“, sondern besser: „Sie erhalten ...“, „Sie bekommen ...“, „Sie haben den Nutzen ...“, „Sie sparen ...“ usw.

Manchmal ist es notwendig, den Gast zu bitten, etwas zu tun. Hier einige Formulierungen, die Sie dann verwenden können:

- „Bitte seien Sie so nett und ...“ (bringen die genaue Zahl in Erfahrung).
- „Wäre es Ihnen vielleicht ausnahmsweise möglich ...“ (... etwas später/früher zu kommen?)
- „Sie würden uns/mir wirklich außerordentlich helfen, wenn ...“ (... Sie bereits im Vorfeld die Wünsche bekannt geben könnten.)
- „Wir wären Ihnen heute ganz besonders dankbar, wenn ...“ (sie die Bestellung gleich für zwei Wochen aufgeben.)
- *Könnten Sie bitte ... veranlassen. Wir wären Ihnen dafür ganz besonders zu Dank verpflichtet.*

Informationen - Mitunter rufen Gast an und erwarten eine kompetente Auskunft. Zum Beispiel über ein Catering, die Ausrichtung einer Hochzeitsfeier, Taufe, eine Reservierung für ein romantisches Dinner zu zweit usw. Halten Sie die jeweiligen Informationen griffbereit im Bereich des

Telefons. Erstellen Sie eine Vorlage, auf der die relevanten Fragen aufgelistet sind. Damit vermeiden Sie, dass Sie wichtiges vergessen. Außerdem erhöhen Sie Ihre Konzentration wenn Sie relevante Details mitschreiben. Was sollte ich wissen?

- Wer ist für wofür der richtige Ansprechpartner?
- Wer ist wessen Vertretung?
- Wo ist wer erreichbar?
- Wer hat heute frei, ist krank oder gerade auf Urlaub?

Informieren Sie sich über die Organisation in Ihrem Betrieb. Der Anrufer möchte einen kompetenten Gesprächspartner.

Rückruf - Wenn Sie mit einem Gast einen Rückruf vereinbaren, dann achten Sie darauf, dass Sie diesen auch wirklich einhalten. Wenn Sie für einen Kollegen eine Nachricht annehmen und versprechen, dass dieser zurückrufen wird, dann sorgen Sie dafür, dass dies auch tatsächlich passiert. Kann der Rückrufwunsch nicht ausgerichtet werden, müssen Sie den Gast entsprechend verständigen.

Sagen Sie nicht: „*Ich rufe Sie in 10 Minuten zurück.*“ Der Gast wartet dann auf Ihren pünktlichen Anruf; und nur allzu oft gibt es Dinge, die dazwischenkommen. Sagen Sie lieber: „*Ich rufe sobald als möglich zurück.*“ oder „*Ich werde mich um Ihre Angelegenheit sofort persönlich kümmern.*“

Zusagen - Machen Sie nur Zusagen, die Sie mit absoluter Sicherheit einhalten können. Bevor Sie eine Zusage machen, erkundigen Sie sich lieber nochmals im Unternehmen, ob die Erfüllung auch tatsächlich möglich ist. Versuchen Sie im Anschluss immer, schneller zu sein, als Sie versprochen haben.

Andeutungen - Wichtig ist es, dass Sie keinerlei Andeutungen in das Gespräch einfließen lassen. Wie zum Beispiel: „*Eigentlich war es verwirrend oder eigenartig was sie gesagt haben, sagen sie es besser noch einmal!*“ So selbstverständlich es klingt, so heikel muss man bei seiner Wortwahl auf die „Zwischentöne“ achten. Wenn Sie etwas nicht verstanden haben, dann nehmen Sie die Schuld auf sich und bitten um eine neuerliche Erklärung.

Zusammenfassen - Machen Sie es sich zur Gewohnheit die wichtigsten Inhalte des Gespräches nochmals zusammenzufassen. Damit vermeiden Sie Missverständnisse und klären die Situation.

Danke - Bedanken Sie sich immer für das Gespräch. Es gibt keinen einzigen Grund dies nicht zu tun. Das Wort „Danke“ ist ein deutliches Zeichen Ihrer Wertschätzung des Gesprächspartners. Fehlt es, fehlt auch die notwendige Achtung vor der Würde des Anderen.

Das Gespräch beenden - Beenden Sie das Gespräch immer mit einer freundlichen Note.

Beispiele:

- „Vielen Dank für Ihren Anruf.“
- „Herzlichen Dank für Ihre Hinweise.“
- „Selbstverständlich werde ich sofort Ihre Angelegenheit klären.“
- „Ich freue mich aufrichtig, dass ich Ihnen helfen konnte ...“
- „Ich gebe Ihnen sofort Bescheid, wenn ich Näheres in Erfahrung bringen konnte.“
- „Rufen Sie mich bitte wieder an, wenn Ihnen neuerlich etwas aufgefallen ist.“
- „Ich bin immer für Sie da.“
- „Ich freue mich immer, wenn ich Gelegenheit habe, mit Ihnen zu sprechen.“
- usw.

Die Kraft des Lächelns - Es besteht eine Wechselwirkung zwischen äußerem und innerem Erscheinungsbild.

- eine mürrische Miene	-	macht	-	eine mürrische Stimme
- eine zornige Miene	-	macht	-	eine zornige Stimme
- eine gehetzte Miene	-	macht	-	eine gehetzte Stimme
- eine fröhliche Miene	-	macht	-	eine fröhliche Stimme

Deshalb: **Zuerst lächeln, dann sprechen!**

Die Modulation der Stimme - Eine monotone Stimmführung wirkt anstrengend und antriebsschwach. Mit gekonnter Modulation (Tonhöhe variieren) können Sie auch so genannte „trockene Themen“ lebhaft und interessant gestalten. Betonnen Sie jene Wörter, die für Ihre Gesprächsführung wesentlich sind.

- Heben und senken Sie Ihre Stimme, werden Sie lauter und leiser, offenbaren Sie Ihre Begeisterung und damit auch Ihre Gefühle.
- Das erfolgreiche Telefongespräch braucht die angenehme Wärme der menschlichen Nähe noch mehr als das persönliche Gespräch face-to-face.
- Bringen Sie sich als Persönlichkeit voll ein.

- Formulieren Sie Ihre Betroffenheit und Ihre persönliche Freude.
- Schaffen Sie menschliche Bindungen und gehen Sie mit einer gehörigen Portion positiver Energie in jedes Telefonat.

Halten Sie sich stets vor Augen, dass Sie in jedem beruflichen Gespräch Ihr Unternehmen repräsentieren. Ihr Gesprächspartner beurteilt Sie nur nach Ihrer Stimme und daraus entsteht für ihn ein Bild der Firma. Erkunden Sie deshalb die Klangbreite Ihrer Stimme und trainieren Sie eine laute klare Aussprache – zum Beispiel durch lautes Lesen.

Positive Formulierungen - Wir verstehen positiv formulierte Aussagen rascher und besser als jene, die negative oder abwertende Begriffe enthalten. Streichen Sie „Nie“, „Nein“ oder „Unmöglich“ gänzlich aus Ihrem Telefon-Wortschatz. Ebenso „*Ich kann nicht ...*“. Sagen Sie lieber was Sie können, anstatt was Sie nicht können.

Streichen Sie auch die Formel: „*Ich will es versuchen.*“ Das Wort „versuchen“ setzt den Misserfolg bereits voraus. Wenn Sie sicher sind, etwas tun zu können, dann sagen Sie dies auch „*Ich werde es tun!*“ Vermeiden Sie negative Wörter wie: *schwierig, alt, leider, nein, nicht, teuer* etc.

Das Wort „MUSS“ - Unser Gesprächspartner „MUSS“ gar nichts! Er muss nichts verstehen, er muss auch nichts einsehen, er muss nicht erhalten oder gelesen haben und er muss auch nicht überlegen. Sie müssen! Und zwar sich über den Anruf freuen, um Verständnis oder Einsicht bitten, sich eventuell für eine Reklamation entschuldigen, sich für den Anruf bedanken usw. Statt dem berühmten „Warten Sie, ich MUSS nachsehen!“ ist es besser, dass Sie „sehr gerne nachsehen“, oder „gerne nachfragen.“

„Ja, aber ...“ - Als älteste und schlechteste Methode einen Einwand zu behandeln hat sich die „Ja, aber ...“-Entgegnung etabliert. Das „Ja“ vor dem „aber“ ist nichts anderes als Rhetorik. Versuchen Sie nie Ihren Gesprächspartner zu belehren, zu dominieren oder im schlimmsten Fall als Unwissenden hinzustellen. Ersetzen Sie das Wort „aber“ auf jeden Fall durch das Wort „und“!

Kurz und stark - Lange Sätze wirken kraftlos. Kurze Sätze zeigen, dass Sie wissen, wovon Sie reden. Wer gut vorbereitet ist, findet rasch zum Kern der Sache. Wer schlecht vorbereitet ist, muss in langen Sätzen Zuflucht und Auswege suchen.

Was wäre, wenn - Wer in Konjunktiven spricht, verliert die Führung des Gespräches. „Falls Sie Interesse haben würden, wären wir bereit ein Angebot für eine Sonderlieferung zu erstellen“. Wer so spricht, glaubt weder an sich, noch an seine eigenen Worte. Formulieren Sie bestimmt und geradlinig „Ich werde Ihnen noch heute ein Angebot zusenden und Sie kommenden Montag anrufen, um Details zu klären. Oder ist Ihnen Dienstag Nachmittag lieber?“

Hüten Sie sich vor Unterstellungen - Wir schließen gerne von uns selbst auf andere. Doch das kann fatal sein. Wenn Sie einen Menschen nicht wirklich sehr gut kennen, dann hinterfragen Sie lieber einmal zuviel als zuwenig einen Sachverhalt. Unterstellungen nach dem Motto: „Sie haben doch sicher ...“ sind positiv wie negativ störend. Nehmen Sie im Vorhinein etwas Negatives an („Sie haben sicher noch nicht ...“), können Sie sich in die Nesseln setzen; nehmen Sie etwas Positives an („Sicher haben Sie bereits ...“) erzeugen Sie schlechtes Gewissen. Beides vergiftet die Atmosphäre.

Die Meinungen des Gesprächspartners sind heilig - Hüten Sie sich auch vor den Meinungen des Gesprächspartners. Meinungen sind im Bewusstsein verwurzelt und sind meist auffällig subjektiv. Meinungen beziehen sich in der Regel auf höher angesiedelte Lebensfragen wie Politik, Religion, Lebensvorstellungen etc. Meinungen ziehen unweigerlich Positionen nach sich. Sie haben nur zwei Möglichkeiten: Die gleiche Meinung zu haben, bzw. nicht näher darauf einzugehen. Oftmals wird allerdings auch das Übergehen einer Meinung als mangelnde Wertschätzung angesehen.

Effizienter Verkauf am Telefon

Wir verkaufen immer, wenn keine Produkte, dann uns selbst oder unsere Ideen.

„Kann man verkaufen denn überhaupt lernen? Muss man dafür nicht geboren sein?“ Sicher gibt es Naturtalente aber Verkaufen kann jeder lernen.

Wichtig fürs Verkaufen:

Lernen Sie Ihre Gäste zu lieben. Bemühen Sie sich ständig darum eine mentale Brücke zu Ihrem Gegenüber zu schlagen. Seien Sie tolerant, hilfsbereit und aufrichtig.

Viele Verkäufer denken, dass Sie einen Bedarf kreieren müssen, um zu verkaufen. Dabei geht es doch viel einfacher: Finden Sie die Personengruppen, die für Ihr Angebot bereits einen Bedarf haben und befriedigen sie diesen Bedarf.

Eine ältere Definition von Verkaufen:

Verkaufen bedeutet, dem Gast zu helfen, das zu bekommen, was er braucht und ihm dabei ein gutes Gefühl zu vermitteln.

Meiner Ansicht nach ist es besser, diese Definition umzudrehen. Speziell in unserer Branche hat das angenehme gute Gefühl des Gastes oberste Priorität. Nebenbei helfen wir ihm natürlich zu bekommen, was er wirklich möchte. Sowohl der Gast als auch der Verkäufer müssen dabei „Spaß“ haben.

Verkaufen ist also keine Arbeit, sondern ein Vergnügen, eine Freizeitbeschäftigung für die wir auch noch (gut) bezahlt werden.

Heutzutage geht es sogar soweit, dass wir bei besonders sympathischen Verkäufern hoffen, dass er etwas hat, das wir kaufen können. Emotionale Erlebnisse sind gefragt. Dabei wird der Kaufwunsch erst am Verkaufspunkt geweckt. Nach dem Motto: „Ich habe gar nicht gewusst, dass es das gibt. Das muss ich unbedingt probieren!“

Wichtig fürs Verkaufen: **Ware zeigen, heißt Ware verkaufen.**

Warum sonst sind die Einkaufszentren so voll? Weil dort in unzähligen Schaufenstern und Vitrinen Waren angeboten werden. Haben Sie selbst nicht auch schon mal gekauft, weil Sie von der Präsentation zu begeistert waren? Als Beispiel nehmen Sie doch eine Salatbar in einer bekannten österreichischen Autobahnraststationskette. Selbst notorische Rohkostverächter greifen dort zu.

Wichtig fürs Verkaufen: **Denken Sie in erster Linie an das emotionale Erlebnis des Gastes.**

Sorgen Sie dafür, dass sich der Gast bei Ihnen ausgesprochen wohl fühlt.

Zuerst müssen Sie das Prinzip des Verkaufens begreifen:
Verkaufen bedeutet, dem Gast etwas Gutes tun.

Dafür benötigen Sie eine entscheidende Grundhaltung, eine wesentliche Voraussetzung für wirklichen Erfolg. Ohne diese Einstellung werden Sie immer nur bescheidene Erfolge erzielen.

Ihre Grundhaltung muss lauten:

Ich habe ein aufrichtiges Interesse am Wohlergehen des Gastes.

Zielgruppenansprache ist nicht nur etwas für Marketingprofis!

Informieren Sie sich über Ihren Gast. Forschen Sie im Internet und hören Sie im Gespräch gut zu. Machen Sie sich Notizen über die erhaltenen Informationen. In wirklich guten Unternehmen existiert eine Gastdatenbank in die sämtliche Informationen, die den Gast betreffen, eingetragen werden.

Achtung:

Diese Informationen zu haben ist das Eine, sehr sorgfältig und bewusst damit umgehen ist das Andere. Ich selbst würde mich beim geringsten Verstoß gegen die Diskretion sofort vom betreffenden Mitarbeiter trennen.

Welche Informationen sind für das Verkaufen denn nun wichtig?

- Alles, das die Person des Gastes betrifft (Name, Betrieb, Familienstand, ...)
- Seine Vorlieben (Hobbys, Reiseziele, bevorzugte Gesprächsthemen ...)
- Seine Macken (Welche Angebote, welche Produkte, welche Extras mag er, welche nicht? ...)

Wichtig für das Verkaufen:

Es geht darum, dem Gast bei jedem Kontakt zu zeigen, dass er in erster Linie als Person und erst dann als Gast wahrgenommen wird.

Also Augen und Ohren offen halten und sich auf die Gast konzentrieren und sich selbst und seine eigene Welt ein bisschen ausblenden. Das können Sie allerdings erst dann, wenn Sie sich und Ihre eigene Welt genügend kennen. Solange Ihr Inneres für Sie ein Geheimnis ist, können Sie nicht auf jemanden anderen konzentrieren. Sie haben dann immer nur sich selbst im Mittelpunkt. Dies ist schlecht für eine gute Gastbeziehung und damit schlecht für das Verkaufen. Ein guter Verkäufer ist gespannt auf die Welt des Gastes und versucht möglichst viel davon zu verstehen.

Richtiges Empfehlen

Die Situation des Gastes „lesen“

- Mit welchem Menschentyp habe ich es zu tun? (Selbstbewusst, zögerlich, unsicher ...)
- In welcher Stimmung ist er gerade? (nervös, eilig, entspannt, gestresst ...)
- Was benötigt der Gast jetzt? (welches Produkt, welche Dienstleistung, eine Beratung, Empfehlung, in Ruhe gelassen werden, ...)
- Womit kann ich ihm eine Freude machen? (bereit sein, einen Extra-Schritt zu tun. Mehr als nur das Notwendige zu besorgen ...)

Die richtigen Fragen stellen

- Erwartungen, Wünsche, Vorstellungen erkunden. Alternativfragen sind hier besonders gut geeignet
- Bei offenen Fragen beginnt der Denkprozess beim Gast sofort – bei geschlossenen Fragen erst mit Verzögerung
- Bei den Antworten auch auf nonverbale Signale achten (soziales Gurren, zustimmende oder ablehnende Laute, Nicken, Augenbrauen...)

Eventuell eine Alternative anbieten

Anmerkung: Eine gute Empfehlung benötigt selten eine Alternative. Es schadet aber auf keinen Fall eine alternative Empfehlung vorbereitet zu haben.

Eine Begründung für die Empfehlung liefern

„Ich empfehle das Produkt, die Dienstleistung, das Angebot, weil ...“

Auf das Besondere am Produkt, des Angebotes, der Dienstleistung hinweisen

- Es ist selten (z.B. „Gibt es nur bei uns“)
- Es ist außergewöhnlich gut (z.B. „Es ist bei unseren Gästen wirklich sehr beliebt“)
- Es ist exklusiv (z.B. „Wenn Sie sich etwas wirklich Einzigartiges gönnen wollen“)

Wenn angemessen, auch den persönlichen Eindruck darstellen

z.B. „Ich habe es gerade selbst probiert. Da hat sich unsere Brauerei beinahe selbst übertroffen.“

Ehrlich sein

Nur eine ehrliche Empfehlung schafft Vertrauen. Also Kein mogeln, schummeln oder sonstige „Verdrehungen“ ;-)

Selbst überzeugt sein

Gast spüren, ob Sie eine eintrainierte Floskel aufsagen, oder selbst ehrlich begeistert sind.

Emotionen (Leidenschaft) zeigen

- Begeisterung ist ansteckend
- Stimme, Aussage und Körpersprache müssen übereinstimmen
- Leidenschaft sieht man am besten an leuchtenden Augen

Bildhafte Sprache verwenden (positiv formulieren)

Dazu benötigen nur zwei sehr einfache Wörter: Ein Hauptwort und ein dazu passendes Eigenschaftswort

Das Angebot kennen

Nur wer seine Produkte wirklich kennt, kann wirkungsvoll empfehlen

Eventuell Nutzen hervorheben

- Was hat der Gast davon?
- Welchen Vorteil hat es, dies zu bestellen?

Eventuell warnen

Soweit sollte es in einem guten Haus natürlich gar nicht kommen. Wenn aber doch mitunter Angebote vorhanden sind, die nicht erstklassige Qualität haben, dann sollten Sie den Gast vielleicht sogar warnen.

Auf nonverbale Signale achten

Wenn der Gast nickt oder am Telefon zustimmende Laute von sich gibt, dann hat er bereits gekauft. Keine weiteren Angebote. Die würden ihn nur wieder verunsichern.

Die vier Persönlichkeitsstrukturen nach Riemann

Fritz Riemann, ein Tiefenpsychologe, geht davon aus, dass zwar alle Menschen individuelle Ängste haben, dass es aber auch viele Ängste gibt, die allen Menschen gemeinsam sind. So vielfältig demnach das Phänomen Angst sich auch darstellt - es gibt praktisch nichts, wovor man nicht Angst entwickeln kann - geht es doch meist immer um Varianten ganz bestimmter Grundängste.

Die Existenz von Ängsten ist weitgehend unabhängig von Kultur und Zeitalter, was sich ändert sind lediglich die Angstobjekte. Waren es früher Naturgewalten, die den Menschen Angst machten, sind es heute Bakterien, Verkehrsunfälle oder Einsamkeit, die Angst auslösen. Ängste sind dabei grundsätzlich nichts Negatives, sondern sie lassen Menschen beispielsweise auch über sich selbst hinaus wachsen.

Ursache aller Ängste ist das Faktum, dass menschliches Leben und dessen Gestaltung vier Grundforderungen unterliegt, die einander als polare Gegensätze zugeordnet sind und sich so gleichzeitig ergänzen:

- 1. Wir sollen ein einmaliges Individuum werden, unser Eigensein bejahen und uns gegen anderes Eigensein abgrenzen.**
- 2. Wir sollen uns der Welt, dem Leben und den anderen Menschen vertrauend öffnen und uns auf sie einlassen.**
- 3. Wir sollen Dauer anstreben, Pläne machen, diese nachhaltig und zielstrebig verwirklichen.**
- 4. Wir sollen uns wandeln, Veränderungen und Entwicklungen durchmachen, Vertrautes und Gewohntes aufgeben.**

Riemann versteht seine Typologisierung nicht als ein endgültiges Schema, dem man nicht mehr entrinnen kann. Wer aber gelernt hat, Gegenkräfte wie Mut, Vertrauen, Erkenntnis, Hoffnung, Glaube und Liebe zu entwickeln, kann mit diesen Ängsten umgehen und sie als Schritte in der menschlichen Entwicklung erkennen. Wer jedoch zu früh altersunangemessene Ängste erleben musste und in seiner Umgebung keine Hilfe fand, mit diesen umzugehen, wird auch später neue Ängste als viel gefährdender erleben. Gelingt es einer Person gar nicht, mit einer Angstform umzugehen, kann diese zur vorherrschenden Angstform in deren Leben werden und so die Persönlichkeit bestimmen.

Psychisch gesund	psychisch krank
Beobachter	<i>schizoid(abgespalten)</i>
Fürsorger	<i>depressiv</i>
Bewahrer	<i>zwanghaft</i>
Veränderer	<i>histrionisch (hysterisch)</i>

- ✓ Alle Persönlichkeitsstrukturen sind gleichwertig. Jede hat besondere Vorteile und natürlich auch Defizite.
- ✓ Jeder Mensch hat alle vier Persönlichkeitsstrukturen in sich.
- ✓ Bei den meisten Menschen sind zwei Persönlichkeitsstrukturen besonders ausgeprägt (eine dominante und eine subdominante Persönlichkeitsstruktur)
- ✓ Der perfekte Mensch hätte alle vier Persönlichkeitsstrukturen gleichmäßig stark ausgeprägt. Laut Riemann kann aber niemand diesen Anspruch erfüllen. Man kann diesem Zustand vielleicht nahe kommen, ihn aber niemals erreichen.
- ✓ Die Schwelle zwischen psychisch gesund und krank ist fließend. Sobald der Betroffene selbst oder sein näheres Umfeld durch die Persönlichkeitsstrukturen belastet sind, spricht man von einer psychischen Störung.
- ✓ Bis zur Pubertät leben wir vollständig unsere Persönlichkeitsstrukturen. In der Pubertät selbst versuchen wir diese zu leugnen. Mit etwa 20 Jahren leben wir die Persönlichkeitsstrukturen am intensivsten. Ab diesem Zeitpunkt nimmt der gesunde Mensch von den weniger ausgeprägten Persönlichkeitsstrukturen immer mehr an. Er entwickelt sich und wird reifer. Tritt dieser Reifeprozess nicht ein, entsteht daraus in der Regel eine psychische Störung.

„Ich bin anders“ – „Ich wollte nie einer von denen sein!“

Beobachter (schizoid)

die Angst vor Nähe, wird als Ich-Verlust und Abhängigkeit erlebt

Sehnsucht nach: Selbstbestimmung, Unabhängigkeit, Verantwortung, Autarkie, ...

Streben im Alltag: Innere Freiheit, Distanz, Abgrenzen, Selbstbewahrung, Eigenwelt und Phantasie (bis zu verschoben, bizarr), Individualität, Gefühls- und Ausdrucksbeherrschung trotz oder wegen intensiver Gefühle, Ambivalenz und Ringen um innere Einheit, Identität und Harmonie, Konfliktbereitschaft

Ausdruck: sensibel, hochsensitiv, sachlich, rational, logisch, abstrakt, innerlich unsicher, äußerlich selbstbewusst (bis arrogant wirkend), Streitbar

Der Beobachter fürchtet die Abhängigkeit und die Hingabe, er möchte niemandem verpflichtet sein und niemanden zu nahe treten. Selbstständigkeit und Ungebundenheit ist für ihn alles, er wirkt kühl, nüchtern und distanziert und unnahbar auf seine Umwelt. Gefühle erscheinen ihm unsinnig, er verlässt sich lieber auf den Verstand, am liebsten auf seinen eigenen. Anderen Menschen misstraut er manchmal, in der milderer Form ist er ein sachlicher, kritisch-unbestechlicher Typ mit einer scharfen Beobachtungsgabe. Er prüft die Fakten, sieht Tatsachen ohne Illusionen so wie sie sind und vertritt kompromisslos seine Meinung – wenn es sein muss auch mit Aggressionen. Gefahr ist die Kontakthemmung, die Unangepasstheit, aber auch eine überzogene Sensibilität (sich selbst gegenüber)

- Distanziert, isoliert, kühl, ungesellig und introvertiert
- Abgrenzung, Anonymität
- Vermeidung von Nähe, Beziehung
- Zweifel, Unsicherheit, Misstrauen, Eigenbezüglichkeit
- Abstraktes Denken, Rationalisieren und Intellektualisieren, Keine Emotion
- Aggression als Schutz und Abwehr, aber auch eine Möglichkeit der Kontaktaufnahme
- Spüren selber keinen Leidensdruck

Entstehung (Prägung in der Kindheit): Gleichgültigkeit, Isolation, Mangel an Führung, Wechsel der Bezugspersonen, emotionale Verarmung,

„Ich bin gerne für dich da“ – „Ich bewundere dich!“

Fürsorger (depressiv)

die Angst vor der Selbstwertung, wird als Disharmonie und Isolierung erlebt

Sehnsucht nach: Harmonie, Freude bereiten, Vertrauen, Hilfsbereitschaft, ...

Streben im Alltag: Anpassung, Anlehnung, Kooperationsfähigkeit, Mitgefühl, Anteilnahme, Friede, Ausgleich, Treue, Vorsicht, Führung suchend

Ausdruck: sorgend, funktionierend, einfühlend, brav, einordnen, gefühlvoll, warmherzig, unterordnen, behütet und behütend, naiv, gutgläubig, unselbständig, zögerlich, hingabefähig

Der Fürsorger sucht die Nähe des anderen. Er braucht Harmonie und Einheit, am liebsten möchte er mit dem anderen Verschmelzen. Er stellt seine eigenen Bedürfnisse zurück und sorgt für die anderen Menschen. Konflikte werden vermieden, Anpassung und Hingabe können so stark ausgeprägt sein, dass der Fürsorger seine Meinung völlig unterordnet, bis er sie selbst nicht mehr wahrnehmen kann. So ist die Ich -Entwicklung sehr gefährdet. Der Fürsorger ist bescheiden, selbstlos, er ordnet sich unter und unterdrückt eigene Impulse. Gefahr sind die manipulativen Anteile, der Fürsorger lebt seine Macht nicht offen aus, sondern durch Manipulation und erpresserische Maßnahmen.

- Hingabe, Selbstlosigkeit
- Fähigkeit zur Reflexion, mitleidig, empathisch
- Erwartungshaltung, Symbiose
- Passivität, Selbstvorwürfe, Ohnmachtsgefühle,
- Unterdrückt Impulse, Affekte und Aggression
- Trennungs- und Verlustangst, vermeidet Unabhängigkeit
- Angst- und Schuldgefühle

Entstehung (Prägung in der Kindheit): Verwöhnung, übermäßiges behütet sein, Verhinderung der Auseinandersetzung mit Problemen – daraus folgt geringes Selbstwertgefühl und geringe Problemlösungskompetenz.

„Das Leben ist Planung!“ – „Was ich begonnen habe führe ich zu Ende!“

Bewahrer (zwanghaft)

die Angst vor dem Wandel, wird als Vergänglichkeit und Unsicherheit empfunden

Sehnsucht nach: Sicherheit, Geborgenheit, Gerechtigkeit/Fairness, Beständigkeit, ...

Streben im Alltag: Verlässlichkeit, Perfektion und Optimierung, Kontrolle, Macht und Beherrschung, Richtig und Falsch, Recht und Ordnung, Gewissenhaftigkeit (skrupulös), Vorsicht, Leistung, Ehrgeiz, Ausdauer, Hartnäckigkeit, Streitbarkeit, Geld, Besitz, Materie, Bodenständiges, Konservatives, Tradition, Sauberkeit, Sparsamkeit, Wahrnehmbares, Konkretes

Ausdruck: zuverlässig, genau, sparsam, geizig, sammeln, sachlich, konsequent, stetig

Der Bewahrer möchte nichts verändern, weder sich, noch irgendetwas in seiner Umwelt. Das Vergängliche und die Veränderung werden als Unsicherheit erlebt. Alles soll so bleiben wie es ist. Der Bewahrer geht kein Risiko ein und ist bemüht, sich abzusichern. Er mag das Vertraute, das Bekannte und Gewohnte. An Erfahrungen, Grundsätzen und Meinungen hält er fest, er ist konservativ. Ordnung und Gesetzmäßigkeit ist eine grundlegende Motivation, er plant gern voraus, ist zielstrebig und pflichtbewusst. Im Liebesleben ist er zuverlässig und treu, in der Zuwendung dauerhaft. Der Bewahrer hat ein gewisse "Beamtenmentalität", er liebt Regeln und Schemata, auch monotone Abläufe machen ihm nichts aus. Er möchte alles und jeden zwingen, sich an seine definierten Standards zu halten, die lebendige Ordnung kann zum pedantischen Eigensinn werden, manchmal agiert er sich auch in Form von Zwangssymptomen und Zwangshandlungen aus, das sind bestimmte festgelegte Rituale, die in der immer gleichen Weise ablaufen müssen, damit er sich wohl fühlt. Diese Zwangshandlungen, Skepsis, Unentschiedenheit, ablehnende Haltung und Pessimismus sind die Gefahren dieses Typs.

- Überwertiges Sicherheitsbedürfnis, Streben nach Dauer und Sicherheit, Kontrolle,
- Angst vor Risiko, Wandlung und Vergänglichkeit, Bewegung und Leben
- Zweifeln, Zögern, Prinzipien, Intoleranz, Geiz, Stereotypen, Zwangssymptome- und handlungen
- Machtwille und Aggressionen werden kontrolliert, unterdrückt oder „ungewollt“ und sadistisch ausgelebt, Drill, Dressur

Entstehung (Prägung in der Kindheit): motorisch-expansive Veranlagung wird gebremst, Gehorchen-müssen, Trotz und Eigenwillen brechen, Leistungsdenken

„Die Welt ist meine Bühne!“ – „Was kümmert mich mein Geschwätz von gestern!“

Veränderer (histrionisch)

die Angst vor der Endgültigkeit, wird als Unfreiheit erlebt

Sehnsucht nach: soziale Anerkennung, Freiheit, Genuss, Abwechslung, ...

Streben im Alltag: Lebenslust, Eros, Essen. Leichtes, müheloses, anregendes Leben, (äußere) Freiheit, Ungebundenheit, Spannung, Erlebnishunger, Abenteuer, neue Reize, Aktivität, Impulsivität, Unternehmungsgeist, Risiko, Kontakt, Spontaneität, Begeisterung, Gefallen, Mittelpunkt, Beeindruckbarkeit, Theatralik, Show, Wirkung, Effekt, Ideen,

Ausdruck: kreativ, flüchtig, oberflächlich, flexibel, aufgeschlossen für Neuerungen, revolutionär

Der Veränderer möchte frei und ungebunden sein, er möchte der Mittelpunkt der Welt sein, aber keine Verpflichtungen eingehen. Für ihn ist alles Neue, die Zukunft, die große Chance. Er weicht allen Verbindlichkeiten, Traditionen, Konventionen und Regeln aus. Er blickt nach vorn, ist ungeduldig und impulsiv, er möchte Neues erobern, und zwar sofort, das Warten ist eine Qual. Er liebt den Wettstreit, sein Geltungsbedürfnis ist ausgeprägt, er will imponieren und seine Mitmenschen mitreißen. Mit ihm ist es nie langweilig, diese Menschen haben Charme und wissen, sich beliebt zu machen. Sie möchten nicht auf eine bestimmte Rolle festgelegt werden, sie sind reizhungrig, risikofreudig und elastisch, oft sprühend und optimistisch. Die Gefahr ist Oberflächlichkeit, fehlende Identität, manipulatives Verhalten, Unbeständigkeit und fehlende Verlässlichkeit.

- Realitätsvermeidung durch Bagatellisierung, in Frage stellen, sich entziehen, ausweichen, nicht anerkennen
- irrationales und unfassbares Verhalten
- Leben im Augenblick, keine Kontinuität, Rollenspiele, permanente Steigerung der Erlebnisintensität
- Labiles Selbstwertgefühl, Narzissmus
- Rivalisieren, Konkurrieren, Mangel an Selbstkritik und Selbstkontrolle,
- Übertreibungen, Verallgemeinerungen, Dramatisierung, Intrigen

Entstehung (Prägung in der Kindheit): Gleichgültigkeit, zu wenig Beachtung, Orientierungslosigkeit, Bündnis mit nur einem Elternteil, wobei der andere in Konkurrenz „ausgestochen“ wird, Partnerersatz oder bei extrem rigider, zwanghafter Erziehungsweise als Protest

Duett-Strukturen und ihre Auswirkungen:

Beobachter und Fürsorger: Zerissen (Identitätsambivalenz)

Sucht die Nähe und scheut sie gleichzeitig. Im Wechselbad der zwischenmenschlichen Interaktion. Differentes Eigenbild. Gibt sich z.B. außen als stark, fühlt sich innerlich schwach.

Bewahrer und Veränderer: Dynamische

Hat z.B. kreative, ungewöhnliche Ideen und setzt diese auch in die Tat um. Was tatsächlich begonnen wird, wird auch zu Ende geführt. Mutiger Umsetzer.

Bewahrer und Beobachter: Kontrolleur

Wollen über alles Bescheid wissen. „Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser“ ist ein möglicher Leitsatz. Dominanz und Überlegenheit werden - manchmal auch nur unterschwellig - demonstriert.

Bewahrer und Fürsorger: Angepasst

„Geh du voran, ich folge dir!“ oftmals als Leitgedanke. Treu und ergeben. Das Sicherheitsdenken dominiert. Hohe Expertengläubigkeit und dadurch auch eine Abhängigkeit vom sozialen Umfeld.

Veränderer und Beobachter: Freiheitsliebend

Beschränkungen lösen Frustration aus. Das Leben wird als Fülle von Möglichkeiten wahrgenommen. Niemand verpflichtet sein, alles ist erlaubt.

Veränderer und Fürsorger: Das ewige Kind

Hat meist Schwierigkeiten in Würde alt zu werden - bis zum Jugendwahn (Kleidung, Stil, ...). Behält sich die Spielfreude und auch kindliche Naivität bis ins hohe Alter. Spielerische Leichtigkeit gepaart mit Herzenswärme.

„Menschliches Verhalten ist immer von Ängsten determiniert!“ Fritz Riemann

¹ „determiniert“ bedeutet in diesem Zusammenhang „vorbestimmt“

Merkmale:

BEOBACHTER (schizoid)	FÜRSORGER (depressiv)	BEWAHRER (zwanghaft)	VERÄNDERER (histrionisch)
starker Drang nach Unabhängigkeit "Ich bin das Maß aller Dinge!"	Wunsch nach Zuneigung und menschlicher Nähe "Ich will nicht alleine sein!"	Angst vor Risiko und Veränderung	liebt die ständige Abwechslung „Ich will Freiheit und Risiko, Traditionen und Konzepte engen mich ein.“
vermeidet Emotionen und menschliche Nähe	Vermeidung von Konflikten „Ich hasse Streit!“	liebt präzise Planung und genaue Vorgaben bzw. Anweisungen	steht gerne im Mittelpunkt „Ich möchte bewundert und anerkannt werden.“
sachlich, kühl und objektiv	Vogel-Strauß-Mentalität	Vorurteile, Dogmatismus	Veränderung der Veränderung willen
aggressiv und arrogant, verletzend	selbstlos und geduldig	Perfektionist, konsequent, korrekt	gibt Versprechungen, die er nicht einhält
fehlender Enthusiasmus	denkt erst an andere, dann an sich	Entschluss-unfähigkeit	„Rösselsprünge“ im Denken
gleichgültig gegenüber Kritik „Nur ich weiß, was richtig ist!“	verhält sich kindlich-hilflos	Detailfetischismus. Will alles ganz genau wissen	Imponiergehabe und Starallüren. „Ich bin etwas Besonderes“
starkes Selbstwertgefühl	wenig Selbstwertgefühl	Ein „Nein“ bleibt ein „Nein“	oberflächlich und leicht zu beeinflussen
vertritt seine Überzeugung klar und kompromisslos	einfühlsam und hilfsbereit	ordentlich und fleißig	will sofortige Bedürfnisbefriedigung
unsentimental, ironisch-sarkastisch	schlicht und anspruchslos	beständig und zuverlässig	nur das Hier und jetzt zählt
scharfe Beobachtungsgabe	relativ wenig Egoismus	Verantwortungsbewusst	lebhaft, spontan und charmant

Verhalten und Berufswahl

BEOBACHTER (schizoid)	FÜRSORGER (depressiv)	BEWAHRER (zwanghaft)	VERÄNDERER (histrionisch)
keinen nahen Kontakt mit anderen, theoretisch abstrakt immer bereit sich gegen plötzliche Überraschungen abzuschildern, scharfe Beobachtungsgabe, kühle Sachlichkeit, kritischer Blick für Tatsachen, Angst vor mitmenschlicher Nähe	mütterlich, sorglich helfend, dienend, pflegend aufopferungsfähig, geduldig einfühlernd Verlustangst, geht Spannungen aus dem Weg (vermeidet Auseinandersetzungen) Bescheidenheit, Verzichtsbereitschaft Friedfertigkeit, Selbstlosigkeit, Mitgefühl und Mitleid, kann warten	alles im Namen der Ordnung, der Zucht und des Gesetzes Genauigkeit, Solidität, Präzision, Sorgfalt, Übersicht, Verantwortung, Ausdauer, Geduld, Gründlichkeit, hohe Sachkenntnis zuverlässig, Vorsicht, Voraussicht, zielbewusste Planung Angst vor Risiko	persönlichkeitsgebunden elastisch, auf den Augenblick ausgerichtet Wendigkeit, kontaktfreudig Anpassungsfähigkeit will Geltungsbedürfnis zum Ausdruck bringen, Unfähigkeit, Bedürfnisspannungen zu ertragen, will alles und sofort, Angst vor dem Endgültigen
<u>Berufe, in denen man meist alleine arbeitet:</u>	<u>Helfende und dienende Berufe:</u>	<u>Berufe, die Macht/Überlegenheit verleihen:</u>	<u>Berufe, wo man „auf der Bühne“ steht:</u>
Forscher, Astronom, Physiker Mathematiker, Ingenieur, Philosoph, Denker	Arzt, Pflegeberufe, Geistlicher, Pädagoge, Gärtner, Förster, Gastwirt, allg. in der Lebensmittelbranche, gemeinnützige Tätigkeiten	Politiker, Militär, Polizei, Beamter, Richter, Geistlicher, Pädagoge, Jurist, Staatsanwalt, Handwerker, Wissenschaftler	Fotomodell, Mannequins Geschäftsführer, Schmuck- und Verschönerungs-Gewerbe Hotelwesen, Schauspieler, Moderator

Verhalten bei Beschwerden

BEOBACHTER (schizoid)	FÜRSORGER (depressiv)	BEWAHRER (zwanghaft)	VERÄNDERER (histrionisch)
Arrogant, ironisch und sarkastisch, unnahbar, möchte Überlegenheit ausstrahlen, verträgt mitunter auch etwas Gegenwehr, will selbst entscheiden	Bittend, unterwürfig, harmonisierend, beschwert sich meist nicht, entscheidet aber für sich selbst, ob er wiederkommen wird oder nicht	Neigt zur Besserwisserei, penibel, pedantisch, will unbedingt Recht haben, fordert alles haargenau so ein, wie es angeboten wurde, konzentriert sich auf einzelne Aussagen und sucht nach Argumentstationsfehlern.	Selbstverliebt, will wichtig genommen werden, will sich mit „normalen“ Angestellten nicht abgeben, sucht besondere Aufmerksamkeit und Zuwendung, will wahrgenommen werden
Fragen Sie, wie er sich eine Lösung vorstellt, welche Wiedergutmachung er will, Widerspruch nur in Form von Fragen vorbringen.	Geben Sie ihm das Gefühl, dass er Ihnen als Mensch wichtig ist, dass Sie seine Sicht der Dinge vollkommen verstehen.	Recht geben, Verständnis für die Fakten klar zum Ausdruck bringen, sich mehrfach für den Fehler entschuldigen und darauf hinweisen, wie wichtig solche Rückmeldungen sind	Das Gefühl geben, dass er ein besonders wichtiger Gast ist, Sonderbehandlung angedeihen lassen, einen Vorgesetzten hinzuziehen