Entrümpeln Sie Ihren Wortschatz

Menschen leben heute ständig unter Zeitdruck. Formulieren Sie daher klar und präzise. Vermeiden Sie **überflüssige Schnörkel**. Und denken Sie daran: Das Wörtchen „Bitte“ öffnet Türen

Von Rolf H. Ruhleder

Der griechische Fabeldichter Äsop erzählte uns schon ein halbes Jahrhundert vor Christi Geburt eine eindrucksvolle Fabel über die Bedeutung der Sprache: Ein Esel war in eine Löwenhaut geschlüpft, spa-zierte umher und setzte die anderen Tiere in Furcht. Er ging auch auf einen Fuchs zu, doch dieser lachte: „Ich würde mich vor dir fürchten, wenn ich dich nicht eben hätte „ia“ schreien hören“ ...

Üben Sie sich in Selbstkritik und überprüfen Sie kritisch Ihre Sprache! Gegebenenfalls zeichnen Sie ein Gespräch auf, dann werden Sie feststellen, ob in Ihren Sätzen zu viele „Urlaute“ (äh, äh) und Füllwörter zu hören sind. Mit Disziplin und Ausdauer lassen sich diese Fehler ausmerzen.

Nicht umsonst heißt es, dass die Sprache den Menschen macht. Daher ist es von großer Bedeutung für den erfolgreichen Verlauf einer Unterhaltung, dass Sie die – hoffentlich – verinnerlichte positive Grundeinstellung auch durch ent-sprechende Formulierungen zum Ausdruck bringen. Wir können fast alles, was wir negativ sagen, ebenso in positive Worte fassen. Klingt es nicht sehr viel verbindlicher zu sagen: „Bitte be-nutzen Sie die Gehwege“ als ein Schild aufzu-stellen mit der schroffen Botschaft: „Es ist ver-boten, den Rasen zu betreten?“

„Es gibt wohl keinen Verkäufer, der schon einmal ein Streitgespräch mit einem Kunden gewonnen hat.“

Rolf H. Ruhleder

Hüten Sie sich vor Fachchinesisch, Phrasen und Floskeln (z. B. „Man hat’s nicht leicht“, „Gestatten Sie“) und formulieren Sie kurze Sätze. Nebensätze sind Nebelsätze. Vermeiden Sie zu Gesprächsbeginn auch die inhaltslose Frage: „Wie geht’s?“ Jeder weiß, dass darauf gar keine ernsthafte Antwort erwartet wird. Besser ist es zu fragen: „War es schwierig für Sie, den Weg zu uns zu finden?“ Denken Sie bitte daran, Namen und gegebenenfalls Titel Ihres Gegenübers korrekt zu nennen. Denn nichts ist so schön, wie der Klang des eigenen Namens. Falsche Anreden werden nur schwerlich verziehen! Der Titel gehört selbstverständlich dazu, es sei denn, Ihr Gesprächspartner erlaubt Ihnen, darauf zu verzichten.

Das harte Wort „nein“ baut so gut wie immer Gesprächsbarrieren auf. Überlegen Sie von Fall zu Fall, ob Sie nicht die Möglichkeit haben, dasselbe auszusagen und diese Botschaft geschickt zu umschreiben. Wie wäre es, wenn Sie beispielsweise formulieren würden: „Das wäre möglich, wenn.....?“ Oder Sie stellen Ihrem Gesprächspartner die Frage: „Würden Sie dem in meiner Situation zustimmen können?“ Doch es gibt durchaus Situationen, in denen Sie sich um ein klares „Nein“ nicht herummogeln können, wenn Sie nicht als konfliktscheu und wenig durchsetzungsfähig gelten wollen.

Im Verkaufsgespräch haben negative Wortschöpfungen ganz besonders fatale Folgen. Welcher Kunde kauft schon bei Ihnen, wenn er sich von Ihnen gemaßregelt, brüskiert und nicht geschätzt fühlt? Laden Sie daher bei strittigen Punkten die Schuld möglichst auf Ihre Schultern. Wenn Sie Ihrem Kunden eine Brücke bauen und sagen: „Da habe ich mich undeutlich ausgedrückt.“ wird er dankbar vermerken, dass Sie nicht tadeln.

Auch der Hinweis: „noch einmal...“ wird kaum positiv bewertet. Hierdurch signalisieren Sie Ihrem Gesprächspartner, dass Sie ihm nicht zutrauen, Ihre hervorragenden Äußerungen auf Anhieb zu verstehen. Sie wirken wie der Lehrer in der Schule, der mit dem erhobenen Zeigefinger agiert.

Stellen Sie sich vor, Sie machen einem Freund einen Vorschlag, der Sie wirklich begeistert. Dieser antwortet Ihnen: „Ja, aber ich habe da noch eine bessere Idee....“ Fühlen Sie sich nun nicht meist ein wenig frustriert? Das Wörtchen „aber“ können Sie hervorragend durch Formulierungen wie „allerdings, obwohl, jedoch“ und – ganz elegant „nur“ ersetzen.

Streuen Sie in die Unterhaltung auf eine Äußerung Ihres Gegenübers die Floskel „na gut...“ oder „ja gut...“ ein und reden dann gleich weiter, vermitteln Sie ihm das Gefühl, dass Sie an seiner Meinung überhaupt nicht interessiert sind. Er glaubt unter Umständen, dass Sie seine Argumente vom Tisch wischen und möglichst schnell zum Abschluss kommen wollen.

Auch die Worte „natürlich“ und „selbstverständlich“ haben oft einen negativen Beigeschmack. Sie wirken leicht arrogant und von oben herab. Was Ihr Gesprächspartner in Frage stellt oder was er nicht weiß, halten Sie von Ihrer hohen Warte aus für „selbstverständlich“. Dies beschämt den anderen und bedeutet: „Ich weiß es ohnehin besser!“

Wenn Sie Ihre Negativ-Formulierungen noch durch Kopfschütteln und abwertende Handbewegungen verstärken, wird sich der Misserfolg unter Garantie einstellen. Nicken Sie während der Ausführungen Ihres Kunden jedoch ab und zu mit dem Kopf, so wird er sich anerkannt und bestätigt fühlen. Dies bedeutet ja keinesfalls, dass Sie uneingeschränkt mit ihm übereinstimmen, es sagt lediglich: „Ich kann Ihnen bis hierher folgen....“.

Die Reihe der Minusäußerungen ließe sich beliebig lange fortsetzen, nachfolgend nur einige Beispiele: „Das meine ich nicht....“(besser: "Ich meine Folgendes....“), „Sie müssen beachten....“ (besser: „Bitte bedenken Sie....“), „Da muss ich Sie korrigieren....“ (besser: „Aus meiner Sicht....“), „Das gibt es doch gar nicht....“ (besser: „Das ist für mich neu....“).

„Ganz einfach“ sagen Sie. Ihr Gegenüber denkt sich unter Umständen: „Bin ich denn wirklich so dumm?“ Dies können Sie doch leicht vermeiden, indem Sie sagen: „Ich habe hier folgenden Lösungsvorschlag....“. Und Vorsicht vor der Aussage: „Das entspricht nicht den Tatsachen...“. Sie möchten Ihrem Gesprächspartner doch sicherlich nicht unterstellen, dass er lügt! Sagen Sie doch lieber: „Das höre ich wirklich zum ersten Mal...“. Die Formulierung „Das ist mir egal!“ schafft ebenfalls kaum eine positive Stimmung. Viel angenehmer hört es sich doch an, wenn Sie sagen: „Bitte entscheiden Sie....“

Denken Sie in jeder Unterhaltung daran: Das kleine Wörtchen „bitte“ öffnet Türen und schafft eine positive Gesprächsatmosphäre – und ohne diese können Sie kein gutes Ergebnis erzielen.

Auch die für den anderen wenig erfreuliche Botschaft „Sie müssen...“ oder „Sie sollten....“ können Sie meist sehr viel verbindlicher ausdrücken durch die Wortwahl „bitte, erledigen Sie dies“.

Zeigen Sie wirkliches Interesse an Ihrem Gegenüber, schauen Sie den anderen an und vermeiden Sie es, den Blick umherschweifen zu lassen. Rufen Sie sich zur Ordnung, wenn Sie Gefahr laufen, in Wichtigtuerei oder Prahlerei zu verfallen. Alle leben heute ständig unter Zeitdruck. Daher formulieren Sie klar und präzise. Vermeiden Sie überflüssige Schnörkel. Haben Sie Unangenehmes mitzuteilen, so geben Sie dem anderen stets die Möglichkeit, das Gesicht zu wahren.

Stellen Sie stets den anderen in den Mittelpunkt und versuchen Sie die Dinge aus seiner Sicht zu betrachten. Es gibt wohl keinen Verkäufer, der schon einmal ein Streitgespräch mit einem Kunden gewonnen hat!!! Und dies gilt ebenfalls für die Situation, in der wir uns, unsere eigene Person, verkaufen müssen. Die Sprache, die Sie verwenden, ist Ihre Visitenkarte - ebenso wie Ihre Körpersprache und Ihre Kleidung.

Rolf H. Ruhleder ist Leiter des Management Instituts Ruhleder in Bad Harzburg.

TOP-TRAINER

Welche Anforderungen werden heute an Manager gestellt? Was verlangen die Unternehmensleiter ihrerseits von den Mitarbeitern? Wie sieht erfolgreiche Kommunikation im Beruf aus? Wie wird aus einer Idee ein erfolgreiches Produkt? Fragen, auf die international anerkannte Experten wie der amerikanische Bestsellerautor Stephen R. Covey, der Leiter des St. Gallener Management-Zentrums Fredmund Malik, die Kommunikationstrainerin Elisabeth Bonneau und der Verkaufsprofi Rolf H. Ruhleder Antworten geben. Lesen Sie heute: Rolf H. Ruhleder

MANAGEMENT INSTITUT RUHLEDER
Bismarckstraße 64
38667 Bad Harzburg
Postfach 13 03
38655 Bad Harzburg
Tel.: 05322/9672-0
Fax: 05322/9672-20
Internet: www.ruhleder.de
E-Mail: info@ruhleder.de