

# Reden heißt Zuhören

Vertriebsprofi Lutz Loebel gibt Profi-Tipps für Baustoffverkäufer: Diesmal erläutert er, warum weniger oder nichts verkauft, wer nicht zuhören kann.

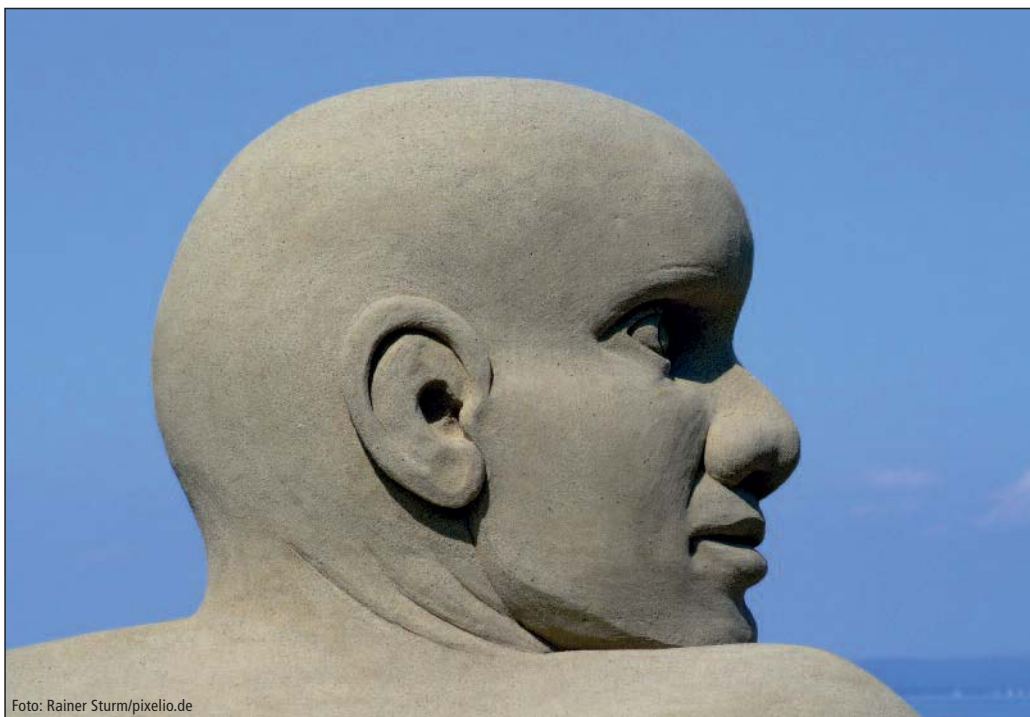


Foto: Rainer Sturm/pixelio.de

gelernt haben, richtig zuzuhören.

Nutzen Sie deshalb die folgenden sieben Tipps, um Zuhören zu trainieren:

## Tipp 1: Beschränken Sie Ihre eigene Redezeit

Eine Anekdote aus dem Wirtschaftsleben beschreibt, wie der frühere General Motors-Chef Alfred Sloan dafür sorgte, dass er ausreichend zuhörte: Er beschränkte seine eigene Redezeit in seinen Meetings radikal auf wenige Minuten. Am Anfang stellte er kurz das Ziel dar, hörte ab diesem Moment nur noch aufmerksam zu und griff nur noch ein, wenn es Missverständnisse gegeben hatte.

Hätten Sie es gewusst? Der Mensch spricht im Durchschnitt mit einer Geschwindigkeit von 125 bis 150 Wörtern pro Minute. Doch er ist in der Lage, bis zu 450 Wörter pro Minute wahrzunehmen und zu verstehen. Das heißt: Zuhören ist keine verkrampfte Geschichte, die Ihnen besonders viel abverlangen würde. Ihr Gehirn hat beim Zuhören genügend geistige Reserven, um das Gehörte einzuordnen.

Nun kennt das fast jeder: Sie wollen etwas von sich erzählen oder einen Wunsch äußern, aber Ihr Gegenüber fällt Ihnen schon ins Wort. Im Privatleben ist so was nervig – im Verkauf kann das fatale Folgen haben: Kunden fühlen sich nicht ernst genommen und gehen – wenn's blöd läuft – zur Konkurrenz. Dabei sind gerade Verkäufer anfällig fürs mangelnde Zuhören: Denn Verkäufer sind meist eher extrovertierte Menschen, die sich eben gern mitteilen, die begeistert sind von ihrem Produkt und das auch sagen wollen. Da kann das Zuhören leicht zu kurz kommen.

Hinzu kommt: In unserer Kindheit, in der Schule haben wir gelernt, dass wir einen Sieg davontragen, wenn wir andere mit unseren Argumenten überzeugen: Wer gut redet, erntet Bewunderung! Im Verkauf kann eine solche innere Überzeugung schnell nach hinten losgehen. Hier führt Zuhören zu einem Zugewinn an Information und an Vertrauen – die entscheidenden Voraussetzungen für den Erfolg als Verkäufer. Ich würde sogar so weit gehen zu behaupten, dass Sie weit weniger (oder auch mal gar nichts) verkaufen, wenn Sie nicht

Probieren Sie diese – zugegeben: etwas radikale – Technik ruhig mal aus, auch wenn es anfangs viel Selbstbeherrschung erfordert, im Kundengespräch einmal mehr als weniger den Mund zu halten. Wichtig dabei: Fassen Sie zum Schluss das Ergebnis kurz zusammen und schicken Sie ein Ergebnis-Protokoll mit To-Dos an alle Teilnehmer. Und geben Sie nicht so rasch auf, wenn's beim ersten Mal nicht perfekt klappt: Übung macht auch hier den Meister.

## Tipp 2: Reduzieren Sie Ablenkung so weit wie möglich

Denken Sie immer daran, wie schwierig und anstrengend es ist, Ihnen zuzuhören. Für unser Gehirn ist es enorm schwierig zuzuhören. Der Grund: es sucht beim Zuhören ständig nach neuer Ablenkung. Sorgen Sie also dafür, dass Sie so wenig wie möglich Störquellen haben. Zum Beispiel so:

- Suchen Sie möglichst ruhige Orte für Meetings und Kundengespräche.
- Schalten Sie alle Störquellen ab (Handy, E-Mail-Programm etc.).
- Legen Sie inhaltlich wichtige Gespräche möglichst nicht an öffentliche Plätze, Restaurants oder Cafés (wobei es natürlich auch immer mal sinnvoll ist, sich auf einen Kaffee oder zum Essen mit einem Kunden zu treffen, um den Beziehungsaufbau zu fördern).
- Liefern Sie Ihren Zuhörern etwas zum Anschauen, visualisieren

Sie Ihre Aussagen durch Bilder, die eng mit dem Gesagten zusammenhängen.

- Gönnen Sie sich selbst vor wichtigen Gesprächen eine Ruhepause, in der Sie sich sammeln können.

### Tipp 3: Finden Sie heraus, was gemeint wird, nicht nur, was gesagt wird

Selbst beim aufmerksamsten Zuhören kann es passieren, dass Sie Ihren Gesprächspartner nicht 100-prozentig richtig verstehen. Grund: Sie verstehen unter seinen Worten möglicherweise etwas anderes als er selbst. Wir kennen das aus dem Privatleben: Was wörtlich gesagt wird, ist nicht immer das, was tatsächlich gemeint ist. Als guter Zuhörer haken Sie deshalb regelmäßig nach. Die Technik dazu ist einfach: Sie wiederholen das, was Ihr Gesprächspartner gesagt hat, mit Ihren eigenen Worten und fragen nach, ob Sie das so richtig verstanden haben. Was vielleicht ein wenig banal klingt, ist enorm wichtig – und nicht ganz einfach, wenn es für Ihr Gegenüber nicht aufgesetzt oder mechanisch klingen soll. Vorteil: Sie gewinnen Sicherheit über die Aussagen Ihres Gesprächspartners, vermeiden Missverständnisse und beweisen gleichzeitig, dass Sie aufmerksam zuhören und sich wirklich Gedanken darüber machen, was Ihr Gegenüber Ihnen anvertraut.

### Tipp 4: Mit den Augen hören

In engem Zusammenhang mit Tipp 3 steht die folgende Formel „7+38+55=100“ – kurz: „7-38-55“. Für den Inhalt einer Aussage sind verantwortlich:

- das Wort zu 7 %
- der Ton zu 38 %
- die Körpersprache zu 55 %

Erschreckend, oder? Bedeutet das doch, dass das, was Sie sagen, eigentlich recht unwichtig ist – wie Sie es sagen, ist mit einem Anteil von 93 % hingegen enorm wichtig. Hören Sie also mit allen Sinnen zu! Lassen Sie sich voll auf Ihr Gegenüber ein. Welche körperlichen Gesten zeigt er? Wie sitzt er? Was tun seine Arme? Sind die Mundwinkel nach oben oder unten gerichtet? Unterstreicht sein Tonfall das Gesagte? Oder widerspricht sein Ton dem Wort? Zuhören mit allen Sinnen erleichtert Ihnen das Einschätzen Ihres Gegenübers.

Denken Sie an Tipp 2: Das Gehirn ist beim schlichten Zuhören oft unterfordert und sucht nach zusätzlicher Ablenkung. Intensives Zuhören mit allen Sinnen jedoch liefert dem Gehirn viel mehr an Information und verführt deshalb weniger schnell zum Abschweifen.

### Tipp 5: Vermeiden Sie diese Redefluss-Stopper

Fragen Sie regelmäßig nach, ob Sie Ihren Gesprächspartner richtig verstanden haben – aber vermeiden Sie klassische Redefluss-Stopper. Das sind Einwüfe und Ratschläge wie: „Das kenne ich auch ...“, „Da müssen Sie einfach das und das tun ...“.

Kommen Sie Ihrem Gesprächspartner mit solchen Einwüfen, fühlt er sich nicht ernst genommen. Meine Empfehlung lautet deshalb: Halten Sie lieber den Mund und ermutigen Sie Ihr Gegenüber durch Blickkontakt und Kopfnicken zum Weiterreden.

### Tipp 6: Arbeiten Sie an Ihrer inneren Einstellung

Und es gibt einen weiteren Grund, warum wir nicht immer so gut zuhören, wie wir es sollten: Uns fehlt schlicht und einfach das wirkliche Interesse für den Kunden, den Mitarbeiter oder Kollegen. Überprüfen Sie also selbstkritisch regelmäßig, ob Sie Ihre Kunden wirklich ernst nehmen und echtes Interesse für sie aufbringen können. Wenn Sie Ihre eigene Botschaft wichtiger finden als die Ihres Gegenüber und glauben, alles Nötige über ihn bereits zu wissen, wird ein intensives Zuhören niemals gelingen und Sie vergeben die wichtigste Chance, die Sie im Kundengespräch bekommen können: etwas über Ihren Gesprächspartner und seine Wünsche und Bedürfnisse in Erfahrung zu bringen.

Wenn Sie sich eingestehen, dass Sie Ihren Gesprächspartner nicht wichtig genug nehmen, machen Sie vor dem Gespräch eine Liste mit 10 Gründen, warum dieser Mensch eben doch unglaublich interessant ist (ja, natürlich auch wenn Sie ihn nicht leiden können) und was Sie gern über ihn erfahren würden. Wer das einmal gemacht hat, stellt schnell fest, dass es in Wirklichkeit keine langweiligen Menschen gibt.

### Tipp 7: Üben Sie das. Zwei-, dreidutzendmal, wenn's sein muss

Bereiten Sie vor jedem Gespräch einen Fragen-Katalog mit max. 9 Fragen vor. Versuchen Sie, diese Fragen nach und nach ins Gespräch einfließen zu lassen und machen Sie sich immer viele Notizen: Letzteres signalisiert Ihrem Gegenüber, dass Sie ihn ernst nehmen, an ihm interessiert sind und Sie sein Problem zu Ihrem machen. Kurze Stichworte reichen, halten Sie lieber möglichst oft Blickkontakt. Beherrzen Sie Tipp 3. Wenn Sie dann in einem Angebot oder im nächsten Meeting auf genau diese Punkte eingehen, beeindrucken Sie stark. Versprochen.

Üben Sie. Und wenn Sie glauben, genug geübt zu haben: Üben Sie. Das alles klappt nicht auf Anhieb, vieles davon muss man immer und immer wieder tun, bis der Knoten platzt. Wenn das aber erst mal passiert, verspreche ich Ihnen, Sie werden nichts anderes mehr machen: Weil es nicht nur klug ist, möglichst viel über den eigenen Gesprächspartner zu erfahren, sondern auch, weil es enorm viel Spaß macht, sich als „Kunden-Detektiv“ zu betätigen.

\*\*\*

**In der nächsten Ausgabe lesen Sie, warum offene Fragen manchmal eben doch verkehrt sind (und manchmal richtig) und wie Sie Small Talk optimal für Ihren Erfolg nutzen können.**

### Zum Autor

**Lutz Loebel** (48) ist international als Vertriebs- und Management-Berater tätig. Mehr als 25 Jahre arbeitete er in führenden Positionen der Bau-, Holz-, Fliesen- und Sanitär-Branche. Loebel lebt mit seiner Familie in Eichenried bei München. Kontakt: kontakt@lutzloebel.com, www.lutzloebel.com

