

4.2. Konsequenzen für den Zuhörer: Hören Sie besser zu

Das klingt einfach und logisch, wird aber nur selten wirklich praktiziert. Nur sehr wenige Menschen können wirklich zuhören. Viele von ihnen haben es aus Büchern oder in Seminaren gelernt. Im Folgenden werden Sie sehen, dass es simple Dinge sind. Sobald Ihnen bewusst wird, worum es geht, ist es tatsächlich einfach.

Unsere Gesellschaft und Erziehung fördert Zuhören in keiner Weise. Dadurch wurde aus einer einfachen und jedermann zugänglichen Verhaltensweise fast eine Kunst. Denn Zuhören ist mehr als bloßes Ruhigsein. Intensives Zuhören kann eine anstrengende Tätigkeit sein. Zuhören ist nämlich ein aktives Tun - nicht nur das passive Weglassen von Reden. Weil aber Zuhören fälschlich mit bloßem Stillsein verwechselt wird, unterliegen viele Menschen dem Irrtum, ihre aktive Beteiligung durch Reden kundtun zu müssen. Wahrscheinlich haben Sie ähnliche wie die im folgenden dargestellte Situation schon erlebt.

Jemand hatte einen Autounfall und möchte seinen Freunden darüber erzählen. Er möchte das Erlebnis loswerden und darüber sprechen. Jedoch schon nach den ersten Sätzen bricht eine wilde Diskussion über den Straßenverkehr, die Unfähigkeit der Polizei und der verantwortlichen Politiker im Allgemeinen sowie über die Dummheit des durchschnittlichen Autofahrers im Besonderen los.

Der ursprüngliche Redner kommt gar nicht mehr zu Wort, denn er ist ja - als einziger - wirklich betroffen und daher nicht imstande, sich den allgemeinen Banalitäten der Gruppe anzuschließen.



Wenn Sie selbst einen Test machen möchten, können Sie auch viel harmlosere Themen wählen.



Starten Sie z.B. mit einem Bericht über ein faszinierendes Erlebnis aus Ihrem Urlaub. Sie werden feststellen, dass Ihre Zuhörer schon nach kurzer Zeit beginnen werden, eigene Erlebnisse zu berichten. Es kann gut sein, dass diese überhaupt nicht zu dem passen, was Sie eigentlich erzählen wollten, was kein Wunder ist, weil Sie ja Ihre Geschichte nicht einmal ansatzweise fertig erzählen konnten.

Vielleicht kennen Sie solche "Zuhörer" in Ihrer persönlichen Umgebung und vielleicht erkennen Sie sogar sich selbst wieder?

Wir meinen manchmal, möglichst "klug" sein und überall unseren Senf dazugeben zu müssen. Wir meinen manchmal, Wissen äußere sich vor allem durch Reden. Weit gefehlt. Aufgrund dieser falschen Grundannahme reden wir dann viel zu viel. Es ist eine Art Machtkampf durch laut sein. Wer wenig redet, muss befürchten, im besten Fall als schüchtern, im schlimmsten Fall als minderbemittelt eingeschätzt zu werden, da er anscheinend nichts beizutragen hat.

Tatsächlich lernen wir aber durch Zuhören - und erweitern unser Blickfeld. Denn nur durch Zuhören erfahren wir Neues und können in Folge auch wirklich etwas beitragen. Wer redet, hört immer nur sich selbst zu. Dabei erfährt er naturgemäß selten etwas, was er noch nicht weiß. Wer zuhört, hört anderen zu. Dadurch erfährt er jede Menge Neues.

Wenn jemand das Zuhören zum ersten Mal übt - was bedeutet, dass er wenigstens zwei, drei Sekunden lang nichts sagt - setzt das die meisten Menschen anfangs richtig unter Stress. Sie

meinen, nichts zu sagen würde als Schwäche gedeutet. Und sind dann enorm erleichtert, sobald sie lernen, ihren Gesprächspartnern zuzuhören.

Viele Manager, Berater, Vertriebsleute und Eltern sprechen zuviel und hören zu wenig zu. Oft ist das wie eine richtiggehende "Berufskrankheit". Reden reden reden.

In all diesen Bereichen ist es die höchste Kunst, wirklich gut zuzuhören. Sie können nur dann jemand anderem helfen, wenn Sie ganz genau wissen, wo dessen Probleme, Ängste und Sorgen liegen. Und Sie können nur dann die passende Lösung vorschlagen oder das richtige Produkt verkaufen, wenn Sie die Anforderungen an die Lösung oder das Produkt genau kennen. Dabei ist Reden eindeutig fehl am Platz. Zuhören ist das richtige Instrument. Vielleicht hatten auch Sie schon einmal ein Erlebnis wie das folgende:

Sie gehen mit dem Entschluss, etwas Neues, z.B. neue Schi zu kaufen, in ein Geschäft. Sie haben eine knappe halbe Stunde Zeit, das Geld in der Tasche und sind bereit, in dieser kurzen Zeit einen Kauf zu tätigen. Und nun kommt das Unerwartete: Der "Verkäufer" verhindert das! Nach einer kurzen Schilderung Ihres Fahrkönnens und Ihrer Wünsche, beginnt der Verkäufer, Ihnen die technische Bauweise des ersten möglichen Modells in allen Details zu schildern. Dann dasselbe für das nächste Modell. Der Verkäufer ist ohne Zweifel kompetent und begeistert. Er versteht etwas von seinem Fach, aber wenig von seinen Kunden. Nach einiger Zeit unterbrechen Sie ihn mit dem Hinweis, dass Sie einfach nur einen Schi kaufen möchten, der Ihren Anforderungen entspricht. Der Verkäufer unterbricht seinen Monolog mit einem kurzen "ich verstehe" und setzt daraufhin seinen Grundkurs in Wabentechnik, Sandwichbauweise, Verbundwerkstoffen, Biegekoefizienten und Belastungskennzahlen fort.



Je nachdem, wie viel Zeit und Geduld Sie haben, werden Sie das Geschäft früher oder später fluchtartig verlassen und einen ratlosen Verkäufer zurücklassen, der wieder einmal die Welt nicht versteht.

Sie haben beide verloren. Sie wertvolle Zeit, der Verkäufer einen ebenso wertvollen Umsatz. Hätte der Verkäufer Ihnen zugehört, Ihnen zwei oder drei Schimodelle zur Auswahl gestellt und eines davon empfohlen, hätten Sie diesen Schi vermutlich gekauft. Das hätte Ihnen den gewünschten Schi und dem Verkäufer raschen und leichten Umsatz gebracht.

Wer das einmal verstanden und gelernt hat, wird dadurch unmittelbar erfolgreicher. Und zusätzlich entspannter. Reden führt nämlich Energie ab. Wir müssen nachdenken, was wir sagen sollen und hoffen, das Richtige zu sagen. Das ist anstrengend. Je mehr wir sprechen während unser Gegenüber schweigt, desto schneller geraten wir unter Rede-Stress und sagen mit zunehmender Wahrscheinlichkeit die falschen Dinge. Das Gespräch kann rasch in eine Richtung geraten, die vom Gesprächspartner - oder sogar von Ihnen selbst - gar nicht gewollt ist.

Es gibt jede Menge Vielredner, die sich gegenseitig niederreden, aber es gibt auch Dauerzuhörer, die von den anderen in Grund und Boden geredet werden. Welcher Typ sind Sie?

Falls Sie sich als typischen Vielredner einschätzen, dann könnten Sie einmal - nur als Test - folgendes versuchen: Fragen Sie, ob Ihr Gegenüber überhaupt hören will, was Sie erzählen. Oder unterbrechen Sie eine Ihrer Erzählungen und lassen Sie es darauf ankommen, ob Ihr Gegenüber Sie bittet, fortzufahren.

Falls Sie hingegen ein typischer Zuhörer sind, dann kann es sein, dass Sie in vielen Gesprächen und in endlosen Telefonaten

zu nicht viel mehr Wortmeldungen kommen, als "Aha", "Also ich...", "Unglaublich" etc., die dem Redner letztendlich nichts anderes mitteilen, als dass Sie trotz des Dauerbeschusses seiner Worte noch am Leben sind.

Egal, welcher Typ Sie sein mögen - in beiden Fällen können Sie etwas ändern. Lösungsempfehlungen für Vielredner finden Sie in diesem Kapitel - Lösungsempfehlungen für Dauerzuhörer finden Sie im Kapitel "Senden für Fortgeschrittene".

Mein persönlicher Eindruck ist, dass die meisten Menschen - unabhängig davon, ob sie selbst viel oder wenig reden - sehr schlechte Zuhörer sind. Sie sind einfach nicht in der Lage, wirklich aufzunehmen, was ihr Gegenüber ihnen mitteilt. Sie hören vor allem sich selber zu - ihren eigenen Worten, Gedanken und Interpretationen - aber nicht den Worten anderer. Und das ist, wie schon eingangs erläutert, keine erfolgreiche Gewohnheit.

Wer seinen Gesprächspartnern mehr zuhört, wird leichter die richtigen Worte finden, die zu dem passen, was gerade gesagt wurde. Die Gesprächsrichtung ergibt sich dann durch das Zusammenspiel beider Gesprächspartner. Es kann nicht mehr so leicht zu Parallel-Monologen oder Aneinander-vorbei-reden kommen. "Das Gespräch durch Fragen zu steuern" ist dabei speziell für alle beratenden Berufe sowie für den Vertrieb die beste mir bekannte Technik. Für schwierige Privatgespräche, in denen es um Probleme oder unangenehme Dinge geht, gilt genau dasselbe.

Das Gespräch durch Fragen zu steuern heißt, dass Sie Fragen stellen, zuhören, paraphrasieren (siehe später), zuhören, die nächste Frage stellen, usw.