

Wissenswertes über "Aktives Zuhören"

Autor(en): **Engi, Paul A.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **5 (1998)**

Heft 15

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-979905>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Wissenswertes über «Aktives Zuhören»



Paul A. Engi,
Ausbildungsleiter
Canon (Schweiz) AG

Liebe Leserinnen
und Leser

Heute wollen wir über Aktives Zuhören sprechen. Aus eigener Erfahrung wissen Sie, dass gute Verkäufer/-innen den Kunden Fragen stellen. Nur dadurch wird es möglich, herauszufinden, was sie überhaupt haben wollen. Wer aber Fragen stellt, sollte auch

wissen, dass Ihre Kunden erwarten, dass man ihnen zuhört. Nur wer zuhören kann, wird auch verkaufen können.

Zuhören scheint aber nicht immer so ganz einfach zu sein. Vor vielen Jahren schenkte mir meine Frau ein Buch mit dem vielversprechenden Titel «Das beste Verkaufsargument». Ich las das Buch in nur einer Minute. Der Inhalt aber ist mir bis heute in Erinnerung geblieben. Das Buch hatte 67 Seiten, auf denen nichts stand. Einfach nichts. Auf Seite 68 aber war in grossen Buchstaben der tiefgreifende Satz zu lesen:

**Schweigen ist ein Argument,
das man nicht widerlegen kann.**

«Warum gibt es denn niemand, der mir zuhört?» So lautet heute die stumme Frage manch Ihrer Kunden. Leider hören wir diese Hilferufe nicht mehr. Darum beurteilen wir, darum verurteilen wir. Erfahrungsgemäss ist es das «Blabla...», das verurteilt oder beurteilt wird. Also das rein oberflächliche, was die Kunden sagen. Wenn Sie mir nicht glauben, dann machen Sie den ganz einfachen Test. Fragen Sie doch Ihren nächsten Bekannten, wie es ihm geht. Sie hören zu 99%: «Mir geht es gut.» Wenn es so vielen Menschen wirklich gut ginge, dann müsste es uns doch allen viel viel besser gehen, nicht wahr?

Aktives Zuhören unterscheidet sich ganz erheblich vom passiven Zuhören. Aktives Zuhören ist eine Methode. Aktives Zuhören ist eine bewusst gewählte Form der «Gesprächsführung». Wer sich aber dieser Methode bedient, sollte ein paar wichtige Empfehlungen beachten.

1. Empfehlung:

Dem Kunden Zuwendung schenken.

Das heisst, sich selber zurücknehmen. Sich dem andern zuwenden. Es heisst einführendes, nichtwertendes Verstehen. In Seminaren stelle ich oft die Frage: «Wer ist Ihr wichtigster Kunde?» Eine Teilnehmerin gab mir mal eine Antwort, die ich nie vergessen werde. Sie sagte: «Derjenige, der mir jetzt gerade gegenübersteht, ist mein wichtigster Kunde.»

Wussten Sie, dass über 70% aller Menschen unter dem Entzug von Zuwendung leiden? Die Folgen davon zeigen sich sehr oft in psychosomatischen Störungen. Schenken Sie also Ihren



Kunden jene Zuwendung, die sie brauchen. Dann haben Sie nicht nur einen ausgezeichneten Kundenkontakt, sondern verkaufen auch mehr und besser. Und Sie haben erst noch viel Spass und Freude daran.

2. Empfehlung:

Dem Kunden gegenüber Interesse zeigen.

Interesse zeigen heisst, sich für den Kunden interessieren. Es leuchtet ein, dass dies nur dann möglich wird, wenn die erste Bedingung erfüllt ist. Wenn nicht, dann wird Ihr Verkaufsgespräch zur Manipulation. Selbst wenn Sie es noch so gut tarnen, selbst wenn Sie noch so gute Schauspieler sind, es wirkt unecht und überzeugt in keiner Weise. Mehr noch, der Kunde fühlt diese Manipulation und wird woanders kaufen.

3. Empfehlung:

Den Kunden anerkennen.

Sagen Sie JA zu Ihren Kunden. Ja sagen heisst, sie als Menschen so nehmen, wie sie sind. Nicht so, wie Sie sie gerne haben möchten. Der Kunde empfindet Anerkennung nur, wenn Sie ihn als Ganzes annehmen. So wie er spricht, so wie er aussieht, so wie er sich freut oder ärgert.

Worauf sollten Sie beim Aktiven Zuhören achten?

1. Sich selber niemals einbringen.
2. Keine konkreten Sachfragen stellen.
3. Nicht werten oder qualifizieren.
4. Nicht kritisieren, moralisieren, verallgemeinern.
5. Nicht beruhigen, beschwichtigen, trösten.
6. Keine Ratschläge oder Belehrungen erteilen.

**Es braucht zwei Jahre,
um sprechen zu lernen,
aber es braucht fünfzig Jahre,
um schweigen zu lernen.**

Eine Untersuchung in der Bundesrepublik Deutschland brachte zu Tage, dass Ehepartner durchschnittlich acht Minuten pro Tag miteinander sprechen. Daraufhin gab mir kürzlich ein Seminar Teilnehmer die Antwort: «Das ist aber viel!» Über diese Antwort denken Sie bitte selber nach. Wie wollen Sie Ihren Kindern das Zuhören lehren, wenn Sie ihnen selbst nicht mehr zuhören können?

Vereinfacht lässt sich Aktives Zuhören wie folgt skizzieren

1. Ich stelle dem Kunden eine Frage.
2. Der Kunde antwortet meist nur oberflächlich.
3. Ich sage nichts, sondern höre AKTIV zu.
4. Der Kunde denkt daraufhin vertiefter nach
5. und findet eine tiefere, bessere, klarere Antwort.
6. Ich schweige immer noch, so lange es geht.

Wie merkt der Kunde, dass man ihm AKTIV zuhört?

1. Der Augenkontakt ist ganz wichtig.
2. Mit dem Kopf nicken (im Sinne von: Ich habe verstanden).
3. Erlaubt sind z.B.: Hm... Aha... (sonst nichts sagen).
4. Gleiche Körperhaltung wie die des Kunden einnehmen.

Mit diesen Anregungen, liebe Verkäuferinnen und Verkäufer, haben Sie nun ein hervorragendes Mittel, um ein gutes zwischenmenschliches Kundenklima zu schaffen. Probieren Sie's doch gleich heute aus. Am besten mit Ihrem Partner. Und sollte er oder sie sagen: «Schatz, fehlt dir etwas, du bist heute so anders als sonst, so ruhig», ...dann können Sie sich gratulieren. Sie haben die grösste Hürde des Aktiven Zuhörens mit Bravour gemeistert.

Ihr Paul A. Engi

SVPG

Ausbildung und Weiterbildung

Infotag im zef am 16. November 1998
Beschränkte Teilnehmerzahl! Jetzt schon anmelden!

Für alle LehrmeisterInnen, Fotofach-Angestellte und Fotofinisher.
Dauer der Veranstaltung: 09.30 bis 11.30 Uhr
Wichtige Details der Ausbildungsreglemente und deren Auswirkung auf den Lehrbetrieb. Unter anderem werden folgende Aspekte behandelt:

- Computer im Lehrbetrieb und das digitale Bild.
- Was wird an der Lehrabschlussprüfung verlangt.

Vertreter der Berufsschulen, des Verbandes und der zuständigen Behörde werden anwesend sein und Fragen beantworten.

Für alle Berufsleute der Fotobranche.
Höhere Fachprüfungen «Weiterbildung in der Fotobranche»
Dauer der Veranstaltung: 12.00 bis 13.00 Uhr
Beim/bei der Fotofachmann/Fotofachfrau mit eidgenössischem Fachausweis sind die beruhtkundlichen, und beim/bei der diplomierten Fotofachmann/Fotofachfrau die betriebswirtschaftlichen Fächer gewichtet.

- Wie bereite ich mich vor? • Welche Kurse muss ich besuchen?
- Was wird an der Prüfung verlangt?

Und viele weitere Fragen werden kompetent beantwortet.

Der SVPG organisiert diesen Infotag mit anschliessendem Mittagessen im zef Reidermoos. Die Anmeldungen (obligatorisch) werden in der Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Kosten: Mitglieder SVPG: Tagungen ohne Mittagessen kostenlos
Tagungen mit Mittagessen Fr. 20.-
Nichtmitglieder: Tagungen ohne Mittagessen Fr. 30.-
Tagungen mit Mittagessen Fr. 50.-

Anmeldungen nimmt das zef in Reidermoos entgegen:
Tel: 062/758 19 56, Fax 062/758 1350, E-Mail zef@Reiden.ch

INFO-ECKE OLYMPUS

OLYMPUS CAMEDIA C-1400XL

Die neue digitale Kamera



Die neue C-1400XL: Mit einzigartigen 1.41 Mio Pixel, Progressiv-CCD und Power-Zoom-Objektiv, 36-110mm, für gestochen scharfe Bilder. Jetzt mit Serienbildfunktion und externem Blitzanschluss, Direktprint über den neuen P-330E mit integriertem SmartMedia-Laufwerk

Weitere Informationen erhalten Sie von unseren Gebietsverkaufsleitern bzw. unserem Verkaufsbüro.

OLYMPUS

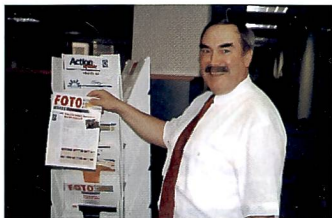
THE VISIBLE DIFFERENCE

Photography · Endoscopy · Microscopy · Diagnostics · Communications

Postfach, 8603 Schwerzenbach, Tel. 01 947 67 67, Fax 01 947 66 55

Fortsetzung von Seite 3

Lehmann: Die Länderniederlassungen werden sich künftig vermehrt auf nationale Aufgaben wie Marketing, Kommunikation und Verkaufsförderung konzentrieren. Da sind Bereiche, die sich kaum zentralisiert



Alle zwei Wochen kommt Post aus der Schweiz: FOTOintern

organisieren lassen, und die wir bei Polaroid ganz klar verbessern wollen.

FOTOintern: Europa ist im Umbruch. Das dokumentiert nicht zuletzt Ihr IBC. Wie geht es weiter? Was bewirkt zum Beispiel der Euro?

Lehmann: Der Euro wird sich als Zahlungsmittel sehr

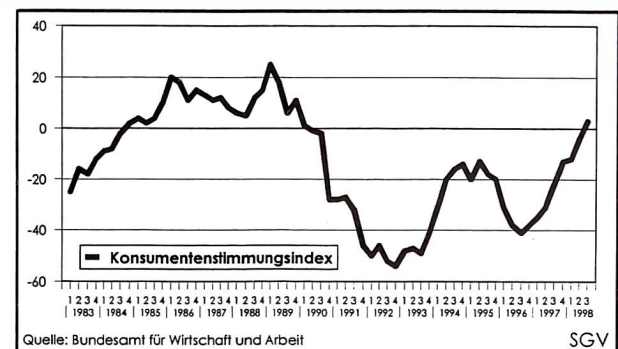
schnell gesamt-europäisch durchsetzen. Er wird auch für die Schweiz kaum ein Problem darstellen, zumal sich die Banken frühzeitig auf das neue Zahlungssystem einstellen konnten. Aber Europa – und insbesondere die Schweiz – wird langfristig umdenken und in grösseren Dimensionen denken müssen. Und wir glauben, mit dem IBC einen grossen Schritt in Richtung des neuen Europa getan zu haben.

FOTOintern: Ihre Arbeit mit dem Aufbau des IBC ist doch eigentlich abgeschlossen. Welches ist Ihr nächstes Ziel?

Lehmann: Der Schein trügt: Das Projekt ist in seinen groben Zügen realisiert. Aber die Details und die Leitung dieses administrativen Zentrums werden mich noch viele Jahre beschäftigen.

FOTOintern: Herr Lehmann, wir danken Ihnen bestens für dieses Gespräch.

Konsumentenstimmung positiv



Die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten sehen der Zukunft immer optimistischer entgegen. Gemäss der vierteljährlich durchgeführten Umfrage bei rund 1000 Haushalten verbesserte sich der Konsumentenstimmungsindex von -4 Punkten im April 1998 auf +3 Punkte im Juli. Damit liegt die Konsumentenstimmung zum ersten Mal seit sechs Jahren wieder im positiven Bereich.

Wiederum wurde die vergangene allgemeine Wirtschaftslage merklich günstiger eingestuft. Die Einschätzung der vergangenen bzw. zukünftigen finanziellen Lage der Haushalte veränderte sich dagegen kaum. Trotzdem bewerten immer mehr Konsumenten den Zeitpunkt für grössere Anschaffungen (Haushaltsgeräte, Möbel, Autos usw.) als günstig. Der Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt entsprechend stufen die Haushalte die Sicherheit der Arbeitsplätze immer weniger pessimistisch ein. Der neu geweckte Glaube an Zukunft dürfte sich positiv auf das Konsumverhalten auswirken, was wiederum dazu beiträgt, die Konjunktur anzukurbeln.

SGV

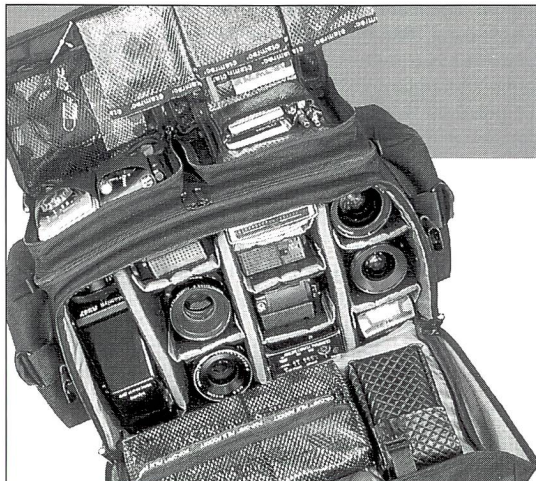
MINI-PHOTOKINA NEUHEITENSHOW Mo, 19. 10. 1998

09.00 - 18.00 Uhr
im zef Reiden

ERÖFFNUNG DER
FOTOGALERIE DER

zef support
Jahresversammlung

zef Zentrum für Foto Video EDV
Spitzhubelstr. 5, Postfach 648, 6260 Reidermoos
Tel.: 062 / 758 19 56 Fax: 062 / 758 13 50 E-Mail: zef@reiden.ch



Grossräumig!

Pro System 25. Wo sonst liegen die Fotoutensilien für Profis gut und richtig. Sicherheit, Organisation, Flexibilität und schnelle Verfügbarkeit der Ausrüstung. Alles vereint im klassischen Design. Und adaptierbar an die grössten Mittelformatkameras mit angesetztm Sucher.



Gujer, Meuli & Co.
Schöneggstrasse 36, 8953 Dietikon
Telefon 01 745 80 50
Internet: www.gujermeuli.ch