



Ist Nachgeben ein Zeichen von Schwäche?

Bitte beachten Sie die Wortbildung: „Nachgeben“ beinhaltet den Begriff der Gabe. Außerdem weiß der Volksmund schon lange, dass der Klügere nachgibt. Geben kann ich aber nur, wenn ich im Überfluss habe, so dass letztlich Nachgeben immer ein Zeichen von Stärke ist.

Das Nicht-Nachgeben bedeutet hingegen, dass ich meine möglicherweise kleinkarierte Meinung unbedingt gegen die Welt durchsetzen will. Wenn Sie sich an Situationen erinnern, in denen jemand nachgegeben hat, werden Sie feststellen, dass ein bewusstes Nachgeben immer von Charakterstärke zeugt - im Gegensatz zum „Kleinbeigeben“. Letzteres kann als Zeichen von Schwäche gewertet werden, ersteres nicht.

Mit besten Grüßen

Peter Tschötschel



Inhaltsverzeichnis

- Was kann ich tun, damit ich mich nicht immer maßlos ärgere?
- Wie mache ich einem Kunden am besten ein „Angebot“?
- Wie stelle ich fest, ob ich für schwierige Aufgaben geeignet bin?
- Wie kann ich mir Namen leichter merken?



Was kann ich tun, damit ich mich nicht immer maßlos ärgere?

Jedes Wort, das wir sagen oder denken, wirkt sich auf unsere Wahrnehmung und demzufolge auch auf unsere späteren Erfahrungen aus.

Angenommen, Sie erleben akuten Zorn, weil ein Mitmensch die Unverfrorenheit besaß, etwas zu tun, was Sie „unmöglich“ finden. Nun sagen Sie etwas über die Situation, z.B. zu einem Freund oder aber zu sich selbst. Faszinierend ist übrigens, dass diese Art von Denken im Arabischen als „mit der Seele sprechen“ ausgedrückt wird.

Aber zurück zu Ihrer Frust-Situation. Was werden Sie anderen (oder Ihrer Seele) jetzt erzählen?

Sagen/denken Sie: „Ich bin stocksauer!“ oder: „Ich hasse es, wenn jemand das tut!“ oder: „Ich könnte ihn/sie erwürgen!“? Wie lautet Ihre bevorzugte Redewendung bei akutem Ärger?

Wie glauben Sie, werden Sie eine vergleichbare Situation in der Zukunft erleben, wenn Sie anderen und/oder Ihrer Seele regelmäßig erklären, wie furchtbar Sie leiden? Und was wollen Sie sagen/denken, wenn es wirklich einmal um eine Frage des Überlebens gehen sollte, wenn Sie bei Alltagsärger derartig schweres verbales Geschütz auffahren?!

Überlegen Sie, was passieren würde, wenn Sie die Formulierung verändern würden. Wie würden Sie sich fühlen, wenn Sie sagen würden: „Die Situation fasziniert mich.“? Meinen Sie nicht auch, dass Sie eher in Richtung einer intelligenten Lösung (statt Problem) denken, wenn es Ihnen gelingt, Neugierde und Interesse zu wecken, wenn Sie also auf kreative Denkprozesse umschalten? Das gleiche gilt, wenn wir der Umwelt unsere Gefühle mitteilen. Wie empfindet wohl der Auslöser unseres Zorns, wenn wir ihn mit unserer Unfähigkeit, auf ihn einzugehen, konfrontieren? Und wie, glauben Sie, würde er es finden, wenn wir in der Lage wären, Interesse auszudrücken, um mit ihm gemeinsam eine (neue) Lösung anzustreben? Üben Sie ab heute, massive Ärger-Worte durch Begriffe auszutauschen, die Interesse ausdrücken. Was zunächst ein Wortspiel zu sein scheint, wird schon bald Ihr Empfinden steuern. So, wie Sie sich früher selbst „in Rage“ geredet haben, können Sie sich in eine verständnisvolle kreative innere Haltung hineinreden. Sagen Sie in Zukunft in solchen Situationen zu anderen (oder zu Ihrer Seele) neue, ebenso mächtige Worte wie z.B. „Das ist ja faszinierend!“ oder „Das empfinde ich als Herausforderung!“ Falls Sie es (noch) nicht glauben: Überzeugen Sie sich selbst: Testen Sie drei Wochen lang. Sagen Sie Ihrer Seele, dass Sie danach zu Ihrem alten Vokabular zurückkehren dürfen, wenn Sie das dann noch wollen: Fair?



Wie mache ich einem Kunden am besten ein „Angebot“?

Egal, ob Sie als Verkäufer „unterwegs“ sind oder ob Sie jemanden von einer neuen Vorgehensweise überzeugen wollen (z.B. haben Sie einen Vorschlag, wie man ein Formular in Ihrer Abteilung besser gestalten könnte ...), wenn Sie dem Gesprächspartner Ihr Produkt/Ihre Idee unmittelbar anbieten, ist die Wahrscheinlichkeit, dass er ablehnt, sehr hoch. Stellen Sie ihm hingegen zwei Möglichkeiten vor (damit er das Gefühl hat, eine Entscheidung treffen zu dürfen), dann besteht die reale Gefahr, dass er die andere Möglichkeit/Idee wählt, die Sie aus strategischen Gründen vorgestellt haben. Aber es gibt eine dritte Strategie, nämlich die der drei Angebote: Studien der Stanford Business School haben gezeigt, dass Kunden eher kaufen, wenn man die Präsentation wie folgt aufbaut:

Schritt 1: Man stellt zwei Produkte (Modelle, Varianten bzw. Vorgehensweisen) vor, von denen eine teurer ist. Dabei muss sich der Begriff „teuer“, nicht auf Geld beziehen; eine der beiden Möglichkeiten kann auch mehr Zeitaufwand, mehr Anstrengung etc. „kosten“.

Schritt 2: Kurz danach erwähnt man eine dritte Möglichkeit, die noch teurer (zeitintensiver, anstrengender etc.) ist, als die zweite (in Schritt 1 genannte) Möglichkeit.

Das Ergebnis ist dann folgendes:

Der Kunde wählt in der Regel das zweite der ersten beiden Angebote, denn erstens ist dies im Vergleich zu Möglichkeit Nr. 3 günstiger (Preis, Zeitaufwand etc.), und zweitens ist es nicht das „erstbeste“ Angebot gewesen, was ihm das Gefühl gibt, eine wohlverwogene Entscheidung getroffen zu haben. Wenn wir diese Strategie noch verfeinern, indem wir Frage- statt Sagetechnik einsetzen, haben wir ein professionelles Verhandlungsgespräch geführt; und das ist das Schlüsselwort: Wir haben das Gespräch geführt. Wiewohl es den Anschein hat, als entstünde ein Gedanke aus dem vorangegangenen, konnten wir unseren roten Faden klar verfolgen und so die Chancen auf Erfolg maßgeblich verbessern. Wenn unser Gesprächspartner trotzdem nicht mitspielt, dann sprechen - aus seiner Sicht - wichtige Gründe dagegen: Das wiederum sollten wir respektieren. Es ist meines Erachtens zulässig, unsere Chancen zu verbessern, solange wir auf die Gedanken unseres Partners eingehen. Wir wissen, dass wir so weit häufiger an unser Ziel gelangen als beim „normalen“ Vortragen unserer Ideen.

Tipp: Testen Sie diese Strategie zunächst in Rollenspielen mit Kollegen und in privaten „Verhandlungen“, ehe Sie sie vor Ort bei „echten“ Kunden (oder bei Vorgesetzten) einsetzen. Es braucht ein wenig Übung, aber es lohnt sich. Bestimmt.



Wie stelle ich fest, ob ich für schwierige Aufgaben geeignet bin?

Am besten, indem Sie es ausprobieren. Meist meint man nur, zu dumm oder zu unbegabt zu sein, was aber gar nicht der Fall ist. Solche Fehleinschätzungen kommen in der Regel aus der Kindheit, als man tatsächlich noch zu schwach etc. war. Deshalb stellen Sie fest, inwieweit Ihre Ängste (un-)berechtigt sind. Im Zweifelsfall gehen Sie die Aufgabe schrittweise an: Lernen Sie, „Teilaspekte“ der Aufgabe separat zu lösen.

Angenommen, Sie wollen testen, ob Sie für das Kochen „geeignet“ sind. Dann beginnen Sie zuerst mit einem Teilbereich, z.B. Salaten. Erst dann folgt der nächste Teilbereich, z.B. Suppen. Wenn Sie sich später an Pfannengerichte wagen, beginnen Sie zuerst mit Bratkartoffeln, ehe Sie die ersten Steaks in die Pfanne legen.

Bei solchen Versuchen stellen Sie sehr bald fest, ob es Ihnen Freude macht. Wenn ja, dann sind Sie auch dafür geeignet.

Sollten Sie feststellen, dass es Ihnen absolut keinen Spaß macht und Sie sich ständig zwingen müssen, dann erst erhebt sich die Frage, ob Sie für diese Aufgaben möglicherweise doch nicht geeignet sind.

Wenn etwas „problematisch“ erscheint, gehen Sie einen Schritt zurück

Wenn Sie plötzlich nicht mehr wissen, wie Sie einen Textteil am Computer unterstreichen können wissen Sie aber vielleicht noch wie man Texte durch Fettdruck hervorhebt. Durchlaufen Sie jetzt diesen Prozess (mental).

Dabei fällt Ihnen z.B. ein, dass Sie eine bestimmte Taste (links) gleichzeitig mit Taste „F“ (für Fettdruck) drücken müssen, und plötzlich fällt Ihnen wieder ein, dass das Unterstreichen genauso geht, nur dass Sie diesmal ein „U“ statt des „F“ drücken müssen.

Merke: Durch Vergleichen mit ähnlichen Abläufen fällt Ihnen das Neue leichter wieder ein als durch die verzweifelte

Frage: Wie mache ich jetzt das und das?



Wie kann ich mir Namen leichter merken?

Napoleon kannte alle Offiziere mit Namen, auch wenn er ihnen nur ein einziges Mal begegnet war. Sein Trick: Er machte sich ein Bild zu dem Namen, den er hätte. Dieses Bild „setzte“ er dann (in seiner Vorstellung) auf die Schulter der Person. Angenommen, Sie lernen jemanden kennen, der Schneider heißt. Dann stellen Sie sich vor, wie sich ein tapferes Schneiderlein über sein Nähzeug beugt und „setzen“ Sie dieses Schneiderlein auf die Schulter von Herrn Schneider.

Wenn diese Person Schneyder mit „y“ heißt wie der Österreichische Kabarettist, dann stellen Sie neben das Schneiderlein (im Sinne eines Bilderrätsels) ein riesengroßes rotes „Y“. Heißt diese Person Prohaska, wird die Sache spannend: Viele Fußballfreunde werden sagen: „Null Problemo, da gibt’s einen Spieler der heißt so.“ Wenn Sie diesen Fußballer nicht kennen und den Namen auch sonst noch nie gehört haben und wenn Ihnen kein „Bild“ dazu einfällt, dann bilden Sie eine akustische Eselsbrücke:

Nehmen Sie aus dem Namen zum Beispiel das „pro“ und denken Sie an „contra“. Sie müssen gar nicht zum ganzen Namen eine Eselsbrücke bilden. Wenn Ihnen „pro“ wie „contra“ später einfällt, wird das „chaska“ automatisch folgen.

Sie können diese Technik sehr gut mit Freunden trainieren: Picken Sie sich aus dem Telefonbuch fünf Namen heraus, jeder überlegt sich zehn Minuten lang geeignete Eselsbrücken, danach vergleichen Sie. Die ersten 30 Eselsbrücken fallen meist noch schwer, aber Sie werden sehen: Durch die Teamarbeit überzeugen Sie sich selbst davon, weil garantiert ein oder zwei Gruppenmitglieder Eselsbrücken zu Namen gefunden haben, zu denen anderen Gruppenmitgliedern nichts eingefallen ist. Das macht allen Mitspielern Mut. Außerdem gilt: Es gibt immer mindestens eine Eselsbrücke. Denken Sie noch einmal an den Fußballer-Namen Prohaska. Die Fußballfreunde haben es ja leichter, nicht wahr? Das heißt: Je mehr Namen Sie gelernt haben, desto leichter können Sie weitere Namen einspeichern, weil die neuen Namen so oder so ähnlich sein werden wie die Namen, die Sie dann bereits in Ihrem Wissensnetz haben.

