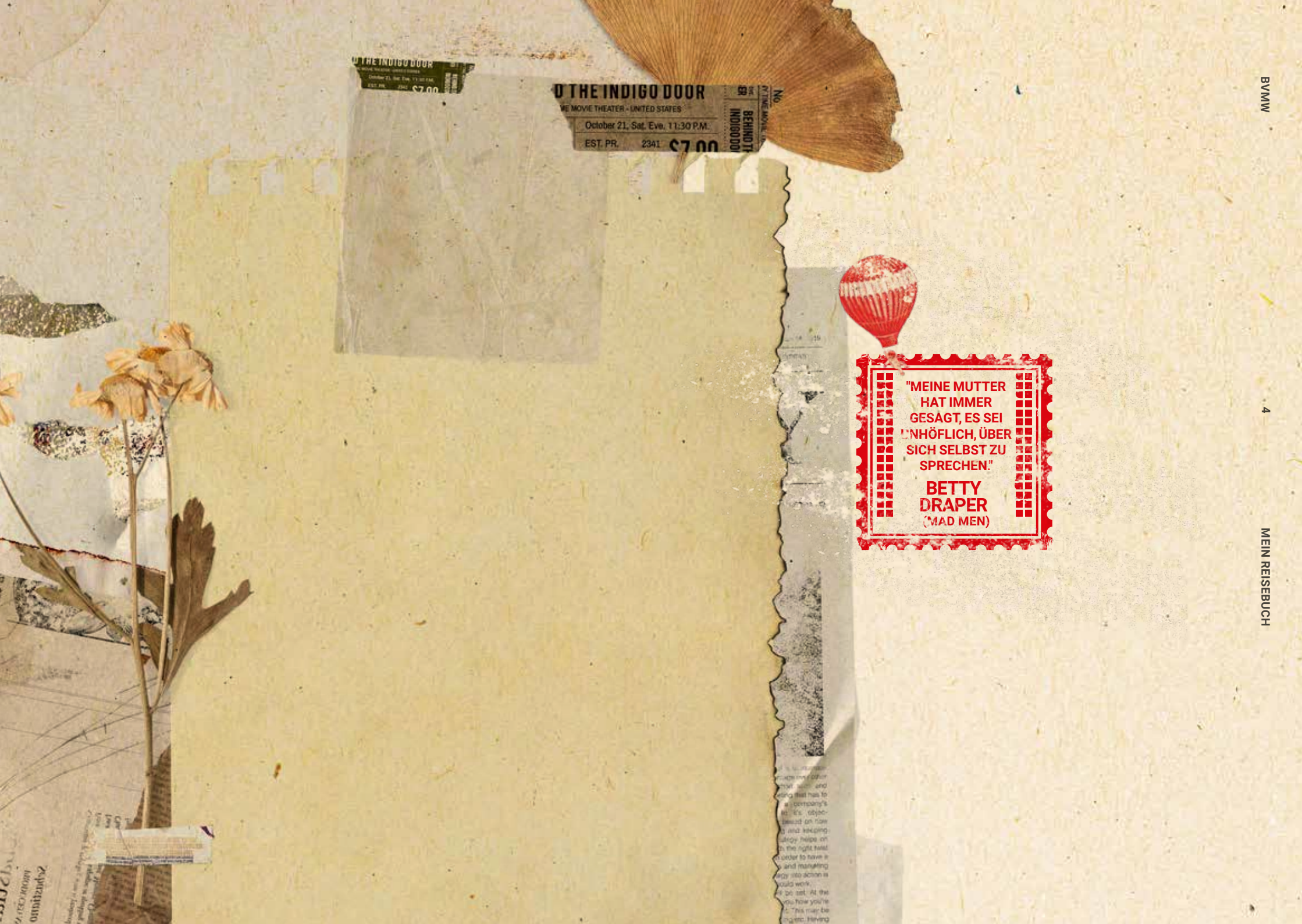
BVMW: Mein Reisebuch



HORIZONTE ERWEITERN
ENTSCHEIDER KENNENLERNEN
MÄRKTE EROBERN






D THE INDIGO DOOR
E MOVIE THEATER - UNITED STATES
October 21, Sat. Eve. 11:30 P.M.
EST. PR. 2341 $7.00
"MEINE MUTTER HAT IMMER GESAGT, ES SEI UNHÖFLICH, ÜBER SICH SELBST ZU SPRECHEN."
BETTY DRAPER
(MAD MEN)

Gerd Steinert



BVMW Mein Reisebuch

HORIZONTE ERWEITERN
ENTSCHEIDER KENNENLERNEN
MÄRKTE EROBERN

WARUM?

VORWORT
Geschäfte werden immer noch zwischen **Menschen** gemacht 15-18

Wie?

Durch die Decke – wie ich auf Netzwerk-Veranstaltungen allein und erfolgreich agiere 97-98

Wer **fragt,** gewinnt 41-48

Einsammeln statt Austeilen 59-62

Die **72-Stunden**-Regel 63-66

Anruf schlägt **E-Mail** 67-68

Die Reise **vorbei** am Vorzimmerdrachen 73-76

Einwand-Behandlung 85-88

Höflich **absagen** 77-78

Kaltakquise **vermeiden** 79-84

Wer?

Der **erste** Eindruck 35-40

Fünf Tipps zur Begrüßung 33-34

Aktives Zuhören 45-46

Optimierte **Körpersprache** 21-24

7% – 38% – 55%-Regel 25-30

Wer ist der Boss? 31-32

Formuliere **positiv** 49-50

Konversation **mit** Stil 53-54

Sätze, die mein **Charisma** zerstören 51-52

Offene Fragen 47-48

Meine zwei wichtigsten Wörter als **Verkäufer** 55-58

DARUM!



Unternehmen leben **nicht** von dem, was sie produzieren – sondern von dem, was sie **verkaufen** 89-90

NACHWORT
Was ist ein Geschäft? 91-96

How to BVMW



Dieser Reiseführer gleicht einem Kompass



Er leitet durch den Dschungel vertrieb-licher DICKICHTE, schickt mich **zu den Höhepunkten des** Neukunden**-Geschäftes.**

WEN TREFFE ICH auf dieser Exkursion?

ENTSCHEIDER. Potenzielle Mandanten. Zulieferer. **Multiplikatoren – und zwar DURCH:**

Persönliches **KennenLERNEN.**

Was ist **das ZIEL?** Horizonte **erweitern. FREUNDE finden. Märkte erobern.** Wachstum. **Lieferanten optimieren. WISSEN** austauschen.

Ein spannender WEG liegt vor mir. Immerhin einer mit **NamensSCHILD.**



DAS DARUM

hinter

dem WARUM



Geschäfte WERDEN IMMER noch zwischen Menschen GEMACHT

UNTERWEGS STELLE ICH MICH AUF EINE BUNTE VIELFALT AN BEGEGNUNGEN EIN. Fortwährend stoße ich auf ungleichartige Erscheinungen, teilweise maximal variierend.





Gibt es Formulierungen, die künftig besser unterbleiben?



Jeder Entscheider, **DEN ICH TREFFE,** gleicht einer **SPANNENDEN** neuen Region

MANCHE INSZENIEREN SICH ALS EXOTISCHE INSELN.
Andere dagegen treten felsig und schroff auf, mit tiefgründigen Seen der Weisheit. Vereinzelte bergen Vulkane – oder sind still und schön wie die Wüste. Sie alle gilt es zu erforschen, **Gemeinsamkeiten** zu entdecken und **Brücken** für Ideen und Geschäfte zu bauen. **Ein offenes Gespräch ist meine Landkarte, die zeigt, wo wahre Schätze liegen.**

VERSTÄNDNIS, VERTRAUEN, NEUGESCHÄFT.
Sind Social Media, Online-Foren und Plattformen wirklich meine neuen besten Freunde? Geht jetzt auch im Business alles digital? Wohl nur für jene, die gleich elegant überholt werden – und zwar von mir und den guten alten, analogen Begegnungen. **Nach wie vor ist es unerlässlich, authentische Beziehungen aufzubauen. GESCHÄFTE WERDEN IMMER NOCH ZWISCHEN MENSCHEN GEMACHT.**

DIE KÖNIGSKLASSE DES VERTRIEBS: DAS DIREKTE, ANALOGE GESPRÄCH.
Als neuer Weltenbummler zelebriere ich strukturiertes Miteinander; meine Geheimwaffe sind die richtigen Fragen. Gut gepflegte Teilnehmerlisten, kluge Gesprächseinstiege und planvolle Telefonarbeit werden Arbeitsplätze retten, soziale Beziehungen aufpeppen und sogar die Welt ein kleines bisschen besser machen.

Jetzt habe ich Lust, mich auf das Abenteuer einzulassen. Welche Punkte gilt es noch zu berücksichtigen?

DAS WIR

GLEICHGESINNTE KENNEN LERNEN

Optimierte Körper SPRACHE

IST SIE WICHTIGER ALS DER INHALT DESSEN, WAS ICH SAGE?
Oder ist sie der übermotivierte Kommentar meines Körpers zu einem Text, der sich bereits innerlich verabschiedet hat? Während der Mund noch „interessant“ sagt, prüfen Augen und Schultern diskret die Fluchtmöglichkeiten. Worte dienen dann nur als höfliches Alibi. Denn Kopf, Rumpf und Gliedmaßen erzählen ungestört ihre eigene, deutlich ehrlichere Geschichte.



Obwohl ich auf einem Event noch nie einen Kopfstand gemacht habe, finde ich das Thema spannend.

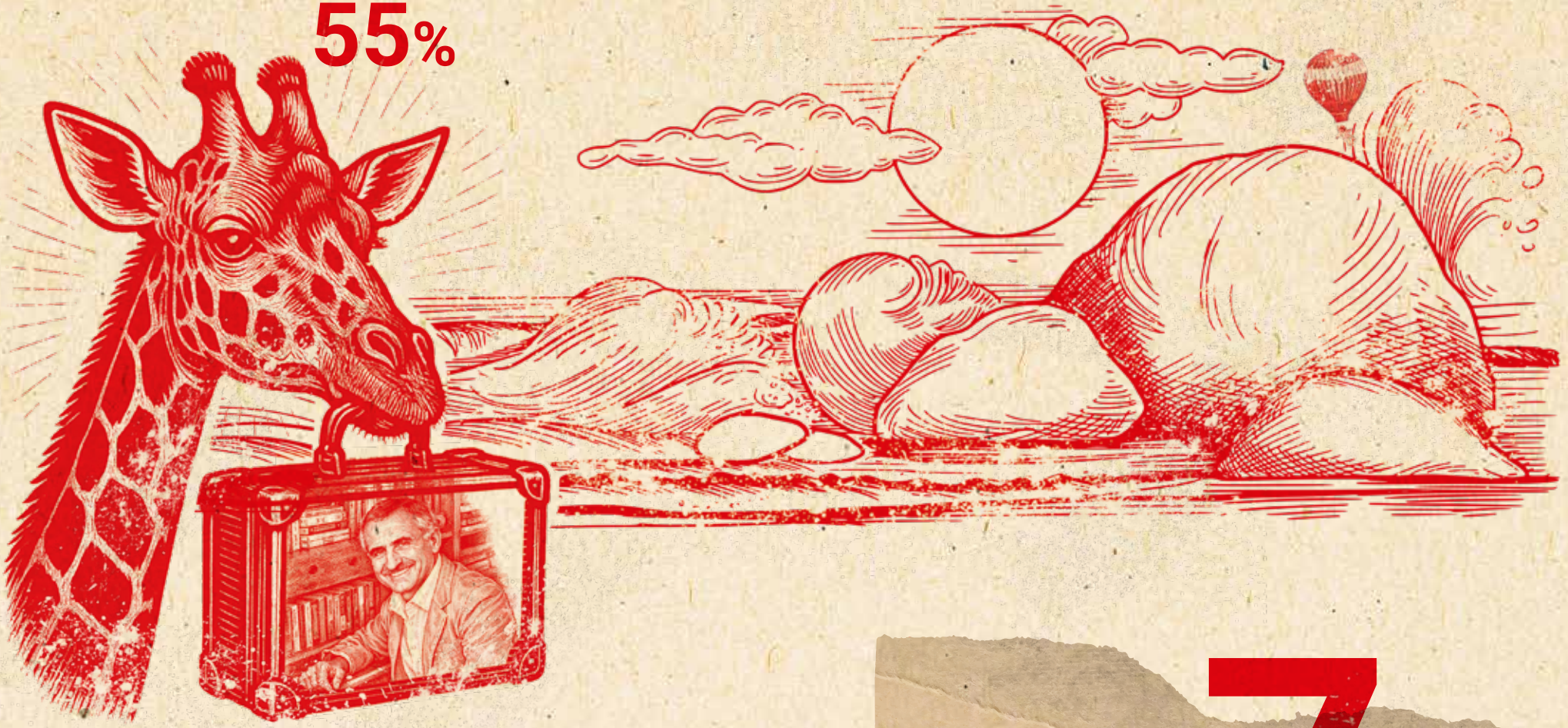
Sie beeinflusst meine Kommunikation UND PRÄSENZ maßgeblich

KÖRPERSPRACHE IST WICHTIG, WEIL SIE MEINE GEFÜHLE UND ABSICHTEN VERMITTELT, OFT SOGAR STÄRKER ALS WORTE.
Sie hilft mir auch dabei, Botschaften meines Gegenübers besser zu verstehen und Missverständnisse zu vermeiden. Außerdem beeinflusst sie, wie glaubwürdig und sympathisch eine Person wahrgenommen wird.



UNBEWUSST LESEN SOWOHL ICH ALS AUCH MEIN JEWEILIGER KOMMUNIKATIONSPARTNER SIGNALE WIE MIMIK, GESTIK, HALTUNG UND TONFALL, WEIL UNSERE GEHIRNE DIESE STÄNDIG VERARBEITEN.
Dabei greifen er und ich automatisch auf Erfahrungen, evolutionäre Prägungen und erlernte soziale Muster zurück, ohne aktiv darüber nachzudenken. So entsteht bei beiden ein Bauchgefühl, das zeigt, ob jemand ehrlich, nervös, freundlich oder angespannt ist.





NUR 7 PROZENT
Dieser relativ geringe Anteil wirkt als Inhalt des Gesprochenen. Der Klang meiner Stimme tut mit 38 Prozent seinen Job – und großartige 55 Prozent arbeiten meine Körpersprache im Kommunikations-Orchester. Woher weiß ich das?

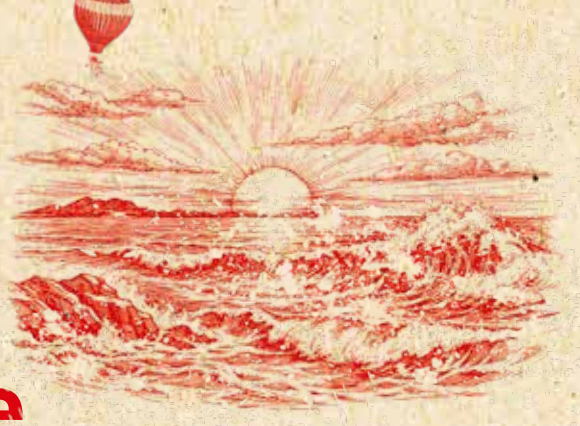
HIER KOMMT DER GUTE ALTE ALBERT MEHRABIAN INS SPIEL.
In den 1960er Jahren führte er ein Experiment durch und fand heraus, dass Worte gerade mal sieben Prozent der Kommunikation ausmachen. Nur S-i-e-b-e-n! Der Rest ist ein aufregendes Feuerwerk des Nonverbalen. Denn das läppische 93-prozentige Überbleibsel besteht zu 38 Teilen aus dem Klang meiner Stimme und zu 55 klitzekleinen Einheitchen aus der Körpersprache.

38%



7%

Aus dieser Perspektive habe ich das noch nie betrachtet. Bisher hielt ich mein Fachwissen für den entscheidenden Vorteil.



Jene **ERKENNTNIS,** dass Worte nur ein kleiner Teil des **KOMMUNIKATIONS-KUCHENS** sind, eröffnet Horizonte

KÖRPERHALTUNG DEFINIERT BEZIEHUNG OFT STÄRKER ALS WORTE. Sie sendet permanente, oft unbewusste Signale über Nähe, Distanz, Offenheit oder Abwehr aus und wird von meinem Gegenüber schneller und glaubwürdiger wahrgenommen als gesprochene Inhalte.





OK-ZEICHEN: Signalisiert Zustimmung und Sicherheit, wirkt auf mein Gegenüber beruhigend und bestätigend.



BEIDE DAUMEN HOCH: Steht für starke Zustimmung und Motivation, vermittelt Anerkennung und positive Verstärkung.



VERSCHRÄNKTE ARME: Zeigt Zurückhaltung oder Selbstschutz, wirkt distanziert oder kritisch.



HÄNDE AUF DER BRUST GEFALTET: Drückt Aufrichtigkeit oder Dankbarkeit aus, erzeugt Vertrauen und emotionale Nähe.



HÄNDE LOCKER VOR DEM KÖRPER: Neutral, signalisiert Offenheit und Kontrolle, wirkt sachlich und stabilisierend.



SEITLICH AUSGESTRECKTER ARM: Bedeutet Lenken oder Hinweisen, wird als führend oder erklärend gelesen.



HAND VOR DEM MUND: Zeigt Nachdenklichkeit oder Zurückhaltung, löst Unsicherheit oder Gedanken an Geheimhaltung aus.



HAND AN WANGE: Drückt Zweifel oder Überforderung aus, wirkt empathieauslösend oder verunsichernd.



BEIDE HÄNDE AN BRUST: Steht für Selbstbezug oder emotionale Betroffenheit, vermittelt Schutz und Defensive.



FINGER AN NASE/ MUND: Signalisiert Skepsis oder kritisches Denken, wird als prüfend oder misstrauisch gedeutet.



OFFENE HANDFLÄCHE NACH VORNE: Sie bedeutet Stopp, Aufmerksamkeit oder Ehrlichkeit und wirkt klärend und autoritativ.



EIN DAUMEN HOCH: Zeigt Zustimmung oder Ermutigung, vermittelt freundliche und bestärkende Botschaften.

Königsklasse

FAZIT: DAS PERSÖNLICHE GESPRÄCH IST DIE KÖNIGSKLASSE JEDER GESCHÄFTSANBAHNUNG.

Hier erreiche ich am meisten. Denn nur in diesem Fall setze ich den vollen Kommunikationskanon ein. Dagegen wirkt eine E-Mail mit nur sieben Prozent. Ein Telefonat verfügt zusätzlich über die Kraft von 38 Anteilen. Dies ergibt eine Wirksamkeit von 45 Kommunikationsaktien.

Mein wichtigstes Tool ist meine Körpersprache mit 55 Gewichten. Habe ich den Gesprächspartner direkt und analog gegenüber, addieren sich Inhalt, Stimmklang und Körpersprache zu fantastischen 100 Punkten.



BEIDE STEHEN IM LEICHTEN WINKEL ZUEINANDER: Die Körper sind aufeinander ausgerichtet, die Distanz ist moderat.
AUSSAGE: Offene, gleichberechtigte Kommunikation auf Augenhöhe.
WIRKUNG: Gegenseitige Aufmerksamkeit, Bereitschaft zuzuhören, sachlicher Austausch ohne Dominanz.



NÄHER BEIEINANDER, EINER LEICHT FRONTAL, DER ANDERE ZEIGT EINE OFFENE HANDBEWEGUNG IN RICHTUNG DES GEGENÜBERS:
Aussage: Einer übernimmt aktiv die Gesprächsführung, erklärt oder argumentiert.
WIRKUNG: Das Gegenüber wird eingeladen mitzudenken; die Situation wirkt kooperativ, jedoch leicht asymmetrisch.



AKTIVER KOMMUNIKATIONSVERSUCH TRIFFT AUF EMOTIONALEN RÜCKZUG:
Linke Person ist abgewandt, Arme/Beine nah am Körper, rechte Person dagegen zugewandt, offene Handgeste
AUSSAGE: Asymmetrische Kommunikation: Einer sendet, der andere verweigert. Der Abgewandte hat die stärkere Position, obwohl er passiv wirkt. Der Zugewandte befindet sich emotional im Nachteil.
WIRKUNG: Körpersprache schlägt Inhalt: Wer sich entzieht, kontrolliert die Beziehung – nicht derjenige, der erklärt.



EINER WENDET DEN OBERKÖRPER AB, DER ANDERE VERSUCHT WEITERHIN KONTAKT DURCH GESTIK.
AUSSAGE: Emotionale Distanz oder Ablehnung – kalte Schulter.
WIRKUNG: Gespräch stockt, das Machtverhältnis kippt zugunsten der abgewandten Person; Frustration auf Senderseite.



EINER SPRICHT MIT AUSLADENDER GESTE, DER ANDERE BLEIBT AUFRECHT, JEDOCH PASSIVER.
AUSSAGE: Ungleichgewicht im Gespräch – einer sendet, der andere empfängt.
WIRKUNG: Kann als Belehrung oder Überzeugungsversuch wahrgenommen werden; Aufmerksamkeit, gleichzeitig weniger Dialog.

WER IST hier der BOSS?

SCHAUE ICH EINMAL BEWUSST AUF ALTE DARSTELLUNGEN, EGAL OB FOTOGRAFIE ODER MALEREI, FÄLLT AUF: DER MANN STEHT OFT RECHTS.
Und zwar nicht aus der Perspektive des Betrachters, sondern aus jener der dargestellten Personen selbst.





Ach so, stimmt – wenn ich es aus der Sicht des Elefanten betrachte, ist er links.

Das WELTWEITE Gesetz

HISTORISCH BEDINGT SPIEGELT DIES TRADITIONELLE ROLLENVERTEILUNGEN WIDER.
Hier werden gesellschaftliche Normen vergangener Zeiten reflektiert, als Männer oft als führend betrachtet wurden. Tatsächlich jedoch hat Dominanz und wie ich mich platziere, zudem mit meinen Gehirnhälften zu tun. Deshalb gilt die unbewusste Zurschau-Stellung der Rangordnung nachweislich weltweit und bis heute. Und so werde ich ab sofort beim Durchbummeln von Fußgängerzonen bei jedem vorbeischlendernden Pärchen erkennen, wer hier der Boss ist.

VORTEIL LINKE SEITE:
Will ich weniger dominant wirken, wende ich mich Menschen mit meiner linken Körperseite zu. So fühlt sich das Gegenüber weniger bedroht, kommt seltener in eine körperliche und/oder verbale Abwehrhaltung. Das ist die Basis für
Konsens: Beide nicken sich innerlich zu, sagen nichts weiter und wissen dennoch, dass es genau so gemeint ist.

DIE MACHT DER RECHTEN SEITE:
In vielen Kulturen wird diese Seite als traditionell vorrangig angesehen. Dies bedeutet, dass die Person, die auf der rechten Seite des Tisches oder Raums sitzt, als führender und dominanter agiert. **Ab sofort wundert mich hier nichts mehr – denn oft sind es Ehefrauen und auch Sekretärinnen, die das Zepter in der Hand halten. Auch wenn ausgehändigte Visitenkarten der CEOs selbst etwas anderes sagen.**



DOMINANTE PERSONEN POSITIONIEREN SICH HÄUFIG LINKS – DIESES WISSEN WERDE ICH GEZIELT NUTZEN.

In Verkaufsgesprächen hilft es, den tatsächlichen Entscheider augenblicklich zu erkennen. Auf Veranstaltungen zeigt es schnell, wer die Führung übernimmt. Entscheidend ist, genau dieser Person bewusst mehr Aufmerksamkeit, Blickkontakt und kommunikative Energie zu widmen.

Fünf TIPPS

PRAKTISCHE HINWEISE, DIE HELFEN, IN DEN MEISTEN SITUATIONEN ANGEMESSEN ZU BEGRÜSSEN:

HIERARCHIE BERÜCKSICHTIGEN:
In geschäftlichen Kontexten ist es sinnvoll, den höchstrangigen oder wichtigsten Gast zuerst zu begrüßen. Das ist in der Regel der Geschäftsführer oder der Gastgeber. Steht dort ein Pärchen, dann gilt: **Ladys first.**

PERSÖNLICHE BEZIEHUNGEN:
Existieren solche zu den agierenden Protagonisten, gilt es, dies zu beachten. Wenn ich zum Beispiel die Frau oder den Mann des Bosses gut kenne, begrüße ich sie zuerst, um eine herzliche Atmosphäre zu schaffen.

SITUATION BEDENKEN:
In manchen Fällen beeinflusst die Natur des Treffens oder der Veranstaltung die Reihenfolge der Begrüßung. Bei einem Vertriebsmeeting zum Beispiel gebührt dem Vertriebsleiter der erste Gruß – in diesem Kontext ist er die wichtigste Person.

HÖFLICHKEIT FÜR ALLE:
Es existiert dieses Sprichwort: „Den Charakter eines Menschen erkennt man daran, wie er Menschen behandelt, die nicht wichtig für ihn sind."
Gerade auf einer Veranstaltung zeige ich meine gute Kinderstube, indem ich alle Anwesenden mit Respekt behandele, unabhängig von ihrer Position.

NAMEN MERKEN:
Unumwunden gebe ich zu, dies ist eine Herausforderung. Die Fülle an Informationen im Alltag erschwert es, fehlerfrei Gesichter den jeweiligen Vor- und Zunamen zuzuordnen. Oft liegt es an mangelnder Konzentration oder einfach daran, dass sie mir entfallen. Meine Ausreden dazu machen es auch nicht besser – dieser kleine Trick dafür schon.

Nun stelle ich mir einmal vor, jemand wird mir vorgestellt:

GASTGEBER: „Darf ich Ihnen vorstellen? Das ist Karsten Müller."

Daraufhin wende ich mich Karsten Müller zu (mit meiner linken Seite)**: „Ah, Sie sind Karsten Müller.**
(1. WIEDERHOLUNG).

Mir wurde schon viel von Ihnen berichtet. Karsten Müller, ich freue mich, Sie kennenzulernen
(2. WIEDERHOLUNG, so habe ich weitaus bessere Chancen, den Namen abzuspeichern)."

JAMES BOND AGIERT ERFOLGREICH:
Warum mache ich es nicht einfach so wie er – dies gilt beim Vorstellen meiner Person während einer Veranstaltung – und auch am Telefon. Denn den anderen geht es nicht besser als mir selbst. Doch durch Namenswiederholung werde ich dafür sorgen, dass mein Gegenüber sich meinen Namen merkt.

ICH: „Mein Name ist Mayer.
(1. NAMENSNENNUNG)
Andreas Mayer.
(2. NAMENSNENNUNG, erhöht drastisch die Chance, dass mein Gegenüber meinen Namen akustisch versteht) **..."**

DER erste Eindruck

ES GIBT keine zweite Chance für die ersten DREI SEKUNDEN

EINE KURZE ZEITSPANNE ENTSCHEIDET ÜBER DEN VERLAUF ZWISCHENMENSCHLICHER BEZIEHUNGEN, OB IM PRIVATEN ODER IM BERUFLICHEN BEREICH.

Studien zeigen, dass Menschen oft innerhalb der ersten Sekunden einer Begegnung entscheiden, ob sie sich vorstellen können, jemanden zu heiraten. Diese rasche Einschätzung basiert auf ersten Eindrücken und Anziehungskraft. Ein souveräner erster Moment öffnet Türen, während ein missglückter Start Hürden schafft.



Hier muss ich Recht geben: Als ich meinen Mann kennenlernte, waren wir uns von Anfang an sympathisch.

WAS macht einen guten ersten Eindruck aus?

VERMUTLICH NICHT MEIN HEKTISCHES BEMÜHEN, EINEN SOLCHEN ZU HINTERLASSEN.
Eher schon eine gewisse innere Ordnung, die sich nach außen hin als Ruhe tarnt. Ob ich meine Ausstrahlung bewusst verbessern kann, ist eine dieser Fragen, die zugleich harmlos und verdächtig sind. Natürlich werde ich aufrecht stehen oder sitzen, zudem freundlich schauen. ***Doch die eigentliche Wirkung entsteht dort, wo ich dem anderen das Gefühl gebe, gesehen zu werden, ohne ihn dabei anzustarren.*** *Charisma ist vielleicht nichts weiter als die Abwesenheit von Selbstbeschäftigung – und das ist eine hohe Kunst.*

Souveränität
SelbstbewusstSEIN
Wie zeige ich Selbstsicherheit, ohne arrogant zu wirken? Eine aufrechte Haltung und ein fester Händedruck sind Zeichen von reflektiertem Innenleben.

AUTHentizität
Meine Persönlichkeit bleibt unverstellt. Dies bedeutet auch, nicht zu versuchen, jemand anderes zu sein. Menschen schätzen Echtheit.

AUFmerksamkeit
Interesse zeige ich am Gesprächspartner, höre angeregt zu. So lebe ich Respekt und Offenheit.

Fettnäpfchen
VorURTEILE
Diese und auch Stereotypen trüben den optimal gelungenen ersten Eindruck.

Deshalb verzichte ich, clever wie ich nun mal bin, auf Schubladendenken. Somit begegne ich Menschen unvoreingenommen und aufgeschlossen.

UnHÖFLICHkeit
Unangepasstes Verhalten, wie z.B. ständiges Unterbrechen vom Gegenüber oder das Checken von Smartphone oder Smartwatch, Fingernägelkontrolle ... all diese Impulse gilt es zu unterdrücken.

Small Talk
GeMEINsame Interessen
Sogenannte Gesprächsinseln werden angesteuert. Jeder trägt hier etwas bei. Sie ermöglichen eine persönlichere Verbindung.

OFFENe Fragen
Wer... ? Wie...? Was...? Warum ...? All diese Fragewörter führen zu Antworten, die mehr als nur „Ja“ oder „Nein“ erfordern. Daher gelten sie als offene Fragen. Da sie längere und interessantere Antworten ermöglichen, nutze ich sie. Sie sind der Gegensatz zu geschlossenen Fragen wie: „Ist es kalt?“/„Ja/Nein“.



Tabus
POLitik und Religion
Derartige Themen führen leicht zu kontroversen Diskussionen. Es ist ratsam, vorsichtig zu sein, wenn Stolpersteine aufkommen.

Persönliche PRObleme
Auf einem Business-Event — im Grunde ein Aquarium aus Polyesteranzügen und Cashewschalen — beginne ich zu plaudern: „Mein Hamster hat Haarausfall, meine Tante liegt im Krankenhaus, und ich stecke mitten in der Scheidung.“ Während ich rede, sehe ich, wie im Blick meines Gegenübers kleine Notausgangsschilder aufleuchten.

Es dämmert mir: Vielleicht ist dies nicht der Königsweg zu geschäftlichem Respekt. Doch worüber reden? Wetter? Zu armselig. Apps? Zu 2017. Wein? Zu riskant: Vielleicht trinkt er nicht, vielleicht hat er ein Weingut. Bleibt Architektur — immer gut. „Interessant, dass dieses Gebäude früher Textilien lagerte“ – ein Satz, der funktioniert, egal ob wahr. Oder über ein Buch reden, dies jedoch absurd genug: „Neulich las ich von einem Mann, der eine Möwe heiratet.“ Zack: belesen, harmlos, nicht scheidungsfeucht.
So lerne ich: Networking ist wie Origami: Alle falten private Dramen klein. Sie zeigen Muster, indessen nie den Knäuel Papier.
Zu viele private Sorgen in einem ersten Businessgespräch, das passt nicht. Es wirkt abschreckend.

SOUVERÄNITÄT, HÖFLICHKEIT UND EIN HALBWEGS FUNKTIONIERENDER SEISMOGRAPH FÜR FETTNÄPFCHEN SIND, WIE ICH INZWISCHEN WEISS, NICHT BLOSS ZIERDE, SONDERN ÜBERLEBENSAUSRÜSTUNG IM DSCHUNGEL DES SMALLTALKS.
Heikle Themen umschiffe ich gekonnt: Politik nur andeuten, Krankheiten maximal bei Zimmerpflanzen erwähnen, Privates in einer Menge Zuckerwatte verpacken, dass es aussieht wie Anekdote, nicht wie Drama. Denn letztlich, so begreife ich, ist Konversation nichts anderes als das Gießen von Fundamenten: Clevere Fragen kippe ich in die Schalung des ersten Eindrucks und warte, bis es einigermaßen abbindet.

Das ist geklärt. Welche weiteren Aspekte sind zu berücksichtigen?

Wer FRAGT, gewinnt



Was BEDEUTET DIESES bekannte Motto?

95 PROZENT UNSERER LEBENSZEIT VERBRINGEN WIR DAMIT, UNS UM UNS SELBST ZU KÜMMERN ODER ÜBER UNS SELBST NACHZUDENKEN.

Das bedeutet, auch an einem Veranstaltungsabend, dass die meisten gern über sich selbst reden. In Wahrheit interessiert sich mein Gegenüber in erster Linie für die eigene Person – und nicht für mich. Das mag auf den ersten Blick enttäuschend erscheinen, gleichzeitig ist es ein Fakt, den ich respektiere – und auf den ich erfolgreiche Kommunikation aufbaue.



Aktives Zuhören: Hier beginnt KUNST

MEIN GEHIRN ARBEITET DREIMAL SCHNELLER, ALS DER MUND DES GEGENÜBERS SPRICHT. Während ich also scheinbar aufmerksam lausche, schreibe ich in Gedanken Einkaufslisten, erinnere mich an die Steuererklärung und schaue alle fünf Sekunden auf die Smartwatch. NICHT GUT! Zuhören ist also anstrengender als Reden. Das gilt es ab sofort ernst zu nehmen.

SO QUALIFIZIERE ICH MICH ZUM BESTEN ZUHÖRER DER WELT:

LEICHT NACH VORN GEBEUGT
So fange ich Worte des Gegenübers auf.

MIT WARMEM, NEUGIERIGEM BLICK
Dabei halte ich mich zurück, ohne wie ein Provinzbühnen-Scheinwerfer in den Mittelpunkt zu drängen.

MEINE HÄNDE RUHEN ENTSPANNT
In der Haltung großer Philosophen – dieser Gedanke spendet Kraft.

GELEGENTLICHES NICKEN
Ein wirklich cleverer Schachzug von mir, denn dies bedeutet: „Erzähl weiter, meine einzige Aufgabe ist es, aufmerksam zu existieren."

PAUSENMANAGEMENT
Es erfordert Nerven. Also behandle ich Lücken wie feines Porzellan – mit Geduld und der festen Überzeugung, dass darin oft das Wichtigste liegt.

KEIN "MHHHH, MHHHH
Heute wirke ich durch Aufmerksamkeit selbst.

Zuhören ist SCHWIERIGER als Reden, weil es kognitiv aktiver ist und mehr Selbstkontrolle erfordert. **Tatsächlich verarbeitet das menschliche Gehirn Informationen mit etwa 400–600 Wörtern pro Minute,** während ein Redner im Durchschnitt nur **120–150 WÖRTER pro Minute spricht – diese Differenz ist der Kern des Problems.**

WARUM ZUHÖREN FÜR MICH DADURCH SCHWERER WIRD:
Mein Gehirn hat während des Zuhörens kognitive Leerlaufkapazität und neigt dazu, abzuschweifen, vorauszudenken oder innerlich zu antworten, statt präsent zu bleiben. Beim Reden bin ich aktiv steuernd; beim Zuhören muss ich Impulse unterdrücken – unterbrechen, bewerten, widersprechen. Echtes Zuhören verlangt gleichzeitiges Verarbeiten von Inhalt, Tonfall, Körpersprache und Bedeutung – das ist mental anspruchsvoll. Doch mein Gehirn bevorzugt Aktivität und Kontrolle; Zuhören bedeutet bewusstes Zurücknehmen des Egos.

FAZIT:
Nicht weil andere zu langsam sind, fällt Zuhören schwer – sondern weil mein Gehirn zu schnell ist. Als guter Zuhörer nutze ich diesen mentalen Überschuss gezielt, um tiefer zu verstehen, statt innerlich schon die nächste Antwort zu formulieren.

Wie werde ich ein Gespräch lenken, wenn ich überwiegend zuhöre?



Offene FRAGEN

Sie sind jene, die nicht mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet werden können. Durch bloße Existenz regen sie zu ausführlicheren Antworten an, lassen Gedanken, Gefühle oder Erklärungen frei fließen und eröffnen Raum für Austausch und neue Perspektiven.

„WAS“-FRAGEN WIRKEN BESONDERS GUT, WEIL SIE OFFEN, SACHLICH UND NICHT KONFRONTATIV SIND.
Sie laden mein Gegenüber zum Erklären ein, geben ihm Kontrolle über die Antwort und aktivieren Denken statt Verteidigung – dadurch entsteht Gesprächsfluss, nicht Widerstand.

PERSON A: "Guten Abend, Max Mustermann (NAME KENNEN UND AUSSPRECHEN, ahh, noch einer, der sich auskennt)! Schön, Sie hier auf der Veranstaltung zu treffen. Was hat Sie heute hierhergeführt?

ICH: "Guten Abend! Besonders interessiere ich mich für neue Partnerschaften. **Und Sie, worauf legen Sie hier den Fokus?"**

PERSON A: "Vor allem auf den Austausch mit anderen Unternehmen aus der Branche. **Wie beschreiben Sie die aktuelle Entwicklung in Ihrem Geschäftsbereich?"**

ICH: "Dynamisch – es verändert sich gerade vieles. **Welche Trends beobachten Sie zurzeit in Ihrem Unternehmen?**

PERSON A: "Digitale Prozesse und Automatisierung werden immer wichtiger. **Welche Chancen sehen Sie darin für Ihr Team?**

ICH: "Effizientes Arbeiten steht derzeit auf der Agenda ganz oben. **Wie gehen Sie bei Veränderungen innerhalb Ihres Unternehmens vor?**

PERSON A: "Schulungen in Kommunikation stehen hier im Mittelpunkt. **Mit welchen Strategien gewinnen Sie neue Kunden?**

ICH: "Durch organisierte Mund-zu-Mund-Propaganda, also Empfehlungen. **Wie bauen Sie Vertrauen zu Ihren Geschäftspartnern auf?**

PERSON A: "Durch Transparenz und Zuverlässigkeit. **Was ist Ihnen bei einer Zusammenarbeit besonders wichtig?**

ICH: "Klar definierte Ziele und gegenseitige Unterstützung. **Welche Projekte wollen Sie in Zukunft voranbringen?**

PERSON A: "Derzeit läuft eine internationale Expansion. **Haben Sie auch Pläne für neue Märkte?**

(FALSCH, KEINE OFFENE FRAGE, KANN MIT "JA" ODER "NEIN" BEANTWORTET WERDEN.)

ICH:"Ja, Asien ist spannend. **Wie vernetzen Sie sich üblicherweise mit neuen Kontakten?**

PERSON A: "Häufig über solche Events wie heute. **Darf ich mich um eine Visitenkarte von Ihnen bewerben?"**

AKTIVE KONTAKTAUFNAHME – BESSER, ALS SEINE VISITENKARTE SELBST ZU GEBEN.

ICH: "SELBSTVERSTÄNDLICH. KÖNNEN SIE SICH VORSTELLEN, NOCH EINMAL EINE STUNDE FÜR EIN STRATEGIEGESPRÄCH EINZUPLANEN?"

(MUND ZU, ANTWORT ABWARTEN.)

PERSON A: "Gern."

ICH: "Darf ich mich dazu bei Ihnen melden?"

(ES IST NICHT ÜBLICH, WÄHREND DER VERANSTALTUNG DIREKT TERMINE ZU MACHEN. DESHALB IST ES SO PRAKTIKABEL.)

PERSON A: "Selbstverständlich."

("JA" ABHOLEN. NUN GILT DIE 72-STUNDEN-REGEL – SIEHE SEITE 63.)



FORM-uliere positiv

Geschickt lenke ich den Fokus auf Möglichkeiten statt auf Probleme. Wer positiv spricht, motiviert sich selbst und andere zu konstruktivem Handeln. Eine aufbauende Formulierung schafft Klarheit, Vertrauen und Offenheit.



An dieser Stelle folgt eine Auswahl von Formulierungen, die ich ab sofort vermeiden werde.

VERSTEHEN SIE, was ich meine?



"Aber..."
Ein winziges Wort, ein erstaunlich großes Bremsgeräusch – es wirkt harmlos wie eine Büroklammer, doch psychologisch ist es ein Brechstangen-Wort. Kaum habe ich es verwendet, ist oft alles Vorangegangene Makulatur.

„Das ist eine gute Idee, aber …"
Schwupps bin ich beim Loben, um gleich wieder zu entloben. Zudem trägt „Aber" die Aura eines Streithansels. Es wedelt unsichtbar mit einer roten Fahne, auf der „Widerspruch!" steht. Das Gespräch rutscht von Miteinander zu Gegeneinander, bevor einer überhaupt Luft geholt hat. Und dann diese subtile Gemeinheit: Wenn ich ein Kompliment mit „aber" verzuckere, entwerte ich es im selben Atemzug.

„Sie haben das super gelöst, aber …"
Schon ist der Beifall zur Ankündigung der Kritik geworden.

SANFTER:
„Und..."
Statt: „Das ist eine gute Idee, aber …" formuliere ich: **„Das ist eine gute Idee, und als Ergänzung noch folgender Gedanke …"**
Klingt nach Weiterbauen statt Abreißen.

CLEVERER:
„Gleichzeitig"/„zugleich"
„Den Punkt verstehe ich, gleichzeitig sehe ich noch einen anderen Aspekt …"
Hier sage ich: Zwei Wahrheiten dürfen nebeneinander wohnen.

STILGEHEIMNISSE:

1. Erst wirklich loben, dann sanft abbiegen.
Kein Alibi-Lob, sonst wirkt jedes Füllwort wie ein „Aber" im Schafspelz.

2. Stimme beachten – auch „Und" wird klingen wie „ABER!", wenn meine Betonung falsch rutscht.

3. Selbstbeobachtung üben – eine Woche lang zähle ich mit, wie oft mir ein „Aber" rausrutscht. Nach und nach probiere ich Alternativen aus — „Und", „Gleichzeitig", „Unabhängig davon". Anfangs holprig, dann überraschend leicht. Und siehe da: Gespräche wirken wärmer, weniger wie Pingpong mit Stacheldraht. Selbstbeobachtung strengt an, und — ja, genau — lohnt sich.

„Entschuldigen Sie die Störung, aber …
Schon dieser Satz ist ein Fehlstart. Indem ich mein Tun vorab als Störung etikettiere, ermuntere ich im Kopf des Gegenübers den Gedanken: „Aha, gleich werde ich gestört." Das gleicht dem Ruf vor dem Betreten eines Raumes: „Keine Sorge, ich bringe garantiert Unruhe mit!" Selbstbewusst klingt das nicht. Eher wie jemand, der sich noch beim Öffnen der Tür dafür entschuldigt, überhaupt zu existieren.

ELEGANTER:
„Haben Sie einen Moment? Es gibt etwas, das ich Ihnen mitteilen will."
Schlicht und frei von devoter Vorwarnung. Da wird nichts gestört, sondern etwas gesagt. Und wer etwas zu sagen hat, gerät nicht schon beim ersten Wort ins Stolpern.

„Verstehen Sie, was ich meine?"
Ein Satz wie ein nervöser Jackenärmel, der ständig gezupft wird. Wenn ich unablässig daran zupfe, zeigt dies nicht Souveränität, sondern die stille Angst, dass das eigene Reden ins Leere plumpst. Eine Taschenlampe, beim Sprechen in die Augen des Gegenübers gerichtet, um nachzusehen, ob da noch jemand zu Hause ist – ungefähr so fühlt sich das an.

NÜTZLICHER:
„Haben Sie weitere Fragen oder benötigen Sie mehr Informationen?"
Klingt nach Überzeugung von dem, was gesagt wurde – und öffnet trotzdem freundlich eine Tür, durch die der andere noch einmal zurückkommen kann. Keine Unsicherheit, nur Service.

"Ich will nicht."
Drei Worte, die klingen wie ein zugeknalltes Gartentor. **„Ich mag nicht."** ist auch nicht besser; hier wirke ich wie ein beleidigter Siebenjähriger, dem man Brokkoli anbietet.

HÖFLICHER:
„Das ist ein interessantes Anliegen. Unabhängig davon sehe ich hier noch folgende Aspekte …"
Allein schon das Wort „interessant" wirkt wie ein seidenes Tuch, das ich über den ersten Impuls lege. Es macht keinen Lärm, öffnet leise eine zweite Spur, auf der ich mein eigenes Denken platziere, ohne den anderen gleich vom Asphalt zu schieben. So bleibt die Tür zum Gespräch offen — und niemand hat das Gefühl, gegen einen pubertären Nein-Sager angeredet zu werden.

Gibt es weitere Ausdrücke, die ich aus meinem Vokabular streiche?

KONVERSATION mit Stil



MANCHE VERBALEN AUSDRÜCKE KOMMEN ALS SPRACHLICHE HALBFABRIKATE DAHER, DIE WIE HERRENLOSE BUFFETTEILCHEN IM RAUM LIEGEN.

Niemand weiß so recht, wer hier eigentlich wem was schmecken zu lassen hat. In gepflegten Gesprächsgärten bevorzuge ich Wendungen, die sich vollständig zu erkennen geben, gewissermaßen mit Manschetten-Knöpfen am Satzende. Dort heißt es: „Ihnen einen genussreichen Abend", „Lassen Sie es sich munden" oder „Dieses Mahl gibt heute sein Bestes für Sie" – und schon trägt die Sprache einen frisch gezogenen Scheitel.

KEIN "Ich" AM SATZ-ANFANG.

Denn das Ohr des Gegenübers schaltet sofort auf Standby, **registriert nur das „NICHT über mich"-Signal und beginnt,** sich innerlich schon mal mit den letzten Zeilen eines Buches zu beschäftigen, das vermutlich sowieso nie zu Ende gelesen wird. **Langweile in ihrer reinsten Form, und doch weit verbreitet.**

Die nächsten Seiten enthalten Wörter, die mir nützlich sind.

Die zwei **wichtigsten** Wörter als **VERKÄUFER**



Das habe ich mir gemerkt. Was macht sie so bedeutsam?

FLEXIBEL
auf Bedürfnisse eingenen, potenzielle Einwände **überwinden**



"UNABHÄNGIG DAVON ..." VERMITTELT DAS GEFÜHL, DASS DIE ANLIEGEN DES GEGENÜBERS PRIORITÄT HABEN.
So ziehe ich unauffällig die Kurve hin zu einem anderen Thema, schaffe gleichzeitig Verbindung, baue Vertrauen auf – gestalte letztendlich den Verkaufsprozess erfolgreich.

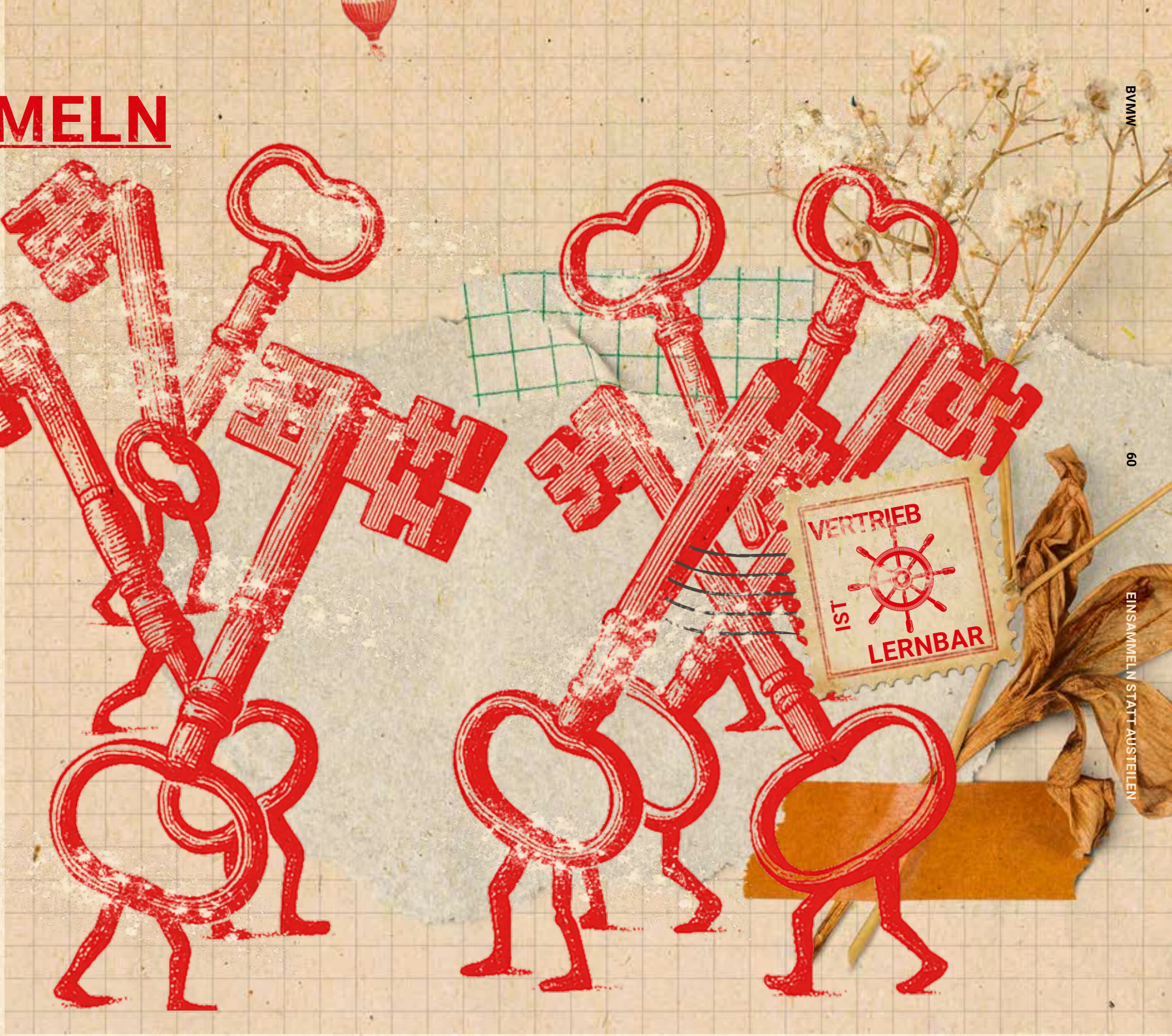
„Unabhängig davon ..." zeigt die grundlegende Bereitschaft, Lösungen anzubieten.
FLOSKEL ALS NOTBREMSE.
Wenn Konversationen in die falsche Richtung abbiegen, ist ihr Einsatz hilfreich.
Überhaupt erweist sie sich als geniale Alternative zu **„Ja, aber..."** im zwischenmenschlichen Dialog – verbal und in jeglichem Schriftverkehr. Während Letzteres dem Unterbewusstsein Widerstand signalisiert, ermöglichen die beiden Zauberworte den offenen Austausch.

ALTERNATIVEN:



Gut, das werde ich verinnerlichen.

EINSAMMELN statt austeilen



AKTIVE Kontakt-aufnahme



AB SOFORT LASSE ICH LÄSTIGE SELBSTVERMARKTUNG. Stattdessen konzentriere ich mich darauf, die 85x55 mm großen Stammdaten von Mitmenschen in meine Hosentaschen-Archive aufzunehmen. Dies ist meine neue Geheimwaffe.

Es ist wie kleine Landkarten eines gerade erforschten Gebietes mit ins Büro zu bringen, um in Erinnerungen zu schwelgen – und beim nächsten Ausflug – und dieser kommt schneller als gedacht – die noch unerforschten Areale zu erobern.

WAHLLOS VERTEILE ICH NICHTS MEHR, KNÜPFE VIELMEHR GEZIELT BEZIEHUNGEN.
Dabei vergesse ich nicht, meine neuen Kontakte zu kontextualisieren, indem ich direkt nach der Veranstaltung auf die Karten schreibe, wer aus meiner Sicht Schatzpotenzial hat. Schließlich werde ich die darauf folgende Kontaktaufnahme effektiv und persönlich gestalten. **Und zwar innerhalb der nächsten 72 Stunden, doch dazu kommen wir gleich** *(siehe Seite 63).*

DAS BESTE:
Mit den Visitenkarten habe ich Kontrolle über den Follow-up-Prozess. Das WANN und das WIE liegt ganz bei mir. Das schlägt jedes blinde Verteilen eigener Kärtchen samt Warten darauf, dass sich jemand meldet.



PSYCHOLOGISCHE WIRKUNG:
Wenn ich Visitenkarten austeile, spiele ich ein merkwürdiges Lotteriespiel. Kleine Papprechtecke werfe ich in die Welt und hoffe, dass sie irgendwann wie Flaschenpost zurückkehren. Ob und wann — völlig unklar. Sammle ich dagegen ein, übernehme ich Regie und halte nach der Veranstaltung alle Fäden in der Hand. Die Entscheidung liegt bei mir, WEN ich kontaktiere und zu einem Strategiegespräch einlade.

Nun wird klar, weshalb die Empfehlungen, die ich bislang gegeben habe, wirkungslos geblieben sind.

Die 72-STUNDEN-Regel



WANN? Anrufen innerhalb von 72 Stunden nach dem ersten Kontakt **ist effektiv**



Hier ist es hilfreich, dass ich mir einen Herd **mit VIER heißen Platten vorstelle.**

Nun, nach drei Tagen ist auch der schönste Induktionsherd wieder kalt. **Was nicht innerhalb dieser Zeitspanne geschieht, passiert wahrscheinlich NIE.**

Statistiken zeigen, dass Menschen in der Regel innerhalb der ersten 72 Stunden, nachdem sie jemanden kennengelernt haben, EIN ENTSCHEIDENDES GEFÜHL DAFÜR ENTWICKELN, OB SIE SICH EINE DAUERHAFTE BEZIEHUNG ODER SOGAR EINE EHE MIT DIESER PERSON VORSTELLEN KÖNNEN. In diesem kurzen Fenster erfolgt eine komplexe emotionale Bewertung. **Faktoren wie gemeinsame WERTE, Interessen, Qualität der Kommunikation und ANZIEHUNGSKRAFT spielen eine tragende Rolle.**

Die Einhaltung der **72-STUNDEN-REGEL** zeigt dem Unterbewusstsein des Gegenübers, **dass er mir nachhaltig in Erinnerung geblieben ist – und ich DEN KONTAKT ZU IHM ERNST MEINE**.

Es läuft also darauf hinaus: entweder sofort oder nie. Das leuchtet ein.

WER? Personal-union vermeiden



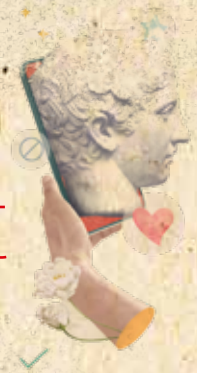
HIER EINE WEITERE, NICHT UNBEDEUTENDE FRAGE: WER RUFT AN, UM DEN TERMIN ZU VEREINBAREN?
Ist es diejenige Person, die später selbst auf der anderen Seite des Tisches sitzen wird? Oder agiert eine Assistenz, sich solcherlei Koordinationsangelegenheiten annehmend?

Im ersteren Fall, also wenn die Hauptperson zum Hörer greift, schwingt eine gewisse Nervosität mit, die Kompetenz des Anrufers sinkt.

Anders hingegen die Variante mit Assistenz: Hier weht ein Hauch von System, von Struktur, ja fast von Hierarchie. Man darf annehmen, dass hinter dieser klaren Aufgabenteilung ein gewisses strategisches Denken steht – das spätere Gespräch hat bessere Chancen, auf Augenhöhe stattzufinden.

FAZIT:
Jene Person, die terminiert, ist nicht die gleiche, die den Termin durchführt.

WIE? Anruf schlägt E-Mail



IN DER KÜHLEN WELT DER ELEKTRONISCHEN POST STEHT LEDIGLICH EIN KÜMMERLICHER WERKZEUGKASTEN ZUR VERFÜGUNG.
Dabei hantieren ich oder meine Assistenz zwar mit den richtigen Inhalten, die jedoch nur **7 Prozent** des Gesamteindrucks ausmachen. Ohne Stimme und Körpersprache ist dies die ärmste Kommunikationsform – **MEHR LÄSST DAS MEDIUM NICHT ZU.**

VERWEIGERN WIR UNS HINGEGEN DER TASTATUR UND NUTZEN BEHERZT DAS TELEFON, SO GESELLT SICH ZUR INHALTLICHEN BOTSCHAFT DIE KLANGFARBE DER STIMME.
Die sich entfaltende Überzeugungskraft zahlt mit **38 Prozent** auf den Gesamteindruck ein. Die Wahrscheinlichkeit, dass unser Anliegen auf fruchtbaren Boden fällt, steigt damit beträchtlich.

DARAUS ERWÄCHST EIN UNANTASTBARER LEITSATZ FÜR ALLE, DIE NICHT VORHABEN, IM DIGITALEN NEBEL UNTERZUGEHEN:
Anruf schlägt E-Mail. Doch das Nonplusultra bleibt das direkte analoge Gespräch. Im persönlichen Austausch tanzen nicht nur Worte und Töne – es treten auch 55 Prozent Körpersprache auf die Bühne.



Diese Feinheiten habe ich bisher unterschätzt. Eine E-Mail zeigt offenbar nicht die nötige Verbindlichkeit. Das bedeutet: selbst anrufen – oder diese Aufgabe meiner Assistenz übertragen.

Gesprächs-LEITfaden



ANRUF DER ASSISTENZ:

„Guten Tag, mein Name ist Andreas Müller. Im Auftrag von Sebastian Münch rufe ich an (DAS BIN IN DIESEM FALL ICH SELBST). Sie haben ihn letzten Donnerstag beim Netzwerktreffen in Leipzig persönlich kennengelernt. Dabei haben sich Synergien im Kerngeschäft und Ansätze für gemeinsame Neukundenakquise ergeben. Diese Potenziale will Herr Münch gemeinsam mit Ihnen in einem Strategiegespräch ausloten.

Können Sie sich eine Stunde Zeit dazu einrichten?“

(ANTWORT ABWARTEN.)

„Das freut mich. Welcher Tag in der Kalenderwoche 25 passt Ihnen nicht?“

(ANTWORT ABWARTEN.)

„Gut, dann lassen Sie uns Mittwoch, den 23.06., um 14 Uhr in Ihrem Büro einplanen. Sebastian Münch freut sich auf Sie.“

~~ERINNERUNGSMAIL~~:

Ungefähr fünf bis drei Tage vor dem großen Ereignis verschickt meine Assistenz eine gut getarnte Mail, die etwa so beginnt:

Lieber Prof. Dr. Hagemann,

unser gemeinsames Treffen rückt näher, worauf wir uns schon freuen.

WANN
Mittwoch
23.06.2027
14 Uhr

WO
Name Unternehmen

Gibt es etwas, auf das wir uns im Vorfeld noch speziell vorbereiten können?

(Alternative: Parkplätze finden Sie direkt vor dem Haupteingang.)

Einer erfolgreichen Zusammenkunft schauen wir mit Freude entgegen.

Mit den besten Grüßen

Ihre Andreas Müller
Assistenz der Geschäftsleitung



Für mich ist diese Anleitung ein Rahmen, keine starre Vorgabe. In der Praxis muss ich sie akzentuieren und Rücksprache halten, falls es beim ersten oder zweiten Mal noch nicht passt. Es ist eine sensible Gratwanderung, bei der Nuancen den Unterschied machen.

So führe ich ein STRATEGIE-Gespräch



"DARF ES EIN KAFFEE SEIN ODER LIEBER EIN TEE?"
Mit der scheinbar harmlosen Frage wird die Auswahl bewusst eingegrenzt. Die Entscheidung betrifft nicht das Ob des Getränks, sondern lediglich dessen Art. Idealerweise wähle ich anschließend dasselbe Getränk und verwende eine identische Tasse.

DER ANDERE IST DIE HAUPTPERSON.
Echtes Interesse entwickele ich am Anliegen meines Gegenübers. Ziel des Gespräches ist es, sich auf Augenhöhe kennenzulernen und sich gegenseitig als Geschäftspartner und Dienstleister zur Verfügung zu stehen.

WELCHEN SINN HAT DIESER AUSTAUSCH?
Vor allem den, jenen Hang zu dämpfen, mich selbst für das interessanteste Möbelstück im Raum zu halten. Möglichst aufrecht sitze ich da, mit offenen Augen und Ohren, und übe jene leicht aus der Mode geratene Disziplin, die man Zuhören nennt.

Gelingt diese Phase des vorsichtigen, respektvollen Abtastens, haben beide durchaus reale Chancen, einen Geschäftsfreund fürs Leben zu gewinnen.

WOZU IST DAS TREFFEN NICHT GEEIGNET?
Es dient nicht dazu, einen neuen Kunden zu gewinnen. Die Person, die vor mir sitzt, hat wesentlich mehr Potenzial über ihre Geschäftskontakte – als Kunde dagegen ist sie nur eine Person.

BEDARFSANALYSE:
Durch gezielte Fragen ermittele ich die Anliegen des Gegenübers. Formulierungen wie **„Was kann ich Ihnen als Unternehmer Gutes tun?"** helfen, Bedürfnisse und Wünsche zu verstehen und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten. Die Tatsache, dass ich Interesse am anderen und seinen Anliegen zeige, hat das Potenzial, das Spiel komplett zu verändern.

ICH (meinem Gesprächspartner mit meiner linken Körperhälfte zugewandt, offene Körpersprache):

„Schön, dass Sie sich Zeit nehmen. Darf ich mich um eine Visitenkarte bewerben?"

(ANTWORT ABWARTEN UND WÄHRENDDESSEN SELBST DIE VISITENKARTE HERAUSHOLEN.)

ICH (mögliche Fragen nach der Aufwärmphase):

„Woran haben Sie mehr Interesse? Mehr Mitarbeiter oder Neukundengeschäft?"

(ANTWORT ABWARTEN.)

"Unsere Geschäftsbereiche sind nicht identisch, gleichzeitig überschneiden sich unsere Zielgruppen. Sehen Sie Möglichkeiten einer Kooperation – und wenn ja, welche?"

(ANTWORT ABWARTEN.)

"Einer meiner Partner benötigt offensichtlich genau Ihre Leistung/Ihr Produkt. Gerne empfehle ich Sie weiter. Sehen Sie in Ihrem Kunden-Portfolio einen Partner, der umgekehrt unsere Leistungen benötigt?"

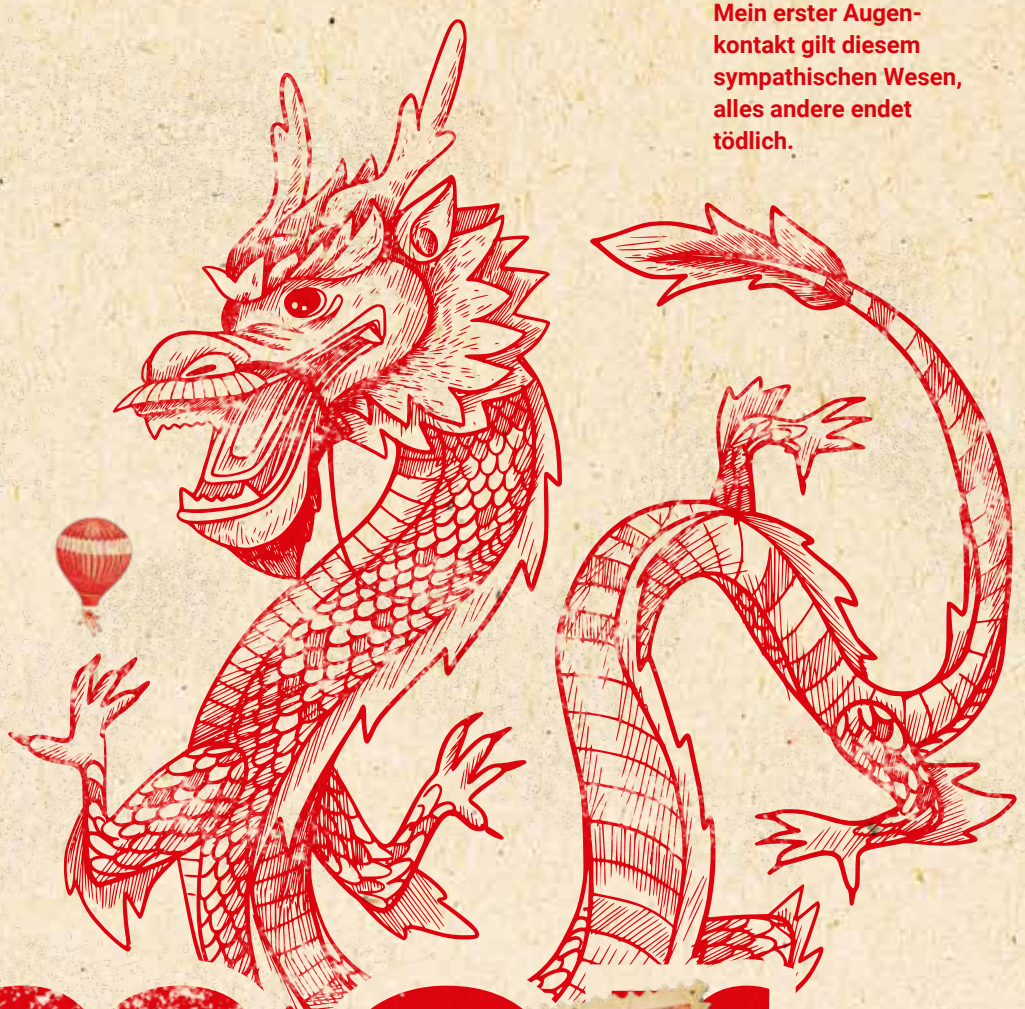
(ANTWORT ABWARTEN.)

"Welche Belohnung wünschen Sie sich für eine Empfehlung? Wollen wir es so ausmachen, dass wir uns gegenseitig Kontakte zuspielen? Oder bevorzugen Sie eine Vergütung?"

(ANTWORT ABWARTEN.)

Was tun, wenn dieser Plan schon im Vorzimmer von der Sekretärin selbst vernichtet wird?

MEINE Reise vorbei am Vor Zimmer Drachen



BEI VOR-ORT-KONTAKT:
Mein erster Augenkontakt gilt diesem sympathischen Wesen, alles andere endet tödlich.





Sie BE-HERRSCHT ES, ALLES ZU steuern

Als unermüdliche Zeremonien-Meisterin, die sie ist, koordiniert sie Abläufe im Büro so präzise, dass selbst ein Stadion-Evakuierungsplan im Vergleich dazu wie ein Kindergeburtstag wirkt. Sie versteht Vorlieben und Abneigungen des Bosses, ist die Schachmeisterin in einem Spiel, das ich Problemlösung nenne, und jongliert mit Schicksalen.

Eine andere Wahl habe ich nicht, als mich zu verneigen vor dieser Titanin des Büros, die mit unwiderstehlicher Ironie und ihrem sarkastischen Glanz Barrieren verteidigt.

Diese gewappnete, bollwerkartige Schaltzentrale gilt es nun zu ÜBERWINDEN:

1. SYMPATHISCHER STIMMKLANG hat mir schon manches Geschäft gerettet

2. DER GRUND DES ANRUFS WIRD GENANNT – ICH BIN DARAUF VORBEREITET, DASS SIE DANACH FRAGT: "Worum geht es denn?" Meine Antwort beinhaltet NIE etwas, was mein Gegenüber versteht. Zu empfehlen sind Vokabeln wie ‚Strategiegespräch', ‚Persönlicher Rückruf' oder ‚Haben uns auf dem Netzwerktreffen gestern kennengelernt und wollen gemeinsam eine Kooperation ausloten'

3. VON ANBEGINN AN spreche ich in der WIR-FORM

4. ZUR FINALEN TERMINIERUNG kommt die BEGRENZTE WAHLMÖGLICHKEIT zum Einsatz: „Passt es Wolfram Müller (ihrem Chef – eigentlich ist sie das ja, oder?) am Mittwoch 14 Uhr oder besser am Freitag gegen 10?"



Seelsorgerin

Verwalterin spontaner Einfälle anderer

Zeremonienmeisterin des Kalenders

Agentin der Stille

Seismographin für schlechte Laune

Lippenleserin der Körpersprache

CHEFIN

Hüterin der Bürotemperatur

INFORMANTIN

GEHEIMNIS-HÜTERIN

Filter für Unwichtiges

ZENSORIN

SEKRETÄRIN



Dolmetscherin männlicher E-Mails

Archäologin verlorener Dokumente

Dirigentin des Chaos mit einem Lächeln

Vertraute der Zwischenzeilen

Managerin der Ungeduld

Inszenatorin von Normalität

Gelübde: Hiermit schwöre ich, diese Botschafterin zwischen Macht und Wirklichkeit ab sofort ernst zu nehmen.

Höflich AB-sagen

ANSTATT ZU FORMULIEREN: *„Das Unternehmen XY zahlt immer erst drei Monate später und ist auch sonst unzuverlässig. Bei denen gehe ich ab sofort nicht mehr ans Telefon“, kommuniziere ich so:*
„EIN ERFOLGREICHES JAHR DER KOOPERATION LIEGT HINTER UNS – LEIDER MÜSSEN WIR ...



... DIE GESCHÄFTS-BEZIEHUNG

AUS KAPAZITIVEN GRÜNDEN BEENDEN."



"Wir MELDEN uns"



DIE VIEL GESPROCHENE PHRASE IST DER KLASSIKER AUF DEM WEG ZUM FRIEDHOF DER GESCHÄFTE.



In Wirklichkeit wird sich niemand melden. Es bedeutet vielmehr das Ende. Hilft hier Trauer? Eher nein.

Wirksam dagegen:
DIREKT IM AUGENBLICK MACHE ICH MICH AUF ZU NEUEN GESCHÄFTS-PARTNERN.

Und Abschied ist seit jetzt mein neues Wort für: Start.

BVMW

KALTakquise vermeiden





BVMW 80 KALTAKQUISE VERMEIDEN



Wie manövriere ich mich und meinen VERTRIEB raus aus dieser Situation?

Indem ich **mindestens fünf Gründe entwickele, mit potenziellen Gesprächspartnern in Kontakt zu treten, DIE NICHTS MIT MEINEM KERNGESCHÄFT ZU TUN HABEN.**

Kalt duschen ist gesund. Kaltakquise dagegen macht mich auf Dauer krank.

DAS AUFREGENDE Abenteuer,

wildfremde Menschen anzurufen oder ihnen Nachrichten zu schicken – in der Hoffnung, dass sie meine Dienstleistungen oder Produkte kaufen …

ist endgültig vorbei



WIE MANÖVRIERE ICH MICH RAUS AUS DIESER SITUATION?

Indem ich **mindestens fünf Gründe entwickele, mit potenziellen Gesprächspartnern in Kontakt zu treten, die außerhalb meiner eigentlichen Geschäftstätigkeit**

Gemeinsames soziales Engagement, eine Auszeichnung, sportliche Bemühungen
Die Kunst des ‚Von hinten durch die Brust ins Auge' – oder anders gesagt, den Kontakt zu potenziellen Gesprächspartnern zu suchen, die mit meinem Kerngeschäft so viel zu tun haben wie ein Pinguin mit Sonnenbrand. **DEN KOSMOS AUSSERHALB DER BRANCHE ZU BEREISEN, IST EINE STRATEGISCH KLUGE ENTSCHEIDUNG, UM SPIELERISCH NEUE MÄRKTE AUSZULOTEN.**

Gesellschaftliches Engagement
Tatsächlich wird das Knüpfen von Kontakten in verschiedenen sozialen Kreisen mein Image aufpolieren. Jeder weiß, dass der Weg zum Herzen der Öffentlichkeit über gemeinnützige Arbeit und das Schütteln von Händen auf wohltätigen Gala-Dinners führt.

Sport ist höflicher Türöffner
Keuchend stolpere ich hinein, lerne mit Einsatz andere kennen und kämpfe am Ende gemeinsam — was seltsam verbindend wirkt.

Kreative Inspiration
Schließlich lassen sich erfolgreiche Geschäftsleute sowohl von Wissenschaftlern als auch von Künstlern und Musikern inspirieren. Brillant! Denn auch andere Gäste bei Empfängen, Shows und Talks sind wiederum zum Teil mein potenzielles Neugeschäft. **Stellt sich nur noch eine Frage: WAS HABEN BEIDE SEITEN VON EINER EMPFEHLUNGSGABE? PROVISION ODER AUCH WERTIGE EMPFEHLUNGEN?**

Persönliche Entwicklung
Fachwissen? Expertise? Was, wenn ich stattdessen ergründe, wie man ein perfektes Soufflé zubereitet? Auf der Reise dahin lerne ich meine neuen Kunden kennen – und werde es lieben, wenn sie erzählen, wie jüngste Kochlektionen das Geschäft veränderten.

Mögliche Kooperationen
Vielleicht stoße ich auf jemanden, der so gar nichts mit meiner Branche zu tun hat, und dennoch eine brillante Idee für eine Partnerschaft entwickelt.

Persönliche Beziehungen
Geschäft ist nicht alles, oder? Werden wir uns jemals daran erinnern, dass der wahre Wert von Beziehungen darin besteht, wie viele Likes und Herzchen wir auf unsere Social Media Posts bekommen? Und wer braucht schon Freunde, wenn man tausende Follower hat?

Insgesamt werde ich mir bewusst, dass Beziehungen und Interaktionen über berufliches Umfeld hinausgehen. Also stürze ich mich in die Welt der unerwarteten Gesprächspartner, stelle Fragen und lasse mein Fachwissen einmal so richtig auf den Kopf stellen.

WHO CARES ABOUT KERNGESCHÄFT ANYWAY?

Ein Pinguin mit Sonnenbrand – solche Bilder bleiben haften. Nur: Was tun, wenn das Gegenüber

EIN Wand Behandlung





Einwände hielt ich bisher für Mauern. Offenbar handelt es sich eher um Türen mit schwergängiger Klinke.

DRUCK erzeugt

Gegendruck oder Ignoranz



EINE ERFOLGREICHE EINWAND-BEHANDLUNG BEINHALTET KEINE ARGUMENTATIONS-KETTE ÜBER PRODUKTVORTEILE:
Vielmehr ist sie EIN SKILL im Verkaufs- und Kundenservice – hierbei verwandele ich Bedenken und Einwände des Gegenübers über geschickte Fragen in positive Chancen.

Diese Reise beginnt mit dem Zuhören und Verstehen in offener Körpersprache, um Sorgen und Anliegen ernst zu nehmen. Um zu überzeugen, brauche ich Freundlichkeit, Entspanntheit, Empathie. Und danach: **Gezielte Fragen.** Im Laufe des Gespräches liefert die andere Seite selbst Informationen und Argumente, entkräftet Einwände und hebt Vorteile hervor.



BEISPIEL:

Kunde:
„Ehrlich gesagt, finde ich das Produkt ziemlich teuer."

Erstaunlich, wie viel Überzeugungskraft in einer Skala von eins bis zehn steckt. Bleibt

Ich: „Vielen Dank, dass Sie das angesprochen haben. Verstehe ich das richtig, dass der Preis Ihre einzigen Bedenken bezüglich des Angebotes sind?"

Kunde: *„Ja, das ist mein Hauptanliegen."*

Ich: "Ihre Gedanken sind verständlich. **(BRÜCKE BAUEN)** Wie wichtig ist Ihnen der Vorteil des Produktes für Ihr Unternehmen auf einer Skala von eins bis zehn?"

Kunde: *„Nun, schon eine Neun."*

Ich: „Also doch eher sehr wichtig. Und wenn Sie die Investition außer Acht lassen, wann wollen Sie mit der Nutzung starten? Sofort oder lieber Anfang kommenden Monats? **(BESCHRÄNKTE WAHLMÖGLICHKEIT)**"

Kunde: *„Am liebsten sofort."*

Ich: „Und wenn ich Ihnen einen Vorschlag mache, wie Sie die Investition **(VERMEIDUNG DES WORTES ‚PREIS')** in Ihr Budget bringen, werden wir dann heute noch Partner?"

Kunde: *„Das klingt interessant."*

EINWANDBEHANDLUNG:
Das Abenteuer, bei dem ich als Held auf der Bühne des Verkaufs stehe. Tapfer schreite ich voran, praktiziere, lasse mich von Rückschlägen anspornen – verwandle Einwände in Goldnuggets der Neukunden-Akquise.



UNTERNEHMEN leben nicht von dem, **was sie produzieren – SONDERN VON DEM, WAS SIE** verkaufen





AM ENDE MEINER REISE ist dies der Ausblick in eine neue Passion. Die Rolle des unverzichtbaren Verkäufers – eine Herausforderung zwischen Schach und Psychologie. Als Botschafter des Unternehmens erscheinen die einen in wollseidenen Anzügen, die anderen – manchmal die besten – auch in Gummistiefeln und Arbeitskleidung. Mit Kommunikationsfähigkeiten bin ich in der Lage, selbst die härtesten potenziellen Kunden mit einem Augenaufschlag zu überzeugen. Und meine Vertriebsteams mit einem hervorragenden Werkzeugkoffer auszustatten.

Bedarf wecken, anstatt durch Überredungskünste unterzugehen: Bedarf entsteht durch gezielte Fragestellungen. Als Maßschneider von individuellen Lösungen jongliere ich mit Produkten und Dienstleistungen.



Dem Fisch ist der Geschmack des Anglers herzlich egal. Diese Erkenntnis verdaue ich noch – und frage mich nebenbei, was ein Geschäft überhaupt ist.

WAS IST EIN Geschäft?



Eine Definition, bitte schön, ohne Fremdwörter und ohne Flipchart. Die Antwort beginnt, wie so vieles, im

BAUKLÖTZE ALS TAUSCH für Gummibärchen

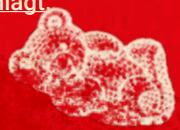


Schon im Kindergarten begann ich, ohne es zu wissen, meine Ausbildung zum Netzwerker.
Spielerisch übte ich den Umgang mit anderen, indem ich Bauklötze gegen Gummibärchen tauschte, Kekse gegen Versprechen und Gelübde auch mal gegen nichts, was sich später als realistische Vorbereitung auf das Erwachsenenleben erwies. Grundlegende Geschäftsprinzipien wurden praktiziert, allerdings in einer Form, die noch ohne PowerPoint auskam.

Beim Verhandeln um Spielzeug, beim diskreten Feilschen um Snacks entwickelten sich erste soziale und ökonomische Fähigkeiten, wobei schon damals auffiel, dass Gerechtigkeit ein dehnbarer Begriff ist, der meist dort endet, wo der eigene Hunger beginnt. Diese frühkindlichen Interaktionen förderten Teamarbeit, Kommunikation und ein elementares Verständnis von Austausch, legten einen Grundstein für soziale Kompetenz und wirtschaftliche Intelligenz, die bis heute bemüht ist, nicht allzu auffällig zu wirken.

Nur zu gut erinnere ich mich an das **Spielkameradenexemplar,** das mit bewundernswerter Konsequenz die Süßigkeiten der anderen verzehrte, ohne jemals selbst etwas beizusteuern. Spätestens beim dritten Mal war seine gesellschaftliche Kreditwürdigkeit erschöpft.

Denn wir alle tragen einen inneren Kompass in uns, ein feines, leicht beleidigtes Instrument, das anzeigt, ob eine Beziehung noch im Lot ist – oder bereits verdächtig nach einseitigem Bonbonkonsum ausschlägt.





Gummibärchen als Leitwährung – volkswirtschaftlich fragwürdig, pädagogisch

Ein Geschäft ist, wenn sich BEIDE SEITEN wohl fühlen



DIESE SCHEINBAR EINFACHE ERKENNTNIS TRÄGT EINE GROSSE WAHRHEIT IN SICH.
Denn wirtschaftlicher Erfolg entsteht nicht allein aus Zahlen, Verträgen oder kurzfristigen Abschlüssen, sondern aus Zufriedenheit, Vertrauen und dem ehrlichen Interesse an einer tragfähigen Zusammenarbeit.

Gerade deshalb ist es sinnvoll, diese Basis der Kooperation bereits VOR dem eigentlichen Geschäftsbeginn zu prüfen. Passen Erwartungen, Werte und Haltungen zusammen? Gibt es ein gemeinsames Verständnis von Fairness und Verlässlichkeit? Wo dieses Fundament gelegt ist, entsteht mehr als ein einzelner Abschluss: Es wachsen langfristige Partnerschaften.

Dauerhafte Beziehungen führen zu Wiederholungsgeschäften, zu Empfehlungen und zu dem, was wir heute als organisierte Mund-zu-Mund-Propaganda verstehen – einem der wirkungsvollsten Hebel für nachhaltiges Wachstum und stabile Umsätze. Vertrauen lässt sich nicht kaufen, doch über faires Tun aufbauen. Und es zahlt sich aus – für alle Beteiligten.

Ihnen und Ihrer Reise durch das Netzwerk des BVMW wünsche ich, dass sie von starken Partnerschaften, verlässlicher Gegenseitigkeit und dauerhaftem Gedeihen geprägt ist – ganz gleich, ob Ihr unternehmerischer Fokus regional verwurzelt oder global ausgerichtet ist.

Ihr Gerd Steinert
Leiter der Wirtschaftsregionen Chemnitz, Leipzig und Dresden

gerd.steinert@bvmw.de
Telefon: 03735 60930-0



Wohlfühlen als Geschäftsgrundlage: Das unterschreibt sogar der Zweifler

Gemeinsam DURCH DIE Decke

WIRTSCHAFTS-
REGION SACHSEN

IN SACHSEN warten um die 30 Netzwerk-Veranstaltungen pro Monat – also über 360 im Jahr – auf mich, um mich als Unternehmer zu vernetzen. DIE RICHTIGEN EVENTS AUSZUWÄHLEN und sich anzumelden ist dabei der erste Schritt:

bvmw.de/de/veranstaltungen

ZUSAMMENGEFASST HIER DIE WICHTIGEN INSIDER-TIPPS, WIE ICH AUF DIESEN VERANSTALTUNGEN ERFOLGREICH AGIERE:

ZIELSETZUNG

Mit einem Target in das Treffen gehen – wie beispielsweise die Anzahl der Kontakte, die ich knüpfen will. Im Voraus recherchiere ich, wer teilnimmt, erstelle eine Liste von Personen, die ich treffen will. **Wichtige Namen und Gesichter lerne ich auswendig.** Zudem lasse ich mir vom Veranstalter **nach dem Event** die Teilnehmer-Liste zusenden.

SELBSTSICHERHEIT

Während des Events zeige ich eine einladende Körpersprache, um auf andere zugänglich zu wirken. **Es gilt: Hände in Bauchnabel-Höhe wirken souveräner.**

FRAGEN

Gespräche beginne ich, indem ich offene Fragen auf das Schlachtfeld der Neukunden-Akquise werfe, und Interesse am Gegenüber zeige *(siehe Seite 47)*.

GEMEINSAME THEMEN FINDEN UND ZUHÖREN

Die gezielte Suche nach Schnittmengen bringt weiter, um eine stärkere Verbindung herzustellen. Dabei höre ich aufmerksam zu und betone den Nutzen, den ich dem Gegenüber biete, anstatt über mich selbst zu sprechen.

KONTAKTDATEN SAMMELN

Visitenkarten sind die Basis, um die Kommunikation nach der Veranstaltung aufrechtzuerhalten. Wichtig: Nachtelefonieren mit der 72-Stunden-Regel *(siehe Seite 63)*.

UND SO TELEFONIERE ICH NACH:

„Guten Tag, mein Name ist Andreas Müller. Gestern haben wir uns auf der Netzwerk-Veranstaltung kennengelernt. Mit Ihrem Unternehmen sehen wir spannende Schnittmengen. Zum einen erkennen wir Potenzial für eine Kooperation, zum anderen gibt es gemeinsame mögliche Neukunden, bei deren Akquise wir uns gegenseitig unterstützen können. Können Sie sich ein Strategiegespräch vorstellen? An welchem Tag passt es Ihnen in der kommenden Woche nicht?“

NISCHEN-VERANSTALTUNGEN

Bei Events, die speziell auf mein Fachgebiet zugeschnitten sind, treffe ich eher Branchenkollegen. **Doch sind dies potentielle Neukunden?** Wohl kaum. Deshalb sind neue Wirtschaftsbereiche durchaus bereichernd für geschäftliche Expansion.

ZEITMANAGEMENT

Lieber weniger davon mit mehr Neukontakten, als den gesamten Abend mit nur einem Gegenüber. Und so komme ich aus einem Gespräch heraus: „Das Thema ist interessant. Lassen Sie uns das später gern vertiefen. Gerade sehe ich dort Thomas Mayer. Sie entschuldigen mich für einen Augenblick.“

VERBINDUNGEN TEILEN

Aktiv und selbstlos stelle ich Verbindungen zwischen anderen Teilnehmern her, wenn ich glaube, dass sie voneinander profitieren. Damit zeige ich indirekt, dass ich an Vernetzung interessiert bin und Leute kenne – so dass auch mir wiederum mehr Menschen vorgestellt werden. Networking ist langfristig angelegt und ein Geben und Nehmen. Beharrlichkeit, Kommunikationsfreude und Hilfsbereitschaft gehören dazu.

GASTGEBER-HOOK

Das kurze Gespräch mit dem Veranstalter ist ein Muss. Dabei stelle ich mich direkt neben ihn – mit meiner linken Körperseite. Ein weiterer Effekt: Da ihn alle oder die meisten Gäste kennen, werde ich automatisch von ihm vorgestellt.



Gute Reise!

900.000 UNTER-NEHMER-stimmen in der Mittelstands-allianz

WARUM BVMW-MITGLIEDSCHAFT?
Weil sich der Beitritt rechnet und zwar auf eine angenehm unaufgeregte, doch wirkungsvolle Weise. Fortan bewege ich mich in einem weit verzweigten Kreis unternehmerischer Existenzen.

340 ANLAUFSTELLEN
im Inland

60 INTERNATIONALE
Dependancen

2.000 ZUSAMMENKÜNFTE
jährlich

250 DIGITALE
Denkstöße

900.000 STIMMEN
in der Mittelstandsallianz

Diese Gemeinschaft eröffnet lebendigen Austausch, schärft den Blick für Praxis und stärkt die Zukunftstauglichkeit meines Betriebs.

DORT TREFFE ICH
Entscheidungsträger aus Landes- und Bundespolitik, erhalte juristische Orientierung bei betrieblichen Fragen und finde zugleich Wissen, Weiterbildung und Vergnügen auf klug kuratierten Veranstaltungen. Hinzu kommen handfeste Vorteile beim Einkauf durch den Unternehmer-Code sowie Preisnachlässe bei ausgewählten Partnern.

MEINE INTERESSEN
All das summiert sich zu einem überzeugenden Ganzen: Der Verband vertritt meine Interessen gegenüber der Politik mit Nachdruck, Ausdauer und Erfolg.

Genau deshalb bin ICH dabei.



Gemeinsam für einen STARKEN Mittelstand

BVMW.DE



900.000 UNTERNEHMER-STIMMEN



HERAUSGEBER:
NETZWERKZENTRUM
AUGUST STARK
Inh. Mag. Andrea Steinert
Villa Stark
Poststraße 2
09496 Marienberg

Telefon: 03735 60930-0
info@august-stark.de

TEXT:
Gerd Steinert
Andrea Stark
Juliane Kröner

LAYOUT:
Anne Göttlich

URHEBERRECHT:
Jede Form der Vervielfältigung z.b. auf drucktechnischem, elektronischem, optischem, fotomechanischem oder ähnlichem Wege – auch auszugsweise – bedarf der ausdrücklichen, schriftlichen Zustimmung des Herausgebers.

© 2026 – alle Rechte vorbehalten
3. Auflage

HAFTUNGSAUSSCHLUSS:
Eine Haftung für die Richtigkeit der Veröffentlichung kann trotz sorgfältigster Prüfung durch den Herausgeber nicht übernommen werden.

VIELFALT:
Alle Personen und Sachverhalte, die hier erwähnt werden, sind in jeglicher Geschlechtsidentität gemeint – wir achten und respektieren jede einzelne davon.

august-stark.de










VIEL
ERFOLG!