



PHOTO: Tony Stone

# Beziehungen gestalten

Richtig zu fragen ist das eine, aber erst gekonntes Zuhören vervollständigt Kommunikation. Worauf es ankommt, vermittelt Top-Salon-Preisträger Bernd Rüter hier und in Spezial-Seminaren



### Praxistipps Folge 6: Kunden-Dialog (2)

Wir wissen, dass man generell die eigene Sprechzeit weit unterschätzt, die des Partners hingegen weit überschätzt. Die Folge: Man merkt oft nicht, wenn man den Gesprächspartner »überfährt«, ihn nicht zu Wort kommen lässt. Nur durch Zuhören erfährt der Friseur, was seine Kunden wirklich wollen. Eine wichtige Voraussetzung: die positive innere Grundeinstellung. Neugierde auf die Gedanken meiner Kundin signalisiert mein Interesse für ihre Wünsche. Ihre Meinung, auch wenn wir nicht übereinstimmen, immer anerkennen und die persönliche Bewertung aufschieben. Sie muss das Gefühl haben, dass ihre Vorstellungen und Probleme gehört und verstanden werden. Im Idealfall kann vermittelt werden, gemeinsam als Partner das zufriedenstellende, überzeugende Ziel erarbeitet zu haben.

### Den Kunden zum Sprechen bringen

Aber Zuhören heißt mehr, als den anderen reden zu lassen. Es ist die Fähigkeit, die Kundin zum Sprechen zu bringen und sie so anzuregen, mehr zu sagen, als sie ursprünglich wollte. Denn nur so erhalten wir das wichtige Mehr an Informationen durch Erklärungen oder Begründungen oder auch nur eine Wiederholung des Gesagten. Trotzdem gibt es im Salon Situationen, die es absolut erlauben, alle Regeln des Zuhörens zu ignorieren. Schließlich sind wir nicht der »seeleliche Müllleimer« für andere. Hier heißt es abzuwägen, ob eine bestimmte Kundenbeziehung so wichtig ist, dass man sich mit Psycho-Themen belastet.

Zuhören bedeutet nicht nur zu schweigen, solange der Kunde spricht, sondern auch gleichzeitig schweigen zu können. Ist genug

Vertrauen aufgebaut, kann diese Phase zum weiteren Aufbau des Gesprächs oder der Konzentration der Arbeit dienen.

### Vom Zuhören zum Schweigen

Schweigen hingegen beide Partner, wo einer etwas sagen müsste, spricht in der Regel der psychisch Schwächere zuerst. Nun sind Zustimmungssignale angebracht. Das Gleiche gilt für das »Fragen ohne Worte«, ausgedrückt durch einen erwartungsvollen Blick oder Kopfnicken nach einer Schweigephase als Signal des Verstehens bzw. Aufforderung zu einer positiven Reaktion.

### Direkte und indirekte Gesprächssteuerung des Zuhörers

#### Kundin:

»Die Strähnen sind doch wohl etwas zu hell geraten.«

#### Mögliche Antworten des Friseurs:

- ▶ »Die Helligkeit der Strähnen entspricht nicht Ihren Vorstellungen?« (Echo)
- ▶ »Sie können sich nicht so recht damit anfreunden?« (Statement)
- ▶ »Das tut mir leid.« (persönliches Bedauern)
- ▶ »Oh, wie konnte mir denn das passieren?« (rhetorische Frage)
- ▶ »Ich schlage vor, dass ... Was halten Sie davon?« (weiterführende Frage)

## 12 Regeln für effektives Zuhören

- Aktives Zuhören setzt das Gefühl der Akzeptanz, des Vertrauens zum Kunden voraus.
- Unser Ohr gleicht einem Fallschirm, denn es funktioniert nur, wenn es offen ist.
- Signalisieren Sie immer Kontaktbereitschaft, Offenheit und Interesse.
- Signalisieren Sie Verständnis nicht nur verbal, sondern auch nonverbal, z. B. durch eine aufgeschlossene Körperhaltung, Blickkontakt, durch ein Lächeln, Kopfnicken und begleitende offene Gestik.
- Stören Sie das Gespräch nicht durch Ihren inneren Drang, zu viel und zu oft zu reden.
- Hören Sie zu, ohne den Partner zu unterbrechen, bis er alles gesagt hat, was er sagen wollte.
- Zählen Sie bis drei, ehe Sie antworten.
- Zuhören verschafft mehr Sympathie als Reden.
- Wer seine Ohren verschließt, verschließt auch die Tür zur Kommunikation. Ein unzufriedener Kunde ist Ihnen dann gewiss.
- Wer das Hören aufgibt, hört auf zu lernen.
- Ein guter Zuhörer nimmt Informationen auf wie ein Schwamm.
- Was Sie nicht wissen, kann Ihnen schaden – was Sie wissen, kann Ihnen helfen.

### Verbale Verstärker des Zuhörers

Durch eine leicht fragende Tonart, einem »Und zwar?« oder »Nämlich?« wird das Zuhören verstärkt. Mit konkreten sprachlichen Verstärkern wird das Signal zum Weitersprechen gegeben. Das kann beispielsweise ein »Stimmt!«, »Tatsächlich?« sein.

Es können aber auch einfach bestimmte Satzteile oder Aussagen bei neutraler Tonlage und Körpersprache wiederholt werden. In anderen Fällen sind es einzelne emotional besetzte Reizworte oder Wortinterpretationen, um dem erzählenden Kunden Anteilnahme zu signalisieren. Mit einem »Sie gehen davon aus, dass ...« spiegelt bzw. bestätigt man die letzte Aussage.

Eine weitere Möglichkeit ist das Spiegeln von Emotionen. Mit einführender Interpretation wird der Kern der Botschaft auf der Gefühls Ebene verbal zurückgegeben. »Sie ärgern sich, weil ...« oder »Das gibt Ihnen ein gutes Gefühl ...« sind einige Beispiele im Sprachgebrauch.



Bernd Rüther,  
Münster

Brigitte Wulff