

Erschienen in den
Verbandsnachrichten des
Steuerberaterverbandes
Westfalen-Lippe e.V.
„Profile“ Ausgabe 4 / 2007.

Kommunikation

Beratungsgespräche sensibel führen

Von Raymond N. R. Wilbois

Vielfach wundert man sich, wenn ein Beratungsgespräch - nach einer Bewertung am Ende - doch nicht so zielführend gewesen ist, wie man es sich vorgestellt hat. Einerseits ist man mit dem Gesprächspartner oder Mandanten schon über eine gewisse Zeit vertraut, zum anderen kann es sogar durch die Vertrautheit geschehen, dass gewisse Bemerkungen, Redewendungen oder spontane Äußerungen für einen unbefriedigenden Unterhaltungsverlauf sorgen.

Die beste Methode, solche „Gesprächskiller“ zu verhindern, besteht darin, bestimmte Themen gar nicht erst aufkommen zu lassen. Es gibt spezielle Andeutungen oder Kommentare, die eindeutig deplatziert sind.

So ist uns allen die Warnung bekannt, Themen über Religion oder Politik möglichst zu vermeiden, ganz besonders dann, wenn damit der Gesprächseinstieg erfolgen soll und die Unterredung in ein weiteres Dienstleistungsangebot übergeht.

Im Grundprinzip gilt zudem die Regel: Niemals erlaube man sich einen Scherz auf Kosten anderer. Dies sind die offensichtlichen „Gesprächskiller“. Bei anderen Bemerkungen ist das nicht so unmissverständlich. Schließlich muss daran gedacht werden, dass

man in einem Beratungsgespräch letztlich sein persönliches Image verbessern möchte, um im Ergebnis auch die Mandantenbeziehung zu verstärken; ausgehend davon, dass man zusätzliche Honorare generieren will.



Raymond N. R. Wilbois

Die nachfolgenden Regeln verdeutlichen diese Thematik:

■ Niemals sollten Sie einem Mandanten schmeicheln; vor allem nicht einer Frau: „Mir gefällt die Farbe Ihrer Bluse aber sehr.“ Damit zeigen Sie, dass Sie nur auf die äußere Erscheinung und weniger auf die geschäftlichen Bedürfnisse achten.

■ Niemals sollten Sie aber auch eine negative Bemerkung über die Kleidung eines anderen ausdrücken: „Was

haben Sie denn da für eine irre Kravatte an?“ Oder: „Wer hat Sie denn eingekleidet?“

■ Umgehen Sie Themen, die Ihrem Gefühl nach nicht besonders interessant für Ihren Mandanten sind. (Ihm ist es wahrscheinlich gleichgültig, ob Sie Ihre Zeitung heute pünktlich erhalten haben.)

■ Sie sollten auch grundsätzlich Themen vermeiden, die mit Ihrem eigenen Hobby zusammenhängen, sofern der Mandant dieses Themenfeld nicht angesprochen hat.

■ Überhaupt ist es klug, sich nicht zu Themen zu äußern, bei denen Sie offensichtlich eine rigide Meinung vertreten, so lange Sie nicht ungefähr wissen, wie der Mandant zu diesem Thema steht.

■ Zu empfehlen ist außerdem, möglichst keine umgangssprachlichen Floskeln zu verwenden - nicht einmal andeutungsweise: „Haben Sie die Zeitung heute gelesen? Der Leserbriefschreiber zum neuen Radweg geht mir immer mehr auf den Wecker.“

Oder: „Die Straßenhostess (gemeint ist die Politesse), die bei uns die Tickets (Strafmandate) verteilt, sollte man durch den Schlamm ziehen.“

Auch wenn der Leser die Darstellung dieser Regeln vielleicht als zu übertrieben empfindet, beim genauen Hin- und Hören haben wir schon häufig in geschäftlichen Unterhaltungen solche Plattitüden erlebt.

Niemals sollte man zu lange über sich selbst sprechen. Gerade in der Einstiegsphase gilt es, eine „Sympathieplattform“ zu errichten. Darauf baut sich das Folgegespräch vielfach positiv oder negativ auf.

In Verkaufsschulungen lernen die Verkäufer, wie wichtig der Gesprächsbeginn ist, bei dem die „Sympathie entwickelt“ werden muss. Selbst wenn in der Folge ein nicht ganz so glücklicher

Scherz seitens des Verkäufers einfließt, so „schluckt“ der Kunde diesen eher, wenn zuvor eine gewisse Wellenlänge und Beziehungsebene begründet wurde.

Kommunikation ist niemals eine Einbahnstraße, sondern eine Interaktion zwischen Sender und Empfänger. Der Aussendende sollte also in der Kommunikation „Zeichen“ verwenden, die dem „Zeichenvorrat“ des Empfängers entsprechen.

Neben den Sachinhalten in einem Beratungsgespräch kommt es natürlich auch auf die Wirkung der Körpersprache an. Sie wird in ihrem Effekt häufig

unterschätzt. Hierzu zählen nicht nur Mimik und Gestik, Kleidung, Körperhaltung und räumliches Verhalten, sondern auch das Distanzverhalten (Raumanspruch), der Blickkontakt und der Tonfall in der Stimme.

Gelungene Beratungsgespräche sind planbar, wenn die Vorbereitungen hierfür ausreichend getroffen wurden. ✓

Der Autor ist Verhaltenstrainer und freiberuflich tätig. Er wirkt u.a. auch beim Steuerberaterverband als Referent in den Kanzlei-Management Seminaren mit.
www.raymond-wilbois.de