

# "WIE WAR DOCH GLEICH IHR NAME?" WIE SIE PROFESSIONELL UND KUNDENORIENTIERT AM TELEFON KOMMUNIZIEREN

Von Rainer Baber, M. A.

Vor einiger Zeit wollte ich ein offenes Seminar in einer mittelgroßen Stadt in Süddeutschland anbieten. Ich suchte hierfür ein Hotel aus, welches aufgrund der Lage und der Ausstattung mir hierfür besonders geeignet erschien und rief vormittags dort an. Es hob niemand ab. Ich versuchte es eine halbe Stunde später, doch ich hatte wieder keinen Erfolg. Am nächsten Tag gab ich dem Hotel noch eine Chance: vergebens. Was würden Sie jetzt tun? Genau! Auch ich wählte ein anderes Hotel.

Dem Anrufer genügen in der Regel 2 bis 3 Kontakte, um sich ein "Bild" von dem Unternehmen zu machen. Das tückische dabei ist, daß der Anrufer das Unternehmen als Einheit wahrnimmt und nicht seine jeweiligen Gesprächspartner. Das bedeutet: Habe ich als Kunde zufälligerweise einen Gesprächspartner am anderen Ende der Leitung, der sehr langsam spricht und bei meinem zweiten Anruf braucht es länger, bis jemand den Hörer abnimmt, so entsteht bei mir der Eindruck, daß ich es hier mit einer sehr lahmen Truppe zu tun habe und meine Auftragsabwicklung vermutlich mehr Zeit in Anspruch nehmen wird. Das ist aber wohl kaum der Eindruck, den wir vermitteln wollen.

Worauf sollten wir daher achten, um uns und unser Unternehmen am Telefon kundenorientiert zu präsentieren?

## 1. Die Einstellung

Grundvoraussetzung für ein professionelles Verhalten am Telefon ist die eigene positive Einstellung zu sich selbst, seinem Unternehmen, seiner Tätigkeit, seinen Produkten/Dienstleistungen und vor allem seinen Kunden und Gesprächspartnern gegenüber. Menschen, die sich beispielsweise nicht mit Ihrem Produkt identifizieren können, werden dies unterschwellig ihren Gesprächspartnern kommunizieren. Dies belastet die Atmosphäre des Gesprächs und erschwert das Erreichen des Gesprächszieles. Überprüfen Sie also Ihre Einstellung und beseitigen Sie ggf. Motivationskiller, z. B. Störfaktoren in Ihrem Arbeitsumfeld.

## 2. Besonderheiten des Mediums Telefon

Der Umgang mit dem Telefon ist für uns zur Selbstverständlichkeit geworden und nur selten denken wir über die besonderen Kommunikationsbedingungen nach. Der größte Unterschied zu einer Face-to-face-Situation ist: wir sehen unseren Gesprächspartner nicht. Das klingt zunächst ein wenig banal, hat jedoch weitreichende Konsequenzen. Die bei einem Gespräch mit einem direkten Gegenüber vorhandene Körpersprache fällt weg; am Telefon sehen wir keine Gestik und Mimik. Das Fehlen dieser nonverbalen Informationen wird durch eine verstärkte Konzentration auf den Inhalt des Gesagten und vor allem auf den Klang der Stimme ausgeglichen.

## 3. Der Klang der Stimme

Der Klang Ihrer Stimme wirkt freundlich und entspannt, wenn Sie während des Gesprächs lächeln. Das Aufstellen von Familienphotos, Motivationsbildern etc. erleichtert Ihnen das Lächeln. Selbstverständlich ist darauf zu achten, daß eine "lächelnde" Stimme zur Situation paßt. Beispielsweise ist dies für ein Bestattungsunternehmen nicht empfehlenswert - doch dies sind Ausnahmefälle. Achten Sie auch darauf, daß Ihnen beim Sprechen nicht die Luft ausgeht, d. h. sitzen Sie aufrecht und klemmen Sie nicht den Hörer zwischen Wange und Schulter ein.

## 4. Die fünf Phasen des Gesprächs

Ein Telefongespräch besteht aus 4-5 Phasen. Die 1. Phase dient der Gesprächsvorbereitung, was in der Regel nur bei ausgehenden Telefonaten zu berücksichtigen ist. Fragen Sie sich dabei: Was will ich erreichen? Wen will ich sprechen? Welche Unterlagen benötige ich? Welche (inhaltlichen) Widerstände habe ich zu erwarten? Warum sollte mein Gesprächspartner mir zuhören? Ist das Telefon überhaupt das richtige Medium?

### **Fünf Phasen des professionellen Telefonats:**

1. Gesprächsvorbereitung
2. Gesprächseröffnung
3. Information
4. Abschluß
5. Nachbearbeitung

Als 2. kommt die Kontakt- und Gesprächseröffnungsphase. Hier gilt es besonders auf der Beziehungsebene zu kommunizieren, d. h. formulieren Sie einige Nettigkeiten, geben Sie Ihrem Partner die Möglichkeit sich an den Klang Ihrer Stimme, Ihre Aussprache sowie ggf. Ihren Dialekt einzustellen. Bei ausgehenden Gesprächen sollten Sie bereits in dieser Phase überlegen, wie Sie Interesse für Ihr Anliegen wecken können. Dies kann beispielsweise durch eine überraschende Frage ("Wußten Sie schon, daß ..."), das Aufzeigen eines konkreten Nutzens ("Sie bekommen ...") oder die Mitteilung einer Neuigkeit ("Ab morgen gilt ...") geschehen. Ferner gilt es den korrekten Namen Ihres Gesprächspartners zu erfahren. Sie erreichen dies am einfachsten, indem Sie sich selbst richtig melden, da andere Menschen häufig unser Verhalten spiegeln. Zu einer guten Meldung gehört der Firmen- und ggf. der Abteilungsname sowie Ihr Vor- und Zuname. Ihr Name sollte am Ende der Meldung stehen, da er sich an dieser Position am besten einprägt. Daraus folgt auch, daß Sie im Anschluß auf die Phrase: "Was kann ich für Sie tun?" verzichten können. Ein Gruß kann Bestandteil der Meldung sein oder gleich im Anschluß, nachdem beide Parteien sich vorgestellt haben, erfolgen.

In der 3. Phase erfolgt der gegenseitige Informationsaustausch mit einem Wechsel von der Beziehungs- auf die Sachebene. Klären Sie hier die Kompetenzen sowie den Sachverhalt. Bei längeren Gesprächen oder mehreren behandelten Themen bietet es sich an, eine Zusammenfassung des bisher Gesagten vor dem Beginn eines neuen Themas durchzuführen.

In der 4. Phase findet das Gespräch seinen Abschluß, konzentrieren Sie sich wieder auf die Beziehungsebene. Wiederholen Sie nochmals die wichtigsten Ergebnisse und Vereinbarungen, geben Sie evtl. in einem Satz einen Ausblick in die Zukunft und verabschieden Sie sich mit einem freundlichen "Auf Wiederhören", dem Namen Ihres Gesprächspartners und einem Dank für den Anruf. Bitte legen Sie erst nach ihm auf, um sicherzustellen, daß Sie keine Informationen abgewürgt haben.

Die 5. und letzte Phase dient der Nachbereitung des Gesprächs. Fertigen Sie hierzu - aus den bereits während des Telefonats mitgeschriebenen Informationen - ein Protokoll an, worin Sie den Namen mit der korrekten Schreibweise und Aussprache, Firma, Telefonnummer mit Durchwahl, Datum, Uhrzeit, ein Kürzel, wer das Gespräch entgegengenommen hat, das Anliegen des Gesprächspartners und die getroffenen Vereinbarungen notieren. Überdenken Sie, wie das Gespräch verlaufen ist, ob Sie Ihr Gesprächsziel erreicht haben, wo Sie sich gut verhalten haben und was Sie beim nächsten Telefonat besser machen können.

## 5. Gesprächsführung

Hier noch einige Tips für die Gesprächsführung:

Verwenden Sie den Namen Ihres Gesprächspartners, möglichst zu Beginn und gegen Ende des Gesprächs und bei längeren Telefonaten gerne auch in der Phase des Informationsaustausches. Dies zeigt Ihrem Gegenüber, daß Sie ihn achten und ernst nehmen.

Praktizieren Sie das sog. "Aktive Zuhören", das aus zwei Komponenten besteht. Zum einen aus "Zuhören" und zum anderen aus dem "Signalisieren des Zuhörens". D. h. Sie wiederholen Aussagen Ihres Gesprächspartners, fassen zusammen, geben Verständigungssignale wie "mhm", äußern Gefühle wie "Oh!" etc. So vermeiden Sie die das Gespräch belastende Frage: "Hören Sie mir überhaupt zu?".

Lachen Sie nicht nur physisch während des Gesprächs, sondern auch mit dem Gesagten. Streuen Sie hierzu in Ihren Sätzen Worte wie "gerne" oder "selbstverständlich" ein und bleiben Sie höflich.

Eine größere Verständlichkeit erreichen Sie, indem Sie kürzere Sätze bilden, Wortendungen sauber aussprechen und nicht verschlucken und sich ggf. der Wortwahl des Gesprächspartners anpassen. Wenn Sie den gleichen Dialekt wie Ihr Partner sprechen, können Sie das Telefonat auch hierin weiterführen, denn Dialekt sprechende Menschen wirken in der Regel sympathischer auf andere; hochdeutsch hingegen signalisiert Kompetenz.

Achten Sie ferner auch auf eine positive Formulierung Ihrer Aussagen, denn viele Denkprozesse unseres Gehirns laufen in Bildern ab. Machen wir hierzu ein kleines Experiment: 1. Denken Sie jetzt nicht daran, wie Sie im Südsee-Urlaub an einem herrlichen, sonnigen Tag auf einer bequemen Liege sitzen und Ihre Füße im feinen, warmen Sand spielen. 2. Denken Sie jetzt nicht daran, wie Sie mit Blick auf das türkisfarbene Meer ein kühles Bier dazu trinken. 3. Denken Sie jetzt nicht daran, wie eine Kokosnuß neben Sie niederfällt. - Was haben Sie gesehen? Wenn Sie meine Anweisungen exakt ausgeführt haben, haben Sie nichts gesehen. Doch vermutlich haben Sie auch an die Kokosnuß gedacht. Deshalb sagen Sie: "Wir haben von 8.00 Uhr bis 12.00 Uhr und von 13.00 bis 14.00 Uhr geöffnet." (positiv) statt "Wir haben von 12.00 Uhr bis 13.00 Uhr geschlossen." (negativ) oder "Wir können bis morgen liefern." statt "Wir können heute nicht mehr liefern.", denn im Unterbewußtsein Ihres Gesprächspartners bleibt das Bild des Geschlossen-seins oder Nicht-liefern-könnens haften.

Setzen Sie die Fragetechnik ein, denn der Satz: "Wer fragt - führt!" bewahrheitet sich immer wieder. Gesprächspartner, die nicht genau wissen, was sie wollen, locken Sie am einfachsten mit gezielten Fragen aus der Reserve. Grundsätzlich unterscheidet man zwischen offenen und geschlossenen Fragen. Offene Fragen ermöglichen Antworten in epischer Breite, z. B. "Wie hat sich der Unfall ereignet?". Sie sind besonders für Gesprächspartner geeignet, die selbst wenig sprechen. Hingegen erlauben geschlossene Fragen nur kurze Antworten, z. B. "War die Straße trocken?" und sind deshalb für vielredende Gesprächspartner gut anwendbar. Ansonsten fahren Sie mit einer Mischung aus beiden Typen am besten, da dies abwechslungsreicher und angenehmer ist.

## 6. Fazit

Stellen Sie sich beim Telefonieren selbst immer wieder die Fragen: Welches Bild will ich überhaupt nach außen vermitteln? Wie ist die Einstellung meinem Produkt, meinem Hause, meinem Team und nicht zuletzt meinen Kunden gegenüber? Wie würde ich selbst gern behandelt werden, wenn ich hier anrufe? Die Antworten zeigen Ihnen den Weg zu einem professionellen Verhalten am Telefon.

Und zum Schluß noch eine kleine Bitte. Fragen Sie nicht: "Wie war doch gleich Ihr Name?", denn in der Regel lebt Ihr Gesprächspartner noch!

**Zum Autor:**

Rainer Baber, M. A., ist seit 1999 selbständiger Rhetorik- und Kommunikationstrainer. Seine Seminar-, Coaching- und Beratungsschwerpunkte sind: Rhetorik, Präsentations- und Vortragstechnik, Gesprächs- und Verhandlungsführung, Kundenorientierung am Telefon sowie Zeitmanagement. Rainer Baber studierte Allgemeine Rhetorik, Neuere Deutsche Literaturwissenschaft und Neuere Geschichte an der Universität Tübingen. Vor dem Studium übte er einen kaufmännischen Beruf in der Werbebranche aus.

**Kontakt:**

Baber-Consulting  
Rainer W. Baber, M. A.  
Schloßstraße 25  
D-73765 Neuhausen a. d. F.  
Telefon: +49 7158-948814  
Telefax: +49 7158-62504  
Internet: [www.Baber-Consulting.de](http://www.Baber-Consulting.de)  
E-Mail: [info@baber-consulting.de](mailto:info@baber-consulting.de)