

Montag, 23. Oktober 2006

Clear instructions

Klare Ansagen. Kurz. Deutlich. Unmissverständlich. Und vergewissern, dass die Botschaft, so klar wie Kloßbrühe, angekommen ist.

Über die Jahre habe ich mir das angewöhnt. Kein drum herum reden. Kein Vanilleeis bestellen, aber in Wirklichkeit Schokoladeneis wollen. Es ist nicht höflich, wenn man eine Botschaft verpackt. Sondern wenn man ihren Inhalt eben nicht verhüllt. Die meisten Ansagen sind eigentlich völlig unverständlich. Somit muss man im Labyrinth der möglichen Interpretationen den richtigen Ausgang finden. Was meist misslingt. Wir denken und bewerten zu viel. Und wir interpretieren alles aus unserem Blickwinkel. Das ist brutal störend und behindernd für Klarheit.

Wenn eine Frau auf dem Sofa liegt und sagt: "Mir ist warm", dann bedeutet das: "Ich zieh gleich meinen Pullover aus." Oder: "Dreh doch bitte die Heizung runter." Oder: "Mach doch bitte das Fenster auf." Oder: "Ich würde jetzt mit die gerne..." Aber alles das bedeutet das in der Regel eben nicht. Sondern: "Ich habe Durst, hole mir mal was zu trinken."

Der Mensch neigt dazu, zu verklausulieren. Er verpackt Botschaften. Somit schauen wir alle verblüfft und ahnungslos auf die schöne Verpackung, haben aber keinen blassen Schimmer, wie die Botschaft dahinter zu entschlüsseln ist.

Im Business ist das eines der zentralen Probleme. Ständig werfen sich Menschen schlechte Kommunikation vor. Und versichern sich, in Zukunft besser miteinander zu kommunizieren. Das gelingt nicht. Weil der Mensch dazu neigt, sich nicht klarer auszudrücken, sondern nur die Verpackung zu ändern.

Aus: "Es ist warm hier" wird dann: "Das ist aber eine stickige Luft".

Problem erkannt, Gefahr gebannt, geht also nicht so leicht von den Lippen, wie man glaubt. Was meinen Berufsstand ein wenig adelt und wertvoller macht. Denn wir sind die Profis in Sachen - ganz klar. Na? Na! Natürlich nicht, wir sind ebenso mit diesem arglistigen Problem behaftet.

Deshalb mein Tipp: Anfangen klar zu denken. Und klar zu sagen, was Ambach ist. Und dann checken, ob das so angekommen ist und dann kontrollieren, ob die Botschaft auch so verarbeitet wird, wie sie soll. Dasselbe immer und immer wieder machen. Und bloß aufhören mit diesen Vorwürfen, wer wen nicht versteht. Selber klar werden, selber klar machen ist der bessere Weg zum eigentlichen Ziel.

"Schatz, ich habe Durst, würdest du mir bitte ein alkoholfreies Kaltgetränk aus dem Kühlschrank holen?" "Welches?" "Ist noch (Achtung Schleichwerbung- Piiiiip) da?" "Ja, mein Schatz, (Piiiiip) ist noch da." "Ja, dann hätte ich das gerne." "Okay, Schatz, kommt sofort. Aus dem Glas oder aus der Flasche?" "Aus dem Glas bitte." "Verstanden. Kommt."

Oder wie früher:

"Schatz, mir ist warm." "Dann mach doch das Fenster auf." "Nee, dann kommt es so kalt rein." "Aber dir ist doch warm. Dann zieh doch deinen Pullover aus." "Nein, so warm auch nun wieder nicht." "Ja, was ist denn - ist dir nun warm oder nicht?" "Ja schon, aber...Schatz?! "Du willst doch nicht etwa...(Zensur - Piiiiip)?" Nein, dann wäre ich ja heiß und mir wäre nicht nur warm." "Soll ich dir was zu trinken bringen." "Ja, das ist eine tolle Idee." "Ein Bier?" "Nee." "Ein Glas Wein?" "Nee." "Ja, was denn dann?" "Was erfrischendes." "Eine Limo?" "Ja, das wäre schön." "Okay, hier." "Wie? Nicht aus der Flasche." "Hol dir dein Glas doch selber." "Du bist gemein, das könntest du wirklich mal für mich...."

Alles klar! Meine ich doch!

Geschrieben von Christof Hintze in Marketing Lektion um 07:00