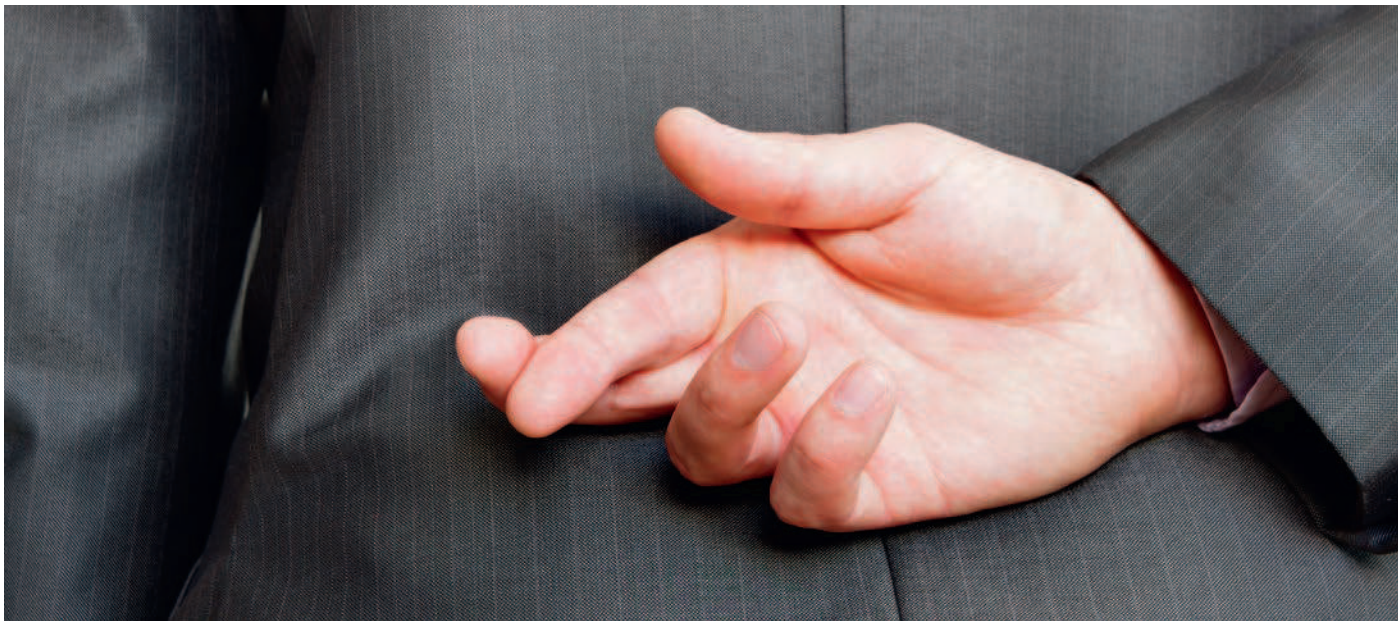




Glaubhaftigkeit richtig bewerten

BWA-Senator Marco Löw über ungeahnte Gesprächserfolge mit forensischen Befragungstaktiken



Wir befinden uns in einer Welt, in der jeder einzelne von uns mit immer größeren Mengen an Informationen geradezu überschüttet wird. Das Problem dabei ist nicht nur diese Informationsmengen nach Wichtigkeitsstufen zu sortieren und zu priorisieren, sondern

auch deren Glaubhaftigkeit richtig zu bewerten. Schließlich treffen wir den größten Teil unserer täglichen Entscheidungen auf der Grundlage von Informationen, die wir durch andere erhalten. Nur wenn wir die Glaubhaftigkeit dieser Informationen richtig bewerten, können wir auch richtige Entscheidungen treffen. Falsche Entscheidungen zu treffen, kann schnell einmal das eigene Unternehmen ruinieren, und auch die eigene Karriere.

perthe der Kriminalpolizei mein Spezialgebiet, und unter Spezialisten streng gehütetes Expertenwissen ist.

Im Rahmen dieses Artikels möchte ich Ihnen nachfolgend einige wichtige Impulse vermitteln, die Sie direkt in die Praxis umsetzen können, wenngleich natürlich der Rahmen dieses Artikels nur einige wichtige Punkte exemplarisch zulässt.

Marco Löw



Marco Löw, BWA-Senator und ehemaliger, dreifach ausgezeichneter Vernehmungsexperte der Kriminalpolizei ist aus Presse, Funk und Fernsehen bekannt und gilt als der führende deutsche Experte für forensische Gesprächstaktik. Er vermittelt den Teilnehmern seiner Seminare und Vorträge wie man Gesprächspartner durchschaut, deren Aussagen richtig einschätzt, die eigene Wahrnehmung optimiert und mit der richtigen Gesprächstaktik sowie einer bestmöglichen Selbstpräsentation bestmögliche Wirkungen erzielt.

Zudem scheint es auch in Verhandlungen und wichtigen Besprechungen immer schwieriger zu werden, andere Entscheider zu beeinflussen, da heutzutage fast jede Führungskraft Trainings in Körpersprache und Verhandlungsrhetorik im persönlichen Rüstzeug hat. Mit ein paar Tricks im Ärmel gewinnen Sie heute weder einen Verhandlungsmarathon, noch führen Sie ein Verkaufsgespräch erfolgreich zum Abschluss. Schließlich ist der Kunde ein völlig anderer als noch vor 10 Jahren. Er weiß, was er möchte, ist manchmal sogar besser über das Produkt informiert als der Verkäufer und viele auf herkömmlichen Verkaufsseminaren vermittelte „Tricks“ sind mittlerweile offene Geheimnisse.

Analysieren Sie Ihren Gesprächspartner schon bei der Begrüßung und versuchen Sie herauszufinden, wie seine innere Ausgangslage zu bewerten ist. Kommt er Ihnen mit einem selbstbewussten Gang und festen Schritten entgegen oder nicht? Ist seine Gangart selbstbewusst, dynamisch, zurückhaltend oder gemächlich? Sucht er Blickkontakt zu Ihnen während er sich annähert? Hat er eine feste ruhige tiefe Stimme oder eine nervöse in hoher Tonlage? Welche Rückschlüsse lässt die Art seines Händedrucks zu? Dies sind nur wenige Beispiele wie Sie ihren Gesprächspartner schon vorab einschätzen können, bevor Sie überhaupt das erste Wort mit ihm gewechselt haben.

Um also in der heutigen Wirtschaftswelt noch überlegen kommunizieren zu können, ist eine völlig neue Vorgehensweise erforderlich. Abhilfe schafft hier die forensische Befragungstaktik, die als ehemaliger Vernehmungsex-

Achten Sie dann beim Gespräch darauf, ihm nicht gegenüber an einem Tisch zu sitzen. Sie sind sonst nicht in der Lage die Körpersprache Ihres Gesprächspartners wahrzunehmen. Setzen Sie sich daher im rechten Winkel zu



ihm oder verzichten Sie auf einen Tisch, wenn möglich. Sobald das Gespräch begonnen hat, lassen Sie Ihren Gesprächspartner 90 Prozent der Redezeit kommunizieren und stellen selbst vorrangig offene, lenkende Fragen. Denn wer viel redet, gibt auch viele Informationen preis. Ihr Ziel sollte sein, dass Sie möglichst viel über Ihren Gesprächspartner erfahren, er aber von Ihnen nur das, was Sie ihm wirklich mitteilen möchten. Dies erreichen Sie durch viele offene Fragearten, bei denen der Gesprächspartner gezwungen ist, ausführlich zu antworten.

So haben Sie genügend Zeit Ihren Gesprächspartner bei seinen Ausführungen zu beobachten, viele Informationen zu gewinnen und Ihre weitere kommunikative Taktik zu durchdenken. Umgekehrt funktioniert das nicht, denn gleichzeitig reden und denken ist kognitiv nicht möglich.

Wenn Sie mit Ihrem Gesprächspartner Punkt für Punkt einen Vertrag oder ein Produkt besprechen, dann achten Sie immer auf die jeweilige körpersprachliche Reaktion. Spricht diese für Unbehagen, dann gibt es zu diesem Punkt noch Überzeugungsarbeit zu leisten,

spricht sie für Entspannung, dann geht dieser Punkt in Ordnung. Sogenannte ideomotorische Bewegungen sorgen dafür, dass das Denken an eine Handlung eine latente Bewegung auslöst. Daher können Sie fast immer wenn Ihr Gesprächspartner an etwas denkt, zum Beispiel an einen Vertragsbestandteil oder eine Produkteigenschaft, körpersprachliche Reaktionen feststellen. Sehr interessant sind in diesem Zusammenhang übrigens die Pupillenbewegungen. Bei Ablehnung ziehen sich die Pupillen zusammen, beim Wunsch nach weiteren Informationen weiten sie sich. Nicht umsonst tragen Profipokerspieler eine Sonnenbrille, denn andernfalls könnte man anhand ihrer Pupillenreaktionen Rückschlüsse ziehen, welches Blatt Sie in der Hand halten.

Seien Sie kritisch, wenn Ihr Gegenüber Fragen mit Gegenfragen beantwortet oder Ihre Frage wiederholt. In vielen Fällen ist der Hintergrund darin zu sehen, dass er Ihre Frage nicht spontan beantworten kann oder möchte und daher zusätzliche Denkzeit benötigt. Wenn Sie derjenige sind, der ein Produkt erwerben möchte, dann drehen Sie den Spieß um und achten Sie auf die Reaktionen des Verkäufers

auf Ihre jeweiligen Fragen. Wenn der Verkäufer von seinem Produkt oder seinen Leistungen wirklich überzeugt ist, dann wird er sich bei jeder Ihrer Frage wohlfühlen und diese souverän beantworten können. Merken Sie aber anhand seiner Reaktionen, dass ihm Ihre Fragen unangenehm sind: Finger weg!



CSR-Workshop im bayerischen Coburg

Neuer Landesgeschäftsführer René Leibold stellt sich vor

Unter dem Titel „Nachhaltigkeit und CSR als Herausforderung!? Praxisbeispiele aus dem Mittelstand für den Mittelstand“ stand der Workshop am 12. Juni im bayerischen Coburg, den der BWA gemeinsam mit dem ISW Institut ausrichtete. Mehr als 25 Unternehmerinnen und Unternehmer waren gekommen, darunter auch das Präsidiumsmitglied des BWA des Freistaates Bayern, Franz Stegner, Geschäftsführender Gesellschafter der Stechert Stahlrohrmöbel GmbH aus Wilhelmsdorf und Gößnitz. Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen - als Corporate Social Responsibility (CSR) - ist ein Thema, das immer wichtiger wird und bei dem viele Entscheider kompetente Orientierung suchen. Genau das konnte der Workshop bieten.

Doch zunächst einmal stand eine Personalie auf der Tagesordnung. Bundesgeschäftsführer Matthias Anschütz konnte im Beisein von BWA-Vorstand Wolfram Nowisch und Vizepräsident Prof. Dr. Dr. h.c. Lothar Abicht einen neuen, weiteren BWA-Landesgeschäftsführer

in Bayern offiziell in sein Amt einführen: René Leibold, der seit 17 Jahren als Unternehmer in Nord- und Südbayern tätig ist und für den BWA primär im südbayerischen Raum aktiv sein wird. „Herr Leibold spricht als eigener Unternehmer die Sprache der Unternehmen und deswegen haben wir ihn als zweiten Landesgeschäftsführer für Bayern berufen“, so Anschütz.

Was das Thema Corporate Social Responsibility für den BWA bedeutet, machte Professor Abicht in seinem Vortrag deutlich. „Neben der Entwicklung systematischer Grundlagen ist es wichtig, mit den Unternehmen direkt in Dialog zum Thema CSR zu treten. Das wollen wir im Rahmen der Workshops erreichen“, so Abicht.

CSR-Beispiele aus der unternehmerischen Praxis stellte René Leibold vor. Anhand eines „CSR-Radars“ ordnete er die Aktivitäten der Beispielunternehmen vorgegebenen Handlungsfeldern zu. „Die meisten Unternehmen und insbesondere der Mittelstand überneh-

men schon ganz traditionell Verantwortung in besonderem Maß“, so Leibold. Schließlich vertiefte Dipl.-Ing. Gunnar Böttger das Handlungsfeld Energieeffizienz noch mit interessanten Ansätzen. „Oft lässt sich mit überschaubaren Mitteln in Unternehmen ein deutliches Einsparungspotenzial bei der Energie erreichen. Und Fördermöglichkeiten bestehen obendrein“, so Böttger.



Matthias Anschütz gratuliert dem neuen Landesgeschäftsführer Bayern/München René Leibold