

■ Schlüsselkompetenzen

Beweglich bleiben

Kein Kunde ist wie der andere. Als Dienstleister muss man in der Lage sein, auf sehr unterschiedliche Menschen und Wünsche individuell einzugehen. Das funktioniert nur, wenn man selbst flexibel auf Veränderungen reagieren kann. Diese Flexibilität im Verhalten lässt sich lernen, ist Michael Moritz von Moritz Communications in Frankfurt/Main überzeugt.

Fünf Schlüsselkompetenzen, also fünf Fähigkeiten braucht der Mensch, um auf Veränderungen rechtzeitig und angemessen reagieren zu können. Das gilt für den Umgang mit

Menschen übrigens genauso, wie für das Erkennen von Marktchancen in einem Umfeld, das sich ständig wandelt.

„Sie müssen unterschiedliche Bedürfnisse von unterschiedlichen Menschen befriedigen“, sagt Trainer und PR-Berater Moritz. Die Kunst dabei ist es, flexibel zu sein und sich dennoch nicht zu verbiegen. „Beweglicher werden, mehr wahrnehmen, ohne dabei die eigene Identität zu verlieren“, drückt Moritz es aus. In seinem „Schlüsselkompetenz-Training“ zeigt er den Teilnehmern, wie das geht.

Den eigenen Standort definieren

Zunächst muss man seinen eigenen Standort kennen: „Wer bin ich? Was mache ich? Für wen will ich das machen?“ Auf den Garten- und Landschaftsbau bezogen bedeutet das, erst einmal sein eigenes (Firmen-) Profil zu definieren. Zum Bei-

spiel: Bin ich Spezialist für Natur, Grün, für Gärten oder Hausgärten? Positionierung heißt das Zauberwort, das allerdings nicht mit Einschränkung gleichzusetzen ist. „Ich muss mich nicht unbedingt auf eine einzige Zielgruppe konzentrieren“, sagt Moritz.

„Kundenbindung funktioniert zu 80 % über **BEZIEHUNGEN** und nur zu 20 % über das Produkt“

spiel: Bin ich Spezialist für Natur, Grün, für Gärten oder Hausgärten? Positionierung heißt das Zauberwort, das allerdings nicht mit Einschränkung gleichzusetzen ist. „Ich muss mich nicht unbedingt auf eine einzige Zielgruppe konzentrieren“, sagt Moritz.

Wer sich als Spezialist für Hausgärten definiert, wird, auch wenn er sich für eine bestimmte Einkommensklasse entscheidet, immer noch mit den unterschiedlichsten Menschen konfrontiert werden. Wichtig ist, mit jeder Zielgrup-

Das Ich authentisch einsetzen

pe kommunizieren zu können. Dazu gehören nicht nur das persönliche Gespräch, sondern auch die richtigen Marketinginstrumente, um diese Kunden zu erreichen.

Die Schlüsselqualifikation Kommunikation hat also zwei Bestandteile: Spreche ich mit meinem Marketing die Zielgruppen an, die ich haben möchte? Bin ich in der Lage, die individuellen Bedürfnisse der Kunden im Gespräch zu erkennen? Gute Kommunikation beginnt mit dem Zuhören. „Dazu muss ich mich auf meine Kunden einlassen. Ich muss mir allerdings nicht zwei Stunden für jedes Gespräch Zeit nehmen“, sagt Moritz. Wichtig ist nicht die Quantität der Zeit, sondern die Qualität, mit der sie gefüllt wird. „Egal, ob zehn Minuten, eine halbe oder drei Stunden – wichtig ist es, aufrichtiges In-

teresse für die Bedürfnisse des anderen zu haben.“

Auf andere eingehen kann nur, wer selbst entspannt ist, also die Balance zwischen seinen verschiedenen Lebensbereichen hält. „Wer ständig rotiert, kann nicht mehr gut kommunizieren“, weiß Moritz. „Viele Menschen sind total angespannt und merken es gar nicht mehr.“ Und oft kennt man den Zustand der Entspannung zwar aus dem Urlaub, hält ihn jedoch im Alltag für nicht erreichbar.

Eine Übung, die Moritz mit seinen Seminarteilnehmern da-

zu macht: das eigene Gehtempo finden. „Es dauert oft einige Zeit, bis die Menschen ihr eigenes Tempo gefunden haben. Und es ist immer langsamer als die Geschwindigkeit, mit der sie sich normalerweise bewegen.“ Beim eigenen Gehtempo fühlt man sich plötzlich wirklich wohl in seiner Haut – ein erster Schritt zur Entspannung. Gleiches lässt sich auf die Arbeit übertragen. Viele Menschen arbeiten viel zu schnell. Besser werden die Ergebnisse dadurch nicht. Wer sein eigenes Arbeitstempo findet, ist entspannter, ausgeglichener und effektiver.

Eine weitere Schlüsselkompetenz ist die Überwindung selbst auferlegter Beschränkungen. Und davon hat jeder Mensch mehr, als ihm bewusst ist. Wer kennt sie nicht, die Stärken- und Schwächenanalysen, in denen man seinen eigenen Typ mit wenigen Worten beschreiben soll? Doch jede Eigenschaft, egal, ob positiv oder negativ, ist eine Einschränkung der eigenen Persönlichkeit. „Jeder Mensch versucht, sich selbst zu definieren. Der eine sieht sich als beziehungsorientiert, der andere als Einzelkämpfer. Der dritte ist ein Techniker, der vierte ein Verkäufer“, erklärt Moritz. „Doch wie ich mich selbst definiere, hat Auswirkungen auf das, was ich wahrnehme. Je enger dieser Rahmen ist, desto mehr schränke ich mich ein und desto unbeweglicher werde ich.“

Was nicht ins selbst definierte Schema passt, bekommt wenig Aufmerksamkeit oder wird ignoriert. Kein Mensch ist ausschließlich chaotisch, ordentlich, sachlich, kontaktfreudig, schüchtern oder selbstsicher. „Wer sich als ‚chaotisch‘ beschreibt, den bitte ich, Situationen zu nennen, in denen er sich alles andere als chaotisch verhält. Es ist erstaunlich, wie viele Dinge es gibt, in denen diese Menschen sehr gut organisiert sind“, sagt Moritz. Offen sein für die manchmal auch widersprüchlichen Facetten der eigenen Persönlichkeit, sich selbst und andere nicht in

ZUR PERSON

MICHAEL MORITZ

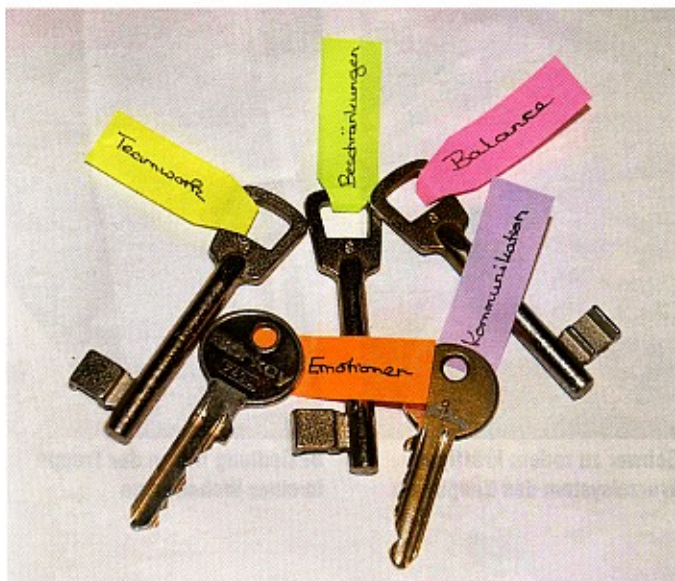


... ist PR-Berater und Trainer. Schwerpunkte seiner Tätigkeit sind Training und Beratung zu Themen wie persönliche Kommunikation, kundenorientierte Unternehmenskommunikation, Verkaufskommunikation, persönliche Schlüsselkompetenzen und Führungsverhalten. Darüber hinaus betreut er Führungskräfte vor allem aus dem Mittelstand.

KONTAKT



Michael Moritz
Lersnerstraße 23, 60322 Frankfurt
Telefon 069/66 40 33-80, Fax -85
info@moritz-communications.de
www.moritz-communications.de



Schlüsselqualifikationen: So, wie auf jedes Schloss ein Schlüssel passt, erfordert jede Lebenssituation eine bestimmte Fähigkeit

„Charakterschubladen“ einsortieren, die Möglichkeiten und Fähigkeiten entdecken, die in der eigenen Person schlummern – darum geht es beim Überwinden der selbst erstellten Grenzen.

Die eigenen Emotionen managen

Auch der angemessene Umgang mit Emotionen zählt für Moritz zu den fünf Schlüsselkompetenzen. Wer mit Menschen zu tun hat, wird immer mit Emotionen konfrontiert. Da sind der unzufriedene Kunde, der widerspenstige Mitarbeiter, der nörgelnde Partner oder die pubertierenden Kinder. „Je mehr Menschen ich begegne,

desto größer die Chance, dass jemand bei mir den ‚Emotionsknopf‘ drückt, also etwas tut oder sagt, was mich trifft. Damit muss ich gelassen umgehen können“, erklärt Moritz.

Um mit Gefühlen klarzukommen, muss man zunächst einmal wissen, in welchen Situationen man selbst empfindlich reagiert. Dabei geht es nicht um das Warum – das ist Tiefenpsychologie und spielt im Rahmen des Trainings keine Rolle. Vielmehr gilt es, die entsprechenden Situationen zu „entemotionalisieren“ – also eine Ebene zu erreichen, auf der man über das Problem sachlich kommunizieren kann. Denn: „Emotionen beeinträchtigen oft die gesamte Servicephase

eines Unternehmens, wenn es beispielsweise um Beschwerdemanagement oder Garantien geht.“

Beziehungen sind wichtiger Erfolgsfaktor

Der partnerschaftliche Umgang mit Kunden, Mitarbeitern, kurz allen, mit denen man im beruflichen Leben in Kontakt kommt, ist Inhalt der fünften Schlüsselkompetenz „Teamarbeit und Beziehungen“. „Kundenbindung funktioniert zu 80% über Beziehungen und nur zu 20% über das Produkt“, macht Moritz deutlich. Doch nicht jeder ist in der Lage, eine Beziehung zu gestalten. Vor allem eine Beziehung, die zum Profil des Unternehmens passt. Ein Beispiel kennt Moritz aus einem ganz anderen Bereich, nämlich der Gastronomie, in diesem Fall ein Restaurant, das sich auf Wellness spezialisiert hat: „Die Servicemitarbeiter können dem Gast einfach die Speisekarte hinlegen. Sie können sich aber auch nach dessen Lieblingsessen erkundigen und ihm Vorschläge machen. Sie können ihn darüber informieren, welche Gerichte besonders vitaminreich sind, viel Energie geben oder eher eine beruhigende Wirkung haben. Das dauert nur ein paar Minuten, baut aber eine Beziehung auf und so ist der ‚Wohlfühlkreislauf‘ geschlossen.“

Wer sich in den fünf Schlüsselkompetenzen übt, hat gute Chancen, gelassener durchs Leben zu gehen. Es erfordert allerdings Arbeit an der Persönlichkeit. „Es ist interessant, wie viel Geld in Techniken, beispielsweise Rhetorikseminare, gesteckt wird, und wie wenig die Menschen bereit sind, an ihrer Persönlichkeit direkt zu arbeiten“, bemerkt Moritz. Eine Arbeit, die sich lohnt. „Wer Verkaufstechniken lernt, aber Angst vor Ablehnung hat, wird nicht plötzlich ein erfolgreicher Verkäufer, weil er besser reden kann.“

Text und Bild:
Susanne Wannags, Fürstenfeldbruck

Schlüsselqualifikationen

Fünf notwendige Fähigkeiten

Fünf Fähigkeiten nennt Michael Moritz als essenziell wichtig – besonders für diejenigen, die ein Unternehmen erfolgreich führen wollen. Die fünf Schlüsselqualifikationen sind:

- Die Fähigkeit zu kommunizieren.
- Die Fähigkeit, selbst auferlegte Beschränkungen zu überwinden.
- Die Fähigkeit, die eigenen Emotionen zu managen.
- Die Fähigkeit, im Team zu arbeiten.
- Die Fähigkeit, die Balance zwischen den verschiedenen Lebensbereichen zu halten.

Red

Der schnelle Weg zu DEGA-Inhalten im Netz: Webcodes

- **Zusatznutzen:** zielgerichtet finden
- **umfassende Information**

Mit der Einführung der Webcodes finden Sie ganz zielgerichtet **ergänzende Inhalte** im Internet.

DEGA Zeitschriften-Ausgabe:

Der Webcode steht am Ende eines Artikels.

- **Beispiel:** „Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.dega.de Webcode: Einladung Symposium dega125“

Im Internet unter www.dega.de:

Webcode in Suchmaske eingeben

Ergebnis:

Ergänzende Tabellen, Grafiken, frühere Berichte zu Themen ...

So können Sie sich ohne langes Suchen umfassender informieren!

Ulmer

Verlag Eugen Ulmer

Wollgrasweg 41
70599 Stuttgart
Telefon 0711/45 07-121
Fax 0711/45 07-120
www.ulmer.de
www.dega.de