

I.31

Mündlich kommunizieren in Beruf und Alltag

Kompetent und überzeugend! – Mithilfe von Kommunikationsmodellen erfolgreich Gespräche führen

Richard Lamers, Frechen



© RAABE 2019

© pixabay

Wie funktioniert erfolgreiche Kommunikation? Diese Frage gehen Ihre Schüler in der vorliegenden Unterrichtseinheit nach. Dabei lernen sie unterschiedliche Kommunikationsmodelle zur Analyse von Gesprächssituationen kennen. Mithilfe der Modelle untersuchen sie sowohl Gespräche unter Freunden und Dialoge aus der Literatur als auch herausfordernde Verkaufsgespräche.

KOMPETENZPROFIL

Dauer: 10–11 Unterrichtsstunden + LEK

Kompetenzen: Sprechen und Zuhören: unterschiedliche Kommunikationsmodelle kennen und anwenden, private und berufliche Gespräche analysieren, kritische Gesprächssituationen entschärfen, literarische Gespräche analysieren

Thematische Bereiche: Kommunikation, Kommunikationsmodelle, Regeln für gelungene Kommunikation

Material: Dialoge, Bilder, Grafiken

Auf einen Blick

1./2. Stunde

Thema: „Ich verstehe dich nicht“ – Beispiele misslungener und gelungener Kommunikation

- M 1** **Bildimpulse – Gesprächssituationen analysieren** / unterschiedliche Kommunikationssituationen auf Fotos interpretieren
- M 2** **„Immer kommst du zu spät“ – ein Beispiel misslungener Kommunikation** / einen schwierigen Dialog zwischen zwei Freundinnen analysieren und selbst einen misslungenen Dialog schreiben
- M 3** **Die 12 Kommunikationssperren – Kommunikationsstörungen nach Thomas Gordon** / Beispiele für die Kommunikationssperren nach Gordon finden und den Dialog zwischen den Freundinnen auf die Kommunikationssperren untersuchen
- M 4** **Regeln für eine gelungene Kommunikation – Ich-Botschaften** / den Unterschied zwischen Ich- und Du-Botschaften lernen und Du-Botschaften in Ich-Botschaften umformulieren

3./4. Stunde

Thema: Bühlers Organon-Modell

- M 5** **Sender, Empfänger und Gegenstände – Bühlers Organon-Modell verstehen** / das Organon-Modell anhand einer Aussage erklären
- M 6** **Worum geht es? Eine Gesprächsanalyse mit dem Organon-Modell** / einen fiktiven Dialog anhand des Organon-Modells untersuchen
- M 7** **Das Organon-Modell – ein Texteinordnungswerkzeug** / verschiedene Textgattungen mithilfe des Organon-Modells kategorisieren und so ihre Intention hinterfragen und verstehen

5./6. Stunde

Thema: Watzlawicks 5 Axiome

- M 8** **Man kann nicht nicht kommunizieren – Watzlawicks Axiome** / die Axiome erklären und mit Beispielen illustrieren
- M 9** **Nonverbale Kommunikation – Watzlawicks 1. Axiom** / die Bildimpulse aus dem Einstieg anhand des 1. Axioms auf die nonverbale Kommunikation untersuchen
- M 10** **Die 5 Axiome – eine Gesprächsanalyse** / einen Dialog anhand der fünf Axiome analysieren

Benötigt M 1 im Klassensatz

Worum geht es? Eine Gesprächsanalyse mit dem Organon-Modell

M 6

Der 15-jährige Ben ist auf Leons Geburtstagsparty eingeladen. Dort soll es auch Bier geben. Ben hat mit seinen Eltern noch nicht über das Thema Alkohol gesprochen. Kurz vor der Party kommt es zu folgendem Gespräch zwischen Ben und seinem Vater.

Aufgaben

1. Lesen Sie den Dialog.
2. Untersuchen Sie den Dialog im Hinblick auf die Intention der beiden Sender. Nutzen Sie dafür das Organon-Modell.
3. Erläutern Sie, inwieweit das Organon-Modell hilfreich ist, Gesprächssituationen konkret einzuschätzen und zu einem gelungenen Verlauf zu verhelfen.

Ben: Papa, heute Abend bei Leon soll es auch Bier geben. Da darf ich doch sicher auch mal eins trinken?!

Vater: Gut, dass du fragst. Über das Thema hatten wir uns bisher noch nicht unterhalten. Bei uns zu Hause gibt es ja keinen Alkohol. Mama und ich machen uns nichts daraus.

Ben: Also darf ich!

Vater: Nein, laut Jugendschutzgesetz sind alkoholhaltige Getränke für Jugendliche unter 16 verboten.

Ben: Aber bei einer privaten Party ist das doch etwas anderes. Alle trinken da Bier. Ich will kein Außenseiter sein.

Vater: Ich trinke auch keinen Alkohol. Deshalb bin ich längst noch kein Außenseiter.

Ben: Das Gesetz ist total unsinnig. Es hält sich sowieso keiner dran. Völlig realitätsfern.

Vater: Wir halten uns daran.

Ben: Bist du langweilig. Ich will doch nur ein bisschen Spaß haben.

Vater: Der Spaß hört dann auf, wenn ich dich heute Nacht betrunken von der Party holen muss.

Ben: Wie trinke ich? Ein oder zwei Bier vertrage ich locker. Außerdem geht es auch darum, eigene Erfahrungen zu machen.

Vater: Wenn du 16 bist, gerne. Vorher nicht.

Ben: Das wird echt peinlich heute Abend. Dann gehe ich da lieber gar nicht hin.

Vater: Ausser?

Ben: Das kann nicht dein Ernst sein. Nie gönnst du mir was.

Vater: Das stimmt doch nicht. Ich mache mir nur Sorgen.



© Georgjevic/E+

M 11

Sache, Beziehung, Selbstkundgabe und Appell – das Vier-Seiten-Modell

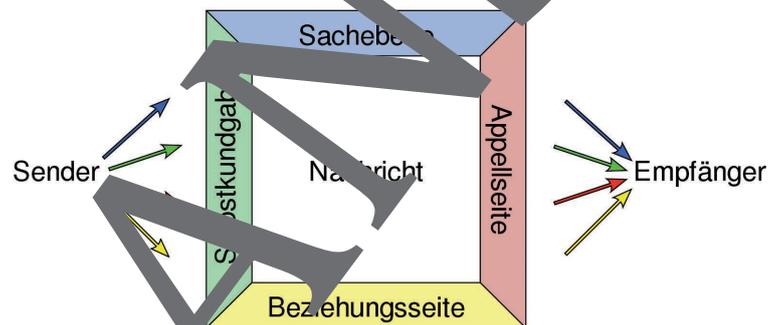
Der Psychologe und Kommunikationswissenschaftler Friedemann Schulz von Thun hat ein Modell entwickelt, das aus vier Seiten besteht. Es beschreibt vier Ebenen, auf denen etwas verstanden werden kann. Daher wird das Schema auch als „Vier-Ohren-Modell“ bezeichnet. Auf der anderen Seite kann auf diesen vier Ebenen auch etwas gesagt werden. Daher kann man dieses Modell auch als „Vier-Schnäbel-Modell“ bezeichnen.

Aufgaben

1. Beschreiben Sie mithilfe der Grafik, wie das Vier-Seiten-Modell funktioniert.
2. Analysieren Sie die Situation auf dem Foto unten mithilfe des Vier-Seiten-Modells. Was sagt der Lehrer („Vier Schnäbel“) und was hören die Schüler („Vier Ohren“)?

Die vier Ebenen des Vier-Seiten-Modells:

1. Sachebene: Hier steht die Sachinformation im Vordergrund.
2. Beziehungsebene: Hier geht es darum, wie die Gesprächspartner zueinander stehen.
3. Selbstkundgabe: Offen oder indirekt sagt sich der Sprecher etwas über sich aus.
4. Appellebene: Dabei geht es um die erwünschte Wirkung.



© skynesher/E+

Zusatzaufgabe

Mit welchem Ohr hören Sie am besten? Führen Sie unter <https://asset.plakos.de/test-interactive.html?a=4-ohren-modell> einen Selbsttest durch.

M 14

Tipps für erfolgreiche Kundengespräche – Rollenspiele

Hier finden Sie Tipps für herausfordernde Kundengespräche.



Die **AIDA-Formel** ist in der Werbebranche bekannt. Sie steht für Attention, Interest, Desire und Action. Entwickelt wurde die Formel bereits im Jahr 1889 von dem Werbestrategen Elmo Lewis. Mit ihr kann man Verkaufsgespräche strukturieren:

Attention: Die Aufmerksamkeit des Interessenten wird geweckt.

Interest: Das Interesse des Kunden wird geweckt.

Desire: Der Wunsch nach dem Produkt wird gefördert. Der Besitzwunsch wird ausgelöst. (Werbeversprechen)

Action: Der Kunde kauft das Produkt.

Eine ähnliche Struktur bietet die **KAA-PAV-Formel**:

Kontakt: In dieser Phase begrüßt der Verkäufer den Kunden herzlich und lächelnd.

Analyse: Dann geht es darum, genau zu erfahren, was der Kunde möchte.

Angebot: Der Verkäufer unterbreitet ein passendes Angebot.

Prüfen: Der Kunde stellt kritische Fragen und hat Einwände. Der Verkäufer versucht diese zu beseitigen.

Abschluss: Der Kunde kauft das Produkt.

Verabschiedung: Der Verkäufer verabschiedet den Kunden höflich, lächelnd und wertschätzend.



Häufig kommt es in Verkaufsgesprächen zum Zögern des Kunden und er äußert Bedenken. Er hat also Einwände. Um **Einwände** zu entkräften, gibt es einige Techniken:

– **Ja-aber-Methode**

Stimmen Sie dem Kunden zunächst zu. Dann nennen Sie ein Gegenargument.

Beispiel: „Das Smartphone ist mir zu teuer.“ – „Ja, es ist recht hochpreisig, dafür aber auch qualitativ hochwertig.“

– **Bumerang-Methode**

Verwenden Sie den Einwand des Kunden als wirkungsvolles Argument.

Beispiel: „Orange gefällt Ihnen nicht? Das ist *die* Trendfarbe des Jahres.“

– **Rückfrage-Methode**

Gewinnen Sie durch eine kurze Zeit. Die Antwort auf Ihre Frage gibt Ihnen neue, wertvolle Informationen für den weiteren Gesprächsverlauf.

Beispiel: „Was genau gefällt Ihnen an dem Modell nicht?“

„Es ist zu groß.“

„Wir haben es auch in kleiner.“

– **Nachteil-Vorteil-Methode**

Geben Sie dem Kunden recht. Setzen Sie dann dem vermeintlichen Nachteil einen Vorteil entgegen.

Beispiel: „Stimmt, die Bezüge sehen etwas altmodisch aus. Dafür ist es nicht sehr anfällig für Flecken.“

– **Ausweichangebot**

Bieten Sie ein anderes Produkt oder eine Variation an.

Beispiel: „Ich sehe mal nach, ob wir noch etwas anderes auf Lager haben.“

Der RAABE Webshop: Schnell, übersichtlich, sicher!



Wir bieten Ihnen:



Schnelle und intuitive Produktsuche



Übersichtliches Kundenkonto



Komfortable Nutzung über
Computer, Tablet und Smartphone



Höhere Sicherheit durch
SSL-Verschlüsselung

Mehr unter: www.raabe.de