

ZT WIRTSCHAFT

„Was glauben Sie eigentlich, wen Sie vor sich haben?“ – Das Herrmann-Dominanz-Instrument (H.D.I.®)

Vom erfolgreichen Umgang mit Mitarbeitern und Kunden

Jeder Mensch hat ihm eigene Denk- und Verhaltensweisen, die unter anderem bestimmen, wie er kommuniziert, Entscheidungen trifft oder mit anderen Menschen zusammenarbeitet. So kann es auch im Laboralltag – z.B. bei Verkaufs- oder Teamgesprächen – oft von Vorteil sein, zu wissen, wie das Gegenüber „tickt“. Wie auch Sie Klarheit über mögliche Denk- und Verhaltenspräferenzen Ihrer Kunden oder Mitarbeiter erlangen können, zeigt Ihnen die Seehausener Diplom-Kauffrau Claudia Huhn.

„Was glauben Sie eigentlich, wen Sie vor sich haben?“ So frech die Frage auch klingen mag: Sie ist ernst gemeint!

Entscheidung finden. Sie sind anderer Meinung als Ihre Frau, für Sie ist die Entscheidung glasklar, ein Nein. Die

eine andere Denk- und damit eine völlig andere Kommunikationsstruktur besitzt als Sie. Je nachdem, wie Sie und

balen Ideen umzugehen; Empathie und Emotionen werden dort verarbeitet, wir können Musik empfinden und unser

oder mit anderen Menschen kommunizieren, ist gekennzeichnet durch die Denkweise, die wir bevorzugen:

Einzigartigkeit anerkannt und berücksichtigt wird: In der Politik, in der Partnerschaft und im beruflichen Le-



Abb. 1



Abb. 2

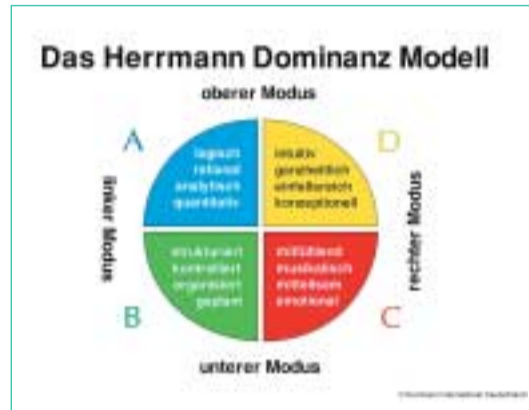


Abb. 3



Abb. 4

Kennen Sie auch die folgende Situation: Sie geben Ihrem Mitarbeiter eine Anweisung, dieser führt die Aufgabe auch nach bestem Wissen und Gewissen aus, allerdings hat das Ergebnis Ihrer Meinung nach

Entscheidung kann nur Nein lauten, da die Argumente Ihrer Frau weder logisch noch rational sind, sie hat sich aus Ihrer Sicht überhaupt nicht mit den möglichen Konse-

Ihr Gegenüber denken, so kommunizieren Sie, und an diesem Punkt entscheidet

Unterbewusstsein scheint sich ebenfalls eher der rechten Gehirnhälfte zu bedienen.

Während der eine z.B. eine Situation sorgfältig analysiert und dann eine logische und rationale Entscheidung trifft, hat ein anderer die gleiche Situation als Gesamtbild vor Augen und trifft seine Entscheidung intuitiv. Beide tun dies aus der Erfahrung heraus, mit ihrer jeweiligen Methode erfolgreich zu sein (Abb. 2).

ben. Sie wollen authentisch sein und gestehen diese, unter Umständen unterschiedliche Authentizität, auch anderen Menschen zu. Toleranz zeigt sich dann nicht nur in der Duldung der Unterschiede, sondern in der Anerkennung des besonderen Wertes, den diese Andersartigkeit hat.



Abb. 5

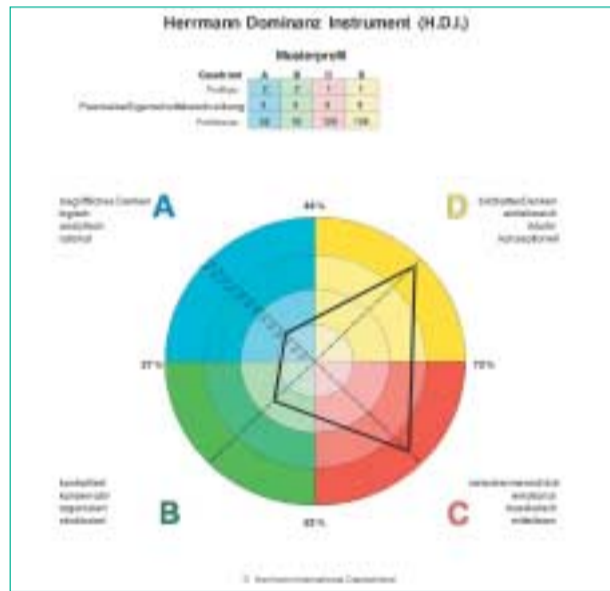


Abb. 6

überhaupt nichts mit Ihrer Anweisung zu tun? Oder: Sie reden mit einem Kunden über ein Thema. Sie sind sich sicher, dass dieser Ihre Sprache spricht, allerdings beschleicht Sie während des Gesprächs für einen kurzen Moment der Verdacht, Sie würden mit einem Außerirdischen reden. Nun ja, vielleicht ist er

quenzen ihrer Entscheidung beschäftigt, alles was sie vorträgt, ist emotional und aus Ihrer Sicht vollkommen wirt. Sie bleiben bei Ihrem Standpunkt. Wie sollten Sie diesen auch verändern, denn den Ihrer Frau können Sie beim besten Willen nicht nachvollziehen. Und damit ist der Stress wohl vorprogrammiert.

sich, ob Sie und Ihr Gegenüber sich verstehen. Unterschiedliche Arten zu denken und damit auch wahrzunehmen, zu artikulieren und zu kommunizieren, haben in unterschiedlichen Teilen unseres Gehirns ihren Ausgangspunkt. Die linke Hälfte des Großhirns (linke Hemisphäre) ist für die Mehrzahl aller Men-

schene empfinden. Man sollte sich eher zwei Partner vorstellen, die sich die jeweiligen Aufgaben zuspitzen, für die sie besser geeignet sind (Abb. 1).

Unser Gehirn bestimmt:

- Wer wir sind,
• was wir tun, und
• wie wir es tun,

und damit letztlich auch, wie wir kommunizieren. Die Dominanz einzelner Gehirnstrukturen ist die Ursache von Denk- und Verhaltenspräferenzen.

Jeder Mensch hat Denk- und Verhaltenspräferenzen, die für ihn typisch sind und die er bevorzugt. Sie sind Ausdrucksweise seiner Einmaligkeit und bestimmen, wie er kommuniziert, lernt und lehrt, Entscheidungen trifft, mit anderen Menschen zusammenarbeitet und sich im Rahmen seiner Möglichkeiten entwickelt. Diese Dominanzen haben sich auf der Grundlage der angeborenen Eigenheiten durch das Elternhaus, die Ausbildung und soziale Umgebung entwickelt. Die Art und Weise, wie wir an eine Aufgabe herangehen, unsere Kreativität einsetzen



Abb. 7



Abb. 8

nicht gerade von einem anderen Stern, aber trotzdem macht es den Anschein, dass er oder sie in jedem Fall nicht versteht?

Drittes Beispiel: Sie kommen aus dem Labor nach Hause, Ihre Frau bespricht ein für sie wichtiges Problem mit Ihnen und möchte mit Ihnen zu einer

Woran könnte dies liegen? An der grundsätzlichen Beherrschung der Sprache wahrscheinlich nicht. Wahrscheinlich auch nicht daran, dass Sie undeutliche Anweisungen erteilen und Ihre Frau ist wahrscheinlich auch nicht wirklich wirt im Kopf. Vielleicht liegt es daran, dass Ihr Gegenüber

schon führend für die Sprache, logisches Denken und kritische Vernunft. Hier arbeiten wir eher Schritt für Schritt, analysieren und können mit Zahlen und Begriffen umgehen. Die rechte Gehirnhälfte übernimmt die Führung, wenn es darum geht, mit Mustern, Bildern, Visionen und nonver-

ZAHNTECHNIK ZEITUNG

SEMINAR „Was glauben Sie eigentlich, wen Sie vor sich haben?“

Seminarprofil: Erfolgreiche und professionelle Kommunikation hängt immer mehr davon ab, wie stark es mir gelingt, mich auf meinen Gesprächspartner einzustellen. Welche Anforderungen stellt mein Gegenüber an ein Gespräch, wie wichtig sind Emotionen oder die Zahlen, Daten und Fakten.

Wer es beherrscht, in das Paar Schuhe des Gegenübers zu schlüpfen, hat dem Wettbewerb immer eine Nasenlänge voraus. Und dies nicht nur bei den Kunden, sondern vor allem bei den eigenen Mitarbeitern.

- Aus dem Inhalt:
• Welche Dominanz-Stile gibt es – Vorstellung des H.D.I.®
• Wer bin ich, wer sind die anderen – sich selbst und andere besser Verstehen
• Wie Sie die Sprache jedes Kunden sprechen können
• Optimierung der Teamarbeit durch das H.D.I.®
• Wie können Sie Ihr Mitarbeiterpotenzial besser nutzen?
Mehr Harmonie und Verständnis im Umgang mit anderen

Zielgruppe: Laborinhaber und/oder Außendienstmitarbeiter
Dauer: 1 Tag

Termine:
07. Dezember 2005, 10.00 – 18.00 Uhr
13. Januar 2006, 10.00 – 18.00 Uhr

Ort: Großraum Augsburg/München

Preis: 595,00 €, zzgl. MwSt., inkl. persönlicher H.D.I.®-Auswertung und Tagungspauschale

Anmeldung unter: info@ct-huhn.de
Tel.: 0 88 41/48 98 89 / Fax: 0 88 41/48 98 90

TERMINE

Fortsetzung auf Seite 10