

Jedes Wort wirkt

Die Kraft der Sprache

Meist ist uns beim Sprechen die Struktur der Sprache nicht bewusst. Wir wissen zwar genau, was wir inhaltlich sagen, haben jedoch nicht den Satzbau, den Wortschatz, die Sprachmelodie und die Grammatik im Blick. Dabei sind diese von zentraler Bedeutung dafür, dass das Gesagte auch wirkt. Im Beratungsgespräch in der Apotheke sind drei Dinge gefragt: Präsenz, Klarheit und Wertschätzung.

Im Gespräch mit Kunden sollten nur kurze Sätze verwendet werden. Die Stimme macht tatsächlich den Punkt, der am Ende steht, indem ich sie absenke. Das mäßigt mit Gewinn die Sprechgeschwindigkeit. Der Kunde weiß nicht, was ich sagen will, wenn ich mit diversen Nebensatzschleifen, Aufzählungen, zu schnell oder gar in unvollständigen Sätzen spreche. Das ist für ihn verwirrend. Besser: eine Aussage – ein Satz. „Nehmen Sie die Tabletten mit Wasser ein. So wirken sie am besten.“

Dieser Beitrag basiert auf einem Seminar beim „LINGVA ETERNA Institut für bewusste Sprache“. Dieses setzt sich für den bewussten Umgang mit der Sprache ein und fördert den klaren und wertschätzenden Umgang mit ihr. Die Sprachwissenschaftlerin Mechthild R. von Scheurl-Defersdorf hat das Institut im Jahr 1999 gegründet und leitet es seit 2004 gemeinsam mit dem Nervenarzt, Neurowissenschaftler und Chefarzt i. R. Dr. Theodor R. von Stockert. www.lingva-eterna.de/de

Sparen Sie sich Verneinungen wie: „Nehmen Sie die Tabletten auf keinen Fall mit Alkohol oder Milch ein!“ Der Neurologe Theodor von Stockert beschreibt: „Negationen sind hoch abstrakte, logische Operationen. Nur Teile der linken Hälfte unseres Gehirns verstehen sie überhaupt. Negationen erzeugen keine Bilder und haben keine eigene Semantik. Sie leben nur von dem, was sie leugnen.“ Sie kennen alle den Test „Denken Sie nicht an den rosa Elefanten“ oder die Situation „Jetzt darf ich auf KEINEN FALL etwas verschütten“, wenn Sie zum Beispiel ein BtM für eine Rezeptur einwiegen. Natürlich haben Sie trotz Ihrer Gegenwehr rosa Elefanten vor Augen und zittern beim Wiegen plötzlich so, dass doch etwas danebengeht. Der

* Da die überwiegende Anzahl der Apothekenmitarbeiter weiblich ist, schreibe ich in der weiblichen Form. Männliche Kollegen dürfen sich gerne mit angesprochen fühlen.

Kunde aus obigem Beispiel, der sowieso gerade ein Bier trinken will, nimmt mechanisch die Tabletten dabei ein. Beobachten Sie sich und die Kolleginnen*: Wir drücken uns viel öfter negativ aus, als es uns bewusst ist. Das Umtrainieren – die positive, bejahende Ausdrucksweise – sorgt dafür, dass Vorhaben besser gelingen: „Ich werde sorgsam abwägen, meine Hand ist ruhig.“ Da, wo unsere Aufmerksamkeit ist, ist das Geschehen, das gilt auch für größere Anliegen. Sagen Sie sich schon vorher: Diese Urlaubsreise wird mir zu anstrengend (oder in anderer Weise unangenehm) sein, wird das auch eintreffen. Theodor von Stockert betont: „Wenn Sie immer wieder die unerwünschten Möglichkeiten benennen, laden Sie in Ihr Leben gerade das ein, was Sie nicht wollen.“

Der Name streichelt die Seele

Natürlich wissen wir schon lange, dass wir den Kunden lieber mit seinem Namen ansprechen sollen. Sprechen wir aber einfach drauflos, schauen dabei womöglich noch auf den Bildschirm und fädeln das Rezept in den Drucker, fühlt das Gegenüber sich eher unbedeutend und nicht wahrgenommen. Besser wirkt es, wenn wir den Namen sagen, dem Menschen in die Augen sehen, eine Pause nach der Namensnennung einschieben und erst dann weiterprechen. Pausen sind Wirkzeiten. Beide Gesprächspartner sind miteinander verbunden, aufmerksam, und die Beratung gelingt. Ich nehme die Bedürfnisse des Kunden deutlicher wahr, und er hört konzentriert zu, weil ich ihn immer wieder zu mir hole, um ihm die nötigen Informationen zu geben. Wir bleiben im Kontakt. Wissen Sie genau, was Sie tun und sagen? Sind Sie immer auf den Kunden konzentriert? Beobachten Sie sich auch hier, erleben Sie Überraschungen, tauschen Sie sich mit den Kolleginnen aus und lernen Sie voneinander. Grundsätzlich sorgen die „drei A's“ auch in anderen Fällen für Klarheit:

- Ansprechen,
- Anschauen,
- ein kurzer Atemzug.

Die Kraft der Sprache mit Karten erleben

Mechthild R. von Scheurl-Defersdorf:
Die Kraft der Sprache – 80 farbenfroh gestaltete Karten sensibilisieren für die Wirkung von alltäglichen Redewendungen und bieten Alternativen und Erklärungen an.

LINGVA ETERNA Verlag



Denken Sie jetzt bloß nicht an den kleinen rosa Elefanten ... oder nehmen Sie ihn bewusst als Knoten im Taschentuch, um sich an diesen Artikel zu erinnern.

Wie oft hat Ihre Kollegin schon etwas überhört, weil sie gerade beschäftigt war? Sie murmeln im Vorbeigehen „Ich hole die Sprechstundenrezepte“, sie bekommt vielleicht nicht einmal mit, dass Sie die Apotheke verlassen. Besser ist ein Ansprechen mit Namen: „Frau Klinge“ – Sie blicken Ihre Kollegin an und realisieren dadurch, ob sie auch schaut und Sie gehört hat. Nach kurzer Pause teilen Sie ihr mit: „Ich gehe in die Praxis und hole die Sprechstundenbedarfsrezepte.“ Frau Klinge wird zumindest nicken, auf jeden Fall wird sie nicht die ganze Apotheke nach Ihnen absuchen.

Bleiben Sie aktiv!

In der Apotheke nutzen wir häufig das Passiv, anstatt im Aktiv zu sprechen. „Das muss erst hergestellt werden“ oder „Das muss geschickt werden“. Hier weiß niemand, wer was macht, es hört sich an, als ob Roboter tätig seien und keine Menschen. Die Mitarbeiter bleiben unsichtbar, so als ob sie nichts tun. Die passive

Ausdrucksform hat immer etwas Machtloses, ein Ausgeliefertsein in sich, „irgendwie“ sind abends endlich alle Aufgaben erledigt worden, wir selbst sind auch erledigt. Ganz anders hört es sich an, wenn wir aktiv unsere Tätigkeiten benennen, Anerkennung und Wertschätzung entstehen, der Kunde hat ein Gegenüber und weiß, wer gegebenenfalls die Ansprechpartnerin ist und wem er die gut wirkende Spezialanfertigung zu verdanken hat. „Das stellt Ihnen gerne unsere pharmazeutisch-technische Assistentin Frau Meier her“, „Das bringt Ihnen heute Nachmittag Frau Müller vorbei“ – diese Aussagen in der aktiven Form wirken auch auf die Sprecherin positiv, wir tun etwas für den Kunden und empfinden den Sinn unserer Arbeit. Das hebt die Stimmung. Theodor von Stockert meint: „Ein Mensch mit einer klaren und achtsamen Sprache wird eine Persönlichkeit mit einer Ausstrahlung entwickeln, die schon durch ihr Auftreten beeindruckt.“

Lassen Sie die Zukunft Zukunft sein!

Unnötigen Druck verursachen wir uns, wenn wir ständig im Präsens, der Gegenwartsform, sprechen. Zum Vergleich: „Nächste Woche kommen die Handwerker, räumen Sie bitte den Tisch auf!“, „Übermorgen fahre ich zur Interpharm, vorher sortiere ich die alten Broschüren aus“. Oder:

„Nächste Woche werden die Handwerker kommen, räumen Sie bitte bis dahin den Tisch auf“, „Übermorgen werde ich zur Interpharm fahren, vorher werde ich die alten Broschüren aussortieren“. Der Gebrauch des Futurs erscheint im ersten Moment umständlich, da wir mehr Wörter sprechen. Nur diese Ausdrucksform verdeutlicht aber, dass noch genug Zeit vorhanden ist. Das Beschriebene passiert nicht jetzt, im Moment brauche ich noch nicht zu handeln. Das wirkt entspannend.

„Das Leben darf leicht sein.“

Mechthild R. von Scheurl-Defersdorf

Können Sie das nachvollziehen? Falls nicht – erst im Gebrauch und beim mehrfachen Sprechen von Beispielsätzen bemerkt man die Vorteile. „Tun“ bringt immer weiter als nur lesen oder hören.

Ruhe entsteht

Einen unnötigen Druck bewirkt das Wort „müssen“. „Ich muss noch Frau Meyer anrufen“ oder „Ich muss noch die BtMs eintragen“. Beides erinnert an „Du musst noch Klavierspielen üben!“ und verursacht Unlust und Widerstand. Geradezu befreiend wirkt

(Fortsetzung auf Seite 7)

© Deutscher Apotheker Verlag

(Fortsetzung von Seite 6)

dagegen „Jetzt führe ich mein Gespräch mit Frau Meyer“ oder „Nachher trage ich noch die BtMs ein“.
 Ähnliches gilt für den Begriff „schnell“. Einem Kunden, der „schnell mal das Rezept sucht“, sagen wir „Lassen Sie sich Zeit“.
 Wenn ich denke: „Ich muss noch schnell die Kasse machen“, verwandle ich es in „Ich mache noch in aller Ruhe die Kasse“. Das geht dann übrigens schneller, weil ich mich besser konzentrieren kann, als wenn ich mich beeile.
 Wie setzt man dies alles um? Zu empfehlen ist, sich pro Tag nur kleine Aufgaben zu stellen wie: „Heute spreche ich in zwei Beratungsgesprächen kurze Sätze.“ Dadurch entfällt der Druck, man ist motiviert und sagt sich: „Zwei Mal, das schaffe ich!“ Das tägliche Gelingen der Minitrainings bringt mich voran! |

Ute Jürgens

Ute Jürgens ist Kommunikationstrainerin mit Spezialisierung auf die Heilberufler, Dipl. Erwachsenenpädagogin und PTA, www.kommed-coaching.de

Literatur



Mechthild R. von Scheurl-Defersdorf:
In der Sprache liegt die Kraft – Klar reden, besser leben.
 Herder Verlag 2016,
 ISBN 978-3-451-06877-5



Dr. Theodor von Stockert:
Meine Sprache und ich – mit Sprachstruktur Persönlichkeit entwickeln.
 LINGVA ETERNA Verlag 2016.
 ISBN 978-3-9811454-6-5

Zu beziehen über:
 Deutscher Apotheker Verlag
 Birkenwaldstraße 44
 70191 Stuttgart
 Telefon 0711 2582-341,
 Telefax 0711 2582-290,
 E-Mail: service@deutscher-apotheker-verlag.de

So viel wie nötig, so wenig wie möglich

Von Dr. Ilisabe Behrens.

Gesamtwerk inkl. 2. Akt-Lfg. 2016.
 296 Seiten. 1 Ringordner. Loseblattausgabe.
 Fortsetzungswerk. Vollständiges Musterhandbuch
 auf www.Online-PlusBase.de
 € 98,- [D]
 ISBN 978-3-7692-6795-2

Seit Juni 2014 muss jede Apotheke über ein Qualitätsmanagementsystem verfügen. Wer keine Zertifizierung anstrebt, kann sich so manche aufwändige Prozessbeschreibung der „großen“ QM-Systeme sparen.

Nutzen Sie QM Basic:

- konform zur ApBetr0
- beschränkt auf die Kernprozesse
- vollständiges Musterhandbuch mit einfach anzupassenden Word-Vorlagen
- mit Checklisten zur Selbstinspektion



Bestellung Bitte liefern Sie mir: www.deutscher-apotheker-verlag.de

— Expl. Behrens, **QM Basic**. Gesamtwerk inkl. 2. Akt-Lfg. 2016. Loseblattausgabe.
 Fortsetzungswerk. € 98,- [D] · ISBN 978-3-7692-6795-2

Absender

Name / Vorname _____
 Firma / Institution _____
 Straße / Hausnummer _____
 PLZ, Ort _____
 E-Mail _____
 Kunden-Nummer _____
 Datum / Unterschrift _____

Sofortbestellung

Mo.-Fr. von 8-18 Uhr sind wir persönlich für Sie erreichbar:
 Tel. 0711 2582 341
 Fax: 0711 2582 390
 Bestell Service: 0800 2990 000
 E-Mail: service@dav-medien.de
 Alle Preise inklusive MwSt. [D], sofern nicht anders angegeben.
 Lieferung erfolgt versandkostenfrei innerhalb Deutschlands. Lieferung ins Ausland zzgl. Versandkostenpauschale von € 8,90 pro Versandstück. E-Books sind als PDF online zum Download erhältlich unter www.buchoffizin.de.

Widerrufsrecht

Als Verbraucher haben Sie das Recht, diesen Vertrag ohne Angabe von Gründen binnen 14 Tagen ab Erhalt der Ware zu widerrufen. Die Kosten der Rücksendung trägt der Verlag. Aktualisierungslieferungen werden automatisch vorgemerkt und nach Erscheinen berechnet und geliefert. Diese Fortsetzungen können jederzeit abbestellt werden. Ein Widerrufsrecht für elektronische Datenträger besteht nicht, wenn die Versiegelung der Verpackung entfernt wurde. Sämtliche Informationen zu Ihrem gesetzlichen Widerrufsrecht, zu unseren AGBs und den Pflichtinformationen finden Sie auf www.deutscher-apotheker-verlag.de/service/widerrufsbelehrung. Gerne senden wir Ihnen diese Informationen auf Ihren Wunsch zu. Bitte rufen Sie uns an unter Tel. 0711 2582-341.

Deutscher Apotheker Verlag
 Birkenwaldstraße 44
 70191 Stuttgart
 Online-Shop:
www.deutscher-apotheker-verlag.de

