

Wolfgang Sappert

Vier Regeln der Informationsvermittlung

Oder:

Was haben Versicherungsvertreter und Lehrer gemeinsam?

Wenn Sie diesen Beitrag gelesen haben, werden Sie erfolgreicher verkaufen und erfolgreicher unterrichten können....

Lehrer und Versicherungsvertreter¹ (Mitarbeiter im Außendienst) haben viel gemeinsam. Beide Berufsgruppen handeln mit einer sehr kostbaren Ware. Diese Ware besitzt folgende, für den Handel ideale Eigenschaften:

1. Jeder braucht sie und
2. es gibt so viel davon, dass alle Menschen auf dieser Welt damit bedient werden könnten.

Zugegeben, kostenlos ist die Ware nicht – doch dazu später...

Die Ware, mit der gehandelt wird heißt INFORMATION. Information hat für den Menschen eine außergewöhnliche Bedeutung: Das menschliche Gehirn braucht Informationen um wachsen zu können, um sich zu entwickeln, um glücklich zu sein, um zufrieden zu sein, um träumen zu können, um gesund zu bleiben – kurz, um zu leben!

Damit haben die Ausübenden beider Berufsgruppen gute Voraussetzungen, um erfolgreich im Beruf zu bestehen. Lehrer wie Versicherungsvertreter leben davon, Informationen an ihre Kunden zu verkaufen. Das vielfältige Fachwissen und die Besonderheiten ihrer Ware lernen die Lehrer (hoffentlich) während des Studiums an einer Universität und ganz intensiv während des Referendariats, das ist der praktische Teil ihrer Ausbildung.

Die Versicherungsvertreter lernen während der theoretischen Schulungsblöcke alles über die Vielfalt des Deutschen Versicherungswesens und seine Besonderheiten. Zwischendurch - mindestens im gleichen Verhältnis wie die Theorie - läuft die praktische Ausbildung in Form von Hospitationen und der Betreuung von

¹ Als Vertreter sind hier diejenigen genannt, die an vorderster Front beim Kunden um Verkaufszahlen kämpfen.

Stammkunden, die fast alles kaufen, auch wenn sie es nicht unbedingt brauchen – ist also ungefährlich.

Auch die Kunden² beider Berufsgruppen haben viel gemeinsam. Sie sind zu Recht sehr skeptisch und misstrauisch gegenüber der Information, die ihnen von manchen Kollegen [beider Berufsgruppen] auf abenteuerliche Art und Weise angeboten wird. Hier gilt es also zu überzeugen: Die Ware muss so aufbereitet werden, damit sie auch (ab-)gekauft wird.

Unterschiede zwischen den Berufsgruppen gibt es allerdings auch: Die „schlechten“ Lehrer – und es gibt solche – bekommen ihr gleichbleibendes Gehalt auch dann, wenn sie sich weniger bemühen und ihre Ware mehr schlecht als recht verkaufen. Als Beispiel wird an dieser Stelle nur der Physiklehrer aufgeführt, der grundsätzlich keine Schülerversuche durchführt mit folgender Begründungen: Das Material ist nicht in ausreichender Menge vorhanden, es würde zuviel Zeit kosten und die Schüler gehen nicht sorgfältig mit den Materialien um, und so weiter und sofort.

Der Versicherungsvertreter bekommt kein festes Gehalt, sondern eine Provision, das ist eine anteilig berechnete Verkaufsprämie. Abgerechnet wird am Monatsende. Aus der Summe der abgeschlossenen Verträge errechnet sich das Gehalt. Der Versicherungsvertreter muss sich allerdings bemühen, kontinuierlich seine Ware gut, d.h. erfolgreich zu verkaufen. Er muss zum Vertragsabschluss kommen, d.h. der Kunde unterschreibt dafür, dass die Ware gut verkauft wurde.

Im Lehrerberuf gibt es allerdings auch ein Provisionssystem. Obwohl es in Lehrerkreisen bekannt ist, finden Sie dieses Provisionssystem in keiner Landesbesoldungsverordnung. Das Provisionssystem ist aber auch viel einfacher, als jenes der Versicherungszunft: Je intensiver die Information pro Lern-/ Lehreinheit verkauft werden, desto zufriedener sind die Schüler. Dieses Provisionssystem zahlt sich für Lehrer und Schüler gleichermaßen aus. Am Ende eines Schultages, am Ende eine Schulhalbjahres, auf dem Abschlusszeugnis und im gesamten Leben.

² Schüler werden hier nicht als lästiges pickeliges Anhängsel der Gesellschaft betrachtet und Lehrer nicht als verachtenswerte, bedauerungswürdige Domteure dieser Schüler. Ganz im Gegenteil: Schüler sind Kunden, um die es sich lohnt zu bemühen. Lehrer sind Spezialisten mit äußerst sensiblen und verantwortungsvollen Aufgaben: Erziehung und Bildung UNSERER Kinder.

Lassen Sie sich nun bitte auf ein paar kleine Experimente ein...
Erinnern Sie sich noch an Ihre Schulzeit? Nehmen wir den 11. Jahrgang der gymnasialen Oberstufe. Sie standen hier vor der Entscheidung, bestimmte Fächer „abzuwählen“. Welches Fach hatten Sie abgewählt? Falls Sie keine Möglichkeit hatten, Ihre Schulfächer mitzubestimmen, dann stellen Sie sich die Frage: „Welches Schulfach hätte ich gerne abgewählt?“

Jetzt, da Sie diese Frage lesen, erinnern Sie sich wahrscheinlich an Ihre Schulzeit, an die unangenehmen, schwierigen Fächer. Vielleicht erinnern Sie sich ja nun auch an die angenehmen, leichten Fächer.

Sie haben Ihre Antwort gefunden? Warum hatten Sie sich für die Abwahl dieses Faches entschieden? Warum mochten Sie dieses Fach nicht.

Antwort: Die „Informationen“ in diesem Fach wurden Ihnen nicht hirngerecht verkauft.

Für beide Berufsgruppen ist nun von Bedeutung, wie Informationen vorbereitet werden müssen, damit diese von dem Kunden aufgenommen und vollständig verarbeitet werden. Unsere Kunden sind Menschen und die grundlegende Funktionsweise Ihrer Gehirne unterscheiden sich nicht. Wenn die Ware Information stets erfolgreich verkauft werden soll, so ist es unumgänglich, sich mit der Art und Weise der Informationsverarbeitung im menschlichen Gehirn vertraut zu machen.

- Die Informationsaufnahme und –verarbeitung im Gehirn läuft in vier Zeitblöcken bzw. in vier Schritten.³

Erste Zeit: Wahrnehmen

Sind Sie heute morgen mit dem Bus, mit dem Fahrrad oder mit dem Auto gefahren? Diese Frage ist leicht zu beantworten! Doch weiter geht's: Falls Sie mit dem Bus oder der Straßenbahn gefahren sind, beschreiben Sie die Personen, die vor Ihnen und hinter Ihnen gesessen

³ Vgl.: Wolfgang F. Schmid, Spielregeln des Erfolgs: Dreiplusneun – wie das Gehirn aus Touren kommt. Flensburg 2001, S. 139 ff. Schmid beschreibt die drei Schritte „Wahrnehmen, Betrachten und Beobachten“ als Zeiten des Gehirns.

haben! Für die Auto- und Radfahrer: „An wie vielen roten Ampeln mussten Sie halten und beschreiben Sie mindestens vier verschiedene Autos, die vor Ihnen und hinter Ihnen an der Ampel standen!“

Warum können Sie sich an bestimmte Personen nicht erinnern, obwohl diese direkt vor oder hinter Ihnen gesessen haben? Warum können Sie sich nicht an die Anzahl der roten Ampeln und an die Fahrzeuge erinnern, die dort vor und hinter Ihnen standen? Keine Bange, es ist alles in Ordnung, die Natur hat es so eingerichtet, dass wir uns nicht alles merken. Aber können Sie sich noch an die Situation erinnern, wo und wie Sie Ihren Partner kennen gelernt hatten? Sicherlich können Sie das. Wie war das damals?

Warum können Sie sich an bestimmte Dinge erinnern, die viele Jahre zurück liegen und andere Ereignisse, die wenige Stunden zurückliegen, haben Sie schon vergessen?

Antwort:

Während des Wahrnehmens werden sämtliche Sinnesreize und Gedächtnisimpulse gefiltert. Die „Aufnahme“ der Eingangssignale unterliegt durch einen natürlichen Filter in dieser Phase festgelegten Grenzen. Der Mensch ist nur in der Lage, ein begrenztes Spektrum von Reizen und Impulsen aus der Umwelt aufzunehmen: Die menschlichen Sinne sind auf das Wahrnehmen von Reizen aus einem bestimmten Frequenzbereich ausgelegt. Beispielsweise senden und empfangen Fledermäuse hochfrequente Töne, um ihre Beute damit aufzuspüren. Dem Menschen ist es nur unter Einsatz von technischen Hilfsmitteln möglich, diese Töne wahrzunehmen. Die technischen Hilfsmittel modellieren dabei die „Eingangssignale“ soweit, bis sich diese innerhalb der vom Menschen wahrnehmbaren Spektren befinden. Darüber hinaus werden Wahrnehmungen erst dann zugelassen, wenn sie bestimmte Bedingungen erfüllen und somit individuell interessant werden oder auffallende Eigenschaften besitzen.

Besonders interessant sind Wahrnehmungen für uns:

- wenn sie uns positiv stimmen,

- wenn sie aktuell sind, d.h. mit Inhalt, Ort oder Zeit unseren aktuellen Gedanken übereinstimmen,
- wenn sie Bedürfnisse ansprechen,
- wenn sie neu sind.

Beispielsweise würde uns sofort auffallen, wenn auf einer Party zwei Frauen das identische Designerkleid tragen. Ebenso ist der Sportwagen auffällig, der neben uns an der Ampel hält – besonders, wenn Sie dasselbe Modell fahren.

Das wir bestimmte Dinge nicht wahrnehmen ist keine Schwäche des menschlichen Gehirns, sondern eine zum Überleben notwendige Bedingung. Es werden nur die Informationen bearbeitet und verdienen es, dass man sich mit Ihnen auseinandersetzt, welche die oben genannten Eigenschaften besitzen. Sie können sich wahrscheinlich nicht an die Anzahl der Ampeln erinnern, vor denen Sie heute morgen warten mussten, weil es keine Bedeutung für Sie hatte.

Handelt es sich bei den Wahrnehmungen um Routinen⁴, wird die Informationsverarbeitung eingestellt. Die Wahrnehmung ist eine Qualitätsaussage über das Wahrgenommene. Nur wenn das Wahrgenommene eine bestimmte Qualität besitzt, wird eine weitere kognitive Verarbeitung in Gang gesetzt.

1. Regel der Informationsvermittlung

Die Informationen müssen so gestaltet sein, dass sie wahrgenommen werden!

Die zu vermittelnden Informationen müssen demnach auffallend, aktuell, individuell oder bedürfnisorientiert sein. Versetzen Sie sich in die Lage Ihrer Kunden und stellen Sie sich die Frage: „Wie kann ich die Information - das ist der Unterrichtsinhalt bzw. das Produkt- so gestalten, dass diese für meine Schüler bzw. für meine Kunden

⁴ Das menschliche Gehirn arbeitet nach dem ökonomischen Grundsatz, möglichst viel Energie zu sparen. Eine Routine ist eine „energiesparende“ Handlung, die ohne bewusste Entscheidungsprozesse ausgeführt wird. Wiederholen wir Handlungen stets, so werden Sie zur Routine. Zum Beispiel das Erlernen des Autofahrens hohe Aufmerksamkeit, Konzentration und somit einen hohen neuronalen Energieumsatz im Gehirn. Nach entsprechender Fahrpraxis wird das Autofahren zur Routine- wir fahren tatsächlich ohne „nachzudenken“.

interessant ist. Das heißt, der Vermittler der Information sollte seinen Unterricht bzw. sein Verkaufsgespräch so planen, dass er einen aktuellen Bezug herstellt und die Bedürfnisse der Schüler/ Kunden anspricht.

Zweite Zeit: Betrachten

Sind Sie in der Lage, die Kleidung der Person genau zu beschreiben, die gerade Ihr Büro verlassen hat? Oder beschreiben Sie einen Gegenstand so detailliert wie möglich, den Sie jetzt nicht bei sich haben! Versuchen Sie, die nächste Person die Ihnen begegnet detailliert zu beschreiben, wenn Sie wieder alleine sind! Wahrscheinlich achten Sie nun auf Details, geben sich Mühe, diese Details zu merken. Das kostet Zeit und neuronale Ressourcen d.h., Ihr Gehirn muss sich auf die Person konzentrieren. Das gleiche gilt für die Beschreibung von Gegenständen oder Situationen. Um genau beschreiben zu können brauchen Sie Zeit zum Betrachten.

Während des Betrachtens wird das wahrgenommene Objekt fixiert. Das Betrachten ist eine detaillierte Art und Weise des Wahrnehmens. Das Betrachten ist eine verzögerte Wahrnehmung zum Erfassen einer Situation, eines Gegenstandes oder einer Person. In dieser Phase findet die so genannte Intuition statt. Die Intuition als Form der Erkenntnis beschreibt – im Gegensatz zur diskursiven Erkenntnis – das plötzliche Erfassen einer Situation oder eines Sachverhalts. Das Betrachten ist die verzögerte Wahrnehmung von Details, gleichzeitig aber auch die Fixierung der Gedanken auf ein bestimmtes Objekt innerhalb des Wahrgenommenen. Durch das Betrachten tritt das bestimmte Objekt in Vordergrund, während andere mögliche zu betrachtende Objekte in den Hintergrund treten. Das zu betrachtende Objekt wird bevorzugt ausgewählt. Das Betrachten führt somit zu einer Verdichtung der Wahrnehmung auf das ausgewählte Objekt. Der neuronale Vorgang Betrachten wird nur dann ausgeführt, wenn es notwendig ist. Neben der Anforderung von Ressourcen (Zeit und

Energie⁵) werden durch das Betrachten auch weiterführende neuronale Prozesse angeregt. Offensichtlich stellt das Gehirn für das betrachtete Objekt weitere Ressourcen zur Verfügung.

2. Regel der Informationsvermittlung

Informationen müssen so gestaltet sein, dass sie betrachtet werden!

Betrachten heißt dem Schüler oder dem Kunden genau so viel Zeit zu lassen, dass die Informationen „genau“ wahrgenommen werden. Lassen Sie Zeit zum Betrachten des Bedürfnisses nach Sicherheit, lassen Sie Zeit zur Betrachtung der eigenen Verbindung zu den Informationen und lassen Sie Zeit zur Betrachtung des interessanten Objekts.

Das bedeutet für die Praxis: weg von der Instruktion- hin zur offenen Problemdarbietung, die individuelle Lern- und Lösungswege offen lassen. Nicht gleich nach Begründungen fragen oder Musterlösungen vorgeben. Damit zerstören Sie viel Motivation und den Eindruck der Beteiligung. Wählen Sie das Anschauungsmaterial entsprechend aus. Anschauungsmaterial sind nicht nur bunte Bilder, sondern auch Zahlen, Geschichten, Anekdoten, kurze Texte, Modelle oder Beispiele die in die Welt des Betrachters passen.

Dritte Zeit: Beobachten

Wie ist das, wenn Sie einen Sachverhalt, eine Wahrnehmung, ein Phänomen klären wollen? Sie brauchen Zeit, Sie schauen genauer hin und versuchen Zusammenhänge zu entdecken. Sie Beobachten.

Beobachtung ist die konkrete Auseinandersetzung mit der Information/ mit dem Objekt. Konkret ist sie insofern, da die bestimmte Situation, die momentane Stimmung oder Einstellung die Ergebnisse der Beobachtung bestimmen. **Das Beobachten ist die gedankliche Analyse des Objekts oder der Situation.** Das Objekt wird in seine Teile zerlegt und

⁵ Das Gewicht des menschlichen Gehirns macht durchschnittlich nur 3% des gesamten Körpergewichts aus, verbraucht aber im Durchschnittlich 20 % der im menschlichen Organismus umgesetzten Energie. Vgl.: Linke, Das Gehirn, Beck: 2000, S. 87

deren funktionale Zusammenhänge werden erkannt. Durch Beobachten nimmt die Intensität der Informationsverarbeitung zu.

Die Notwendigkeit des Beobachtens ist nur dann gegeben, wenn die Information neu ist oder in einen neuen Kontext eingeordnet werden muss. Die Beobachtung ist ein vorausgehendes und notwendiges Verfahren zum späteren abstrakten Begreifen eines Problems, einer Aufgabe oder eines Objekts.

3. Regel der Informationsvermittlung:

Informationen müssen so gestaltet sein, dass sie beobachtet werden.

Nicht der Lehrer oder der Verkäufer steht im Mittelpunkt der Informationsvermittlung, sondern das „Problem“ und der Mensch, den das Problem betrifft. Geben Sie die Probleme vor und lassen Sie diese Probleme von dem Kunden lösen. Den Rahmen zur Problemlösung geben bestimmen Sie, durch das Produkt bzw. die Information, die Sie vermitteln. Eine intensive Auseinandersetzung führt zur Erkenntnis von eigenen Fehlern und zu AHA-Erlebnissen. In dieser Phase ist es wichtig, individuelle Lösungswege zu akzeptieren und anzubieten. Das Festhalten an einer Musterlösung verdirbt die Freude am eigenen Denken. Der Versicherungsvertreter bietet seinen Kunden oftmals eine kostenlose Analyse d.h., er überprüft alle bestehenden Versicherungen und erarbeitet ein eigenes Angebot – dieses Angebot ist selbstverständlich in interessanten Bereichen günstiger oder leistungsumfangreicher als das der Mitbewerber. Hier wird dem Kunden das Beobachten als Service abgenommen – aus guten und auch berechtigten Gründen: schließlich sollen die eigenen Informationen (Leistungen) verkauft werden.

Vierte Zeit: Begreifen und Anwenden

Kleines Rätsel gefällig: Sie sitzen auf einem Motorrad und halten konstante Geschwindigkeit. Auf der linken Seite befindet sich ein Abhang. Auf Ihrer rechten Seite fährt mit gleichbleibender

Geschwindigkeit ein Lastwagen der Feuerwehr mit eingeschaltetem Blaulicht und Martinshorn. Vor Ihnen reitet jemand auf einem Schwein, welches eindeutig größer ist als Ihr Motorrad. Hinter Ihnen verfolgt Sie ein Hubschrauber auf Bodenhöhe – ebenfalls mit gleichbleibender Geschwindigkeit.

Welche Situation wird hier beschrieben?

Wie kommen Sie aus dieser Situation wieder heraus?

Um die Situation zu begreifen, bzw. die Fragen zu beantworten müssen Sie die bisher genannten drei Zeiten der Informationsverarbeitung zulassen. Darüber hinaus ist es bei einem „schwierigen“ Problem ratsam, die ausgetretenen Pfade üblicher Standardlösungen zu verlassen und Fantasie zu erlauben.

Die Antworten auf die beiden Fragen zur oben beschriebenen Situation sind:

Sie fahren mit einem Kinderkarussell.

Sie warten auf den nächsten Halt und steigen ab.

Sind Sie zu einer anderen Lösung gekommen, dann akzeptieren Sie diese als ebenfalls richtig. Da beschriebene Situation aus dem üblichen Erfahrungsraum eines erwachsenen Menschen nicht übereinstimmt, ist nicht die Musterlösung ist von Bedeutung, sondern die Individuelle.

Die Phasen Begreifen und Anwenden werden hier als abschließende Maßnahme innerhalb des Denkprozesses zusammengefasst. **Das Begreifen und Anwenden ist die Abstraktion des Beobachteten.**

Aus Beobachtungen von Einzelfällen werden allgemeine Schlüsse gezogen – diese Art der Schlussfolgerung heißt Induktion. Auf Grund einer allgemeinen Beobachtung kann aber auch auf einzelne Fälle geschlossen werden – diese Art der Schlussfolgerung heißt Deduktion. Je nach Art des Schlussfolgerns werden Maßnahmen zur weiteren konkreten Anwendung des Objekts bestimmt. **Das Begreifen als Vorstellen von Anwendungsmöglichkeiten und das Entdecken von neuen Möglichkeiten sind glückbringende Belohnungen des**

Gehirns für die Anstrengung der vorausgehenden Schritte des neuronalen Algorithmus. Durch Organisation der Gehirnaktivitäten mithilfe dieser Grundtätigkeiten wird der geistige Wachheitsgrad, die Vigilanz, gefördert.⁶ Die Vigilanz gibt an, wie klar und deutlich wir etwas darstellen, beschreiben und beweisen können.

4. Regel der Informationsvermittlung:

Informationen müssen so gestaltet sein, dass sie begriffen werden.

Nach der Analyse einer Situation heißt es grundsätzlich, die Ergebnisse festzuhalten und zu verallgemeinern. Das Analysieren einer Situation oder eines Objekts führt dann zur Aufstellung einer allgemeingültigen Regel oder einer allgemeinen Aussage darüber. Die Abstraktion einer Situation spart somit Ressourcen, wenn diese oder eine vergleichbare Situation wiederholt auftritt. Lassen Sie beispielsweise Ihre Schüler die Formeln zur Berechnung eines Dreiecks selbst herausfinden. Sie sparen sich damit endlose Wiederholungen und stupides Einpauken...

Der Versicherungsvertreter stellt dem Kunden kurz nach der Unterschrift auf dem Vertrag die Fragen: Sind Sie zufrieden? Fühlen Sie sich gut beraten?

Selbstverständlich wird der Kunde diese beiden Fragen positiv beantworten - aus Überzeugung oder aus Höflichkeit. Wird der Versicherungsvertreter schließlich dem Kunden noch glaubhaft mitteilen, dass er stets zu Diensten ist – auch bei Fragen zum Vertrag, Problemen oder im Schadensfall – wird der Kunde begreifen: „Das ist ein Mensch, der kümmert sich um mich!“

Zusammenfassung:

Wahrnehmen, Betrachten, Beobachten, Begreifen und Anwenden sind kognitive Vorgänge. Diese „Grundtätigkeiten“ zeigen den Weg der Informationsverarbeitung zur Organisation der Gedanken. Diese neuronalen Tätigkeiten werden initiiert, sobald Reize oder Impulse als Eingangssignale wahrgenommen werden.

⁶ Schmid, Spielregeln des Erfolgs, 2001, S. 143: „Durch Wahrnehmen, Betrachten und Beobachten erhöht sich der Wachheitsgrad (Vigilanz) des Bewusstseins.“

Literatur:

Linke, Dethlef. 2000. *Das Gehirn*. München: Beck

Schmid, Wolfgang F. 2001. *Spielregeln des Erfolgs. Dreiplusneun – wie das Gehirn auf Touren kommt*. Flensburg: sh:z edition

Sappert, Wolfgang. 2007. *System Denken*

Frankfurt a M., Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien: Peter Lang-Internationaler Verlag der Wissenschaften