

Groß im Small Talk

Kundengespräch Du kennst Dich am Counter bestens aus, aber sobald es mal nicht ums Fachliche geht, bringst Du kein Wort mehr über die Lippen? Kein Grund zur Panik! Mit unseren Tipps wirst Du zum großen Small Talker. » *Martina Dannheimer*

Der Drucker klemmt, das Reservierungssystem braucht mal wieder etwas länger – und Deinem Kunden ist die Ungeduld ins Gesicht geschrieben. Die Situation jetzt schnellstmöglich retten, kann nur eines: der Small Talk.

Nicht nur am Counter spielt das „kleine Gespräch“ eine große Rolle, sondern **im gesamten Berufsalltag**. Egal, ob Du eine Messe besuchst oder Dein Neukunde stumm vor Dir sitzt: „Small Talk ist alternativlos“, sagt Carolin Lüdemann. Die Karriere-Beraterin aus Flein bei Heilbronn ist sich sicher: „Fachliche Leistungen werden mehr und mehr vergleichbar, von daher sind Small Talk und **soziale Kompetenz** der beste Garant für zufriedene Kunden.“

Doch gerade der lockere Plausch fällt vielen schwer. Auch Dir bereiten das richtige

Thema oder der Gesprächseinstieg häufig Kopfzerbrechen? Mit den TravelTalk-Tipps wirst Du Dich beim nächsten Small Talk garantiert nicht mehr klein fühlen!

Gemeinsamkeiten nutzen

„Gute Themen sind die, die gut laufen“, weiß Businesscoach Carolin Lüdemann. Vor allem eignen sich Gemeinsamkeiten und gleiche Interessen. Hier bietet sich natürlich das Thema Urlaub an. Etwa: „In

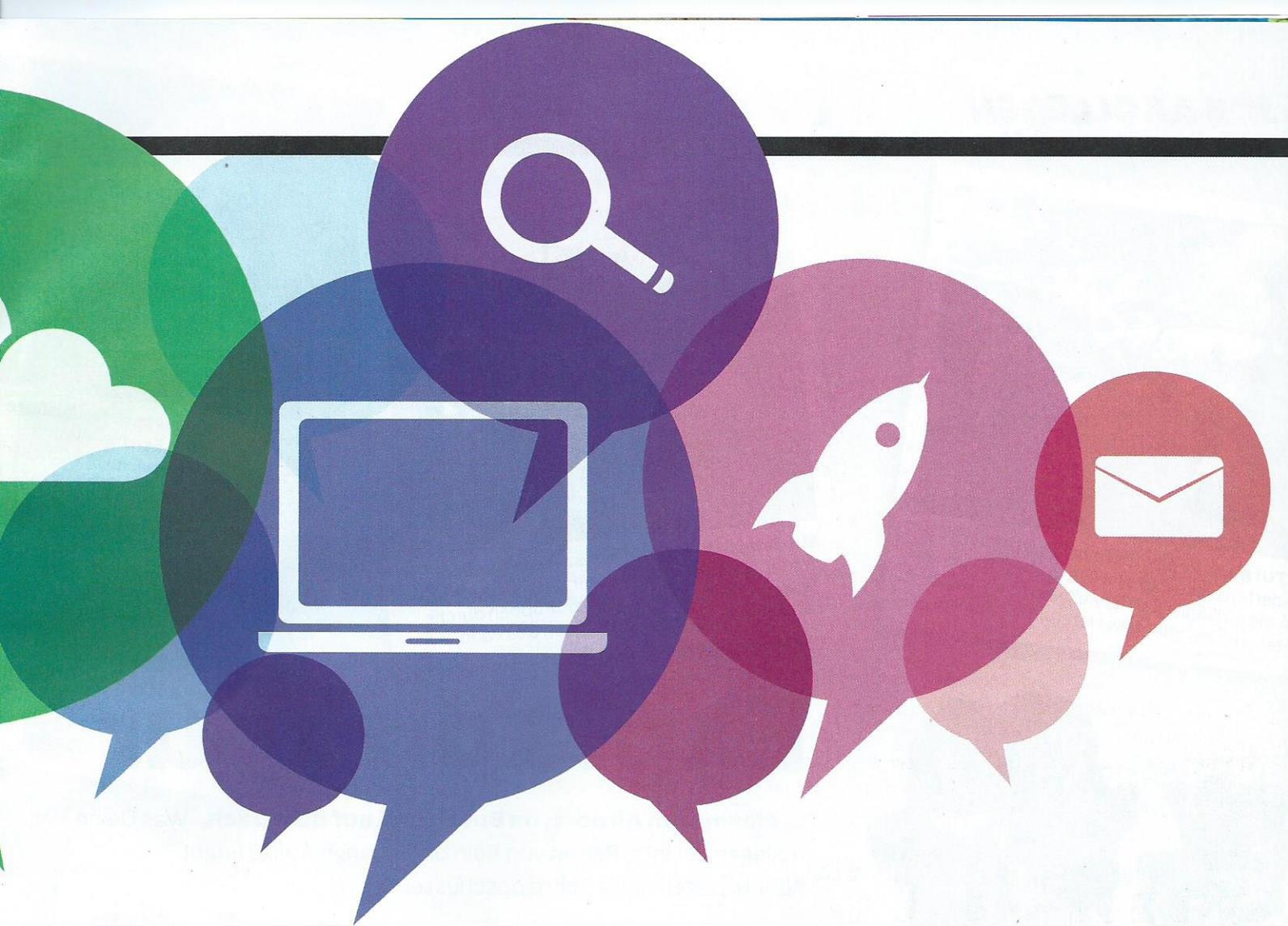
meiner Freizeit gehe ich ebenfalls gern in die Berge. Mit Teneriffa haben Sie sich ein tolles Ziel ausgesucht, auf der Insel gibt es viele Wanderwege.“

Gleichgewicht im Gespräch

Die Gesprächsinitiative zu ergreifen, ist der erste richtige Schritt. Aber übertreibe es nicht! Fühlt sich Dein Kunde ausgefragt, wird ihm das schnell unangenehm werden. „Das Gespräch sollte sich im Gleichgewicht

Ob Kunden oder Kollegen:
Lockerer Plaudern will ebenso gelernt sein wie fachliches Know-how.





befinden, sprich: Beide Seiten steuern etwas bei“, empfiehlt Carolin Lüdemann. „Ich war letzten Herbst auf den Kanaren, vor allem hat mich die Freundlichkeit der Leute begeistert. Waren Sie schon dort?“ wäre eine Möglichkeit. Das Prinzip lautet also: erst selbst etwas erzählen, danach dem Kunden eine Frage stellen.

Tabu bleibt tabu

Was polarisiert, ist tabu: Insbesondere sind das politische oder religiöse Angelegenheiten. Genauso solltest Du nicht über Krankheiten oder die neuesten Negativschlagzeilen aus den Medien sprechen – solche Themen erzeugen schlechte Stimmung und sind somit ein äußert schlechter Small-Talk-Begleiter.

Ehrlich wirkt am besten

Sollte Dein Stimmungsbarometer mal im Keller sein: Erzwungene Fröhlichkeit kommt nicht gut an. Versuche authentisch und glaubwürdig zu bleiben – kurz an ein schönes Erlebnis oder den bevorstehenden Wochenendtrip zu denken, hilft. Und: Ein herzliches Lächeln erzeugt ruck, zuck eine lockere Atmosphäre.

Die große Floskel-Freiheit

Carolin Lüdemann rät, lieber keine Floskeln zu benutzen. Der Kunde könne schwer einschätzen, ob „Wie geht’s?“ eine reine Höflichkeitsfrage ist oder man sich wirklich für ihn interessiert. Besser: Die üblichen Floskelfragen abändern und echtes Interesse zum Ausdruck bringen, zum Beispiel mit „Schön, dass Sie wieder bei uns sind. Wie geht es Ihnen denn? Ist die Familie wohlauf?“

Proben für die Praxis

Übung macht den Meister – aber nur, wenn man richtig übt. „Rollenspiele helfen wenig, sie fördern eher den Floskelcharakter“, sagt Businesscoach Lüdemann. Gespräche beim Bäcker nur zu Übungszwecken anzubahnen, sei deshalb ungeeignet – idealerweise „übt“ man in realen Situationen.

Messlatte nicht zu hoch hängen

„Meist sind wir mit unseren eigenen Beiträgen viel kritischer, als mit denen, die aus dem Mund des Gesprächspartners kommen“, sagt Carolin Lüdemann und ergänzt: „Dein Gegenüber tut sich wahrscheinlich ebenso schwer mit dem Small Talk und ist froh, wenn Du das Gespräch anstößt.“

» Tipps

Guter Small Talk für drei Situationen

Absturz des Buchungssystems Auch wenn Dein Kunde genervt ist: freundlich bleiben, Verständnis zeigen, die Unannehmlichkeit entschuldigen. Lenke das Gespräch auf ein positives Thema: die gemeinsame Leidenschaft für das Tauchen – oder gib dem Kunden Tipps für den bevorstehenden Malta-Urlaub.

Schweigsamer Kunde Dein neuer Kunde möchte eine Portugal-Reise buchen, vielmehr bringt er aber nicht über seine Lippen. Lockere die Situation auf, indem Du von Deinem Trip an die Algarve oder den köstlichen „Pastéis de Nata“ erzählst.

Im Taxi mit dem Chef Auf der zehnmündigen Fahrt zur Veranstaltung ist zwangloses Geplänkel angesagt: Lass Deinen Boss die Initiative ergreifen, halte Blickkontakt, höre aufmerksam zu und hake nach. Wichtig: „Schleimen“ ist genauso fehl am Platz wie vor Ehrfurcht zu erstarren.