

NEIN SAGEN

PROFESSIONELL GRENZEN SETZEN

Wer ja sagt, bekommt Lob und Anerkennung. Wer ja sagt, ist beliebt. Wer ja sagt, lebt erst einmal konfliktfrei. Wer ja sagt, ist höflich, nett und hilfsbereit. Bei einem NEIN befürchten wir dagegen, abgelehnt zu werden, den anderen zu kränken oder abzuweisen, Diskussionen loszutreten und kritisiert zu werden. Es spricht also alles für ein JA in der Kommunikation. Oder doch nicht?

Ja-Sager werden gerne ausgenutzt und leiden zunehmend unter ihrem Helfer-Syndrom. Ja-Sager wollen es allen recht machen und ersticken unter dem Ballast an Zusagen und Aufgaben. Da hilft irgendwann auch das beste Zeit-Management nicht mehr. Ja-Sager genießen oft den Ruf konfliktscheu, wenig durchsetzungsfähig, meinungsschwach und unterwürfig zu sein. Fürs Ego gleicht das einer Bankrotterklärung. Also spricht einiges dafür, ein NEIN in der Kommunikation zu riskieren.

POSITIVE KONSEQUENZEN DES NEINS

- Steigerung des Selbstwertgefühls/Selbstbewusstseins
- Bildung von klaren Grenzen
- Schutz vor Überlastung
- Höhere Überzeugungskraft und Durchsetzungsstärke
- Klare Positionierung und Haltung

NEIN HEISST JA

Ein NEIN ist ebenso ein JA – ein Ja zu den positiven Konsequenzen. Insofern beginnt der Weg zum Nein immer erst einmal im eigenen Kopf. Weg von möglichen negativen Reaktionen hin zu realistischen, positiven Auswirkungen. Ist dieser Weg geebnet, braucht es hilfreiche und zielführende Formulierungen, um negative Reaktionen zu vermeiden. Am Ende entscheidet die Art und Weise des Neins darüber, wie es bei anderen ankommt.

Schauen wir uns an, wie Sie ein NEIN besser „verkaufen“ können:

Potenziale von Mitarbeitern und Teams erkennen, fördern und nutzen.

- ❖ TRAININGS FÜR ANSPRUCHSVOLLE KOMMUNIKATION UND
- ❖ COACHING FÜR TEAMS UND SOLCHE, DIE EINS WERDEN WOLLEN

findest Du hier: [co.zwei coaching & training](https://www.co.zwei.coaching&training)

EIN KLARES NEIN

Ein NEIN braucht keine sprachlichen Weichmacher. Sie verwässern Ihre Botschaft und lassen immer eine Hintertür für ein Ja offen. Streichen Sie eigentlich, vielleicht, würde, hätte und könnte.

Aus *„Eigentlich passt es mir heute nicht.“* wird *„Heute passt es bei mir nicht.“*

Aus *„Ich würde das eigentlich erledigen, aber...“* wird *„Ich kann das heute nicht erledigen.“*

EMOTIONALE PUFFER

Bevor Sie ein NEIN formulieren, können Sie einen emotionalen Puffer integrieren. Dieser lässt die Botschaft weniger hart klingen. Zeigen Sie im angemessenen Rahmen Ihr Bedauern und Verständnis.

„Das tut mir leid Thomas, dieses Mal kann ich nicht einspringen.“

„Monika, ich verstehe, dass dir das sehr wichtig ist.“

Der Name der anderen Person ist hierbei noch ein positiver, kommunikativer Verstärker.

BEGRÜNDUNG

Wieso, weshalb, warum? Ein NEIN erntet meistens eines dieser Fragewörter. Begründen Sie Ihr Nein, steigen die Chancen auf Verständnis und Nachvollziehbarkeit immens.

„Das tut mir leid Thomas, dieses Mal kann ich nicht einspringen. Ich habe heute Nachmittag selbst noch drei Kundentermine.“

„Monika, ich verstehe, dass dir das sehr wichtig ist. Allerdings habe ich noch zwei Deadlines in dieser Woche, die Vorrang haben. Das bekomme ich nicht dazwischengeschoben.“

ZETLICHER PUFFER

Manchmal hilft es, ein NEIN vorzubereiten. Bitten Sie deshalb um Bedenkzeit. Das hat zwei Vorteile:

1. Sie signalisieren, dass Sie sich ernsthaft mit dem Thema beschäftigen.
2. Sie gewinnen Zeit, um Ihr NEIN besser vorbereiten und formulieren zu können.

„Das kann ich ad hoc nicht sagen. Da muss ich noch was klären. Ich melde mich nachher bei dir.“

ALTERNATIVEN

Ein NEIN muss nicht immer kategorisch sein. Manchmal helfen alternative Lösungen und Termine.

„Das Produkt führen wir so nicht mehr. Was ich Ihnen alternativ anbieten kann lieber Kunde ist Folgendes...“

„Heute und morgen bin ich noch mit dem neuen Vertriebskonzept beschäftigt. Da geht nichts mehr. Wenn es bis Donnerstag reicht, können wir uns dann gerne zusammensetzen.“

Alternativen sind immer ein Signal, dass interessiert sind und helfen wollen.

EIN HALBES NEIN

Ein halbes NEIN ist ein Nein mit Entgegenkommen. Es signalisiert eine grundsätzliche Hilfsbereitschaft, die Sie aber punktuell/situativ nicht anbieten können oder wollen.

„Beim Audit kann ich nicht dabei sein und dich unterstützen. Gerne kann ich dir aber bei der Vorbereitung helfen.“

„Das Schreiben des Angebotes kann ich nicht übernehmen. Gerne gebe ich dir aber eine Übersicht, wie du es am besten gestalten kannst.“

ALTERNATIVEN MIT HALBEM NEIN

Sie mischen Ihr NEIN mit einem alternativen Entgegenkommen. Hierbei helfen Fragen weiter, um Ihrem Gegenüber trotz Ablehnung Interesse und Wertschätzung zu zeigen.

„Heute bin ich noch den ganzen Tag mit der Vorbereitung des Sales-Meetings beschäftigt. Da kann ich dir nicht unter die Arme greifen. Kann ich dir anderweitig helfen?“

„Das Produkt ist momentan nicht lieferbar. Welche Alternativen kämen denn in Frage?“

VERWEIS AUF AUTORITÄTEN

Der Verweis auf eine Autorität ist gleichzeitig auch ein Verweis auf Ihre Prioritäten. Es gibt manchmal wichtigere Dinge.

„Gerne würde ich dir helfen. Allerdings liegt mir meine Chefin schon in den Ohren, wann die Präsentation fertig ist. Das hat heute also absoluten Vorrang.“

„Ich muss das Angebot für Herrn Wolf noch fertigstellen. Wenn er es heute nicht bekommt, gibt's richtig Ärger. Deshalb steht Herr Wolf heute ganz oben auf meiner To-Do-Liste. Tut mir leid.“

VERANTWORTUNG BETONEN

Manchmal versuchen Menschen schwierige, unangenehme oder lästige Aufgaben zu delegieren. Schieben Sie dem ein NEIN mit einem Appell an die eigene Verantwortung vor.

„Ich verstehe, dass du dich bei dem Thema noch unwohl fühlst. Umso wichtiger ist es deshalb, dass du dich dieses Mal alleine damit beschäftigst?“

„Mir macht die Aufgabe genauso wenig Spaß wie dir. Da müssen wir alle mal durch. Also behalte sie bei dir und schieb sie nicht mir in die Schuhe.“

VERWEIS AUF NEGATIVE FOLGEN

Manchmal ist NEIN wichtig, weil die Folgen eines Ja negativ sind. Insofern geht es auch darum, sich vor negativen Konsequenzen zu schützen.

„Klar könnte ich das übernehmen. Allerdings bin ich überhaupt nicht im Thema drin. Und bevor ich eine semiprofessionelle Lösung liefere, lasse ich lieber die Finger davon?“

„Wenn ich das machen würde, müsste ich die Betriebsratssitzung schwänzen. Dann hätte ich meinen Kredit verspielt. Das kann ich mir nicht erlauben.“

Welche dieser Strategien des Nein Sagens Sie nutzen, hängt von drei Faktoren ab:

1. Von Ihnen. Welche dieser Strategien passt zu Ihnen, mit welchen Strategien fühlen Sie sich wohl.
2. Vom Gegenüber. Worauf reagiert die/der andere positiv, was akzeptiert die/der andere.
3. Vom Kontext. Um welches Thema geht es, wie sind die Rahmenbedingungen, Voraussetzungen und Perspektiven.