

## Glückliche Kunden sind gute Kunden

**Rational gesehen sind Sie der optimale Auftragnehmer? Nach Faktenlage kann der Kunde gar nicht anders, als sich für Sie zu entscheiden? Wenn Sie sich da mal nicht irren. Denn der Kunde entscheidet weniger mit dem Kopf, als vielmehr mit dem Bauch. Und für den sind nicht rationale Argumente ausschlaggebend, sondern das Gefühl, erstklassig beraten worden zu sein.**

Autor: Hans-Jürgen Borchardt



Die überwiegende Mehrheit der Menschen ist gefühlsgesteuert. Doch obwohl das so ist, glauben wir, man müsste sich im Berufs- und Geschäftsleben (ausschließlich) rational verhalten. Angebote, Verhandlungen, Abschlüsse, Entscheidungen - all das hat auf konkreten, nachvollziehbaren Daten zu beruhen.

Die Grundannahme dessen ist: Wer sich rational verhält, verhält sich logisch. So werden Inhalte, Leistungen und Informationen zu einem überzeugenden Ganzen verknüpft. Und dennoch gelingt es uns oft nicht, den Gesprächspartner, Kunden, Interessenten zu überzeugen, weil dessen Bauchgefühl sagt: „Das ist nicht der richtige Partner für Dich“.

Dieses Bauchgefühl kann zwei Ursachen haben. Entweder stimmt die „Chemie“ nicht. Oder aber der Eindruck und das Verhalten des Gegenübers lösen Ablehnung aus. Gegen

schlechte Chemie können Sie nichts machen. Gegen den schlechten Eindruck schon.

Die Gründe für einen schlechten Eindruck können ebenso vielfältig wie unterschiedlich sein. Das beginnt bei der Kleidung, dem Auftreten, dem Verhalten, den Reaktionen und geht über die Argumentation bis zur Verabschiedung.

### Wer ist der Kunde und was will er?

Was können Sie tun, um negative Bauchgefühle bei Interessenten und Kunden zu vermeiden?

Das Wichtigste bei Beratungs- und Angebotsgesprächen ist, dass Sie sich rechtzeitig vor dem Gespräch überlegen, wer der Interessent ist und was dieser von Ihnen erwartet. Das betrifft

- Ihr Outfit,
- Ihre Begrüßung,
- Ihre Gesprächseinleitung,
- Ihre Argumentation,
- Ihre Bereitschaft zuzuhören,
- Ihre Bereitschaft, Einwände und Gegenargumente zu akzeptieren,
- Ihre Bereitschaft, neue Wünsche, Erkenntnisse und Ideen konstruktiv aufzunehmen und nicht zuletzt
- die Verabschiedung.

Viele Unternehmer gehen bei Kundenterminen nach „Schema F“ vor. Es gibt ein sorgsam ausgearbeitetes, dennoch vergleichsweise starres Verkaufsgesprächsmuster, das immer mit den gleichen Begriffen, der gleichen Argumentation, den gleichen Beispielen arbeitet.

An so einem Muster ist im Grunde gar nichts auszusetzen, in 80 % der Fälle erfüllt es seine Aufgabe tadellos. Aber in einigen Fällen passt das Muster nicht, es geht schief - weil der Kunde bestimmte Termini nicht versteht, die Argumente nicht nachvollziehen kann oder die Beispiele nicht seiner Lebensrealität entsprechen. Das Ende vom Lied: Der Interessent bekommt einen völlig falschen Eindruck von Ihnen. Und schlimmer noch, er sieht seine Erwartungen nicht bestätigt. Und damit sind Sie raus aus dem Spiel.

In der Werbung gilt: Die Ansprache und die Aussagen müssen der Zielgruppe - besser noch den Zielpersonen - angepasst werden. Das, was für die Werbung gilt, gilt noch mehr für das Beratungs- und Verkaufsgespräch. Der Interessent will als Individuum mit individuellen Wünschen wahrgenommen werden. Einem einstudierten Standardgespräch kann er nichts abgewinnen.

### Was Sie konkret tun können

- Passen Sie Ihren eigenen Auftritt dem zu erwartendem Umfeld an (Kleidung)!
- Seien Sie freundlich, hören Sie zu! Üben Sie sich in Zurückhaltung, fallen Sie dem Kunden nicht ins Wort, lassen Sie ihn ausreden.
- Stellen Sie sich auf die Sprache des Interessenten ein!
- Stellen Sie Fragen!
- Betonen Sie die Vorteile des Projektes (in Verbindung mit der eigenen Leistung)!
- Binden Sie den Kunden konstruktiv in Ihre Überlegungen mit ein, auch wenn seine Ideen vielleicht etwas abwegig oder unrealistisch sind!
- Protzen Sie nicht mit Wissen. Gezielte Informationen zu geben ist erfolversprechender, als den Kunden vollzuschwafeln!
- Vermitteln Sie Ihre Kompetenz, indem Sie über abgeschlossene Projekte berichten, die Sie erfolgreich zu Ende gebracht haben!
- Bleiben Sie bei der Wahrheit!
- Vermeiden Sie es, schlecht über die Konkurrenz zu reden!
- Machen Sie keine voreiligen Zusagen!

### Fazit

Mit ein paar simplen Kniffen können Sie das Bauchgefühl Ihres Gegenübers zu Ihren Gunsten beeinflussen. Bieten Sie dem Kunden nicht nur rationale Gründe, warum der mit Ihnen zusammenarbeiten sollte, sondern bedienen Sie auch dessen Emotionsbedürfnis. Der Bauch ist hochsensibel und hat feinste Antennen. Nutzen Sie das zu Ihrem Vorteil!

[Quelle: [www.akademie.de](http://www.akademie.de)]

## Termine im Mai

02.05.10

Brunch des WBC e.V.  
Oberhausen

06.05.10

Yoga - Relax Abend  
Oberhausen

17.05.10

Autogenes Training  
Oberhausen

Noch mehr Termine unter

[www.women-businessclub.de](http://www.women-businessclub.de)

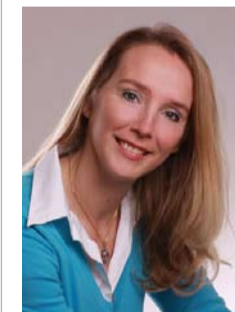
## ORIENTIERUNG...

## Aktuelles aus dem WBC

### Neue Unternehmerinnen im Club

**Ulrike Poblitzki**

Coaching & Psychotherapie



Selbsthilfegruppe Burnout: jeden ersten Montag im Monat  
Selbsthilfegruppe Mobbing: jeden zweiten Montag im Monat

[Marktplatzeintrag » » »](#)

**Anke Kahrmann**

Marketing - und Büroservice



staatl. geprüfte Betriebswirtin

Lösungen für Sie und Ihr Büro

[Marktplatzeintrag » » »](#)

... gibt's bei uns.

# Google Maps - was ist erlaubt?

**Landläufige Ansicht ist, dass das Kartenmaterial von Google Maps in jeder Form frei genutzt werden darf. Und zwar egal, ob im privaten Blog oder auf der gewerblichen Homepage. Wie immer kommt es auf das Kleingedruckte an. Die IT-Recht-Kanzlei klärt auf.**

Ein Blick in die [deutschen AGB von Google Maps](#) schafft Klarheit: So wird zunächst nach der Nutzung

- für private Zwecke einerseits und
- der gewerblichen Verbreitung andererseits unterschieden.

## Private oder gewerbliche Nutzung?

Einzelnutzer dürfen die Karten, die lokalen Suchergebnisse und die fotografischen Abbildungen nur zu nichtgewerblichen, persönlichen Zwecken nutzen.

Eine private Nutzung (in den AGB wird in diesem Zusammenhang von der Nutzung zu „persönlichen, nichtgewerblichen Zwecken“ gesprochen) liegt beispielsweise dann vor, wenn jemand die Adresse eines Freundes von Google Maps auf einer Karte anzeigen lassen möchte. Einzelne Benutzer von Google Maps dürfen dabei die angezeigten Karten, die lokalen Suchergebnisse und die fotografischen Abbildungen nur zu privaten Zwecken nutzen. In diesem Zusammenhang ergibt sich aus den AGB leider nicht eindeutig, ob die Verwendung der von Google Maps angebotenen Funktion „HTML-Code zum Einbetten in eine Webseite“ auf privaten Internetseiten eine solche, von Google Maps erlaubte private Nutzung ist. Zwar können die AGB so verstanden werden und nur so ergibt auch das Anbieten dieser Funktion durch Google Maps einen Sinn. Allerdings sind die AGB diesbezüglich unklar und undefiniert.

Die gewerbliche Verbreitung (also Nutzung) der Inhalte von Google Maps ist grundsätzlich nicht gestattet, es sei denn, der entsprechende Nutzer verwendet für den „Zugriff auf und die Anzeige von Kartendaten die Google Maps API entsprechend der allgemeinen Geschäftsbedingungen für das API“.

Gemäß der Google Maps AGB ist die gewerbliche Nutzung von Google Maps somit nur über die Google Maps API und nicht über die viel einfachere HTML-Code-Integration gestattet. (Über dem oberen rechten Rand einer Karte von Google Maps befindet sich stets der Link „URL zu dieser Seite“, mit dessen Hilfe sich Google Karten auf deutlich einfachere Weise in die eigene Homepage integrieren lassen.)

Das API (Application Programming Interface) ist eine Programmierschnittstelle, mit deren Hilfe sich dynamische Karten von Google Maps relativ leicht in die eigene Internetseite integrieren lassen. Zur Einbindung von Google Maps in die eigene Homepage wird ein elektronischer Schlüssel benötigt, der zu den Anfragen an die Server von Google Maps berechtigt. Diesen Schlüssel vergibt Google Maps kostenlos.

## Google Maps: Was Sie nicht dürfen

Das Kartenmaterial von Google Maps, das aufgrund der dynamischen Verbindung zu Google stets aktuell ist, ist mit Urheberrechtshinweisen, Markenzeichen oder anderen eigentumsrechtlichen Hinweisen versehen. Diese Hinweise und Zusatzinformationen dürfen gemäß der AGB nicht gelöscht oder anderweitig verändert werden. Der Nutzer muss das Material somit genau so verwenden, wie es ihm von Google Maps geliefert wird.

Die von Google Maps verwendeten fotografischen Abbildungen unterliegen einer einfachen, nicht übertragbaren Lizenz. Diese dürfen nach den AGB im Gegensatz zum Kartenmaterial überhaupt nicht zu gewerblichen Zwecken oder in einer geschäftlichen Umgebung verwendet werden. Sie dürfen - auch zu privaten Zwecken - nicht verändert oder kopiert und dann veröffentlicht werden.

## So heißt es in den AGB:

„Es ist untersagt, die Abbildungen vollständig oder teilweise zurückzuentwickeln, zu dekompileieren, zu disassemblieren, zu übersetzen, zu ändern oder abgeleitete Arbeiten aus ihnen zu erstellen. Darüber hinaus dürfen die Abbildungen oder Teile davon weder vermietet, weitergegeben, veröffentlicht, verkauft, abgetreten, verleast, sublizenziert, vermarktet, übertragen oder in einer sonstigen Weise genutzt werden, die nicht ausdrücklich durch diese Vereinbarung gestattet wird.“

## Fazit

Die Karten von Google Maps können von jedem - auch zu gewerblichen Zwecken - kostenlos verwendet werden, wenn sich der jeweilige Nutzer an die AGB von Google Maps hält. Insbesondere dürfen keine einfachen Screenshots von Google Maps verwendet werden, sondern nur die von Google Maps generierten dynamischen Karten, die stets aktuell von den Google Maps Servern bezogen werden. Die gewerbliche Nutzung ist gemäß der AGB nur über die Google Maps API gestattet.

[[www.akademie.de](http://www.akademie.de)]

## Und sonst?

### Arbeitslosenversicherung

Am 25. März behandelte der Bundestag in erster Lesung zwei Vorschläge zur Verlängerung der freiwilligen Arbeitslosenversicherung. Hierzu hatten die Fraktionen der Linken und Bündnis 90/Die Grünen entsprechenden Anträge vorgelegt. - Der Gesetzentwurf der Linken sowie der Antrag der Grünen wurden ohne mündliche Aussprache an die Ausschüsse überwiesen, die zu Protokoll gegebenen „Reden“ allerdings offenbaren schon deutlich, welche unterschiedliche Haltungen zur sozialen Sicherung Selbstständiger die verschiedenen Bundestags-Fraktionen haben. [mediafon, 26.3.10]

[Mehr Informationen ...](#)

### Krankenversicherung

Die Bundestagsfraktion der Linken hat erneut den Antrag eingebracht, die Mindestbeitragssätze für freiwillig gesetzlich krankenversicherte Selbstständige zu senken, und will mit einem weiteren Antrag erreichen, dass die Arbeitsagenturen hilfebedürftigen privat krankenversicherten Selbstständigen die vollen Versicherungsbeiträge erstatten. Derzeit müssen diese bis zu 183,09 Euro aus dem Hartz-IV-Regelsatz für die private Krankenversicherung abzwängen. [mediafon, 10.3.10]

[Details zum Antrag in Sachen Privat-versicherte ...](#)

[Details zum Mindestbeitrags-Antrag](#)

### Steuernummer

Jeder Mensch hat einen Anspruch darauf

Wer sich selbstständig macht, dem muss das Finanzamt auf Antrag eine Steuernummer erteilen - und zwar schon vor Aufnahme der selbstständigen Tätigkeit. Nach einem Urteil des Bundesfinanzhofes (BFH) vom September 2009, das jetzt veröffentlicht wurde, besteht der Rechtsanspruch auf eine Steuernummer auch dann, wenn das Finanzamt der Meinung ist, es handele sich nur um eine Scheinselbstständigkeit.

[mediafon, 7.3.10]

[Mehr Informationen ...](#)

### Social Media-Leitfaden

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. veröffentlicht einen Leitfaden mit zehn Tipps für den geschäftlichen Umgang im Social Web. Die Handlungsempfehlungen der Fachgruppe Social Media im BVDW sprechen Unternehmen sowie beschäftigte Mitarbeiter an und dienen als Grundlage für individuelle Unternehmensrichtlinien.

Inhaltlich aufgegriffen werden Themen wie der Umgang in Social Media mit internen Informationen, öffentlicher Kritik am eigenen Unternehmen und über Kunden, Auftraggeber und Partner sowie das Verhalten in Social Media in kritischen Unternehmenssituationen. Erhältlich ist der BVDW Leitfaden „Social Media Richtlinien – 10 Tipps für Unternehmen und ihre Mitarbeiter“ kostenlos auf der Website unter [www.bvdw.org](http://www.bvdw.org).

Der Inhalt des BVDW Leitfadens „Social Media Richtlinien – 10 Tipps für Unternehmen und ihre Mitarbeiter“ in der Übersicht:

1. Definieren Sie Ziele
2. Geheimnisse sind geheim und Interneta bleiben intern
3. Mitarbeiter müssen authentisch sein
4. Wer veröffentlicht, übernimmt Verantwortung
5. Interne Kritik ist erlaubt, bleibt aber intern
6. Gehen Sie mit Fehlern offen um
7. Schonen Sie Ihre Geschäftsbeziehungen
8. Beachten Sie das geltende Recht
9. Schränken Sie private Nutzung von Social Media während der Arbeitszeit ein
10. Social Media erfordert kontinuierliches Engagement

- Networking
- Vorträge / Workshops
- Branchenbuch
- Kooperationsbörse
- Empfehlungsmarketing

### Produkte und Dienstleistungen Sozialer Unternehmen

[GuterMarktplatz.de](http://GuterMarktplatz.de) ist eine Plattform für Soziale Unternehmen aller Branchen, die hier ihre Dienstleistungen und Produkte anbieten. Suchende finden hier schnell und direkt ohne Umwege die für sie interessantesten Anbieter und Verkaufsläden. So einfach kann das Suchen sein.

### Alle profitieren

Bei der Erteilung eines Auftrags an ein Soziales Unternehmen profitieren alle. Kunden erhalten das, was Sie suchen: In hoher Qualität und zu konkurrenzfähigen Preisen. Benachteiligte Menschen erhalten die Möglichkeit einer Beschäftigung und Weiterqualifizierung. Und sie werden in den Arbeitsmarkt integriert.

## Aus den Unternehmen

### Neue Mitarbeiter eingestellt

Vergrößert hat sich das Team um die Versicherungsexpertin Anne Ludwig, die zudem für ihr umfassendes Know how in Finanzfragen, aber auch ihre faire Versicherungsberatungen bekannt ist.

Zwei neue Mitarbeiter ergänzen nun das Profil der Agentur und sorgen für noch mehr Kundennähe und Service. Damit kann die Agentur sich noch mehr auf die Versicherung für mittelständische Unternehmen konzentrieren und gleichzeitig die Angebote für Privatpersonen noch kundenfreundlicher gestalten.

[Marktplatzeintrag » » »](#)

### Soziales Engagement

Monika Jungbauer, Manuela Kaiser, Gabriele Mächling-Sassmannshausen und viele andere mehr unterstützen Claudios Delphintherapie. Ihr könnt ebenfalls mit dabei sein am 15. Mai im Gdanska.

[www.claudiostraum.wordpress.com](http://www.claudiostraum.wordpress.com)

### Gelassener und gesunder im Alltag

Christine Liebling kommt wieder zu einem Vortrag in die Kinderkiste. Sie erläutert die Zusammenhänge zwischen den unterschiedlichen Belastungssituationen und den Signalen des Körpers.

Wie man Stress in den Griff bekommt, darum geht es am 20. Mai um 19.00 Uhr auf der Elpenbachstraße 68 in der Kinderkiste.

Um Anmeldung wird gebeten unter Telefon 0208 4 67 82 64

[Marktplatzeintrag » » »](#)

## Rückblick Infobörse

Voll war es, und es wurde jede Menge an Informationsmaterial ausgetauscht. Neue und wieder neue Kontakte fanden sich. Das Programm war informativ. Die Beiträge vom Women Businessclub e.V. waren unterhaltsam, modisch und musikalisch. Am Ende der Veranstaltung heißt es: 850 Besucher waren da, und wir sind im nächsten Jahr wieder mit dabei.

P.S. Test auch für unser neues Display (siehe Foto). Aufbauzeit: 2 Min.

Die NRZ über die Veranstaltung...  
» [Riesiger Bedarf an Information \[NRZ, 16.04.10\]](#)

## Sich austauschen...

...über den Alltag als Unternehmerin, gemeinsam Projekte planen, Koope-

## ORIENTIERUNGSBERATUNG

Sie planen nach Kindererziehung, Pflegezeit oder aus der Arbeitslosigkeit heraus den ersten Schritt in die Selbständigkeit?

### Wir unterstützen Sie dabei.

Ziel der Orientierungsberatung für Existenzgründerinnen ist eine Erstinformation zur Existenzgründung und einen Hinweis auf die Beratungseinrichtungen vor Ort zu geben.

### Ort und Zeitraum

Die Beratungen finden nach telefonischer Anmeldung montags in den Räumen des CVJM in Oberhausen auf der Marktstraße 150 in der Zeit von 9.00 bis 11.00 Uhr statt.

**Telefon 0208 46 78 264**

Die Beratung ist kostenfrei.



Die Orientierungsberatung für Frauen ist eine Veranstaltung des Women Businessclub e.V. Die Orientierungsberatung ist kein Ersatz für die dann folgende notwendige Erst- und Aufbauberatung (Existenzgründerseminar)! Sie ist nur der erste Schritt in die Selbständigkeit!



Christine Liebling und Sabine Peters am WBC e.V. Stand (Foto: Manuela Kaiser)

## WBC-Mitglied des Monats Mai



Ursula Graf-Tobias  
Praxis für Gestalttherapie

Praxis in der Mädchenzukunftswerkstatt die "Sonne"

Flottenstraße 8  
47139 Duisburg-Beeck  
Tel.: 0208 / 62 57 932

Gestalttherapeutin (graduiert)  
2jährige Ausbildung zur "Kreativen Supervisorin / DFS"

Einzelberatung/kreative Supervision/Coaching/Mandala-Aktionen

Offene Sprechzeit: montags von  
13.00 Uhr bis 15.00 Uhr

» » [Marktplatzeintrag](#)

rationspartnerinnen finden, gemeinsam bessere Angebote für Kunden formulieren, besser am Markt sein...

Genau das passiert bei uns im Unternehmerinneclub, und wir freuen uns über interessierte Unternehmerinnen, die uns kennenlernen möchten.

Nächste Gelegenheit dazu ist am **2. Mai 2010**. Wir treffen uns um 10.00 Uhr vor dem ALEX auf der Centro-Promenade in Oberhausen. Und anmelden geht auch ganz einfach [per Mail](#)

## Werben mit dem WBC

Der Women Businessclub e.V. bietet mehr als nur monatliche Treffen. Das Club inspiriert zu Kreativität und Mut in verschiedenen Lebensbereichen: Beruf und Selbständigkeit, Familie, Freizeit und Style.

Der Women Businessclub e.V. inspiriert und ermutigt moderne und kreative Frauen jeden Alters, sich selbst zu verwirklichen und ihren Wunsch nach Individualität und Selbständigkeit zu leben.

women-businessclub.de bietet mit seinem Internetauftritt Unternehmerinnen bundesweit eine Informations- und Serviceplattform. Darüberhinaus bietet women-businessclub.de ein umfangreiches Angebot an Werbeformen.

Sie können in unserem Newsletter inserieren. Oder sie schalten Ihre Werbung auf unserer gut besuchten Website mit durchschnittlich 700 Besuchern pro Tag.

Ansprechpartnerin  
Manuela Kaiser  
[wbc@women-businessclub.de](mailto:wbc@women-businessclub.de)  
Telefon 0208 6206400



Die nächsten „impulse“ erscheinen am **31. Mai 2010**.

Wünsche und Anregungen gerne an [wbc@women-businessclub.de](mailto:wbc@women-businessclub.de)

Redaktionsschluss für Ihre Werbung oder redaktionellen Beiträge ist der **24. Mai 2010**.

IMPRESSUM	
Ausgabe:	Mai 2010
Herausgeber:	Women Businessclub e.V. Manuela Kaiser <a href="mailto:wbc@women-businessclub.de">wbc@women-businessclub.de</a>
Postanschrift:	Bleysfeld 3 46047 Oberhausen
Telefon:	0208 62 06 400
Fax:	0208 62 06 833
Internet:	<a href="http://www.women-businessclub.de">www.women-businessclub.de</a>