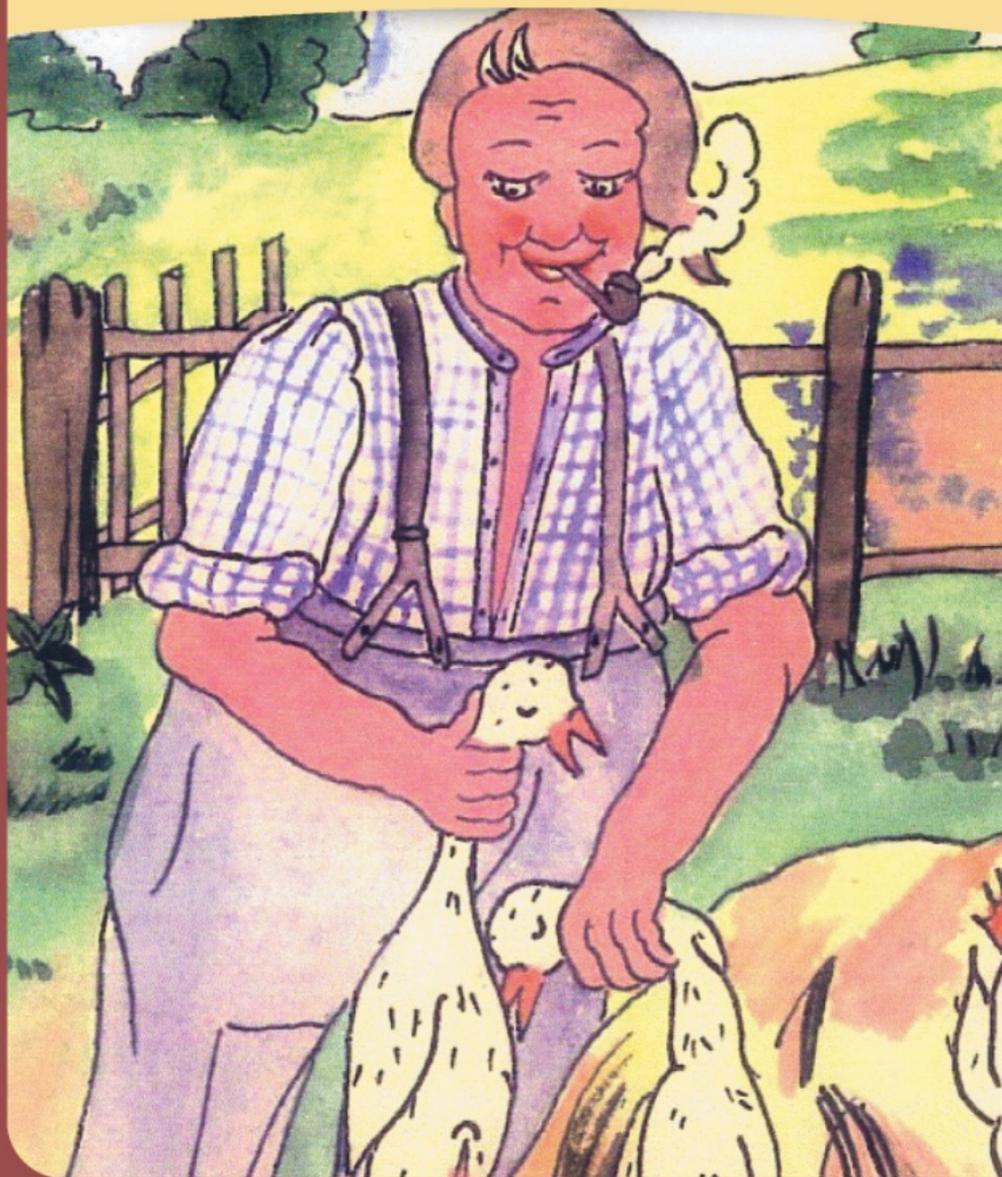




Horst Hanisch



Das Märchen der professionellen Argumentation in der Rhetorik₂₁₀₀



1

Von Abwertungen, Behauptungen, Killerphrasen

**Das Märchen
der professionellen
Argumentation in der
Rhetorik ²¹⁰⁰**

**Von Abwertungen,
Behauptungen, Killerphrasen**

Horst Hanisch

© Erste Auflage: 2024 by Horst Hanisch

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über dnb.dnb.de abrufbar.

Die Verwertung der Texte und Bilder, auch auszugsweise, ist ohne Zustimmung des Autors urheberrechtswidrig und strafbar. Dies gilt auch für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung und für die Verarbeitung mit elektronischen Systemen.

Die Ratschläge in diesem Buch sind sorgfältig erwogen, dennoch kann eine Garantie nicht übernommen werden. Eine Haftung des Autors und seiner Beauftragten für Personen-, Sach- und Vermögensschäden ist ausgeschlossen.

Aus Gründen der einfacheren Lesbarkeit wird auf das geschlechtsneutrale Differenzieren, zum Beispiel Mitarbeiter/Mitarbeiterin weitestgehend verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für alle Geschlechter.

Idee und Entwurf: Horst Hanisch, Bonn

Lektorat: Annelie Möskes, Bornheim

Buchsatz: Guido Lokietek, Aachen; Horst Hanisch, Bonn

Umschlag: Christian Spatz, engine-productions, Köln; Horst Hanisch, Bonn

Fotos/Zeichnungen: Horst Hanisch, Bonn

Herstellung und Verlag: BOD – Books on Demand GmbH, Nordstedt

ISBN: 978-3-7583-7220-9

**Das Märchen
der professionellen
Argumentation in der
Rhetorik ²¹⁰⁰**

**Von Abwertungen,
Behauptungen, Killerphrasen**

Auszug aus
Das Märchen der professionellen
Argumentation in der Rhetorik 2100
von Horst Hanisch

Inhaltsverzeichnis

INHALTSVERZEICHNIS5

HINLEITUNG ZUM

RATGEBER9

„ERZÄHL MIR KEINE
MÄRCHEN!“9

*Das Gute besiegt das
Böse.....9*

PROLOG13

OFFENE UND EHRliche
KOMMUNIKATION13
*Gut zuhören – ohne
sofort zu kritisieren13*

**SZENARIO – ES WAR
EINMAL15**

**AUS DEM TÄGLICHEN
LEBEN16**

ES WAR EINMAL16
*Vorschläge sind
erwünscht – oder doch
nicht?16*

**REALITÄT – LEERE PHRASEN
.....20**

**KREATIVE IDEEN
ZERSTÖREN.....21**

BEWÄHRTES GEWÄHRT
SICHERHEIT..... 21

*Nichtssagende und
kontraproduktive
Aussagen 21*

IGNORIEREN – ÜBERHÖREN . 24
*Das Märchen des
vermeintlichen Nicht-
Wahrgenommenen.... 24*

VERALBERN – BEWUSST
MISSVERSTEHEN – SICH LUSTIG
MACHEN 26
*Das Märchen des
vermeintlichen Spaßes
..... 26*

FLOSKELN VERWENDEN 30
*Das Märchen der
vermeintlichen
Höflichkeit..... 30*

ICH LEERE PHRASEN BENUTZEN
..... 35
*Das Märchen der
vermeintlichen
Zustimmung..... 35*

KILLERPHRASEN EINSETZEN –
„DAS IST NUN MAL SO“ 39

Das Märchen der vermeintlichen Hilfestellung..... 39

PRIORITÄTEN SETZEN –

ANDERES IST WICHTIGER – AUF SPÄTER VERSCHIEBEN 42

Das Märchen der vermeintlichen Wichtigkeit..... 42

ABWERTUNGEN – „SIE SIND ZU JUNG“ – „IST JA GAR NICHT SO WICHTIG“ 45

Das Märchen der vermeintlichen Unterstützung..... 45

STATISTIK BEMÜHEN –

ZAHLENGLÄUBIGKEIT – VERALLGEMEINERUNGEN 48

Das Märchen der vermeintlichen Unbestechlichkeit 48

BEHAUPTUNGEN AUFSTELLEN – LÜGEN VERBREITEN 53

Das Märchen der vermeintlichen Wahrheit 53

BEWUSST FEHLERHAFT

ARGUMENTIEREN 56

Das Märchen der vermeintlichen Seriosität 56

FORDERUNGEN ABWEISEN, DIE NIEMAND GEFORDERT HATTE 60

Das Märchen der vermeintlichen Gerechtigkeit..... 60

VERNEBELUNG DER EIGNEN SCHWACHEN ARGUMENTE .. 61

OPTIMIERUNG – RHETORISCH STARKE ARGUMENTATION 63

„DIE WAHRHEIT IST IMMER DAS STÄRKSTE ARGUMENT“ 64

NICHT JEDER WILL DIE WAHRHEIT HÖREN..... 64

„Das ist doch kein Argument!“ 64

ARGUMENTATIONS-TYPEN .. 69

Der Stärkste gewinnt. 69 Stärkster

Argumentations-Typ: Full-Power-Argument 71

Starker Argumentations-Typ: High-Power-

Argument 72

Inhaltsverzeichnis

<i>Schwacher</i>	<i>... dann leben sie noch</i>
<i>Argumentations-Typ:</i>	<i>heute..... 87</i>
<i>Low-Power-Argument 74</i>	KNIGGE ALS SYNONYM UND ALS
<i>Schwächster</i>	NAMENSGEBER 90
<i>Argumentations-Typ:</i>	<i>Umgang mit Menschen</i>
<i>No-Power-Argument –</i> 90
<i>Scheinargument80</i>	<i>Das Böse lauert im</i>
AUFSTELLUNG VON	<i>Märchen 90</i>
ARGUMENTEN85	<i>Adolph Freiherr Knigge</i>
<i>Das Beste am Ende.....85</i> 90
EPILOG.....87	<i>Listige Realität..... 91</i>
... UND WENN SIE NICHT	STICHWORTVERZEICHNIS 93
GESTORBEN SIND87	

Prolog

Offene und ehrliche Kommunikation

*„Wir meinen, das Märchen und das Spiel gehöre zur Kindheit: wir Kurzsichtigen!
Als ob wir in irgendeinem Lebensalter ohne Märchen und Spiel leben möchten!“*

**Friedrich Wilhelm Nietzsche, dt. Philosoph
(1844 - 1900)**

Gut zuhören – ohne sofort zu kritisieren

Die Unternehmensphilosophie vieler Unternehmen schreibt den sauberen, argumentativen Umgang in der Gesprächsführung vor.

Jeder darf und soll seine Meinung, seine Ideen und seine Vorstellungen äußern dürfen – ohne die Befürchtung kritisiert, ausgelacht oder ins Lächerliche gezogen zu werden.

Soweit die Theorie. Die Praxis zeigt häufig ganz andere Vorgehensweisen.

In Meetings werden die Äußerungen anderer ignoriert oder sofort zur Seite gewischt.

Abwertend geäußerte Meinungen treten auf. Es werden Behauptungen aufgestellt, die nicht belegt werden (können). Killerphrasen werden gezielt eingeworfen, um die Ideen anderer sofort ‚kaputtzumachen‘.

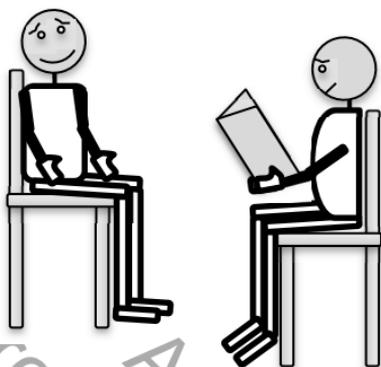
In vielen Betrieben wird destruktiv kommuniziert und mit Scheinargumentationen gearbeitet.

Wertvolle Zeit verstreicht unproduktiv. Das Unternehmen blockiert sich durch die Toleranz solch eines Vorgehens selbst und behindert die zügige Erreichung der gesteckten Ziele.

Haben Sie liebe Leserin, lieber Leser, mit Kollegen und Kolleginnen oder Vorgesetzten zu tun, die in ähnlicher Art vorgehen?

Lassen Sie sich nichts vormachen! Befreien Sie sich von dieser Art der unprofessionell geführten Kommunikation.

Sitzen Sie nicht dem märchenhaft klingenden Geschwafel anderer auf.



Entlarven Sie leere Phrasen und manipulierende Behauptungen. Sorgen Sie für rhetorisch wertvollen Austausch von aussagekräftigen Argumentationen.

Verschieben Sie Märchen auf den ‚Erzähle-ein-Märchen-Tag‘, der alljährlich am 26. Februar begangen wird. In den USA ist dieser Tag sogar ein Nationalfeiertag mit Namen ‚Tell a Fairy Tale Day‘.

Helfen Sie mit, Zeit in Meetings sinnvoll zu nutzen und vereinbarte Projekte voranzutreiben! Gestalten Sie Ihr Arbeitsumfeld rhetorisch professionell und profitieren Sie von einer zielführenden Kommunikation.

Kreative Ideen zerstören

Bewährtes gewährt Sicherheit

„Märchen: Das uns unmögliche Begebenheiten unter möglichen oder unmöglichen Bedingungen als möglich darstellt.“

**Johann Wolfgang von Goethe, dt. Dichter
(1749 - 1832)**

Nichtssagende und kontraproduktive Aussagen

Neu eingestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter benötigen einige Wochen, um sich in die Gegebenheiten am neuen Arbeitsplatz einzuleben.

Sie lernen, mit den vorgegebenen Regeln umzugehen. Sie erfahren allmählich, welche ‚ungeschriebenen Gesetze‘ es gibt:

- „Wer das letzte Kaffeepulver verbraucht, bringt neues mit.“

Der Weg zu einer möglichst reibungslosen Zusammenarbeit wird dadurch im Idealfall geebnet.

Gleichzeitig tauchen sie in die Dynamik der bisherigen Beschäftigten ein. Sie erkennen nach und nach, ‚wer mit wem ‚gut kann‘, wo menschliche Spannungen aufgebaut wurden und welche Stärken und Schwächen Kollegen, Vorgesetzte und Mitarbeitende zeigen.

Diese Erkenntnisse sind wichtig, um nicht ungewollt in ein Fettnäpfchen zu treten oder immer wieder anzuecken. Der/die Neue findet nach einer Weile die eigene Positionierung im beruflichen Umfeld, in der sie sich einrichtet.

Sobald diese Position einigermaßen gefestigt ist, gilt es, diese nach außen zu verteidigen, zu festigen und zu sichern. Durch dieses Vorgehen kann relativ stressfrei gearbeitet werden. Es muss nicht befürchtet werden, dass eine andere Person die eigene Stellung strittig macht.

Beständiges, Bekanntes und Bewährtes helfen, den eigenen Stellenwert auszubauen und immer weiter zu festigen.

Gefahr für das bequeme Dasein?

Kommt nun ein anderer aus dem Unternehmen mit neuen, ungewöhnlichen, eventuell sogar kreativen Ideen, können diese das ‚eingefahrene‘ und bequeme Dasein stören.

Das Bisherige ist bekannt – die betreffende Person weiß damit umzugehen. Auf Neues muss sich zwangsläufig erst eingestellt werden, da das Bisherige möglicherweise angepasst werden müsste.

Manchmal scheint es in der Natur des Menschen zu liegen, im ersten Augenblick davon auszugehen, dass Neuerungen einen Nachteil bringen könnten.

Was liegt deshalb näher, als skeptisch, ablehnend oder zumindest abwartend auf neue Ideen zu reagieren?

Nicht umsonst kommt es deshalb zu Situationen, wie weiter oben beschrieben. Erst mal „Nein“ sagen, dann

- „... schau wir mal ...“.
- „Es muss ja nichts übereilt werden.“



Ablehnungsstrategien

Ablehnungen können in verschiedener Form demonstriert werden. Ein hartes „Nein“ kann eventuell zu heftig wirken. Wie praktisch, dass es unterschwelligere Methoden gibt, seine Ablehnung zu zeigen.

Im Folgenden werden einige häufiger verwendete Techniken gezeigt. Zu diesen gehören:

1. Ignorieren – Überhören
2. Veralbern – Bewusst missverstehen – Sich lustig machen
3. Floskeln verwenden
4. Leere Phrasen benutzen
5. Killerphrasen einsetzen – „Das ist nun mal so“
6. Prioritäten setzen – Anderes ist wichtiger – Auf später verschieben
7. Abwertungen – „Sie sind zu jung“ – „Ist ja gar nicht so relevant“
8. Statistik bemühen – Zahlengläubigkeit – Verallgemeinerungen
9. Behauptungen aufstellen – Lügen verbreiten
10. Bewusst fehlerhaft argumentieren
11. Forderungen abweisen, die niemand gefordert hat
12. Vernebelung der eigenen schwachen Argumente

Es folgen einige Beispiele, die zeigen, wie die aufgelisteten Techniken umgesetzt werden (können).

Ignorieren – Überhören

„Du stützt dich auf die Märchen der Ärzte:
Sieh lieber hin, wie es wirklich aussieht und was die Erfahrung lehrt.“

Michel Eyquem de Montaigne, frz. Philosoph
(1533 - 1592)

Das Märchen des vermeintlichen Nicht- Wahrgenommenen

- „Gestern bin ich nach Berlin ...“

Wie würde der Satz durch ein angehängtes Wort zu Ende gebracht?
Nun, vermutlich – oder zumindest mit hoher Wahrscheinlichkeit –
mit „... gefahren“.

Aufgrund des jahrelangen Trainings des menschlichen Gedächtnisses,
kann dieses Lücken in der Wahrnehmung schließen. In diesem
Fall war das Gehörte unvollständig, was durch die ‚automatisch‘ er-
folgte Ergänzung vervollständigt wurde.

Tatsächlich könnte es aber sein, dass ein Angesprochener eine
Frage oder eine Aussage nicht wahrgenommen hat.

Überhören und zu einem anderen Thema antworten

Herr Kaltenbach äußerte einem Gesprächspartner (zum Beispiel ei-
nem Vorgesetzten) gegenüber:

- „... dass wir ein Fünftel aller Büros in Zukunft nicht mehr
benötigen.“
- „Wir könnten uns räumlich verkleinern.“

Der Vorgesetzte antwortet:

- „Unser Arbeitsaufwand wird immer größer. Seit die Regie-
rung das Gesetz zur Nachhaltigkeit beschlossen hat, ist die
Bürokratie immens gestiegen.“
- „Wie sieht es bei Ihren Arbeiten aus?“

Der Vorgesetzte ist überhaupt nicht auf Herrn Kaltenbachs Aussage
eingegangen. Weder, dass die angenommenen 20 % der Büros
nicht mehr genutzt werden müssten, noch, dass eine räumliche
Verkleinerung überlegenswert wäre.

Stattdessen beendet der Vorgesetzte seine kurze Ausführung mit einer Frage an Herrn Kaltenbach.

Dieser müsste/könnte auf die gestellte Frage eingehen. Gleichzeitig würde die Anregung der Verkleinerung aus dem kommunikativen Austausch beiseitegeschoben. Es würde überhaupt nicht mehr darauf eingegangen werden.

„Lassen Sie mich zuerst ...“

Wie häufig geschieht es, dass ein Journalist einem Politiker eine interessante Frage stellt. Der Zuhörer, der auf eine (auf-)klärende Antwort hofft, wird enttäuscht.

Denn: Der Interviewte hat gar kein Interesse, auf die gestellte Frage zu antworten. Er weicht aus.

- „Lassen Sie mich zuerst betonen, dass wir bisher ...“, beginnt der Politiker seine vermeintliche Antwort.

Nun erläutert er Vergangenes (bewusst) umständlich, langatmig und entfernt sich immer mehr der gestellten Frage. Lässt der Interviewer ihn gewähren, wird seine ursprüngliche Frage nicht beantwortet.

Totales Ignorieren

Eine weitere ‚geniale‘ Variante ist, auf die eingangs gestellte Frage überhaupt nicht zu reagieren.

Herr Kaltenbachs Vorgesetzter tut so, als wäre überhaupt nichts gesagt worden.

Gegebenenfalls steht er sogar auf, geht zu einer anderen Stelle im Raum, holt dort etwas. Unter Umständen steigt er dann in einen ganz anderen Themenschwerpunkt wieder in den Dialog ein.

Der unterbreitete Vorschlag ist verschwunden.

Veralbern – Bewusst missverstehen – Sich lustig machen

*„Unsere Jugend ist voll von Träumen und Märchen.
Das ist ihr Glück und Unglück. Das ist ihr Gewinn und Verlust.“*

**Hermann Otto Rudolf Presber, dt. Journalist
(1868 - 1935)**

Das Märchen des vermeintlichen Spaßes

Der zitierte Journalist Hermann Presber ist der Meinung, dass die Jugend voller Träume und Märchen ist.

Je jünger ein Mensch ist, desto weniger Wissen und Erfahrung kann er gesammelt haben. Sein Gehirn – dort das Gedächtnis – schafft es problemlos, kreativ zu denken und vor dem inneren Auge eine fabelhafte Welt, gefüllt mit Zauberern, Feen und Einhörnern entstehen zu lassen.

Es entfalten sich Supermänner, Monster und Eisköniginnen. Die märchenhaften Figuren haben ausgefallene Kräfte und Stärken, um den Heranwachsenden beeindrucken zu können.

Je älter der Mensch wird, desto deutlicher wird ihm klar, dass die Realität anders aussieht als die kreative Märchenwelt.

Der unterhaltsame, lebhaft und moralische Lerneffekt der Märchen bringt Erkenntnisse für das (junge) Leben. Wo bleiben diese wertvollen Erlebnisse im späteren, realen Leben?

Wer als Erwachsener träumend durch die Realität wandelt, dem drohen Unglück, Ausnutzung und Verletzung.

Natürlich soll das Leben nicht traurig und angstmachend verlaufen. Lachen, Spaß und Freude bringen positive Abwechslung in den Alltag.

Wer viel lachen kann, strahlt Freude und ein erfolgreiches Dasein aus. Er verbreitet eine angenehme Atmosphäre und trägt zur Anhebung guter Stimmung bei.

Das ist gut so.

Lächeln entwaffnet

- o „Lächeln entwaffnet“, behauptet der Volksmund.

Wer lächelt oder freundlich auftritt, meint es gut mit anderen – so wird unterstellt.

Es ist demnach nichts gegen eine gute Stimmung einzuwenden. Kritisch wird es dann, wenn aus dem freundlichen Zulächeln ein hämisches (mittelhochdeutsch ‚hana‘ für ‚Hülle‘, ‚Gesinnung verhüllend/verbergend‘, später ‚Schadenfreude offen zeigen‘) wird.

Nicht gut, wenn hinter dem Rücken einer Person über den Nicht-Anwesenden gelacht wird. Schlecht, wenn er ausgelacht wird.

Genauso schlecht ist es, wenn er sogar in seiner Anwesenheit lächerlich gemacht wird.

Jemand macht sich lustig über den anderen. Offensichtlich ist hier die Aversion (lat. ‚aversio‘ für ‚Abwendung/Abneigung‘) so weit gestiegen, dass alle Achtung vor der betroffenen Person verloren gegangen ist.

Im Gegenteil: Es wird sich gar keine Mühe mehr gemacht, die Verachtung zu verbergen.

Nun wird es in Meetings nicht zwangsläufig so extrem ablaufen. Das Wort Mobbing stände sofort im Raum. Also wird etwas unterschwelliger vorgegangen.

Der Belächelte hat eine Äußerung getätigt. Hier werden einige mögliche Reaktionen gezeigt.



Nur nonverbale Reaktion

- Lächeln, ohne ein Wort auszusprechen. Lächeln, wie zu einem Kind, das gerade berichtet, ein weißes Einhorn gesehen zu haben.

Das Lächeln trägt ein bedauerndes ‚Wissen‘ aus. „Ja, ja, ich weiß schon ...“

- Lächeln mit gleichzeitig ablehnendem Kopfschütteln mit der Bedeutung:

„Na, das, was du gesagt hast, ist Unfug/stimmt nicht.“

„Das weiß doch jeder. Was willst du uns vormachen?“

- (Auf-)lachen, das in einem kurzen „Ha“ hörbar wird. Der Rest des Satzes wird nur geahnt oder vom inneren Ohr gehört.

„Ha, was soll das bedeuten?“

„Das kann doch nur als Spaß gemeint sein.“

Nonverbale und verbale Reaktion

- Lachen mit verbaler Ergänzung. Die Gedanken werden ausgesprochen.

„Dass gerade Sie das sagen!“ „Das wundert mich überhaupt nicht.“

„Das finde ich ja lustig!“ „Weiß doch jeder, dass Ihre Idee nicht klappen kann.“

- Laut lachen mit ‚Verlberung‘ (mittelhochdeutsch ‚alawari‘ ursprünglich ‚freundlich‘, später ‚alwære‘ für ‚einfältig‘).

„Ja, dann könnten wir auch gleich nach Gold schürfen.“

Der Wandel des Wortes albern über die Jahrhunderte hinweg von freundlich zu einfältig ist aussagekräftig. Der Gesprächspartner wird als einfältig angesehen.

Einfältig steht im Gegensatz zu vielfältig. Der Vielfältige ist flexibel und hat viele Ideen, wie vorgegangen werden könnte. Der Einfältige denkt ‚flacher‘ und sieht viele Optionen, die das Leben bietet, nicht.

Bewusstes Missverstehen

Bleibt schließlich noch die Variante des bewussten Missverstehens. Es wird nicht etwa Wahrgenommenes ergänzt (siehe oben), sondern sehr wohl verstanden.

Es wird aber so getan, als wäre anderes verstanden worden.

- „Sie werden zukünftig mehr im Homeoffice arbeiten?“
- „Dann muss ich mir unbedingt ein neues, hochwertiges Head-Set besorgen, um gut verstehen zu können.“

Herr Kaltenbach äußert:

- „Wir brauchen weniger Bürofläche.“

Der Vorgesetzte antwortet:

- „Wir brauchen weniger Bürofläche?“
„Dann können wir immer zwei oder gar drei Personen in einem Büro unterbringen.“

Wer einen Vorschlag unterbreitet, über den sich lustig gemacht wird, braucht starke Nerven, um nicht sofort mit hochrotem Kopf aufzugeben.

Gut, wenn er stichhaltige Argumente parat hat, mit denen er seinen Vorschlag untermauern kann.

Wer spürt, dass er selbst belächelt oder gar veralbert wird, braucht noch mehr Selbstbewusstsein, um seine eigene Meinung zu vertreten. In solchen Situationen fachlich ‚sauber‘ zu bleiben, zeugt von Stärke.

Sich auf sinnlose Rechtfertigungen einzulassen wird in der Regel nicht zum Ziel führen.



Gut zuhören – und zielführend argumentieren

In vielen Situationen wird destruktiv kommuniziert und mit Scheinargumentationen gearbeitet. Wertvolle Zeit verstreicht unproduktiv.

Lassen Sie sich nichts vormachen! Befreien Sie sich von dieser Art der unprofessionell geführten Kommunikation.

Sitzen Sie nicht dem märchenhaft klingenden Geschwafel anderer auf.

Entlarven Sie leere Phrasen und manipulierende Behauptungen. Sorgen Sie für rhetorisch wertvollen Austausch von aussagekräftigen Argumentationen.

Verschieben Sie Märchen auf den ‚Erzähle-ein-Märchen-Tag‘, der alljährlich am 26. Februar begangen wird. In den USA ist dieser Tag sogar ein Nationalfeiertag mit Namen ‚Tell a Fairy Tale Day‘.

Helfen Sie mit, Zeit in Meetings und Gesprächen sinnvoll zu nutzen und vereinbarte Projekte voranzutreiben! Gestalten Sie Ihr Arbeitsumfeld rhetorisch professionell und profitieren Sie von einer zielführenden Kommunikation.



ZUM AUTOR:

Horst Hanisch, Bonn, ist selbstständiger Fachbuchautor, Coach und Dozent. Seine Trainingstätigkeit erstreckt sich unter anderem auf die Bereiche Kommunikation, Persönlichkeits-Entfaltung, Soft Skills, Soziale Kompetenz und Knigge/Etikette/ Umgangsformen. Seine Seminare finden im In- und im Ausland statt. Er ist Autor zahlreicher Fachbücher, die in Deutschland und im Ausland erschienen sind. Horst Hanisch veranstaltet Seminare zu Themen wie ‚Business-Etikette‘, ‚Das wie ist man/frau was?-Lehrmenü‘, ‚Rhetorik, Präsentation und Moderation‘, ‚Outfit, Selbstbewusstes Auftreten, Smalltalk‘, ‚Interkulturelle Kompetenz‘ und andere.



Beratung, Coaching, Seminar



Wer hat nicht gerne mit Menschen zu tun, die selbstbewusst und selbstsicher mit anderen Menschen umgehen? Geschäftspartnern, die die elementaren Regeln des ‚Beminnms‘ beherrschen, stehen die Türen zum Erfolg offen.

Unternehmen, die neben ihrer fachlichen Leistung auch ‚menschlich‘ überzeugen wollen, bieten wir für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktives Training im Umgang mit Kunden, Gästen, Kollegen und Gesprächspartnern an.

Auf unserer Website informieren wir Sie über unsere Angebote:

- Firmen-Internes-Training
- Business-Etikette und das Lehrmenü
- Präsentieren, Moderieren, Kommunizieren
- Körpersprache und ihre Geheimnisse
- Teuflische Rhetorik und das Erkennen manipulativer Aspekte
- Flottes Reden vor und zu anderen
- Der erste entscheidende Eindruck
- Interkulturelles Training
- Intensiv-Training für
- TV-Auftritte
- Vorträge
- Präsentationen
- Reden
- Fachliteratur und journalistische Beiträge
- Vorträge/Speaker
- Vor kleinem und vor großem Publikum
- Workshops
- Soft Skills
- Team-Training

Individuelles Coaching für Einzelpersonen: Wer es ganz individuell mag, greift zurück auf ein Einzel-Coaching, auch als Online-Coaching. Hier werden ganz persönliche Herausforderungen angegangen, mit Themen wie:

- Erscheinungsbild – Der Erste Eindruck
 - Selbstsicheres und authentisches Auftreten
 - Persönlichkeitsentfaltung
 - Bewerbungstraining
 - Rhetorik und Überzeugungskraft
 - Erfolgreiche Verhandlungsführung
 - Kommunikation und Konfliktbewältigung
 - Präsentations-Techniken und Moderation
 - Interkulturelle Kompetenz
- und andere Themen – direkt auf die besonderen Bedürfnisse des Einzelnen zugeschnitten. Besuchen Sie uns auf www.knigge-seminare.de

