



Die 9 Gesetze der Power-Rhetorik

Aussagen können Begeisterung auslösen, Motivation steigern und Menschen mitreißen. Doch Worte sind nicht gleich Worte. Nicht jede

Aussage ist dazu geeignet, Menschen positiv führen zu können. Oft bewirken Worte auch das Gegenteil: Frustration, Demotivation, Widerstand.

Wieder einmal hatte das Meeting keine zufriedenstellenden Ergebnisse gebracht. Peter M. verließ frustriert den Konferenzsaal. »Immer nur Probleme«, schoss es ihm durch den Kopf. »Es verdirbt einem wirklich die Laune.« Solche Begebenheiten werden Ihnen sicherlich bekannt sein. Der Berufsalltag ist gespickt mit Krisen, Problemen und Schwierigkeiten. Ebenso mit Verpflichtungen, Deadlines und Zusagen. Zwischenmenschliche Kontakte sorgen für Reibungen. Nur, wie nutzen Sie diese Kontakte mit ihren Reibungen in Ihrem Alltag? Als positive, Ideen spendende Impulse? Oder als negatives, störendes Treffen?

Ihre Worte verraten viel über Ihren Blickwinkel der Situation, vor allem aber über Ihre innere Einstellung gegenüber der Angelegenheit. Wer beispielsweise ständig »Muss« gebraucht, wird schwerlich eine leichte, fröhliche Arbeitsatmosphäre schaffen. Worte haben eine inne-wohnende Magie, die sich bei Gebrauch bewahrheitet.

Deshalb ist es wichtig, sich regelmäßig über den eigenen Wortschatz Gedanken zu machen. Kennen Sie Ihren

Standardwortschatz? Unabhängig wie eloquent Sie sind, gibt es bestimmte Worte, die Sie täglich verwenden. Listen Sie einmal einige Ausdrücke auf, die Ihnen spontan in den Sinn kommen. (Die Fragen im Kasten »Checken Sie Ihre Power-Talk-Qualitäten« geben dazu Anregungen.)

Diese Worte bilden Ihre Wirklichkeit, denn Sie selbst und auch Ihre Umgebung werden entsprechend reagieren. Schaffen Sie also eine Kommunikation, die Ihrer Power entspricht. Ihre Mitarbeiter werden es Ihnen danken. Sie können davon einiges aufgreifen und im Verkaufsgespräch erfolgreich einsetzen.

Gesetz 1: Vermeiden Sie das Wort »Muss«

Ein Mitarbeiter kommt mit einer dringenden Angelegenheit in Ihr Büro gestürmt. Ihre Antwort: »Sie müssen mir schon die notwendigen Daten vorlegen, bevor Sie von mir eine Antwort verlangen können. Sonst kann ich nichts für Sie tun.« Glauben Sie, dass sich Ihr Mitarbeiter in dieser Situation von Ihnen unterstützt fühlt? Oder fühlt er sich nicht eher vor den Kopf gestoßen und gar ein

wenig wie ein »dummer Junge« abgekanzelt?

Ein Power-Rhetoriker sagt stattdessen: »Ich bespreche diese wichtige Angelegenheit gerne mit Ihnen. Wie ich sehe, haben Sie bereits einige Unterlagen mitgebracht. Gerne schaue ich mir diese an, während Sie am besten die restlichen Unterlagen holen. Dann können Sie mir in Ruhe die Sachlage schildern.«

Jetzt haben Sie eine positive Gesprächsgrundlage geschaffen. Ihr Mitarbeiter fühlt sich mit seinem Anliegen ernst genommen und von ihnen unterstützt.

Der Einsatz des Wortes »Muss« ist eine gängige Angelegenheit. Wie oft verwenden und hören Sie am Tage dieses Wort? Sicherlich oft genug. Doch bei der Mitarbeiterführung wirkt ein »Muss« wie ein Peitschenschlag. Von positiver Motivation kann dabei nicht die Rede sein. Vielmehr baut es eine Mauer zwischen Ihnen und Ihren Mitarbeitern. Und auf Dauer erreichen Sie immer weniger Ihr Ziel: motivierte, engagierte und eigenverantwortliche Mitarbeiter in Ihrer Abteilung zu haben.

► Lassen Sie die Power-Rhetorik sprechen:

► »Ich muss mir erst Ihre Akte holen« wird zu »Gerne hole ich mir Ihre Akte.«

► »Sie müssen sich mehr anstrengen, Herr Appel, um das monatliche Verkaufsziel zu schaffen« wird zu »Ich möchte Ihnen gerne Ihren aktuellen Abschlussstand mitteilen, Herr Appel. Schließlich möchte ich nicht, dass Sie unter Ihrem monatlichen Soll liegen und dadurch Ihren Bonus nicht erhalten.«

Gesetz 2: Versprechen statt versuchen

Ein Kollege bittet Sie, ihm vor dem nächsten Verkaufsleitermeeting einige Unterlagen zukommen zu lassen. Sie antworten »Ich versuche, Ih-



Sind Sie ein Power-Rhetoriker?

Check

Beantworten Sie die folgenden Fragen. Setzen Sie zuerst an den Punkten an, die Sie mit »off« beantwortet haben. Hier stecken die größten Verbesserungschancen.

	Nie	hin und wieder	off
1. Verwenden Sie das Wort »Muss«?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Geben Sie Ihre Zusicherung für eine Aufgabe durch »Ich versuche bis ...«?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Reden Sie von Problemen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Bauen Sie mentale Grenzen durch »unmöglich«?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Entschuldigen Sie sich für Lappalien?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Verwenden Sie immer noch »aber«?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Motivieren Sie durch Druck?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Nutzen Sie Verallgemeinerungen wie nie, immer, nichts, alles?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

nen die Daten im Laufe der kommenden Tage zuzusenden.« Wird sich Ihr Kollege durch diese Art der Zusage sicher fühlen? Haben Sie sich gerade als einen zuverlässigen Kollegen dargestellt? Die Power-Rhetorik heißt: »Sie haben die Unterlagen bis spätestens Donnerstagnachmittag vorliegen.« Damit haben Sie für beide Seiten eindeutige Verhältnisse geschaffen. Zusagen und zeitliche Verpflichtungen fördern nicht allein Ihr Zeitmanagement, es fördert auch Ihr Image. Schließlich geben Sie durch eine Zusage Ihr Wort. Leider wird dieser Sachverhalt viel zu oft dabei vergessen und mal rasch etwas zugesichert, was kaum eingehalten werden kann. Mehr oder weniger vage sind die Zusagen, die getroffen werden. Dennoch nehmen es Ihre Gesprächspartner als »bare Münze«. Es wird durch solche Aussagen eine Erwartungshaltung erzeugt, die, falls sie nicht erfüllt wird, äußerst kontraproduktiv wirkt. Ihr Gesprächspartner wird enttäuscht sein, gar verärgert, wenn die Zusicherung sich als Flop erweist. Obwohl die

Enttäuschung und Verärgerung schwer wiegt, wiegt eine Konsequenz noch schwerer. Sie verlieren Ihre Glaubwürdigkeit. ➤ Lassen Sie die Power-Rhetorik sprechen: ▶ »Ihren Bericht werde ich bis schätzungsweise übermorgen überarbei-

tet haben« wird zu »Ihren Bericht haben Sie übermorgen Nachmittag vorliegen.« ▶ »Mit Ihrer Bestellung können Sie bis Freitag rechnen« wird zu »Ihre Bestellung wird Ihnen am Freitag zugestellt.«

Gesetz 3: Ab heute sind Probleme tabu

Im Mitarbeitermeeting ist eine Diskussion im Gange. Viele beschwerten sich über die neuen Vorgaben. »Die schaffen nur Probleme.« Wie reißen Sie in dieser Situation das Ruder der aufgebrachtten Stimmung wieder herum? Die Power-Rhetorik heißt: »Diese Vorgaben bieten echte Herausforderungen an jeden Einzelnen. Ich bin überzeugt, dass wir diese Herausforderung mit Bravour meistern.« Mit Leichtigkeit haben Sie damit den Blickwinkel für alle Beteiligten geändert. Und somit eine Basis geschaffen, mit der sich jeder gerne auseinander setzen wird. Probleme treten täglich auf. Entscheidend ist einzig, wie der Einzel-

Fragen für den Power-Rhetorik-Check

Mit dieser Übung finden Sie heraus, wann Sie Power-Rhetorik bereits anwenden.

1. Welche Power-Technik wollen Sie jetzt umsetzen?

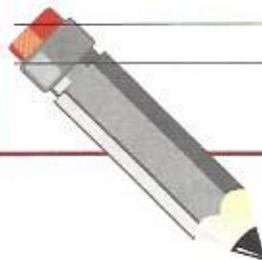
2. In welchen Situationen gelingt es Ihnen spielend?

3. Wann fallen Sie wieder in Ihr altes Sprachgebaren zurück?

4. Was ist in dieser Situation geschehen? Erkennen Sie den Auslöser.

5. Wie können Sie zukünftig entsprechend Ihrer Power-Rhetorik-Technik reagieren? Nehmen Sie dem Auslöser seine Kraft.

6. Wie würde Ihre Aussage in der Power-Rhetorik lauten?





ne auf diese Schwierigkeit reagiert. Oftmals wird sich an der Definition »Problem« die Zähne ausgebissen, denn die Vorstellung eines Problems ruft keineswegs motivierende Vorstellungen hervor. Eher sind damit Unmut und Verärgerung verbunden. Das Fatale ist, dass allein schon durch die Beschreibung der Situation mit dem Wort »Problem« Zeit und Energie aller Beteiligten verloren geht.

Setzen Sie dagegen den Blickwinkel auf Herausforderungen. Damit wendet sich schlagartig die innere Einstellung. Herausforderungen will jeder bezwingen. Die Hürde ist nicht länger unüberwindbar, sondern dient als Anreiz, über sich selbst hinauszuwachsen.

➔ Lassen Sie die Power-Rhetorik sprechen:

▶ »Die Zusammenarbeit mit dem Kollegen Sellien ist ein großes Problem« wird zu »Die Zusammenarbeit mit dem Kollegen Sellien bietet eine große Herausforderung.«

▶ »Jetzt, da die interne Umstrukturierung vollzogen wird, sehe ich etliche Probleme auf unsere Abteilung zukommen« wird zu »Jetzt, da die interne Umstrukturierung vollzogen wird, entstehen etliche Chancen für unsere Abteilung, die wir Gewinn bringend nutzen sollten.«

Gesetz 4: Nichts ist unmöglich

Ihr Geschäftsführer eröffnet Ihnen gerade, dass der Abteilungsetat um 10 Prozent gekürzt wurde. »Das ist unmöglich. Wir haben bisher schon immer knapp kalkulieren müssen.« Sehen Sie gerade ein Krisenszenario entstehen? Fühlen Sie sich gewappnet?

Die Power-Rhetorik heißt: »Es wird einiger besonderer Planungen bedürfen, um diese Kürzung entsprechend zu integrieren. Ich werde jedoch mein Bestes geben, damit mei-

Vorsicht!

XS-Light-Office: Die Option auf Höhenflüge für Ihren Vertrieb!



Mobile-Computing war Ihnen bisher zu schwer? Dann haben wir gute Nachrichten für Ihren Vertrieb. Mit **XS-Light-Office** haben wir dem mobilen Büro in Größe und Gewicht eine 50% Diät verordnet. Dabei steht Ihnen mit Hochleistungsnotebook, Farbdrucker, diversen Laufwerken nach Wahl und optionaler Scannerausrüstung sowie direkter Handy-Online-Verbindung in die Zentrale, die komplette Home-Office-Leistung zur Verfügung. Da sind Vertriebs-Höhenflüge in Leistung und Umsatz manchmal kaum zu vermeiden. Wenn Sie jetzt glauben, das klänge etwas abgehoben, dann rufen Sie uns einfach an und überzeugen Sie sich selbst.

Phone: 0180/5 333 888 - eMail: XS-Light@xcom.de

XCOM
THE SOLUTION PEOPLE



mentieren damit »Das Produkt ist gut, aber viel zu teuer.« Schnell wird dann versucht, den Einwand nichtig zu machen, indem alle Vorteile und Vorzüge des Produkts dem Kunden nahe gebracht werden. Nur eines werden Sie damit wohl kaum außer Kraft setzen: das Wort »Aber«. Der Nachsatz »aber viel zu teuer« bleibt nach wie vor bestehen. Der Effekt des Wortes »Aber« liegt auf der Wertung einer Angelegenheit. Es stellt nämlich zwei Gesichtspunkte gegenüber, wobei einer immer entwertet wird.

Nutzen Sie deshalb als sprachliche Verbindung zwischen zwei Gesichtspunkten das Wort »Und«. »Und« legt nahe, dass zwei gegensätzliche Vorstellungen gleich-

zeitig nebeneinander existieren können, ohne dass die eine die andere umstößt und entwertet.

► Lassen Sie die Power-Rhetorik sprechen:

► »Ihre Präsentation war visuell gut untermauert, aber Sie müssen unbedingt Ihre rhetorischen Kenntnisse verfeinern« wird zu »Ihre Präsentation war visuell gut untermauert und verfeinern Sie Ihre rhetorischen Kenntnisse.«

► »Die Quartalskonferenz im Allgäu zu veranstalten, ist sicherlich eine reizvolle Idee, aber es klingt sehr teuer« wird zu »Die Quartalskonferenz im Allgäu zu veranstalten, ist sicherlich eine reizvolle Idee. Wie wir die Kosten dafür verteilen, werden wir noch besprechen.«

Gesetz 7: Zeigen Sie den Nutzen auf

In einer Mitarbeiterbesprechung geben Sie bekannt »Das Unternehmen führt ab nächster Woche eine statistische Auswertung der Kundenanfragen ein.« Wie werden die Mitarbeiter wohl auf diese sehr sachliche Bekanntgabe reagieren?

Die Power-Rhetorik heißt: »Ab nächster Woche erhalten wir die nutzbringende statistische Auswertung unserer Kundenanfragen. Sie gibt uns endlich die notwendigen Daten, um unsere Leistung zu optimieren.« Sie haben gerade ein Forum des Nutzens und der Identifikation geschaffen. Für motivierte, engagierte Mitarbeiter eine wichtige Basis.

Viel zu oft werden Vorgaben nur äu-

Nomadic Display®

DIE KLEINE REVOLUTION

Vor nahezu drei Jahrzehnten hat Nomadic das erste „pop-up“-Präsentations-System der Welt erfunden und patentieren lassen; Nomadic Instand. Heute ist Nomadic weltweit der führende Anbieter von faltbaren, modularen Präsentations- und Messebau-Systemen. Und: Wir stehen gerade davor, mit zwei Markteinführungen erneut eine „kleine Revolution“ zu verursachen.

Wir suchen Menschen, die eine wirklich ungewöhnlich motivierende Aufgabe suchen: Sie haben einen sicheren Blick für Chancen am Markt. Sie haben Erfahrung und Erfolge im Verkauf. Sie denken unternehmerisch, sind mobil, investitionsbereit, möchten etwas bewegen, möchten sich selbständig machen (oder Sie sind es schon). Eigeninitiative, Beratungs-Kompetenz und Führungs-Qualitäten zeichnen Sie aus. Sie verfügen über ein sicheres, überzeugendes Auftreten. Wir möchten mit Ihnen zusammenarbeiten:

Werden Sie

PARTNER VON NOMADIC DISPLAY

Die Nachfrage nach Produkten von Nomadic Display wächst weiterhin überdurchschnittlich. Ein einzigartiger Qualitätsstandard und ein außerordentlich ausgeprägtes Service-Verständnis stehen im Mittelpunkt unserer Firmen-Philosophie. Wir möchten noch näher an unsere Kunden. Deshalb suchen wir dringend weitere Vertriebspartner an sehr sehr interessanten Standorten.

Das nötige Fachwissen vermitteln wir Ihnen in intensiven Schulungen. Ein nationales und internationales Team von netten Kolleginnen und Kollegen erwartet Sie. Begeistert werden Sie sein. In jeder Beziehung.

Ihre Fragen beantwortet Hendrik Lenze: 06104-9345(0)57. Am besten aber, Sie schicken ihm gleich Ihre aussagekräftigen (Bewerbungs-) Unterlagen: **Nomadic Display, European Sales & Distribution, Kolpingstraße 34a, 63150 Heusenstamm.**



Neu: Nomadic Platinum, das brandneue
exklusive modulare Panel-System (Photo).

Auch neu: Nomadic ImageMaker, das superleichte
budgetfreundliche Faltpanel-System.

Jetzt bietet Nomadic den umfassendsten
Rundum-Service. Aus einer Hand. Mehr denn je.



berst sachlich bekannt gegeben. Und in etlichen Manager-Köpfen schwirrt der Irrglaube »Der Mitarbeiter hat diesen Arbeitsplatz, dies ist ihm Nutzen genug.« Innovationen und eine gute Arbeitsatmosphäre bleiben dabei allerdings auf der Strecke.

Und in vielen Fällen sieht der Mitarbeiter auch den Nutzen. Allerdings nur den, den die neue Vorgabe dem Unternehmen bringt, nicht sich selbst. Dieser Blickwinkel birgt Gefahr in sich, denn er lässt Unmut und Demotivation aufkommen. Stärken Sie Ihre Mitarbeiter, indem Sie ihnen die Vorgaben durch den persönlichen Nutzen verkaufen.

► Lassen Sie die Power-Rhetorik sprechen:

► »Ich habe Sie für das nächste Englischseminar vorgesehen, Herr Rademacher« wird zu »Zur Vorbereitung Ihres Aufenthaltes bei unserer englischen Muttergesellschaft dient Ihnen sicherlich eine Vertiefung Ihrer englischen Sprachkenntnisse. Ich habe Sie für das nächste Englischseminar vorgesehen.«

► »Sie kommen jetzt äußerst ungelegen. Heben Sie sich bitte Ihre Fragen für später auf« wird zu »Es freut mich, dass Sie sich mit Ihren Fragen an mich wenden. Nur arbeite ich an einem wichtigen Briefing, dass ich in einer Stunde fertig gestellt haben will. Kommen Sie doch am besten heute Nachmittag vorbei, dann habe ich Zeit und wir können uns ungestört unterhalten.«

Gesetz 8: Empfehlen Sie

Sie bitten einen Mitarbeiter zum Gespräch. »Haben Sie Interesse an einer halbjährigen Verkaufsschulung in den Staaten?« Springt der Mitarbeiter auf das verlockende Angebot?

Die Power-Rhetorik heißt: »Für den nächsten Karrieresprung empfehle ich Ihnen, an einer halbjährigen Ver-

kaufsschulung in den Staaten teilzunehmen.« Ihr Mitarbeiter wird sich sicherlich darüber freuen, dass Sie so an seine Karriere denken.

Rücken Sie die Belange Ihrer Mitarbeiter in den Vordergrund. Und empfehlen Sie die daraus resultierenden Maßnahmen. Oftmals decken sich Ihre Interessen und die Ihres Mitarbeiters, sobald Sie dessen Wohlergehen in der Situation entdecken und es dann empfehlen. Einer Empfehlung kann sich kaum jemand entziehen, denn das Wort »empfehlen« besitzt magische Kräfte. Sie legen der anderen Person etwas nahe, ohne dennoch aufdringlich zu wirken oder gar, als wollten Sie Ihren eigenen Willen durchsetzen. Das Gegenteil ist der Fall. Der andere ist in den Mittelpunkt geraten.

► Lassen Sie die Power-Rhetorik sprechen:

► »Ich möchte, dass Sie bei der nächsten Verkaufsmesse teilnehmen« wird zu »Ich empfehle Ihnen, an der nächsten Verkaufsmesse teilzunehmen.

Etliche Ihrer Kunden werden sich sicherlich über Ihre Anwesenheit freuen.«

► »Ihnen fehlen noch einige Abschlüsse für diesen Monat« wird zu »Ich empfehle Ihnen noch zehn Abschlüsse

in diesem Monat zu tätigen, dann erhalten Sie den Superbonus.«

Gesetz 9: Sag niemals nie

In Ihrer Abteilung geht es mal wieder besonders hektisch zu. Ständig

kommt jemand bei Ihnen ins Büro geplatzt. »Nie hat man hier auch seine Ruhe. Immer kommt jemand herein. Kein Wunder, dass mir nichts richtig gelingt.« Hat Sie diese Aussage aufgebaut?

Die Power-Rhetorik heißt: »Manchmal ist es in unserer Abteilung besonders geschäftig, so wie heute. Am besten, ich nehme mir Arbeiten vor, die keine so große Konzentration von mir fordern.« Sie haben die Situation richtig erkannt und entsprechend Ihre eigenen Aktivitäten angepasst.

Vermeiden Sie Allgemeinbegriffe wie nichts, nie, immer, alles. Sie tun sich und Ihren Mitarbeitern damit keinen Gefallen. Die Pauschalisierung lässt eine Angelegenheit plötzlich viel zu wichtig werden. Nie ist immer alles nichts. Bleiben Sie flexibel. Verbauen Sie sich nicht selbst die Freude an Ihrer Arbeit und Ihrer Umgebung durch Verallgemeinerungen.

► Lassen Sie die Power-Rhetorik sprechen:

► »Immer vergesse ich Ihre Telefonnummer« wird zu »Manchmal habe ich Schwierigkeiten, mir Ihre Telefonnummer zu merken. Am besten, ich speichere sie jetzt in meinen Taschencomputer ein.«

► »Alles muss ich hier selbst machen. Nie hört jemand richtig zu.« wird zu »Ich werde die Aufgabendelegation zukünftig besser kommunizieren, so dass jeder weiß, welche Arbeiten er zu bewältigen hat.«

Ein erfolgreiches Miteinander ist abhängig von einer gelungenen Kommunikation. Worte, die positive, motivierende Brücken zwischen Ihnen und Ihren Gesprächspartnern schaffen, dienen diesem Anliegen. Nutzen Sie den Einsatz der Power-Rhetorik, um Ihre innewohnende Begeisterung auch deutlich nach außen zu transportieren.

Brigitte Miller