

Wollen Sie gehört werden?

Wenn ein Redner und Präsentator gehört werden will, muss der Auftritt ein perfektes Zusammenspiel aus Rhetorik, Stimme und Körpersprache sein. Was dabei zu beachten, was trainierbar ist und was Individualität bleibt, erfuhr [Christine Wirl](#).

Was macht den Unterschied? Der eine Redner, auf neudeutsch auch Speaker genannt, hält eine inhaltlich hervorragende Rede, wertvolle Theorien wechseln mit Praxisbeispielen ab – und trotzdem, es macht sich Langeweile im Publikum breit. Und, noch schlimmer, man glaubt ihm einfach nicht. Der andere Speaker erzählt auch etwas. Worüber genau er redet, weiß man ein paar Stunden später gar nicht mehr so genau, aber er brilliert, die Zuhörer hängen an seinen Lippen, und welchen Unsinn er auch immer verzapft, man glaubt ihm. Noch einmal die Frage: Was macht den Unterschied? Drei Faktoren müssen bei einem guten, ja bei einem exzellenten Redner und/oder Präsentator perfekt zusammenspielen. Seine Stimme muss stimmig sein, seine Körperhaltung ebenso und zuletzt natürlich sollte auch der Inhalt verständlich hinübergebracht werden. Authentizität heißt das Zauberwort. Wer authentisch ist, überzeugt, darüber sind sich alle Experten einig.

Der Salzburger Stimmexperte und Stimmtrainer Arno Fischerbacher (Fischbacher KG) ist davon überzeugt, dass 80 % aller Präsentationen von den Teilnehmern als langweilig empfunden werden. Er analysiert die häufigsten Ursachen: »Monotone oder piepsige Stimmen, undeutliches Sprechen, pausenloses Herunterbeten von Argumenten und Fakten. Noch immer gehört professionelles Stimm- und Sprechtraining viel zu selten zur selbstverständlichen Vorbereitung eines gelungenen Auftritts. Wenn Sie sprechen, dauert es ca. 0,2 Sekunden, bis das Gehirn des Gesprächspartners jeweils die ausgesprochenen Worte erfasst hat. Doch das Gehirn nutzt die Zwischenzeit: Klingt das vertrauenswürdig? Sympathisch? Oder gar uninteressiert, unpersönlich? Hirnforschung und Psycholinguistik erklären heute, weshalb nicht nur im Geschäftsleben das bewusste Erleben der eigenen Stimme den Gesprächserfolg multipliziert.«





Arno Fischbacher



Helga Steiner



Martin Frohn



Petra Berger

Mag. Martin Frohn (Geschäftsführer AVL-Institut) bringt es auf den Punkt: »Man erlebt den Redner kommunikativ souverän, ohne dass seine Kommunikation einge-lernt oder aufgesetzt wirkt.« Genau das ist das Geheimnis eines guten, ja eines exzel-lenten Referenten: Er ist ein Gesamtkunst-werk aus dem Wissen um Rhetorik, Kör-persprache und Stimme.

Bekannt ist die Studie des amerikanischen Psychologen Mehrabian. Er führte 1971 eini-gige psychologische Experimente durch, die zu folgendem Ergebnis kamen:

- 55 % der Information werden durch das Gesicht bzw. den Körper vermittelt.
- 38 % der Information werden über die Stimme vermittelt.
- 7 % der Information werden verbal ver-mittelt.

Mehrabians Studien haben gezeigt, von welchen Faktoren unser Wohlwollen für andere Menschen, die wir gar nicht kennen, abhängt. Die Sympathie für eine andere Person (mag ich – mag ich nicht – neutral) wird stark durch nonverbales Verhalten bestimmt, etwa so: Unsere Gesamtsympathie für eine Person in einer zufälligen Situation setzt sich aus 7 % verbaler Sympathie, 38 % stimmlicher Sympathie und 55 % Sympa-thie für das Gesicht des anderen zusam-men.

Dr. Clemens Widhalm (Geschäftsführer Dale Carnegie Training) sagt zur Mehra-bian-Studie: »Aus dieser Studie wissen wir, dass sich die Wirkung der Kommunikation aus den drei Bereichen Worte, Stimme und Körpersprache zusammensetzt. Gleichzei-tig wissen wir, dass eingelerntes Verhalten (auch in Rede- oder Verhandlungssituati-onen) nicht überzeugend ist. Wir sollten uns daher weniger mit diesen drei Kommuni-kationskanälen befassen, sondern vielmehr mit den Botschaften, die wir vermitteln wollen, und wie diese zu den verschiede-

nen Persönlichkeiten und Wertesystemen passen. So wird authentische Kommunika-tion möglich, die dann natürlich kongruent sein wird, was die drei Kanäle anbelangt.«

Der Körper spricht

Obwohl diese Studie Mehrabians mehr-fach angezweifelt wurde und wird, ist doch die Essenz daraus bedeutend. Das Wesent-liche ist doch: Wie und wodurch wirken wir? Und wie kann ich meine Wirkung verbessern. Beginnen wir einmal mit den 55 %: Mit der Sympathie des Gesichtes bzw. dehne ich diesen Be-griff aus und beziehe die gesamte Person mit ein. Also beginnen wir mit der Körpersprache. Körpersprache ist oft ehrlicher als das Ge-sagte. Es kommt nicht nur darauf an, was jemand sagt, sondern wie er es sagt. Un-bewusste Signale des Körpers geben mehr Wahrheit preis als Worte. Und interessan-terweise trauen wir unbewusst diesen Sig-nalen mehr als den Worten. Umso wichti-ger ist es, Körpersprache richtig zu verste-hen und sie auch deuten zu lernen.

Manche Körpersprache-Experten behaup-ten: Wer gezielt auf die körpersprachlichen Signale achtet, hat es mitunter leichter, Schwindler zu entlarven. Ansatzpunkt da-bei ist das Erkennen widersprüchlicher Si-gnale. Die Körpersprache von Gesicht und Händen oder ein unpassendes Zurückwei-chen des Körpers sagen vielleicht das glatte Gegenteil von dem, was die gesprochenen Worte ausdrücken wollen. Gute Menschen-kenner wissen meist nicht, woran sie es eigentlich erkennen, aber sie durchschau-en angeblich einen Schwindler genau an den Signalen, die wir heute »wissenschaft-lich abgesegnet« als Hinweise auf Schwin-del akzeptieren.

Dem widerspricht Clemens Widhalm ve-herent: »Wir raten grundsätzlich ab, sich auf so etwas zu verlassen, da die Gefahr von Missverständnissen hier sehr groß ist. Sollten wir eine Vermutung einer Deutung haben, ist es sicher besser, bei unserem Gegenüber einfach nachzufragen. So sind wir transparent und wertschätzend unter-wegs – und vor allem sicherer.«

Und Reinhold Wurzer (Trainer und Partner bei vbc) hält es sogar für gefährlich, wenn man in Körpersprache-Seminaren lernt, wie man Gesten gezielt einsetzt und die Mimik der anderen verstehen lernt. Die Macht der

Körpersprache wer-de manchmal auf ein besseres Lexikon re-duziert. »Da heißt es dann: Menschen, die die Arme verschränken, sind verschlossen. Was

ist dann mit denen, denen einfach kalt ist? Was ist mit denen, die sich in dieser Posi-tion einfach wohl fühlen, weil sie nicht wis-sen, wie sie ihre Hände sonst grad verstauen sollen? Was ist mit denen, die einen Ketch-up-Fleck vom Mittagessen auf dem Hemd verbergen wollen? Ich warne ausdrücklich davor, Körpersprache durch laienhaftes Halbwissen auf Lexikonniveau zu reduzie-ren. Vielmehr geht es darum, seinen Körper und die Wechselwirkung zwischen innerer Befindlichkeit und Körpersprache als nach außen sichtbares Zeichen meiner inneren Befindlichkeit wieder besser wahrnehmen zu lernen. Was verändert sich in mir, wenn mir jemand zu nahe tritt? Was verändert sich in mir, wenn ich meine Sitzposition ver-ändere? Wie verändert sich mein Gegenüber, wenn ich meine Körperhaltung verändere? Das sind Fragen, mit denen sich gute Kör-persprache-Seminare auseinandersetzen. Nur wer seinen eigenen Körper besser ver-stehen lernt, wird auch die Körpersprache seiner Gesprächspartner besser verstehen.«

Mit dekorativer Kosmetik kann man glaubwürdig reden – mit Botox nicht.



SEMINAR MUTPROBE VERKAUFSABSCHLUSS

20. und 21.
Oktober 2011
in Baden

Kundenzufriedenheit ist
Verkäuferzufriedenheit

STEINER Consulting
vertrieb & organisationsentwicklung

2802 Hochwolkersdorf · Dorfstraße 9
+43 2645 8770 www.steinerconsulting.at



Petra Maria Berger (Dipl. Sprechtrainerin, Sprich mit mir! Stimme – Rhetorik – Persönlichkeit) über den Einfluss von Kleidung, Make-up und Frisur auf die Körpersprache: »Frisur und Brille, Seitenscheitel oder überlanger Pony beeinträchtigen ebenso wie dicke Brillenränder den Blickkontakt. Stolas und Tücher, die nicht von alleine halten schränken die Gestik sehr ein. Mit dekorativer Kosmetik kann man glaubwürdig reden – nicht mit Botox!«

Interkulturelle Körpersprache

Besonders wichtig ist es, die Signalwirkung zu beachten, wenn man einen »fremden« Kulturkreis oder eine andere soziale Gruppe betritt. »Es lohnt sich gerade im Ausland, immer wieder einfach auch das Verhalten von Menschen zu beobachten. Beispiel: Amerikanische Männer sitzen oft mit übereinandergelegten Beinen, wobei der Knöchel des einen Beins quer über dem Knie des anderen liegt. Die Sitzhaltung europäischer Männer mit geschlossenen Oberschenkeln empfinden Amerikaner als unmännlich. Asiaten achten körpersprachlich mehr auf die Augen, Europäer eher auf den Mund. Das bedeutet, dass viele Europäer keine Reaktion in einem asiatischen Geschäftspartner erkennen können, obwohl der bereits wild mit seinen Augenbrauen gestikuliert. Ebenso ist es natürlich umgekehrt. Ein europäischer Mund, der Abscheu ausdrückt, bei dem aber die Augenpartie wenig bewegt wird, ist von Asiaten nur schwierig zu deuten. Es kann sogar sein, dass Asiaten Ekel mit Überraschung

verwechseln, weil manche Europäer dabei die Augenbrauen hochziehen«, erklärt der Berliner Dipl. Psychologe Klaus Krebs auf seiner Website.

Mag. Gregor Fauma (Leiter Trainings-Unit bei bettertogether) sagt zur Thematik interkulturelle Körpersprache: »Es gibt eine biologische, evolutionär bedingte Körpersprache – die ist kulturunabhängig und allen Homo sapiens gemein; bei der Mimik gibt es 7 Signale: Freude, Trauer, Wut, Ekel, Furcht, Überraschung, Verachtung; bei der Gestik: ›palm-up gestures‹ und ›palm-down gestures‹; bei den Position: großmachen vs. kleinmachen.«

Clemens Widhalm stimmt zu: »In unseren internationalen Programmen in über 80 Ländern haben wir erkannt, dass menschliche Grundmuster überall vergleichbar sind, während daraufgesetzte Rituale natürlich unterschiedlich sein können.«

Körpersprachen-Trainings

Wer sich der Bedeutung der Körpersprache bewusst ist und weiß, welche Wirkungen man erzielt, wird ein Training in Erwägung ziehen. Wir fragen unsere Experten, was man den überhaupt trainieren kann und auch soll und inwieweit dann die Persönlichkeit durch einstudierte Gesten überlagert werden. Nichts ist es dann mehr mit authentisch sein, oder? Wie läuft Körpersprache rein prinzipiell ab? Was ist bewusst, was unbewusst?

Clemens Widhalm: »Unbewusste Signale werden grundsätzlich sehr viel mehr ausgesendet, als bewusste. Bewusst ausgesendete werden daher ihre Wirkung verfehlen, wenn sie den unbewusst ausgesandten widersprechen. Eintrainierte Signale, die nicht von innen heraus entstehen, werden also nicht überzeugen.«

Gregor Fauma meint als Biologe und Verhaltensforscher: »Körpersprache läuft prinzipiell automatisch ab – da sind bewusst und unbewusst das falsche Begriffspaar. Nicht das Signal selbst, sondern dessen Wahrnehmung kann bewusst oder unbewusst sein. Wenn wir weinen oder laut lachen, nehmen wir das wahr. Wenn sich unser Oberkörper minimal vom Gesprächspartner abwendet, höchstwahrscheinlich nicht. Signale, die in der Regel nicht unser Bewusstsein erreichen, kann man trainieren. Dazu muss man sie nur ins Bewusstsein heben. Man hebt im Training die Signale von der unbewussten in die bewusste Wahrnehmungsebene, um dann damit zu arbeiten. In Folge kann man Gesten interpretieren lernen, das ist meist einfach. Schwieriger, weil sehr übungintensiv, ist das Einbauen bewusster Gestik und Mimik. Diese lernt man wie Vokabel bei einem Fremdsprachentraining. Aber erst das Zusammenspiel von verbalem Inhalt, bewusster Gestik, strategischer Mimik und optimaler Position führt zum erwünschten Ergebnis.

Die grundlegenden Mechanismen der menschlichen Körpersprache werden nicht beeinflusst. Das geht gar nicht. Aber die Persönlichkeit von Menschen wird auch in Abhängigkeit der persönlichen Erscheinung kategorisiert und beurteilt.«

Stimme macht Stimmung

Eine klare, professionelle Stimmführung ist das Um und Auf für erfolgreiche Menschen im Business. Eine gelispelte Präsentation, eine heisere Stimme am Telefon oder die hohe Piepsstimme der Moderatorin – das wirkt ganz schlecht. Stimme erzeugt schließlich Stimmung – oder tötet sie.

»Die Stimme ist kein Organ, sie ist ein Zustand«, sagte einmal der Stimmforscher Heinz Stolze. Sie verrät die innersten Regungen und lässt präzise hören, ob man meint, was man sagt.

Arno Fischbacher: »Im Verkauf ist besonders wichtig zu beachten: Die Stimme signalisiert machtvoll, aber unbewusst, welche Art der Beziehung man sich zum Gegenüber wünscht. Jeder hat wohl jene Stimmen schon einmal erlebt, die am Telefon mit künstlicher Stimme zuckersüß flöten: ›Spreche ich mit Herrn (oder Frau) Soundso?«, um sich ein vermeintlich erstes Ja abzuholen. Wie viele Sekundenbruchteile benötigt Ihr Gehirn nun wohl, um zu entscheiden, ob dieses Gespräch weitergeführt wird? Die Stimme verrät präzise, ob Sie gerade unpersönlich als Euro-Lieferanten angesprochen sind, oder ob jemand mit Ihnen auf Augenhöhe verkehrt. Voice sells! Die Stimme wird so zum Verkaufsargument.«

Petra Berger über die Art der Stimme: »Sie kann piepsig sein, überhaucht, zaghaft, zitternd, schrill, derb, hart, sachlich, nüchtern, brüchig, rauchig, heiser, warm, weich, sexy, klar, sonor, melodios, ... und das alles können wir steuern. Es ist einfaches Muskeltraining, das unsere Stimme entfalten und je nach Ausdruck gestalten lässt.«
Oft ist der Auslöser für die falsche Stimmführung eine falsche Haltung. Petra Maria Berger: » Sprechen Sie mit rundem Rücken und dem Kinn in die Höhe gereckt den Text eines Kinderliedes, der Bundeshymne oder Ähnliches. Achten Sie nun, dass der Bauch locker ist. Schieben Sie während des Sprechens das Becken in eine aufrechte Position und ziehen Sie zeitgleich den Schopf (Hinterkopf) in die Höhe. Damit verschaffen Sie Ihrem Kehlkopf mehr Bewegungsfreiheit und die Stimme rutscht in ihre natürliche Lage.«

Besonders Vielredner haben oft das Problem, dass irgendwann die Stimme weg bleibt. Aus und Ende. Was ist bei überanstrengte Stimmbänder zu tun? Arno Fischbacher bringt ein Beispiel aus der Praxis, das auch zeigt, wie unmittelbar professionelles Training wirken kann: »Ein ca. 40-jähriger versierter EDV-Trainer nahm an einem meiner Seminare teil, da er nach seinen Seminaren regelmäßig stimm-müde war, ein kratziges Gefühl im Hals hatte. Er hatte deswegen auch abends keine gesteigerte Lust mehr auf persönliche Unterhaltungen, was letztlich sogar zu persönlichen Zerwürfnissen geführt hatte. Jahrelang war er dem Missverständnis aufgefressen, er müsse laut sprechen, um die Lüftergeräusche der PCs im Schulungs-



Gregor Fauma



Clemens Widhalm



Reinhold Wurzer

raum zu übertönen und seine Teilnehmer zu erreichen. Dadurch hatte er sich angewöhnt, auf die Tube zu drücken, wie er es formulierte. Seine Stimme klang dann auch gepresst, eigenartig dünn und wohl auch ein wenig zu hoch. Die Stimm-Muskulatur im Kehlkopf war überlastet, Ermüdung war die Folge. Bereits am Nachmittag des zweiten Seminartages verblüffte er die anderen Seminarteilnehmer, da er bei den Gruppenübungen, in denen er Sequenzen aus seinem Softwaretraining zeigte, raumfüllend, voluminös und mit klarer Stimme sprach – wie ausgewechselt. Was war geschehen? Mein Teilnehmer hatte die Macht des Raumklangs entdeckt und verstanden, konnte das körpersprachlich und mental rasch umsetzen und war selbst verblüfft, wie leicht er dadurch auch die Teilnehmer in den letzten Reihen mühelos erreichte.«
Und Arno Fischbacher gibt Tipps gegen Überanstrengung der Stimme: »Genü-

gend Wasser trinken, ein Zuviel an Kaffee meiden, vor stimmlich anstrengenden Tagen zumindest zehn Minuten die Stimme aufwärmen. Und ein spezieller Tipp: CD ›Guten Morgen, Stimme!‹ mit Audio-Aufwärmübungen für die Stimme (www.stimme.at).«

Rhetorik

Nun zur Königsdisziplin der Kommunikation, zur Kunst der Rhetorik. Betreffend Rhetorik hat sich ja seit der Antike nicht viel geändert. Aristoteles (384 v. Chr. in Stageira geboren; 322 v. Chr. in Chalkis gestorben) gehört zu den bekanntesten und einflussreichsten Philosophen der Geschichte. Er hat zahlreiche Disziplinen entweder selbst begründet oder maßgeblich beeinflusst, darunter Wissenschaftstheorie, Logik, Biologie, Physik, Ethik,

Es ist etwas passiert. Die Öffentlichkeit erwartet Antworten.

Medientraining für Führungskräfte

www.bettertogether.at



1,04

Durchschnittsnote
bewertet von
mehr als 1.000
Führungskräften

bettertogether
kommunikationsagentur

Top-Journalisten von ORF und APA machen Druck und geben Einsichten.

Trainingsformen:

- individuell
- Firmen-intern
- in der offenen Gruppe

Kontakt:
bettertogether Wien
T: +43 1 89 024 09
E: office@bettertogether.at

Dichtungstheorie und Staatslehre. Er entwickelte in seiner Rhetorik als erster eine systematische Darstellung der Redekunst. Er definiert sie als »Fähigkeit, bei jeder Sache das möglicherweise Überzeugende zu betrachten« und betrachtet sie als Gegenstück zur Argumentationstheorie der Dialektik. Aristoteles unterscheidet zwischen drei Formen der Überzeugung:

- der Glaubwürdigkeit des Redners,
- dem emotionalen Zustand des Hörers
- dem Argument.

Voilà – viel mehr ist in all den späteren Jahrhunderten den Rhetorikern dazu auch nicht eingefallen.

Der Rhetoriker

Trotzdem: »Tempora mutantur et nos mutantur in iis« wie Optimisten sagen (die Zeiten ändern sich und wir ändern uns in ihnen). Daher die Frage: Was zeichnet in modernen Zeiten einen guten Rhetoriker aus?

Für Petra Maria Berger ist ein guter Rhetoriker derjenige, der unter spontanen Bedingungen, aus exponierter Stelle frei sprechen kann. »Das bedarf einiger persönlicher Grundvoraussetzungen und Fähigkeiten, die sich nicht über Nacht einstellen, aber erlernbar sind, z. B.: Über-

zeugungsvermögen, Zuwendungsfähigkeit, Glaubwürdigkeit, Angstfreiheit, Wortschatz, Grammatik, Stimmstärke und -modulation, authentische Körpersprache und Mimik.«

Für Clemens Widhalm sind Sprachgefühl, Schnelligkeit, strategisches Denken und auch Witz eine wichtige Basis für einen guten Rhetoriker: »Ob bloße Beherrschung des Handwerks – oder eigentlich Mundwerks – andere Menschen überzeugen kann, ist allerdings fraglich.«

Und Helga Steiner (Steiner Consulting) ergänzt: »Ein guter Rhetoriker muss ein selbstbewusstes und überzeugtes Auftreten kombiniert mit dem dazugehörigen fachlichen Wissen vorweisen. Eine gut moduliert eingesetzte Stimme hilft diese gewünschte Wirkung zu betonen.«

Aufbau der Rede

Wie sollte eine gute Rede aufgebaut sein, bzw. wie argumentiert man überzeugend? Helga Steiner: »Überzeugend argumentiert, wer sich inhaltlich gut vorbereitet, höchstens 3 bis 5 Argumente in das Geschehen einbringt, die Argumente aufsteigend reiht – das bedeutet das stärkste Argument am Ende und natürlich wer die Aussagen durch Beweise belegen kann. Wer Einwände mitunter auch als Chance betrachtet, auf Reaktionen des Gegenüber bzw. des Umfeldes achtet, der hat schon gute Karten für eine gewinnende Rede.«

Und Martin Frohn ergänzt: »Eine gute Rede und/oder Argumentation ist es dann, wenn sie es schafft, einen Selbstüberzeugungsprozess beim Gegenüber auszulösen. Denn nicht ich kann ihn überreden, ich kann nur jene Argumente liefern, die für meinen Gesprächspartner so schlüssig sind, das er sie annehmen kann.«

»Es liegt in der Verantwortung des Senders, damit der Empfänger versteht«, sagt Paul Watzlawick. Was muss man genau beachten, damit dies auch gelingt?

Clemens Widhalm: »Das Schlüsselwort ist Verantwortung. Nur wer diese tatsächlich ernst nimmt und ehrliches Interesse an seinen Zuhörern hat, wird sich hier bereits im Vorfeld ein klares Bild über die Zuhörer und ihre Interessen verschaffen. Und auch während einer Redesituation Möglichkeiten der Interaktion schaffen, um zu überprüfen, was angekommen ist.«

Ferdinand Stürgkh über provokative Rhetorik und Schlafgertigkeit

Provokative Rhetorik wirkt wie provokative Therapie: Oft muss man sich im Leben mit kurz begrenzter »Grausamkeit« auseinandersetzen. Diese Auseinandersetzung kann – schlag- - fertig geführt zum Erfolgserlebnis werden. Wer andere Menschen mit unbegrenztem Wohlwollen von sich abhängig macht, ist der größere Übeltäter. Peter Turrini schreibt 1983 zu Recht: »Ich möchte meine Feinde so lange lieben, bis sie unter der Last meiner Liebe zusammen brechen.«



Die Methoden unfairer Dialektik zu beherrschen und sich gegen unterstellende, eskalierende verbale Attacken erfolgreich zur Wehr zu setzen fördert die Stressresistenz und Autonomie der Persönlichkeit. Denn: everybody's darling ist letztlich everybody's Depp. Der größte Garant für das Burn-Out-Syndrom ist die stets brennende Suche nach Anerkennung, Wertschätzung und Liebe. »Sometimes it is better to be feared than to be loved«.

Wenn im Training die Rolle des investigativen Journalisten, des streitsüchtigen Gegners und des Agent Provocateur hingenommen wird, gilt es für den Trainee, sich aus dem Strudel der Rechtfertigungsfallen kreativ zu retten. Wer auf ständige Unterbrechungen Entschleunigung sucht, also mehr nachdenkt als vordenkt, appelliert gerne an Höflichkeit. Und das, obwohl das Hofzeremoniell mit dem letzten Kaiser gestorben ist. Ein flehentliches »Lassen Sie mich bitte ausreden!« wird am besten so gekontert: »Ich lasse Ihnen gerne Ihre Ausreden! Allein – ich will sie mir nicht anhören müssen!«

Wer also seinen Coping-Mechanismus in der dialektischen Auseinandersetzung verbessern möchte, ist in diesem Seminarsetting gut aufgehoben: aufgehoben NICHT im Sinne von bewahrt, liebevoll konserviert, ins Wachfiguren-Kabinett gestellt und in positivem Feedback mumifiziert. Letztendlich bleibt die Einsicht, dass Menschen selbst verantwortlich sind für ihre eigenen Gefühle und Verhaltensweisen. Wer Rechte und Bedürfnisse der anderen mit nachdrücklicher Betonung von Rücksichtnahme über die eigene Persönlichkeit stellt, vermittelt ein sehr verzerrtes Bild der sozialen Wirklichkeit. Wenn man psychologische Barrieren, psychische Abwehrmechanismen und Projektionen im Kommunikationsprozess versteht, muss man sich ernsthaft fragen, warum Paul Watzlawick meint: »Es liegt in der Verantwortung des Senders, damit der Empfänger versteht«.

Da ist man doch glatt geneigt, ihn mit seinem Buchcover »Anleitung zum Unglücklichsein« zu erschlagen unter dem Motto: »Behalten Sie sich doch Ihren Hammer, Sie Rüpel!«

PhDr. Ferdinand Stürgkh, MSc, MAS ist Spezialist für Medienarbeit und Kampfrhetorik

»Man muss den Information tragenden Kanal auf den Empfänger einstellen sowie die Inhalte auf das Empfangsniveau einstellen, und man sollte eine Kommunikationsumgebung wählen, in der sich der Empfänger wohl fühlt und auskennt«, rät Gregor Fauma.

Die gute Rede soll laut Martin Frohn vor allem eines sein: »Nicht zu lang! Und sie soll unbedingt auf das Wesentliche fokussiert sein. Das ist (nicht nur) in der heutigen Zeit gar nicht so einfach. Denn schon Goethe sagte, dass er keine Zeit für einen kurzen Brief habe, und somit einen langen schreibt.«

Kampfrhetorik

Manche lieben sie (wahrscheinlich die, die Sieger bleiben) manche verabscheuen sie (die Verlierer vermutlich): Kampfrhetorik. Auf der Homepage www.ati.co.at steht folgendes Zitat zum Thema Kampfrhetorik: »Kampfrhetorik ist nicht Mittel zum Zweck, sondern eine scharfe Klinge für Situationen, in denen man droht unterzugehen.«

Es ist sicher für manche Menschen von

Vorteil, sich mit Kampfrhetorik zu beschäftigen. Die Frage ist, welche Rolle man spielt. Derjenige, der austeilt oder der, der sich wehren muss.

Derjenige, der austeilt, also verbal den Kampf eröffnet, kann leicht den Ungeübten in wenigen Sekunden vom Schauplatz »wegfegen« und ihn auf gut Deutsch »fertig machen.«

Echten Kampfrhetorikern sollte man nicht ungeübt und unvorbereitet entgegentreten. Allerdings kann es passieren, dass man völlig unerwartet in eine Situation kommt, in der der verbale Kampf eröffnet wird. Da braucht der schlecht gelaunte Chef bloß der etwas genervten Mitarbeiterin vor versammelter Mannschaft entgegenschleudern: »Auch für Sie ist Denken nicht verboten.« Und schon ist es passiert.

Gregor Fauma dazu: »Kurzfristige Erfolge vor Dritten sind zwar nett, aber mittel- und langfristig tragen solche Erfolge auf Kosten

anderer einen üblen Beigeschmack. Trainieren sollte man es trotzdem, denn nur was man wirklich beherrscht, kann man auch ganz bewusst bleiben lassen! So wird das Nicht-Einsetzen zu einer spannenden Technik.«

Nur wer seinen eigenen Körper verstehen lernt, wird auch die Körpersprache seiner Gesprächspartner verstehen.

Helga Steiner betrachtet Kampfrhetorik aus einer anderen Sichtweise: »Kampfrhetorik bedient sich

der Sprache der Manipulation, übt Druck aus und erzeugt so Reaktionen. Sollten dies die Stärken eines guten Rhetorikers sein? Ich sage definitiv nein.« Im Umgang mit Kunden ist diese Methode für Helga Steiner absolut deplatziert.

Auch Reinhold Wurzer ist davon überzeugt, dass man mit Kampfrhetorik ausschließlich kurzfristige Erfolge erzielen kann, aber keine dauerhaft stabilen Beziehungen aufbauen, »nach dem Motto: Schlacht gewonnen, den Krieg aber verloren.«

Für Petra Maria Berger war Kampfrhetorik



*„Wer miteinander arbeiten will,
muss miteinander reden können.“*

(William Isaacs)

**Ronny Hollenstein zeigt Ihnen,
wie Sie Ihr Kommunikationsverhalten
optimieren können.**

ERHÄLTlich
im Buchhandel
oder versandkostenfrei
auf www.styriabooks.at

Ronny Hollenstein
HART UND HERZLICH · Sinnvoll kommunizieren
184 Seiten, Hardcover · ISBN: 978-3-85485-269-8
€ 16,95

ic2
Institute for Communication & Organizational Development

molden verlag

styriabooks.at



Das Europäische Netzwerk der Stimmexperten

rik noch nie zeitgemäß: »Wen man einmal besiegt hat, den hat man für immer zum Feind. Wer seine Meinungsgegner k.o. schlägt, sammelt im Übrigen auch bei den Zeugen dieses Duells keine Sympathiepunkte. Zwar sind diese vielleicht ob der Schlagfertigkeit beeindruckt, aber in der Sache selbst möchten sie dann mit solch scharfzüngigen Aggressoren nichts zu tun haben. So wird man ganz schnell zur Persona non grata – zum unerwünschten Gesprächsteilnehmer.« Manche wollen das vielleicht?

Arno Fischbacher zur Kampfrhetorik: »So sehr die rhetorischen Ausdrucksmittel wie unsere Sprache, Stimme und Körpersprache immer wieder Gutes tun und dem Beseren zum Durchbruch verhelfen, so sehr helfen dieselben Werkzeuge doch mancherorts auch, Konflikte zu verschärfen, nämlich Menschen gegeneinander aufzuhetzen und unsägliche Gräueltaten anzurichten. Es ist wohl wie bei vielen Lebensthemen: Letztlich offenbart sich auch in der Rhetorik die Geisteshaltung, das Menschenbild. Herzensbildung ist somit vielleicht die Königsdisziplin der rhetorischen Schulung.« Kampfrhetorik leitet gleich zum nächsten Thema über:

Schlagfertigkeit

Schön wäre es, wenn uns zu den meisten verbalen Angriffen, sei dies aus dem Publikum bei einem Vortrag, von Kollegensei-

te oder auch im privaten Kreis, immer die passende, treffsichere Antwort einfällt. Martin Frohn: »Schlagfertigkeit hat immer mit Selbstsicherheit zu tun! Und hört dort auf, wo sie das Gegenüber verletzt.«

Dem stimmt Petra Maria Berger zu: »Spontaneität braucht angstfreien Raum, sie kann nur entstehen, wenn ich meiner selbst sicher bin. Aber ganz allgemein gilt: Souveränität kommt vor Spontaneität, d. h. wenn meine Antwort besonnen und kompetent dargebracht ist, kommt das allemal besser an, als ein unbedachtes, vielleicht hinkendes Bonmot.«

Eine Strategie könnte es sein, sollte man durch schlagfertige Worte aus dem Konzept gebracht werden, sich für seine Handlungen nicht zu rechtfertigen oder diese zu verteidigen, sondern dem anderen unerwartet zuzustimmen.

Martin Frohn erzählt einen Vorfall: »Ich stehe gestern in der Kantine zu Mittag. Hinter mir stellt sich eine Dame plötzlich in die Reihe. Da sagte der Mann, der gerade noch hinter mir war: ›Das ist aber nicht das Ende der Reihe!‹ Und sie sagte darauf: ›Stimmt!‹ Und nahm ihm so den Wind aus den Segeln und das Essen vom Regal. Und er sagte für einen Moment gar nichts.«

Für Reinhold Wurzer ist die erste Grundregel, wenn ihn jemand beleidigen will, die Beleidigung nicht anzunehmen: »Also nicht emotional gekränkt zu reagieren,

und somit rational überlegt zu bleiben. Wenn ich nicht emotionalisiert, sondern im Vollbesitz meiner rational verfügbaren Handlungsmöglichkeiten bin, kann ich jetzt überlegen, wie ich darauf reagiere. Und er zählt Möglichkeiten auf: bestätigen, Humor, Übertreiben, Gegenfrage.

Und er gibt ein Beispiel:

»Sie verstehen keinen Spaß!«

- »Ja, das sehe ich auch so!« Bestätigung
- »Ja, stimmt, ich spreche diese Fremdsprache nicht.« Humor
- »Sie sind heute schon der Zehnte, der mir das sagt!« Übertreiben
- »Haben Sie denn einen gemacht?« Gegenfrage

»Schlagfertigkeit kann erhöht werden indem Standardfragen vorbereitet und diese intensiv im Selbststudium trainiert werden«, meint Helga Steiner. Und sie gibt den Tipp der Rückfragetechnik: »Das schafft Zeit und hilft, die Sachlage genauer zu erfragen und zu erörtern. Beispiel: Der Kunde sagt: ›Bei euch funktioniert sowieso nie etwas.‹ Der Kundenbetreuer gibt als Antwort: ›Was funktioniert nicht, bitte um Details?‹ oder ›Was benötigen Sie?«

Fazit:

Wenn man an seiner Rhetorik, Stimme und Körpersprache arbeiten will, sollte man es wie beim Essen einer Salami halten, schlägt Mag. Reinhold Wurzer vor: »So wie man die Salami nicht auf einmal verspeisen wird, sondern scheinchenweise, so sollte man auch sein Kommunikationsverhalten nicht auf einmal verändern wollen, sondern in kleinen Scheibchen. Von einer ganzen Salami bekommt man Bauchschmerzen. Von zu viel Veränderungen auf einmal bekommen die Gesprächspartner und man selbst Bauchschmerzen, da man nicht mehr authentisch wirkt. Veränderungen scheinchenweise dauern zwar länger, schmecken aber besser und führen zu wesentlich besseren Ergebnissen. Wir Menschen überschätzen, was wir in kurzer Zeit erreichen können, wir unterschätzen gleichzeitig aber, was wir über einen längeren Zeitraum erreichen können, wenn wir an bestimmten Themen konsequent arbeiten. Darauf werden qualitativ hochwertige Kommunikationsausbildungen Rücksicht nehmen. Kommunikationsverhalten verändert man eben nicht in einem 1-tägigen Intensiv-Crash-Kurs.« □

Info

Arno Fischbacher
AVL-Institut
bettertogether
Dale Carnegie Austria
Sprich mit mir! Stimme – Rhetorik – Persönlichkeit
Steiner Consulting
stimme.at
VBC VerkaufsberaterInnencolleg

www.arno-fischbacher.com
www.avl-institut.at
www.bettertogether.at
www.dale-carnegie.at
www.sprichmitmir.at
www.steinerconsulting.at
www.stimme.at
www.vbc.at