

Fit fürs Leben



Osterberg-Institut
der Karl Kübel Stiftung
sh:z Schleswig-Holsteinischer
Zeitungsverlag GmbH

Veranstaltung

Schwerin empfängt
die Gäste der Serie
„Fit fürs (Berufs-)Leben“

Die letzten Jahre waren voll historischer Daten: 20 Jahre Fall der Berliner Mauer, 20. Jahrestag der Wiedervereinigung. Als einzige Zeitungen in Deutschland haben der Schleswig-Holsteinische Zeitungsverlag (sh:z) und der Zeitungsverlag Schwerin (ZVS) eine Vereinigungsbeilage veröffentlicht, in der Redakteure aus Ost und West gemeinsam über die vielen Veränderungen an Nord- und Ostsee geschrieben haben. Was lag da näher, auch weiterhin gemeinsame Aktionen über die einstige Grenze hinweg zu organisieren. Aus diesem Grund freue ich mich, die Serie „Fit fürs Leben“ erstmalig in Schwerin zu begrüßen. Schließlich ist – ganz dem Motto der Veranstaltung – das Zusammenwachsen keine Hexerei, sondern gelebter Alltag. Ich wünsche uns dabei viel Erfolg.

Dieter Schulz,
Chefredakteur Schweriner Volkszeitung

Themen aus der Lebens- wie der Berufswelt stehen im Mittelpunkt der Serie „Fit fürs Leben – Fit fürs Berufsleben“, der Bildungskoooperation von Osterberg-Institut und Schleswig-Holsteinischem Zeitungsverlag (sh:z). Erstmals überschreitet sie jetzt die Landesgrenze zum Nachbarn Mecklenburg-Vorpommern: Der nächste Erlebnisvortrag zum Thema „Die Kunst des Überzeugens“ findet am Donnerstag, 9. Juni, im Verlagshaus der Schweriner Volkszeitung an der Gutenbergstraße 1, 19 061 Schwerin, statt.

Die Veranstaltung beginnt um 19 Uhr und dauert rund zwei Stunden. Sie wird interaktiv gestaltet. Die Gäste sind herzlich aufgefordert, sich am Workshop-Geschehen zu beteiligen! **Die Teilnahme ist kostenfrei – wie immer bei der Reihe „Fit fürs Leben“.** Allerdings ist eine **Anmeldung per E-Mail** unbedingt erforderlich. Die Adresse lautet info@osterberginstitut.de.

Osterberg-Institut

Das Osterberg-Institut in Niederklveez in der Holsteinischen Schweiz ist eine Bildungseinrichtung der Karl Kübel Stiftung, die Bildungs- und Entwicklungsarbeit im In- und Ausland betreibt. Das Institut bietet Qualifizierungen für den privaten wie für den beruflichen Bereich an. Die Seminare und Weiterbildungen zielen stets zugleich auf berufliche Kompetenzerweiterung und persönliches Wachstum. Nähere Infos gibt es unter Tel. 045 23/ 99 29-0 sowie im Internet unter www.osterberginstitut.de.

Charisma – Die Kunst des Überzeugens

Lösungsorientiert denken und allen Wünschen ausreichend gerecht werden: Mit kommunikativem Geschick in der Kontroverse punkten

FLENSBURG/SCHWERIN Jeder will und muss andere von etwas überzeugen. Keiner kommt daran vorbei. Ob als Vorstandsvorsitzender oder als Mutter, ob als Leiterin des Vertriebs oder als Mitglied im Verein. Immer geht es darum, bestimmte Menschen zu überzeugen, etwas zu tun oder zu glauben – im Rahmen dessen, was wir persönlich vertreten können. Das Spannende an der Kunst des Überzeugens ist, dass es dabei genau so auf unsere Persönlichkeit wie auf unsere fachliche Kompetenz ankommt. Schauen wir uns ein paar Beispiele an, um zu erkennen, was Überzeugungskraft konkret ausmacht.

Ehepaar Wilk will einen tollen Urlaub verbringen. Evelyn möchte in den Alpen wandern, aber Niels winkt ab: „Zu langweilig!“ Und das, obwohl Evelyn ihr Plädoyer nach allen Regeln der Überzeugungskunst vorgetragen hatte: begeistert, die Sinne ansprechend, mit reizvollen Vorschlägen unterlegt. Niels aber will etwas Außergewöhnliches: „New York, das wär's!“ Evelyn ist in Sachen Gesprächsführung erfahren und reitet nicht länger auf ihrem Standpunkt herum, sondern befragt Niels klug, was er sich vom Urlaub erhofft. „Etwas Spektakuläres möchte ich erleben, ein Geschenk für die beruflichen Anstrengungen, erholen will ich mich. Und dass wir wieder mal richtig Zeit für einander haben.“

Bevor wir uns das Ergebnis des Gesprächs anschauen, halten wir fest, dass die Technik des Überzeugens oft indirekt funktioniert. Indem wir das Gegenüber geschickt befragen, führen wir proaktiv eine einvernehmliche Lösung herbei. Wir nehmen den anderen „an die Hand“ und landen gemeinsam am Ziel. Dies steht im Gegensatz zu einer Argumentation, bei der bloß der eigene Standpunkt vorangetrieben wird. Je nach Situation kann Letzteres durchaus das passende Mittel sein, etwa in der Politik. Aber oft kommt es dabei zu Disputen anstatt zu Win-Win-Ergebnissen.

Bei der Technik des Befragens ist persönliche Reife gefordert; Fähigkeiten wie Geduld, Vertrauen, Sich-nicht-Verbeißen und vor allem lösungsorientiertes Denken sind wichtig. Lösungsorientiert zu denken heißt, den Blick auf das zu richten, was funktioniert, anstatt darauf, was nicht funktioniert. Dahinter steht die Haltung, dass Probleme effizient gelöst werden können, ohne dass man unbedingt die Ursachen vollständig kennen und analysieren muss.

Manchmal kommen wir so zu überraschend neuen Ergebnissen. So war es auch bei den Wilks, die einen spektakulären und gleichzeitig erholsamen Wanderurlaub auf Island verbrachten, bei



Die Technik des Überzeugens funktioniert oft indirekt. Mit geschickter Befragung lässt sich eine einvernehmliche Lösung entwickeln. FOTOLIA

dem sie wirklich Zeit für einander fanden. Evelyn hat es also geschafft, mit Niels zu einer alle Bedürfnisse befriedigenden Lösung zu kommen. Und genau darum geht es. Wirklich überzeugen können wir nur, wenn wir allen Beteiligten ausreichend gerecht werden. Sonst treiben wir Manipulation.

Im Beruflichen kommt zur Überzeugungskunst meist noch eine Kompo-

„Es macht richtig Spaß.
Ich bin mutiger geworden,
beruflich und persönlich
weitergekommen.“

nenten der Selbstdarstellung hinzu: Wir versuchen, einen glaubwürdigen, sympathischen und kompetenten Eindruck zu machen – so wie Frau Wolters, eine Juristin, im Bewerbungsgespräch. Sie hatte dem Thema „Souveränes Auftreten“ spezielle Beachtung geschenkt. Ihr Ziel war es, mit selbstbewusster Haltung, ruhiger und kraftvoller Gestik, mit aufmerksamem Blickkontakt und offenem Gesichtsausdruck zu punkten. Zusätzlich war es ihr natürlich wichtig, ihre fachliche Kompetenz wirklich auf den Punkt zu bringen.

Für Frau Wolters lohnte sich der Aufwand. Sie bekam die Stelle bei einer Versicherung und kann jetzt als Teamleiterin

ihren Handwerk des Überzeugens weiterüben: „Es macht richtig Spaß. Ich bin mutiger geworden und bringe mich jetzt noch direkter ein. Ich bin beruflich und persönlich weitergekommen.“

Genau um diesen Aspekt dreht es sich auch bei Herrn Überlinger. Ihm wurde in Aussicht gestellt, die Geschäftsleitung zu übernehmen. Herr Überlinger möchte diese Gelegenheit beim Schopf packen, versteht allerdings den Einwand, dass er trotz souveränen Auftretens zu trocken rüberkomme. Der Personalberater meinte, für ihn sei als nächstes der Schritt von der Führungskraft zur Führungspersönlichkeit an der Reihe. Ähnlich wie bei Nobelpreisträger Al Gore, der früher „the bore“ (der Langweiler) genannt wurde und sich dann, mit seinem Herzensthema Klimawandel, zum packenden Redner entwickelte.

Herr Überlinger fand seine Lösung durch die so genannte Wertearbeit. Mit einem Coach erkundete er, was für ihn im Leben zutiefst wichtig ist und ihn wirklich antreibt. Dabei stellte sich heraus: Macht ist ihm wichtig als Möglichkeit zur Gestaltung. Geld bedeutet ihm weniger Luxus als „gutes“ Leben und Sicherheit für die Familie. Sehr wichtig sind ihm Freundschaften und geistiger Austausch – persönliche Entwicklung statt Stillstand ist für ihn ein

entscheidender Antrieb. Die Erkenntnisse, die er gewann, empfindet er heute als „Handlungskompass für Entscheidungen“. Auch spürt Herr Überlinger, dass er an Selbstwert und innerer Klarheit gewonnen hat. Ganz von innen heraus und entschiedener ergreift er jetzt seine berufliche Rolle. Er ist vitaler, hat mehr Überzeugungskraft und kann seine Mitarbeiter besser motivieren.

Als nächstes wird sich Herr Überlinger mit gewissen „inneren Hürden“ auseinandersetzen. Denn ihm wird häufig zurückgemeldet, dass er zu harsh Ergebnisse einfordert, ungeduldig sei und gelegentlich gefühllos wirkt, obwohl er eigentlich ein freundlicher Typ ist. Alles in allem eine Mixtur, die seine Kommunikation etwas ungeschmeidig wirken lässt. Hier könnte er sehr gut von Frau Wilk und deren Überzeugungsgeschick lernen. Spätestens dann hätte Herr Überlinger so richtig gute Karten für die ersehnte Beförderung.

Willy Metzeler



Der Autor dieses Artikels, der gebürtige Schweizer Willy Metzeler, Jahrgang 1959 und Diplom-Volkswirt, war zunächst Theater- und Filmschauspieler, bevor er vor gut zehn Jahren begann, als Rhetorik- und Kommunikationstrainer Menschen zu mehr Ausstrahlung und Überzeugungskraft zu verhelfen. Willy Metzeler lebt in Berlin.

Wie kommunizieren Sie?

Ein kleiner Leitfaden, der Ihnen mögliche Kommunikationschwächen aufzeigt (A1 bis A10) und Tipps gibt (B1 bis B10), wie Sie künftig besser ankommen mit Ihrem Anliegen. Lassen Sie jede Frage für sich in Ruhe wirken und beantworten Sie sie ehrlich für sich selbst, wenn möglich ausführlicher als nur mit „ja“ oder „nein“. Erst im nächsten Schritt beschäftigen Sie sich mit dem dazugehörigen Verbesserungsvorschlag. Dieses Vorgehen sichert Ihnen den optimalen Lerneffekt.

Fragen – Hören mir meine Mitmenschen zu?

A1 Bringen Sie bei Gesprächen und Reden vor allem Ihre Sicht der Dinge ein?
A2 Neigen Sie zu ausschweifenden Ausführungen?
A3 Können die anderen Sie verstehen?

Beachten mich meine Mitmenschen?

A4 Drücken Sie mit Ihrer Kör-

perhaltung Respekt aus?
A5 Schauen Sie Ihren Zuhörern, Ihren Gesprächspartnern in die Augen?

A6 Tendieren Sie in Ihrer Sprechweise zu einer monotonen, gleichförmigen Melodieführung?

Befolgen meine Mitmenschen meinen Ratschlag?

A7 Wissen Sie, was Ihnen im Leben wirklich wichtig ist?
A8 Wird Ihnen Vertrauen entgegengebracht, schenkt man Ihnen in der Regel Glauben?
A9 Nehmen Sie sich für Ihr Auftreten Raum?

Antworten – So hören mir meine Mitmenschen zu.

B1 Entscheiden Sie klug, wie Sie in Ihrer Argumentation die Ich-Perspektive mit der Du/Zuhörer-Perspektive verbinden. Je ausgeprägter andere Meinungen sind, umso mehr sollten Sie diese berücksichtigen. Befragen Sie Ihr Gegenüber gezielt nach Anliegen und Problemen. Machen Sie

klar, wofür Ihr Herz schlägt.
B2 Reduzieren Sie Ihre Kernaussage auf drei Themen und fassen Sie diese prägnant in maximal sechs Sätzen zusammen. Die Anderen können dann immer noch nachfragen.
B3 Verständlichkeit erzielen Sie, indem Sie Beispiele anführen, Vergleiche anstellen, Anekdoten erzählen. Ihr Beitrag bleibt in guter Erinnerung.

So beachten mich meine Mitmenschen.

B4 Achten Sie auf eine offene, „gute“ Körperhaltung. Mit Ihrem Brustbein können Sie Respekt zum Ausdruck bringen, für das Gegenüber wie für sich selbst – im Gehen, Stehen und Sitzen.
B5 Ein Großteil Ihrer Überzeugungskraft kommt durch Blickkontakt zustande. Also lange genug hinschauen, ohne zu starren.
B6 Formen Sie kurze und klare Sätze. Sprechen Sie mit freundlicher Entschiedenheit.

So befolgen meine Mitmenschen meinen Ratschlag.

B7 Identifizieren Sie fünf Werte, die in Ihrem beruflichen und privaten Leben von zentraler Bedeutung sind. Halten Sie fest, was Sie wirklich antreibt. Formulieren Sie, wie Sie diese Antreiber noch effektiver in Ihr Leben integrieren können. Wenn Sie dann danach handeln, verbessern Sie Ihre Zufriedenheit und Ihre Ausstrahlung.

B8 Verleihen Sie Ihren Anliegen verbal und nonverbal Ausdruck. Üben Sie sich mutig in persönlicher Offenheit, ohne in eine unangemessene „Privatheit“ zu verfallen.

B9 Beantworten Sie diese Fragen: Will ich wirklich souverän auftreten? Kann ich souverän auftreten? Darf ich souverän auftreten? Falls Sie auf innere „Hindernisse“ stoßen, lösen Sie diese im Austausch mit Freunden oder mit einem Coach auf.

Tipp für den Alltag:
Versuchen Sie
es doch mal so . . .

Hamburger mit Pommes oder eine gesunde Lasagne? Sicher wissen Sie, wie anstrengend die Menüdebatte mit Kindern sein kann. Fragen Sie also Ihre jungen Fans der Systemgastronomie, was genau das Tolle an Hamburger ist. Vielleicht lautet die Antwort: „Na, das gebratene Fleisch, das süße Ketchup und die leckere Cola dazu.“ Nun wollen Sie wissen, was an der Lasagne nicht schmeckt. „Nudeln sind schon okay, aber das letzte Mal hast du Broccoli rein getan und ein Mal sogar Spinat.“ Ihre gewiefte Antwort, um den „Kunden“ in seiner Gefühlslage abzuholen, könnte sein: „Das verstehe ich, auch mir hat der Broccoli nicht wirklich geschmeckt.“ Sie könnten es mit einem Vorschlag versuchen: „Wie wär's, ich mache eine Lasagne, und damit sie etwas süß wird, bereite ich die Tomatensauce mit leckeren Möhren zu. Ich braute zartes Hackfleisch an, und obendrauf kommt 'ne Menge Käse, der überbacken knusprig ist und klasse schmeckt – ihr könnt gar nicht widerstehen! Und wenn es sein muss, gibt's nächste Woche wieder mal Hamburger und Cola. Zwei Mal im Monat darf das sein, alles andere macht dumm.“ Viel Glück mit diesem Überzeugungsansatz – und guten Appetit!