



EDITORIAL:

Liebe Leserinnen und Leser,

passend zu dem herrlichen Wetter, das uns der Herbst in den vergangenen Tagen schenkte, habe ich ein kleines Zitat für Sie:

*„Leben ist nicht genug, sagte der Schmetterling.
Sonnenschein, Freiheit und eine kleine Blume gehören auch dazu.“*

Hans Christian Andersen

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen schöne Stunden.

Ihre
Cathrina Pflug

INHALTSVERZEICHNIS:

Das Kernwesen der Schlagfertigkeit Matthias Pöhm	1
Verschiedene Verhandlungstypen und Überzeugungsstrategien Petra Schächtele	2
Seminar-Tipp des Monats	3
Seminarkalender November 2010	3
Impressum	3

Im Folgenden finden Sie aktuelle Beiträge unserer NAA-Referenten und weiterer Experten. Die NAA bietet Ihnen dazu und zu vielen weiteren Themen hochwertige Trainings und Seminare an, die Sie jeweils über den entsprechenden Link am Ende der Beiträge finden.

Das Kernwesen der Schlagfertigkeit – von Matthias Pöhm



Matthias Pöhm

"Wisst Ihr eigentlich warum Jonny den Spitznamen Jonny hat? Ich sag's euch: Weil Jonny früher einmal gesagt hat, wenn *ich* schwul bin, will ich Jonny heißen."

Alles in der Runde prustet laut heraus vor Lachen. Jonny sitzt mitten unter der sich auf die Schenkel klopfenden Meute und lächelt gequält. Er ist weder schwul, noch

kann er darüber lachen. Die Kollegen machen halt "wieder einen Spaß" denkt er. Gerne würde er etwas passendes erwidern. Aber er fühlt sich getroffen und ihm will einfach nichts einfallen. Das ist eine Situation, vor der sich so manche Menschen fürchten: In eine Lage zu geraten, wo in geselliger Runde übereinander gefrozt wird und wo sie einfach "nicht mithalten" können. Passiv werden sie das Opfer von Flachserieen. Es gibt immer einige, die in solchen Runden tonangebend sind und einige andere, die meistens das Objekt des Späßes darstellen.

Im Prinzip ist das ein Gesellschaftsspiel, das die Schlagfertigkeit in seinem Wesen hervorragend trainiert. Hier wird dezent, subtil ausgeteilt. Aber in der gespannten Erwartung auch etwas zurückzubekommen. Ist diese Replik gelungen, wird das von der Umgebung mit schallendem Gelächter quittiert. Nachher fällt Jonny dann der Spruch ein, den er hätte erwidern können: "Ja warum heißt DU dann nicht Jonny?,"

Versuchen Sie sich mal zu erinnern: Die Bemerkungen, die Ihnen erst wieder mal eine Stunde später einfallen, sind meist von der Natur, das der andere eins übers Dach bekommen hätte. Aber mal Hand aufs Herz: Die Bemerkung, die Ihnen da eine Stunde später eingefallen ist, hätten Sie die wirklich in 100% aller Fälle in dieser Situation auch gesagt? Ich will Sie ermuntern es auf jeden Fall zu tun. Auch wenn Sie nicht wissen, wie es aufgenommen wird. Sie

erweitern dadurch dramatisch Ihre Selbstwertkreise. Und das ist das wichtigste bei der Schlagfertigkeit. Handle mutig – und du wirst mutig.

Diese Art des Erwiderns stellt den Urkern der Schlagfertigkeit dar. Hier steckt der dezente Seitenhieb mit in der Antwort. Hier wird ausgeteilt aber auch wieder eingesteckt. Der Kern des Wortes Schlagfertigkeit besteht aus "schlagen". Das heißt, den anderen in irgend einer Form schlecht aussehen zu lassen.

Ich war einmal bei Radio Köln zu einem Interview ins Studio eingeladen. Sonst in diesen Fällen ist es immer so, dass der Herr Schlagfertigkeitstrainer vom Moderator angegriffen wird und der soll gefälligst mal seine Fähigkeiten demonstrieren. Diesmal aber wollte der Moderator es umgekehrt haben. *Ich* sollte ihn angiften und er wollte schauen, was ihm als Erwiderung einfällt. Der Moderator hieß Torsten Knippertz und der Bursche war wirklich gut. Hier sein größter Coup. Ich sagte zu ihm: "Eine Hirnzelle weniger und du wärst 'ne Pflanze" – Darauf sagte er: "Zwei Hirnzellen weniger und ich wäre DU" – Ich musste lachen, wie bei einer Vulkaneruption. Gelungene Schlagfertigkeit in so einer Runde ist schön, selbst wenn man das Opfer ist.

Ich habe bei der Beschäftigung mit dem Thema eins lernen müssen: Leute die Schwierigkeiten haben andere anzugreifen, sind die selben Leute, die auch Mühe haben sich schlagfertig zu verteidigen. Deshalb fördert es ungemein Ihre Schlagfertigkeit, wenn Sie mal trainieren auszuteilen. Das meine ich wirklich so. Das können Sie täglich tun. Machen Sie das in einer Runde, die Ihnen wohlgesonnen ist und wo die Spielregeln bekannt sind. Am Fest in bierseeliger Stimmung, in der Kneipe nach Feierabend, beim Firmen-Aperitif, im Vereinsheim oder beim Apres-Ski. Aber warum nicht auch zu Hause, wo der Herr Sohn oder die Frau Tochter schon länger meinen, den Eltern eins in die Seite geben zu können.

Trainieren Sie mal der Agressor zu sein und nicht immer das Opfer. So

werden Sie auch in der Lage sein, einen Gegenschlag zu landen. Es ist eine Illusion zu glauben, dass man nur den Zweitschlag im Griff haben sollte. Das ist das selbe, wie eine Fußballmannschaft, die ausschließlich die Verteidigung trainiert – niemals wird so eine Mannschaft Meister werden – Im Gegenteil, sie wird zwingend absteigen.

Winston Churchill wurde mal während einer Abendsoiree von einer Dame angegriffen: Die Dame sagte: „Wenn ich Ihre Frau wäre, würde ich Ihnen Gift geben!“ Churchill antwortete: - „Wenn ich Ihr Mann wäre, würd ich's nehmen.“

Sagte ein Kind zum anderen Kind: "Du bist ja nur adoptiert, du gehörst ja gar nicht deinen Eltern." Darauf das erste Kind: "Mich konnten sie wenigstens aussuchen, dich mussten sie nehmen, wie du warst."

Wenn ich die Hitparadenlieblinge der schlagfertigen Antworten aussuchen sollte, die von fast jedermann als gelungen eingestuft

werden, so sind das ausschließlich Erwiderungen, bei denen ein versteckter Gegenangriff mit platziert wird. Mein Wunsch ist es, dass Sie bei solchen Angriffen einfach nicht mehr hilflos, verdattert stehen bleiben – sondern dass Sie erstens sich erlauben frech zurückzugeben und zweitens ein Repertoire an möglichen Repliken besitzen. Das zweite schaffen Sie durch Training oder aber durch Lernen von Bemerkungen, die einfach sehr oft passen. Deshalb hier zwei Standard-Antworten die sich sehr oft, auf Angriffe universell erwidern lassen:

Beispielangriff: "Mein Gott, siehst du fertig aus!"

- 1) Weißt du, du bist halt mein Vorbild
- 2) Dann passen wir ja gut zusammen

Machen Sie jetzt den unmittelbaren Test: Prägen Sie sich eine der beiden Antworten ein, gehen Sie zu ihrem Kollegen und sagen ihm: "Los greif mich mal an". In 7 von 10 Fällen dürfte Ihre Antwort passen.

Unser passendes Seminar finden Sie [hier](#).

Verschiedene Verhandlungstypen und Überzeugungsstrategien – von Petra Schächtele



Petra Schächtele

Sie haben vor der Verhandlung genau festgelegt:

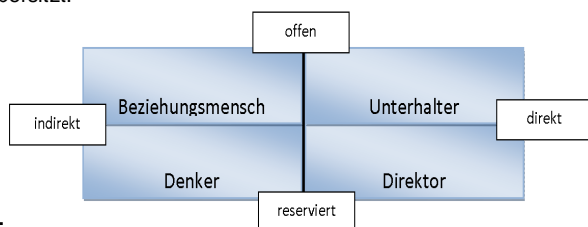
- Ihr Minimalziel
- Ihr Maximalziel
- An welcher Stelle / bei welchem Preis Sie aussteigen
- Was das Ziel der anderen Seite ist
- Was Sie zusätzlich anzubieten haben (Preis, Service, Prestige...)

Nun gilt es herauszufinden, was für ein Verhandlungstyp Ihr Gesprächspartner ist.

Der lässt sich mit den Platinregeln [1] der Kommunikation einschätzen. So können Sie herausfinden, welches Verhalten Ihrerseits der Verhandlungspartner benötigt, um sich gut zu fühlen und gute Entscheidungen treffen zu können.

- Schlüsselfrage 1: Ist Ihr Gegenüber direkt oder indirekt?**
- Schlüsselfrage 2: Ist Ihr Gegenüber offen oder reserviert?**

Durch diese beiden Fragen finden Sie den entsprechenden Quadranten und wissen nun, welcher Verhandlungstyp Ihnen gegenübersteht.



Denker:

Diese benötigen Fakten und logische Argumentationsketten. Selbst zurückhaltend und Risiken meidend, brauchen sie genügend Distanz und reagieren positiv auf sparsame Gestik. Zu überschwängliche Menschen sind ihnen suspekt. Sie mögen eine disziplinierte Zeiteinteilung und halten sich gerne an geregelte Abläufe.

Beziehungsmenschen:

Diese brauchen eine angenehme Atmosphäre und gutes Klima. Sie sprechen mit – und über Menschen, Gefühle und Zusammengehörigkeit sind wichtig, bevor Entscheidungen getroffen werden können. Sie freuen sich über einen zurückhaltenden Händedruck. Lassen Sie sich nicht davon irritieren, dass Beziehungsmenschen auch gerne zum Boden oder an die Decke schauen.

Unterhalter:

Diese wollen Spaß, Begeisterung und selbst Geschichten erzählen. Sie wollen Begeisterung sehen und ausdrucksstarke Mimik und Gestik. Sie treffen schnell Entscheidungen und sagen gerne die

eigene Meinung. Lassen Sie sich auch von spontanen Berührungen nicht aus dem Konzept bringen.

Direktoren:

Diese steuern gern selbst, wollen den Überblick und professionelles Auftreten. Erklären Sie klare Wettbewerbsvorteile, Innovationen, Pläne – wie mit Ihrer Idee konkret Geld gemacht werden kann. Halten Sie Augenkontakt und zeigen Sie einen festen Händedruck.

Achtung Manipulation: Behalten Sie stets den Überblick.

Ich war vor kurzem beim Arzt und die Assistentin hat mir eine Blutuntersuchung empfohlen. Das würde bei ihnen zur Untersuchung dazugehören und ab 50 sollte man das sowieso einmal im Jahr machen lassen. Auf meine Frage, was denn so eine Untersuchung kostet, war die Antwort: »Die ist nicht teuer.« Ich hab dann ein zweites mal gefragt, wie teuer denn? Darauf war die Antwort: „Das ist unterschiedlich, manche nur 1 Euro. Es werden unterschiedliche Werte untersucht. Aber auf jeden Fall nicht viel.“ Ich hab daraufhin mein o.k. gegeben und 2 Wochen später eine Rechnung über 150 Euro bekommen (nur die Laborrechnung – versteht sich). Daran habe ich wieder einmal gemerkt, wie schnell man sich zu etwas überreden lässt, ohne genaue Informationen zu haben. Und ... 150 Euro ist für mich weder wenig noch billig. Ich habe mir darauf wieder fest vorgenommen:

Ohne genaue Angaben keine Zustimmung.

Relationen herstellen

Wenn Sie vorhaben, Zugeständnisse zu machen, dann rechnen Sie diese vorher in eine eigene Währung um. Als Weinliebhaber rechnen Sie Ihr Zugeständnis z. B. in Rotweinflaschen der Marke Haberschlechter Heuchelberg um. Als Wellness-Fan vielleicht in Rückenmassagen. Beim Mehrpreis des neuen Autos kann sogar ein Wellness-Wochenende als Vergleich dienen. Wichtig ist dabei, dass Sie wieder einen Bezug herstellen zu der Summe. Den Bezug verlieren wir nämlich relativ schnell, wenn wir längere Zeit mit entsprechend großen Zahlen jongliert haben.

Interessant ist auch, dass Zahlen, die gar nichts mit der derzeitigen Verhandlung zu tun haben, unser Preisverständnis verändern. Die bloße Erwähnung einer Zahl beeinflusst den Preis, den Menschen bereit sind, für ein Produkt zu bezahlen.

Der Verhaltensökonom Dan Ariely [2] hat bei einem Experiment herausgefunden, dass z. B. sogar die Erwähnung der letzten beiden Ziffern der eigenen Sozialversicherungsnummer Einfluss darauf haben kann, welchen Betrag Menschen bereit sind, für eine Flasche Wein auszugeben. Je höher die eigene SV-Zahl war, desto mehr waren sie bereit, für die Flasche zu bezahlen.

Weichen Sie nicht von Ihrem gesetzten Ziel ab und achten Sie darauf, dass sich Ihre Relationen nicht zu Ihren Ungunsten verschieben.

Lesen Sie [hier](#) alles zu unserem passenden Seminar.

[1] Vgl: Alessandro, Tony: Die Platinregel, Campus Verlag

[2] Dan Ariely: Denken hilft zwar, nützt aber nichts. Warum wir immer wieder unvernünftige Entscheidungen treffen. Droemer Verlag

Seminar-Tipps des Monats

Führen von Teams

Das Training für Teamführung und effiziente Teams. Teams sind komplexe Gebilde aus unterschiedlichsten Menschen, die sich gemeinschaftlich und wechselseitig verstärkend auf ein Ziel hin ausrichten. Hervorragende Teamleistung ist eine Führungsaufgabe, für die Teamleiter ganzheitlich vorbereitet werden müssen. Dieses Training wird auf besondere Weise vom Gewinner des deutschen Trainingspreises in Gold, Tom Schmitt, geleitet.

Was Sie in diesem Seminar erreichen

In diesem Training lernen und erkennen Sie, wie das Machtverhältnis in der Kommunikation unser Verhalten und unsere Position im Team prägt und was wir erreichen können, wenn wir dieses Machtverhältnis bewusst gestalten. Sie probieren Wege aus, wie Sie einerseits sympathisch und freundlich wirken und wie Sie andererseits mit der Kraft Ihrer Persönlichkeit Einfluss ausüben. Sie erweitern Ihre Handlungskompetenz mit dem Ziel, Ihren Kommunikationsstil situativ und authentisch mit der gebotenen Nähe und der notwendigen Distanz zu gestalten.

Eine ausführliche Seminarbeschreibung finden Sie [hier](#).

Erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Welche Möglichkeiten hat ein Unternehmen, mit Medien erfolgreich zusammenzuarbeiten? Wie muss eine Pressemitteilung aussehen, damit sie auch gelesen wird und nicht sofort im Papierkorb verschwindet? Wie spreche ich Medienvertreter am besten an? Wie finde ich Themen für meine Pressearbeit? Was braucht ein Journalist an Informationen? Wie gehe ich mit Fotografen um? Dieses Seminar ist ideal geeignet für Einsteiger in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit aus anderen Fachbereichen.

Was Sie in diesem Seminar erreichen

In diesem Intensiv-Seminar erhalten Sie umfassendes Wissen über die Strukturen im Pressemarkt und die grundlegenden Möglichkeiten einer Kooperation mit Medien. Sie erhalten erprobte Instrumente an die Hand und erfahren, wie Sie diese in der Praxis einsetzen. Im Seminar haben Sie viel Raum für Fragen, Diskussionen und Praxisübungen.

Alle Inhalte des Seminars sehen Sie [hier](#).

Seminarangebot November 2010

Trainer/In	Seminarthema	Datum	Ort
Tom Schmitt	Führen von Teams	08.-10. November 2010	Köln
Adrian Teetz	Erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	10.-11. November 2010	Köln
Prof. Dr. Elke Theobald	Online-Marketing	22.-23. November 2010	Köln
Prof. Ralph E. Hartleben	Strategisches Marketing	22.-24. November 2010	Frankfurt
Kerstin Lösel-Hillberg	Projektmanagement - Projekte effizient und konfliktfrei führen	22.-24. November 2010	Frankfurt
Wolfgang Steffen	Vertriebstraining - Grundlagen des Verkaufens	23.-24. November 2010	Frankfurt/Oberursel
Wolfgang Steffen	Vertriebstraining - Verkaufs- und Abschlusstechniken	25.-26. November 2010	Frankfurt/Oberursel
Prof. Dr. Werner Hagstotz	CRM - Customer Relationship Management	25.-26. November 2010	Stuttgart
Conny Kozub	Texten für Marketing und Vertrieb	29.-30. November 2010	Nürnberg
Klaus J. Aumayr	Produktmanagement Grundlagen	29.-30. November 2010	Frankfurt/Oberursel
Dr. Gudrun Wilhelm	Emotionale Intelligenz und Sozialkompetenz	29.-30. November 2010	Frankfurt
Sabine Lanus	Strategien und Methoden gewinnender Gesprächsführung	29.-30. November 2010	Berlin

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann rufen Sie uns an. Unter der Telefonnummer 09 11/ 91 97 69 -0 sind wir gern für Sie da. Weitere Seminare aus unserem aktuellen Katalog finden Sie auch unter www.naa.de.

IMPRESSUM

Herausgeber: NAA NÜRNBERGER AKADEMIE für Absatzwirtschaft GmbH

Anschrift: NAA NÜRNBERGER AKADEMIE für Absatzwirtschaft GmbH
Erlenstegenstraße 7 | 90491 Nürnberg
Telefon ++49.911.919769-0 | Fax ++49.911.919769-20
E-Mail: service@naa.de | Internet: www.naa.de

Handelsregister Nürnberg HRB 11584

V.i.S.d.P.: Dietmar Fischer, Geschäftsführer

Bankverbindung: Postbank Nürnberg | Kto-Nr. 68384-855 | BLZ 760 100 85
Steuerangaben: USt.-IdNr.: DE 157417032 | Steuer-Nr.: 24113300406

Gestaltung, Inhalt, Layout:

NÜRNBERGER AKADEMIE für Absatzwirtschaft GmbH

Disclaimer: "Für die technische und konzeptionelle Erstellung des PDF-Newsletter sowie die redaktionellen Inhalte ist die Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft verantwortlich. Wir weisen darauf hin, dass es sich bei Links, die auf fremde Internet-Angebote hinweisen, um unverbindliche Empfehlungen handelt. Die NAA GmbH vermittelt über die Links lediglich den Zugang zu diesen Angeboten; sie hat keinen Einfluss auf deren Inhalte und macht sich diese Inhalte auch nicht zu eigen."

Copyright © 2010 NÜRNBERGER AKADEMIE für Absatzwirtschaft