



Sehr geehrte Damen und Herren,

wo geht die Reise hin? - Eine Frage, die in unterschiedlichen Situationen - beruflich oder privat - immer wieder auftaucht.

Momentan stelle ich mir diese Frage in zweifacher Hinsicht:

1. Wohin geht die Reise in Sachen Weiterbildung 2011? Welche Themen sind für Sie interessant?
2. Wohin würden Sie gerne reisen? An welchen Orten besuchen Sie am liebsten Seminare und Fortbildungen?

Wollen Sie mir antworten? Entweder über [Mail](#) oder den Kurzfragebogen [Seminarort](#).

Vielen Dank! Gute Reise wünscht Ihnen

Ihre
Stefanie Funk

Lesen Sie heute:

Stell dir vor es ist wichtig und keiner hört zu! - Rhetoriktipps
Rolf H. Ruhleder

Studie - Jugend und Mobilität
Philipp Ikrath

MUSARTE - Wege zur Kunst
Prof. Andreas Kohl

[Impressum](#)

Im Folgenden finden Sie aktuelle Informationen sowie Beiträge unserer NAA-Trainer/Innen und Experten. Die NAA bietet Ihnen hochwertige Seminare an, die Sie jeweils über den entsprechenden Link finden.

Die Kunst, sich Gehör zu verschaffen...



Der englische Philosoph John Locke berichtet uns: "Die Indianer, die wir als Barbaren schelten, beachten in ihren Gesprächen und Unterhaltungen weit mehr Anstand und Höflichkeit als wir: Man hört einander stillschweigend an, bis der eine ausgeredet hat, und dann antwortet der andere gelassen, ohne Lärm und Leidenschaft."

Wie weit sind wir in unserem Kulturkreis doch meist von diesem Verhaltensmuster entfernt!

Es sind ja wahrlich nicht nur die dominanten, redegewandten Zeitgenossen, die Interessantes zu sagen haben. Gerade eher introvertierte, nachdenkliche Menschen, die lieber beobachten und abwarten, können viel Fundiertes zu einem Gespräch beitragen. Doch ihnen fällt es oft schwer, sich in einer Runde Gehör zu verschaffen. Die Frage ist, was können Sie tun, um die Aufmerksamkeit der übrigen Gesprächspartner zu erringen? Bewahren Sie in jedem Fall Ruhe und halten Sie den Blickkontakt aufrecht. Warten Sie auf Ihr Stichwort - dann können Sie in einer Gesprächspause die Unterhaltung geschickt in eine andere Richtung lenken.

Bitten Sie Ihr Gegenüber darum, das Gesagte zu definieren, näher zu erläutern. So gewinnen Sie Zeit um sich Ihre weitere Strategie zu überlegen. Stellen Sie eine gezielte Zwischenfrage, nicht umsonst gilt die Frage als die "Königin der Überzeugungskunst"! Formulieren Sie beispielsweise: "Darf ich an dieser Stelle noch auf

Doch wie heißt es doch so richtig. "wer auf Menschen zugehen kann, dem öffnet sich die Welt!" Im Ernstfall machen Sie es doch einfach wie der "Eiserne Kanzler" von Bismarck: Wenn er zuviel Respekt vor seinen Gesprächspartnern hatte, so stellte er sie sich einfach als Kohlköpfe vor.

Nun können Sie ja auch durchaus in die Situation kommen, dass Sie reden dürfen, sollen, müssen, dass Sie also vor einer Gruppe stehen und erschreckt feststellen, dass Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Zuhörer verlieren.

Ein britischer Parlamentarier verbreitete sich über den Schiffsbau und begann bei Noah. Lord North schlief ein; sein Sekretär machte Notizen. Nach einiger Zeit erwachte der Premierminister und fragte, worüber der Redner gegenwärtig parliere. "Über Elisabeth I." Lord North machte es sich wieder bequem: "Wecken Sie mich in zweihundertfünfzig Jahren!"

Was können wir aus dieser Episode lernen? Hüten Sie sich vor langen Monologen! Schon der alte Knigge wusste: "Man soll nie vergessen, dass die Gesellschaft lieber unterhalten als unterrichtet sein will."

Außerdem wichtig: Sprechen Sie so, dass jeder Sie verstehen kann! Eine Ansammlung von Fremdwörtern zeugt nicht von großer Bildung - allenfalls von mangelnder Empathie. Die größte Kunst besteht bekanntlich darin, selbst komplizierte Sachverhalte in allgemein verständliche Worte zu kleiden. Artikulieren Sie klar und deutlich, allerdings nicht zu akzentuiert, dies wirkt leicht aufgesetzt, arrogant und oberlehrerhaft. Formulieren Sie in kurzen

Formulieren Sie beispielsweise: "Darf ich an dieser Stelle noch auf Folgendes hinweisen?"

Setzen Sie Verstärker ein, um die Aufmerksamkeit auf Ihre Person zu lenken: "Das ist ja wirklich interessant", "darüber wüsste ich gern mehr". Sie können auch einen Teil der Aussage wiederholen: "Sie meinen also, dass...", "Habe ich Sie so richtig verstanden"? Befinden Sie sich in einer größeren Gruppe, so können Sie auch einen extrovertierteren, wortgewandten Anwesenden um Hilfe bitten, der dann für Sie die Aufmerksamkeit erkämpft: "Ich frage mich, was Herr Schmidt als Fachmann zu diesem Problem sagt". Besonders wirkungsvoll ist dies, wenn der um Hilfe Angesuchte in der Hierarchie höher angesiedelt ist.

Es spricht ebenfalls nichts dagegen, einfach den Arm zu heben und sich zu melden, so wie wir es in der Schule gelernt haben. Auch ein gezieltes Räuspern kann helfen, die Aufmerksamkeit der Anwesenden auf sich zu ziehen. Ebenso legitim finde ich es, geschickt einen Gegenstand zu Boden fallen zu lassen, um wieder wahrgenommen zu werden. Allerdings sollte dies mit sehr viel Fingerspitzengefühl zelebriert werden, um den Überraschungsmoment in Ihrem Sinne zu nutzen.

Wenn es Ihre Position erlaubt, können Sie auch auf die Spielregeln hinweisen, die doch für jeden verbindlich seien.

Alle Gesprächsrunden haben einen so genannten "informellen Führer". Beobachten Sie genau, damit Sie herausfinden, welche Person dies ist. Wenn Sie mit ihr gezielt Blickkontakt aufnehmen, so wird diese Sie meist in die Runde einbeziehen. Das Problem der meisten von uns ist, dass wir viel zuviel darüber nachdenken, was die Anderen von uns denken könnten.

aufgesetzt, arrogant und oberlehrerhaft. Formulieren Sie in kurzen Sätzen, denn Nebensätze sind Nebelsätze. Dies ist besonders wichtig bei einer hohen Stimmlage - am Ende eines Satzes geht die Stimme automatisch nach unten. Kommunikationsstudien haben ergeben: je höher die Stimme, desto weniger Fachkompetenz wird der betreffenden Person zugeordnet. Auch ein plötzliches Lauter- oder Leiserwerden Ihrer Stimme ist dazu geeignet, eventuelle "Schläfer" aus ihren Träumen zu reißen.

Bemühen Sie sich um eine bildhafte Sprache, erweitern Sie Ihren Wortschatz. Doch verfallen Sie bitte nicht in Floskeln! Eine zu blumige, schnörkelhafte Ausdrucksweise passt nicht mehr in unsere Zeit. "Grüßen Sie Ihre Mutter von mir" genügt vollkommen. "Übermitteln Sie Ihrer Frau Mutter meine ergebensten Grüße" wirkt antiquiert und eher lächerlich.

Eine Sprechpause kann Wunder wirken! Stille ertragen wir meist nur schwer - selbst der Zuhörer nicht, der inzwischen ein wenig eingenickt ist. Stellen Sie also eine Frage, warten Sie ab, bis ein Ruck durch Ihr Publikum gegangen ist - und geben Sie dann die Antwort. Bei langen Vorträgen kündigen Sie rechtzeitig eine Pause an, dies aktiviert Ihre Zuhörer. Allerdings sollte dieser angekündigte Höhepunkt nach einigen Minuten auch wirklich kommen! Bei langen Fachvorträgen können Sie die Atmosphäre geschickt durch einen Witz, ein Wortspiel oder eine Anekdote auflockern - kehren Sie jedoch schnell wieder zu Ihrer sachlichen Aussage zurück, damit die Seriosität nicht leidet.

[mehr von Rolf H. Ruhleder](#)

Der Autor ist seit mehr als 25 Jahren als Trainer und Buchautor aktiv. Er gilt als Rhetorik- und Lampenfieberspezialist und hat bekannte Politiker, Künstler und Top-Manager in Einzelschulungen aufgebaut.

Junge Deutsche haben Fahrerlaubnis, fahren aber kaum Auto

In der aktuellen Ausgabe - April 2010 - (16. Welle) der deutschlandweit durchgeführten Jugendtrendstudie TIMESCOUT wurde insbesondere der Einstellung der jungen Deutschen zu Auto und Autofahren auf den Grund gegangen. Befragt wurden 1.200 Jugendliche und junge Erwachsene in sechs deutschen Großstädten.

Fahrerlaubnis ja, Autofahren nein

75% der 20- bis 29-jährigen Deutschen haben eine Fahrerlaubnis, aber 45% der FahrerlaubnisbesitzerInnen fahren kaum Auto.



Darüberhinaus sind fast 80% der Befragten der Auffassung, dass man in der Stadt aufgrund des gut ausgebauten öffentlichen Verkehrs kein Auto braucht. Weitere 45% der jungen Deutschen finden Leute, die dicke Autos fahren, unsympathisch und fast 40% sind der Auffassung, dass Autos heute nicht besonders angesagt sind.

Das Auto verliert seinen Wert

als Statussymbol

Vor allem in den Bildungsschichten verliert das Auto zunehmend seinen Wert als Statussymbol. So sind gerade einmal 20% der 20- bis 29-jährigen jungen Erwachsenen der Auffassung, dass man mit einem tollen Auto bei Freunden besser ankommt. Und nur mehr 40% meinen, dass das Auto ein Symbol der Jugendlichkeit oder ein besonderer Ausdruck von Individualismus ist.

Auto steht für Freiheit Spaß und Modernität

Nach wie vor ist das Auto ein Symbol der Freiheit mit dem man Spaß haben kann und zudem ist es noch immer ein Symbol für technischen Fortschritt und Modernität. Was die jungen Deutschen aber vom Auto abhält, sind die hohen Kosten und die Risiken des Straßenverkehrs.

VW ist die führende Automarke unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen

Für über 40% der Befragten ist beim Auto die Marke von großer Bedeutung. Weit wichtiger sind Marken für die jungen Deutschen aber bei Notebooks, Mp3-Playern und Handys. Die mit Abstand sympathischste Automarke ist VW. Fast 80% der 11- bis 29-jährigen Deutschen sind VW-Fans. Danach folgen die Marken Audi, BMW und Mercedes. Das beliebteste Modell ist der VW-Golf. Und wenn die deutschen Jugendlichen ein Auto besitzen oder nutzen, dann ist es vor allem ein Modell aus Wolfsburg. Ein Drittel der befragten 20- bis 29-jährigen nutzt einen VW, danach folgen mit großen Abstand Mercedes, Opel und Audi.

Boom bei japanischen Automarken vorbei

Auf einen wichtigen Aspekt verweist der Leiter der Studie, Philipp Ikrath: Die deutschen Jugendlichen und jungen Erwachsenen zeigen eine große emotionale Bindung an deutsche Marken. Besonders japanischen Marken finden kaum mehr Anhänger unter der Jugend. Viele finden sie weder sympathisch, noch nutzen sie sie.

Mit freundlicher Genehmigung
von **Philipp Ikrath, tfactory Hamburg**

Suchmaschine für Architektur, Design, Galerien, Künstler, Museen und Sehenswürdigkeiten

MUSARTE sucht im "Internet der Kunst" - in den Websites von Museen und Galerien, Kunsthochschulen und Künstlern, Stiftungen und Vereinen, Städten und Gemeinden in Deutschland. Informationen aus zweiter oder dritter Hand werden herausgefiltert und nur Quellen im Original angezeigt.

MUSARTE ist eine "vertikale" Suchmaschine und nutzt die Technologie von GOOGLE. Im Gegensatz zu allgemeinen Suchmaschinen wird nicht das gesamte World Wide Web durchsucht, sondern nur ein ausgewählter Teil, d. h. eine Liste überprüfter Websites. Das hat für die Benutzerinnen und Benutzer eine Reihe von Vorteilen:

- Die Liste der Ergebnisse wird kürzer und gehaltvoller: Es stehen nicht mehr die Einträge der technisch optimierten großen Portale auf den ersten Plätzen der Liste sondern die Websites der

Museen selbst. Knappe Hinweise werden abgelöst durch reichhaltige Informationen aus erster Hand.

- Die Ergebnisse werden übersichtlicher: MUSARTE bietet Filter, mit deren Hilfe die Suchergebnisse nach ihrer Quelle sortiert werden können. So lassen sich zum Beispiel nur die Websites von Galerien oder Künstlern anzeigen, die zu den eingegebenen Suchbegriffen passen.



- Werbung und Inhalte werden klar getrennt: In der Trefferliste auf der linken Seite wird keine Werbung angezeigt, nur auf der rechten Seite des Bildschirms werden Anzeigen geschaltet. Die Werbung passt zu den eingegebenen Suchbegriffen wie z. B. Anzeigen

von Hotels, Restaurants oder Stadtrundfahrten in der Stadt, in der nach Sehenswürdigkeiten gesucht wird.

MUSARTE ist eine Suchmaschine für alle, die sich für Kunst interessieren. ...[mehr](#)

Trainer/In	Seminarthema	Datum	Ort
Wolfgang Steffen	Verhandlungs- und Verkaufsrhetorik	05. - 06. Mai	Köln
Michael Edinger	Betriebswirtschaft kompakt - Bilanz, GuV, Kennz...	05. - 06. Mai	Frankfurt/M.
Conny Kozub	Texten für Marketing und Vertrieb	17. - 18. Mai	Nürnberg
Rainer H. Großklaus	Positionierung und USP	19. - 20. Mai	Frankfurt/M.
Michael Edinger	Betriebswirtschaft kompakt - Strategie, Investition..	10. - 11. Juni	Frankfurt/M.
Wolfgang Steffen	Vertriebstraining I	14. - 15. Juni	Nürnberg
Ralph E. Hartleben	Marketing Grundlagentraining	14. - 16. Juni	Nürnberg
Wolfgang Steffen	Vertriebstraining II	16. - 17. Juni	Nürnberg
Matthias Pöhm	Rhetorik für Führungskräfte	21. - 23. Juni	Köln
Manfred Just	Selbst- und Zeitmanagement	22. - 23. Juni	Nürnberg
Matthias Pöhm	Sicher- und schlagfertig sprechen und reagieren	24. - 25. Juni	Köln
Klaus J. Aumayr	Produktmanagement I	28. - 29. Juni	Rottach-Egern/Tegernsee
Rolf H. Ruhleder	Brillante Rhetorik und Körpersprache	28. - 30. Juni	Timmendorfer Strand
Klaus J. Aumayr	Produktmanagement II	30. Juni - 01. Juli	Rottach-Egern/Tegernsee

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann rufen Sie uns an. Unter der Telefonnummer 0911 919769-0 sind wir gerne für sie da. Weitere Seminare aus unserem aktuellen Katalog finden Sie auch unter www.naa.de

IMPRESSUM

Herausgeber: NAA NÜRNBERGER AKADEMIE für
Absatzwirtschaft GmbH

Gestaltung, Inhalt, Layout:

NÜRNBERGER AKADEMIE für Absatzwirtschaft GmbH