



Tatjana Lackner,  
MBA

# Wie Rhetorikkurse das Leben verändern

Mit 41 Jahren wurde der US-amerikanische Manager Lee Iacocca bei Ford auf die Straße gesetzt. Er besuchte arbeitseinsige Rhetorikkurse. Das Ergebnis und seine Selbsterkenntnis waren beeindruckend: Der damals von Ford unterschätzte Iacocca führte danach den ehemals totgesagten Mitbewerber Chrysler an die Spitze der Automobilindustrie.

Im Sommer 2019 ist er 94-jährig verstorben. Für Liebhaber gilt der Ex-Ford-Chef bis heute als der Vater des Ford Mustangs.

Viele seiner berühmten Zitate belegen, wie wichtig es für ihn war, in der Mitte des Lebens die Techniken der Business Rhetorik erlernt zu haben: „Die einzige Möglichkeit Menschen zu motivieren, ist die Kommunikation.“ Davon war er überzeugt.

Von ihm stammt auch der Satz: „Eine Rede ist das beste Mittel, um eine große Gruppe zu motivieren.“ Mit vielen seiner markigen TV-Sprüche ist er vor allem in Amerika bis heute in Erinnerung geblieben: „Wenn Sie ein besseres Auto finden können, kaufen Sie es!“

Egal, ob Automobilbranche, Medizin, Produktion oder jeder andere Dienstleistungssektor – überall hat man Kunden, muss Stakeholder überzeugen und mit Mitarbeitern reden.

Wenn im Verkauf beispielsweise nicht klar kommuniziert wird, dann hagelt es Kundenbeschwerden und selbst diese müssten wieder durch sensible Kommunikation bearbeitet werden. Das verlangt erneut rhetorisches Geschick. Nicht jeder kann mit Reklamationen und Einwänden gut umgehen. Viele Firmen lassen ihre Mitarbeiter völlig ungeprüft und aus dem Bauch heraus agieren. Dabei ist es deutlich gewinnbringender, eine Verbale Corporate Identity einzuführen:

- Wie gehen wir mit Kunden um?
- Welche Top 10 Killerphrasen langten bei uns ein?
- WIE und mit WELCHEN WORTEN werden diese beantwortet?

Briefe und Angebote pinselt schließlich auch nicht jeder auf irgendeinen Zettel, der gerade zur Hand ist, sondern hier überlegt sich eine Firma genau: Wie sehen Rechnungen, Angebote und Berichte bei uns aus? Welche Logofarben verwenden wir und wie heben wir uns optisch vom Mitbewerber ab?

Bei den geldbringenden Kundengesprächen, kostspieligen Reklamationen und wichtigen Akquisitionen hingegen, überlassen es bis heute viel zu viele Unternehmen dem Zufall, der Kinderstube

des jeweiligen Mitarbeiters und der individuellen Laune, WIE mit potenziellen Auftraggebern oder Kunden gesprochen wird. In jeder Branche brauchen Menschen fachliches Verständnis, praktische Vernunft UND rhetorische Kompetenz.

Viele laufen, ohne es zu bemerken, täglich in die Rechtfertigungsschere von: „Ja, aber“/„Nein, aber“. Die Frustration im Team steigt, weil das Gefühl aufkeimt: „Die Kunden werden immer unverschämter. Was man sich da alles anhören kann. Früher hat es das nicht gegeben!“ Dabei wird übersehen, dass beispielsweise auf dem Dorf früher nur Ärzte, Advokaten, Pfaffen und Lehrer reden mussten. Heute hingegen sollte jeder Winzer auf Deutsch und Englisch über seine Weine mitreißend erzählen können und bei der Verkostung nicht schmähdast dastehen. Business Small Talk gehört ebenso ins Repertoire des modernen Weinbauern wie Telefonrhetorik oder Verhandlungsgeschick.

Ja, es stimmt. Die Kunden werden immer mündiger, fordernder und halten sich selbst für Profis. Wer daher anspruchsvollen Auftraggebern mit der Rhetorik von vor 30 Jahren begegnet, der hat verloren. Mit der Digitalisierung im Nacken, wird es in Zukunft um die 4 Ks gehen:

1. Kommunikation
2. Kollaboration
3. Kreativität
4. Kritisches Denken

## 1. Gute Redner verdienen mehr Geld

Wie wird sowohl im Team als auch mit Kunden geredet? Kommunikation ist eine der wichtigsten Entwicklungen der Menschen. Basiswissen zu erlangen ist privat und beruflich von großem Vorteil. Gute Redner verdienen deshalb mehr Geld, weil ihnen mehr zugetraut wird. Kommunikationstrainings nützen oftmals mehr als Fachseminare.

## 2. Projektmanagement braucht Deadlines

Die gelungene Kooperation zwischen den einzelnen Teammitgliedern und auch extern die Abstimmung mit anderen Firmen garantiert einen reibungslosen Projektablauf. In vielen Fällen hängen zeitliche Abfolgen davon ab. Wer bis zum vereinbarten Datum liefert, der sichert sich alleine durch das feine Zusammenspiel die nächsten Folgeaufträge.

## 3. Einfallsreichtum siegt immer

Auf viele Situationen im modernen Leben bereitet uns keine Schule vor. Lösungskompetenz ist dann gefragt, wenn man etwas

Unmögliches zuwege bringen möchte. Deshalb werden ideenreiche und mutige Mitarbeiter nicht so schnell von Computern ersetzt. Situative Kreativität unterscheidet eben den guten Fachexperten vom besseren.

#### 4. Prüfende Augen sind wacher

Kritisches Denken beginnt beim eigenen Handeln. Es gibt Mitarbeiter, bei denen reicht die Ergebniskontrolle, anderer brauchen mehrere Stichprobenkontrollen und einige sogar permanente Betreuung. Bei denen hat man stets das Gefühl „hinterher sein zu müssen“. Das kostet Geld und Nerven; zudem bindet es unnötig personelle Ressourcen. Wer jedoch in einem Persönlichkeitstraining gelernt hat, wie man sich selbst einer kritischen Prüfung unterzieht, der wird zum wertvolleren Teammitglied. Viele Chefs halten Selbstkontrolle für reine Charaktersache. Das ist falsch. Selbst kleinen Kindern kann man geregelte Abläufe durch Konsequenz beibringen.

**Fazit:** Sowohl mit Kunden als auch mit Worten lassen sich Brücken bauen. Beide stellen eine Verbindung her, wo vorher nichts war. Rhetorische Kenntnis und fachliche Kompetenz sind in beiden Fällen die Voraussetzungen.

**DR. TATJANA LACKNER, MBA**

DIE SCHULE DES SPRECHENS GmbH

Dorotheergasse 7, 1010 Wien

Tel +43 1 5138710, Mobil +43 676 5178817

Fax +43 1 5138710 15

schule@sprechen.com

www.sprechen.com • www.sprechen.com/blog



# save the date

