

März 2025

EMPFEHLUNG

Generationsübergreifendes Arbeiten

Die Boomer verlassen mehr und mehr die Unternehmen und gehen in Rente. Die nachfolgenden Generationen gestalten nun mit ihren durchaus unterschiedlichen Lebens- und Arbeitskonzepten die Unternehmen. Es muss uns gelingen, auf der operativen wie auch auf der Management- und Leadershipebene die Zusammenarbeit effizient und nutzbringend zu gestalten.

Der geplante Sammelband mit zahlreichen Impulsen und vielen praktischen Konzepten und Tipps will dabei unterstützen:

„Kooperation von X bis Z“

Wie verschiedene Generationen voneinander profitieren und den Nutzen fürs Unternehmen mehren können.

Erscheint im August

Bei Vorabbestellung über unsere Email erhalten Sie eines unserer Bücher aus der 30-Minuten-Reihe kostenlos dazu.

LIEBE KUNDEN UND GESCHÄFTSPARTNER,

das neue Jahr hat begonnen. Die Bundestagswahl ist gelaufen. Eine neue Regierung auf dem Weg. Eine gigantische Neuverschuldung wurde beschlossen. Bleibt zu hoffen, dass damit wirklich die Infrastruktur saniert und die Unternehmen entlastet werden. Auch 2025 wird noch genug Herausforderungen bereithalten. Der Fachkräftemangel dauert an. Die Wirtschaft braucht dringend Impulse. Und vor allem der überbordende Bürokratismus hemmt eine erfolgreiche Entwicklung in vielfacher Weise. Auch die Zusammenarbeit auf der Ebene der Kommunen, Länder und des Bundes hat noch Luft nach oben. Worin liegt z.B. der Sinn von 16 – an der Zahl der Bundesländer orientierten – Landesbauverordnungen?! Auch das Thema Anpassungsfähigkeit begleitet uns weiterhin. Wie stellen wir uns am besten auf das ein, was der Markt für eine erfolgreiche Performance fordert? Dabei können auch Ausbildung, Qualifizierung und Entwicklungsmöglichkeiten bei den Mitarbeitenden entscheidende Faktoren sein.

Wir stehen dafür gern an Ihrer Seite: von der Coaching-Beratung, der Vereinbarung von Coaching-Zielen bis zur Durchführung – sei es in Präsenz oder online - bei der Prozessberatung oder auch für einen Impuls-Vortrag.

Mit **now-essential** können Sie sich auch weiterhin über die Weiterentwicklung unseres Unternehmens, unserer Angebote und Projekte informieren.

- **Herzliche Einladung** zu zwei **Online-Seminaren**, die ich für Sie anbiete:

1) „Transfermanagement – damit gute Ideen Wirklichkeit werden“

Teil 1: am 06. Mai 2025 von 13.30 – 17.30 Uhr

Teil 2: am: 13. Mai 2025 von 13.30 – 17.30 Uhr

2) „Methodenkompetenz erweitern – mit der richtigen Methode Aufgaben effizient und erfolgreich bewältigen“

Teil 1: am 07. Mai 2025 von 13.30 – 17.30 Uhr

Teil 2: am 14. Mai 2025 von 13.30 – 17.30 Uhr

Inklusive umfangreicher Seminarunterlagen. Ihr Invest pro Seminar 149,00* €.
(* zzgl. MwSt.). Mehr Informationen zu Inhalten und Ablauf auf unserer Homepage
<https://www.now-bildungsmanagement.de/aktuelles>

- Dort finden Sie auch weitere aktuelle Informationen. Es gibt nun unter anderem eine Reihe von **Videoclips** zu Managementmethoden (jeweils 5 – 15 Minuten) und verschiedene **Materialien** zum kostenlosen Download.

Schauen Sie doch mal rein! www.now-bildungsmanagement.de

„Wir mögen Menschen, die frisch heraus sagen, was sie denken – falls sie dasselbe denken wie wir.“ Mark Twain

INFORMIEREN – ÜBERZEUGEN - ÜBERREDEN

Durch Sprache Einfluss ausüben ist ein uraltes Thema, das schon den antiken Rednern in Rom oder Athen am Herzen lag. Die Kommunikationspsychologie hat in vielen Studien die wesentlichen Elemente erfolgreicher Informationsübermittlung und Verständigung untersucht. In diesem Zusammenhang sei der „Klassiker“ von Rupert Lay aus dem Jahre 1979 erwähnt: „Manipulation durch die Sprache“. Die Sprache gehört zu den wichtigsten Werkzeugen des Framings. Ich konzentriere mich nachfolgend auf die 3 wesentlichen Formen der Beeinflussung.

Information

Beim **Informieren** wollen Sie den Wissens- und Kenntnisstand des Zuhörers anreichern und auf ein höheres Level bringen. Dazu können Sie die „Funnel-Strategie“ * nutzen. Beim Informieren haben Sie einen umgekehrten Trichter als Bild. An der Spitze steht die wichtigste Aussage, die wichtigste These, das wichtigste Argument. Im Laufe des Kommunikationsprozesses reichern Sie diesen „single point of information“ weiter an und unterstützen Ihre Kernaussage mit Erläuterungen und Details.

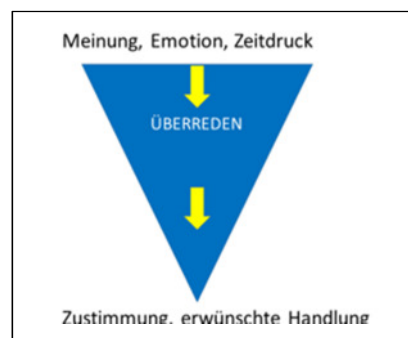
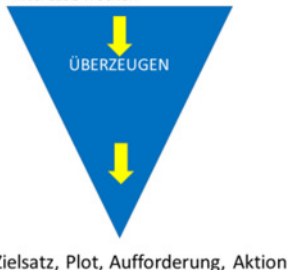
Überzeugung

Beim **Überzeugen** wählen Sie den klassischen Trichter. Sie haben sich im Vorfeld gut über die Zuhörenden informiert. Sie kennen deren Werte, Erwartungen, Interessen und Bedürfnisse. Sie überlegen sich einen attraktiven Einstieg (ein Bonmot/Zitat, eine kleine Story/Erfahrung aus Ihrem Leben). Finden Sie vor allem den Anknüpfungspunkt in der Wirklichkeit des Publikums. In meinem Podcast können Sie Beispiele dazu hören. Hängen die Zuhörer an Ihren Lippen, dann verdichten Sie Ihre Botschaft auf den einen entscheidenden Plot oder Zielsatz. Das kann auch ein Statement, eine Aufforderung oder Aktion sein. Denken Sie an die AIDA-Formel der Werbung.¹

Die Funnel-Strategie
in Anlehnung an Dr. Stefan Wachtel (2020)



Breiter Einstieg, Abholen, Interesse wecken



Es gibt aber noch eine dritte Variante, die deutlich weniger seriös daherkommt als die anderen. Beim **Überreden** steht nicht der Sachinhalt im Vordergrund, sondern die Zielsetzung und Intention des Autors. Es kommt auch nicht auf den Wahrheitsgehalt der Aussagen an. Es kann mit unbewiesenen Behauptungen oder Teilinformationen operiert und die eigene Wahrnehmung oder Meinung transportiert werden. Diese beiden verbindet der Autor nun geschickt mit Emotionen, die beim Adressaten bestimmte Assoziationen aufgrund seiner Erinnerung und Erfahrung auslösen. Er wird angetriggert. Dabei kann auch mit Neugier und (vermeintlichem) Nutzen gearbeitet werden. Andere Elemente sind Angst, Sicherheit, Vorsicht, Wertschätzung, Anerkennung oder auch Abenteuerlust. Die Rhetorik hält dafür ein breites Spektrum an Instrumenten bereit, wie z. B. die Suggestivfrage oder die Alternativfrage. Entscheidend ist der Appell, auf den alles hinausläuft (Folge mir!) und die finale Zustimmung der Angesprochenen. Hintergrund ist die Erkenntnis aller Kommunikationsmodelle, dass nur ein geringer Teil die Sachebene betrifft (ca. 25 %), das Gros aber von Selbstdarstellung, Beziehungsdefinition, Aufforderungen, Assoziationen, Erfahrungen und Emotionen geprägt wird.

Die nächste **now-essential** Ausgabe erscheint im Juni 2025. Möchten Sie **now-essential** zukünftig nicht mehr erhalten, würden wir das zwar sehr bedauern, respektieren aber Ihren Wunsch. Senden Sie uns in diesem Fall eine entsprechende Email.

Kontakt

now bildungsmanagement

Am Seeblick 77
D-40627 Düsseldorf
Tel.: + 49 151 5618 0473

team@now-bildungsmanagement.de
www.now-bildungsmanagement.de

* Wachtel, S. (2020): Das Zielsatz-Prinzip. Frankfurt a.M