

Bitte hier klicken, falls die E-Mail nicht richtig angezeigt wird.

SEMINARE FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE
MANAGEMENT
DR. A. KITZMANN
INSTITUT



Ausgabe Dezember 2015

Ihr Weiterbildungs-Newsletter

TopThema: Argumentationstraining und Überzeugungstechnik

Bitte fordern Sie unsere [Termine 2016](#) an!

Inhaltsverzeichnis

[Argumentationstraining und Überzeugungstechnik](#)

[Wir sagen Danke!](#)

[Social Responsibility](#)

[Advent, Advent](#)

[Stattfindungsgarantie - Mit unseren Seminaren können Sie rechnen!](#)

Argumentationstraining und Überzeugungstechnik

Warum kann mein Gegenüber nicht einfach das tun, was ich will? Diese Frage beherrscht uns jeden Tag mehrfach - im Arbeitsleben wie im privaten Alltag. Die Antwort auf diese Frage ist einfach: Entweder haben Sie Ihr Gegenüber nicht überzeugt oder Ihre Argumente haben ihn bzw. sie gar nicht erreicht. Vielleicht sind Sie sich aber auch in die Haare geraten und Ihnen sind die Argumente ausgegangen, weil die Emotionen die Oberhand gewonnen haben? Mit Technik und Training können Sie zum exzellenten Gesprächspartner werden, der stets erreicht, was er beabsichtigt. Das Geheimnis: Rhetorik und Selbstbewusstsein.

Um in Argumentationen und Verhandlungen das persönliche Ziel zu erreichen, braucht es nur wenige Elemente:

- Ihre Inhalte sind gut.
- Sie wissen, wer Ihnen zuhört.
- Sie formulieren treffend.
- Sie treffen die Emotionen.
- Sie haben Ihr Ziel vor Augen.

Sie sollten das Thema, um das geht, kennen. Das heißt: Ihre Argumente sind fundiert, Sie kennen die Fakten und wissen Einzelheiten, die nicht jedem bekannt sind. Das bringt Ihnen Überraschungsmomente. Die brauchen Sie - je nachdem, wer Ihnen zuhört bzw. wen Sie überzeugen müssen. Das Wissen um die Zuhörerschaft ist wesentlich, denn dies bestimmt Ihre rhetorischen Mittel. Überlegen Sie, was Ihr Publikum gewohnt ist

Mit Praxis-Seminaren noch erfolgreicher werden:

[Argumentationstraining und Überzeugungstechnik](#)

Münster

30.11.2015 - 01.12.2015
25.01.2016 - 26.01.2016
18.04.2016 - 19.04.2016
20.06.2016 - 21.06.2016
15.09.2016 - 16.09.2016
28.11.2016 - 29.11.2016

Hamburg

29.02.2016 - 01.03.2016
06.10.2016 - 07.10.2016

München

10.03.2016 - 11.03.2016
11.07.2016 - 12.07.2016

[Social Responsibility](#)

Münster

11.02.2016
11.04.2016
04.10.2016

[Rhetorik](#)

Münster

26.11.2015 - 27.11.2015
21.01.2016 - 22.01.2016
29.02.2016 - 01.03.2016
11.04.2016 - 12.04.2016
02.06.2016 - 03.06.2016
04.07.2016 - 05.07.2016
08.09.2016 - 09.09.2016
27.10.2016 - 28.10.2016
01.12.2016 - 02.12.2016

Hamburg

14.01.2016 - 15.01.2016
21.03.2016 - 22.03.2016
09.05.2016 - 10.05.2016

und tun Sie das Gegenteil. Wer langwierige PowerPointPräsentationen sehen muss, wird begeistert sein, wenn Beamer und Laptop nicht zum Einsatz kommen und lediglich eine Moderationswand die notwendigen Fakten sichtbar macht. Wer ausnahmslos Vorträge kennt, ist erstaunt, wenn interaktives Handeln gefragt ist und kommt vom gewohnten Pfad ab. Dies erhöht die Aufmerksamkeit.

Vielleicht kennen Sie Ihre Teilnehmer bereits und wissen, wer auf Ihrer Seite sein wird und wer nicht? Ihre Vorbereitung sollte auch alle negativen Einwände berücksichtigen und widerlegen können. Falls nicht - es gibt bestimmte Argumente, die schwerwiegender sind? Niemals zu beanstanden sind allgemeine Weisheiten wie z.B.: Niemand möchte, dass das Unternehmen zu Schaden kommt. Auch diese können sinnvoll sein, um die Zuhörerschaft auf die gewünschte Linie einzustimmen.

Benutzen Sie bewusst treffende Formulierungen, um Ihre Argumente vorzutragen. Machen Sie Aussagen plakativ, nachvollziehbar, erinnerbar. Nichts überzeugt mehr als ein lichter Moment beim Zuhören. Und für diesen sorgen Vergleiche, Bilder, Imaginationen.

TIPP: Für die Vorbereitung setzen Sie Ihre Argumente in andere Bezüge. Dabei hilft der Satz: Das ist so, als ob. Formulieren Sie Unmögliches oder heiß Ersehntes und Sie erhalten Formulierungen, die die Emotionen treffen.

Rechnen Sie in Ihrer Vorbereitung mit allem - Gegenargumente, Beleidigungen, wütendes Verlassen des Raumes. Machen Sie sich deutlich, was Sie tun könnten. Was sich nicht tun dürfen, ist sich ärgern und aus dem Konzept bringen lassen. Denn Sie halten die Fäden in der Hand und sorgen dafür, dass Sie immer wieder zu Ihren Vorteilen kommen. Die Voraussetzung dafür liefert Ihnen Ihr Selbstbewusstsein. Sie müssen sich soweit im Griff haben, dass Sie nicht auf Anwürfe und Beleidigungen reagieren, denn diese sind unsachlich. Sagen Sie dies Ihrem Gegner und sorgen Sie für eine sachliche Gesprächsebene. Alternativ können Sie mit Humor reagieren, denn damit haben Sie die Lacher auf Ihrer Seite.

Akzeptieren Sie die Gegenargumente Ihres Gegenübers, bedanken Sie sich dafür und hebeln Sie sie aus. Geeignete Hebel sind:

1. Widerlegen durch andere Tatsachen, d.h. die Argumente sind falsch oder unwichtig
2. Hinterfragen der Quelle, d.h. die Argumente sind unseriös und nicht zu glauben
3. Aufnehmen und weiterführen, d.h. die Argumente sind nicht fundiert
4. Neue Aspekte hinzufügen und übergehen, d.h. die Zuhörer ablenken

Nutzen Sie diese Strategien für Ihre eigene Argumentationstechnik werden Sie auch in der Lage sein, diese beim Gegenüber zu erkennen und entsprechend zu reagieren. Eine gute Vorbereitung ist nicht zu unterschätzen.

14.07.2016 - 15.07.2016

26.09.2016 - 27.09.2016

10.11.2016 - 11.11.2016

München

28.01.2016 - 29.01.2016

25.04.2016 - 26.04.2016

21.07.2016 - 22.07.2016

13.10.2016 - 14.10.2016

Berlin

16.11.2015 - 17.11.2015

18.02.2016 - 19.02.2016

23.05.2016 - 24.05.2016

15.09.2016 - 16.09.2016

24.11.2016 - 25.11.2016

Konfliktmanagement und Kommunikationstraining

Münster

23.11.2015 - 24.11.2015

25.01.2016 - 26.01.2016

14.04.2016 - 15.04.2016

27.06.2016 - 28.06.2016

22.09.2016 - 23.09.2016

24.11.2016 - 25.11.2016

Hamburg

09.11.2015 - 10.11.2015

25.02.2016 - 26.02.2016

07.11.2016 - 08.11.2016

München

19.11.2015 - 20.11.2015

03.03.2016 - 04.03.2016

18.07.2016 - 19.07.2016

17.11.2016 - 18.11.2016

Berlin

10.03.2016 - 11.03.2016

11.07.2016 - 12.07.2016

10.10.2016 - 11.10.2016

Eine überzeugende Argumentation gelingt letztendlich auf emotionaler Ebene. Auch wenn wir glauben, wir würden immer nach Verstand entscheiden, sind es die emotionalen Momente, die eine Entscheidung beeinflussen. Deshalb ist unabdingbar, dass Sie Ihr Publikum auf Ihrer Seite haben. Seien Sie sympathisch, liebenswert und menschlich. Und falls es Ihnen beim ersten Versuch nicht gelungen sein sollte - suchen Sie mit Ihrem Publikum nach Kompromissen, Alternativen und Möglichkeiten, die für alle Beteiligten tragbar sind. Schließlich wollen Sie, dass die anderen das tun, was Sie zum Ziel erklärt haben. Ob der Weg links oder rechts herum führt - aus einem Ziel wird Realität.

Haben Sie Fragen zum Seminar? Das Management-Institut Dr. A. Kitzmann antwortet Ihnen gern persönlich. Bitte rufen Sie uns dazu unter [0251/202050](tel:0251202050) an oder schreiben Sie eine E-Mail an info@kitzmann.biz. Wir freuen uns über Ihre Rückmeldung.

Wir sagen Danke!



Das Management-Institut Dr. A. Kitzmann wünscht Ihnen einen ruhigen Ausklang aus dem Jahr 2015 und alles Gute für das kommende Jahr, sowohl privat als auch beruflich.

Wir möchten uns auch bei allen Kunden und Geschäftspartnern für die gute Zusammenarbeit, Ihr Engagement und Ihr Vertrauen bedanken. Wir hoffen wir können Sie nächstes Jahr wieder mit spannenden Themen und interessanten Veranstaltungen begeistern.

Ihr Team vom Management-Institut Dr. A. Kitzmann

Social Responsibility

Social Responsibility hat viele Facetten; der Unterschied zwischen dem privaten und dem unternehmerischen soziale Engagement ist wesentlich. **Privates persönliches Engagement** bringt individuell viele Vorteile. Es erweitert den Horizont für das eigene Leben, lässt persönliche Möglichkeiten und Grenzen in einem völlig anderen Licht erscheinen, so dass Veränderungen möglich sind. Ein Beispiel: Wer eine Vollzeitstelle inne hat, es gewohnt ist, dass Wohnung, Kleidung, Essen und erwünschte Annehmlichkeiten jederzeit vorhanden sind, wird dies neu wertschätzen, wenn er Menschen erlebt und gesprochen hat, die auf der Straße leben und heute nicht wissen, wo sie morgen übernachten sollen. Einblicke in ein solches oder in andere persönliche Schicksale, die weit entfernt vom eigenen Leben sind, machen deutlich, dass eine hochtechnisierte Leistungsgesellschaft nicht gleichbedeutend ist mit Wohlbefinden und Zufriedenheit. Sie werfen existenzielle Fragen auf, wie zum Beispiel:

- Was braucht ein Mensch zum Leben?
- Wofür lohnt es sich zu leben?
- Was heißt glücklich sein?

Wer sich sozial für Menschen einsetzt, die vom Schicksal nicht begünstigt sind, die in prekären wirtschaftlichen Zusammenhängen leben oder als Flüchtlinge ihr Leben unabhängig von Krieg und Gefahr gestalten wollen, stellt sich neuen Erfahrungen und Herausforderungen. Social responsibility zwingt zu einer Offenheit und aktivem Handeln. Es zeigt, welche persönlichen Werte in einem stecken, bringt Fertigkeiten hervor, die bislang völlig unbekannt waren. Wirtschaftlich gesprochen erzeugt soziales Engagement eine win-win-Situation:

1. Fremde Menschen kennenlernen, von ihrem Wissen und ihren Erfahrungen profitieren.
2. Eigene Kenntnisse weitergeben und damit anderen helfen.
3. Dankbarkeit erfahren, Wertschätzung und Anerkennung austauschen.

In jedem Menschen steckt der Wunsch nach Gemeinsamkeit und Bestätigung. Wer in sozialen Zusammenhängen aktiv wird, hat zugleich ein Team um sich, das aus Haupt- und Ehrenamtlichen besteht, Unterstützung leistet und dabei hilft, Unbekanntes zu verstehen und auszuhalten. Austausch und Mitmenschlichkeit sind bei Social Responsibility ein unschätzbare Gewinn, der zu Freundschaften und langfristigen Kontakten führt, die das Leben bereichern.

Unternehmerisches soziales Engagement lässt sich aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachten - zum Einen benennt es die Aktionen eines Unternehmens zugunsten von sozialen, kulturellen, sportlichen oder gesellschaftlichen Einrichtungen, um Hilfe zu leisten oder eine Zukunft überhaupt möglich zu machen. Zumeist als Marketing-Strategien eingesetzt, verfolgen diese Initiativen deutlich auch unternehmerische Ziele:

- Imagepflege
- Steigerung der Bekanntheit
- Intensivierung der Kundenbindung

Die **Corporate Social Responsibility (CRS)** nimmt hingegen eine gesamtgesellschaftliche Verantwortung wahr, indem Prozesse und Aktivitäten eines Unternehmen mit den Zielen der Nachhaltigkeit, der Umweltgesundheit, der allgemeinen Gleichbehandlung in Einklang gebracht werden. Dieses unternehmerische Handeln ist nicht als besondere Aktion sichtbar, sondern erweist sich langfristig als Wettbewerbsvorteil. Wer

- ethisch
- sozial
- ökologisch
- nachhaltig

handelt, erweist sich als Teil einer zukunftsfähigen Kultur und nicht als Raubritter, Heuschrecke oder Ausbeuter. Dass dafür



Haben Sie Fragen zum Seminar? Das Management-Institut Dr. A. Kitzmann antwortet Ihnen gern persönlich. Bitte rufen Sie uns dazu unter [0251/202050](tel:0251202050) an oder schreiben Sie eine E-Mail an info@kitzmann.biz. Wir freuen uns über Ihre Rückmeldung.

außergewöhnliches Engagement, besondere Anstrengungen und Wege zu unternehmen sind, ist Teil der gesellschaftlichen Verantwortung. Nur so gelingt es Gesellschaften, sich zu entwickeln. Welche Ziele dabei in den Mittelpunkt gerückt werden, unterliegt sowohl der unternehmerischen als auch der persönlichen Verantwortung.



Advent, Advent

Schauen Sie auf unserer Website vorbei und nehmen Sie Seminarvergünstigungen aus unserem Adventskalender in Anspruch! Am Ende des Tages entscheidet das LOS. www.kitzmann.biz

Stattfindungsgarantie - Mit unseren Seminaren können Sie rechnen!

Mit uns erhalten Sie Planungssicherheit, denn wir bieten Ihnen eine Durchführungsgarantie für alle unsere Seminare. Jederzeit können Sie uns unter

Telefon: +49 251 202050

erreichen. Durch Ihre Teilnahme profitieren Sie auch vom Erfahrungswissen anderer!



Service-Links

- [Online-Version des Newsletters](#)
- [Newsletter weiterempfehlen](#)
- [Kontakt](#)
- [Newsletter abbestellen](#)

Management-Institut Dr. A. Kitzmann auf:



Unsere iPhone-App zum Download:



Impressum

Herausgeber:

Management-Institut Dr. A. Kitzmann

Geschäftsführer:

Dr. Arnold Kitzmann

Dr. Jana Völkel-Kitzmann

Dr. Gunnar Kitzmann

Dorpatweg 10, 48159 Münster

Telefon: +49 251 202050

Telefax: +49 251 2020599

E-Mail: info@kitzmann.biz

Internet: www.kitzmann.biz