

Volker Kitz
Du machst, was ich will

VOLKER KITZ

DU MACHST, WAS ICH WILL

Wie Sie bekommen, was Sie wollen -
ein Ex-Lobbyist verrät die besten Tricks

ARISTON 

Die in diesem Buch beschriebenen Ereignisse beruhen auf wahren Begebenheiten. Zum Schutz der handelnden Personen sind die Schilderungen manchmal verdichtet und verfremdet. Trotzdem wird Sie dieses Buch der Realität näherbringen als alles, was Sie bisher über Lobbyisten gehört und gelesen haben.



Verlagsgruppe Random House FSC-DEU-0100
Das für dieses Buch verwendete FSC®-zertifizierte Papier
EOS liefert Salzer Papier, St. Pölten, Austria.

© 2013 Dr. Volker Kitz

© 2013 Ariston Verlag in der Verlagsgruppe Random House GmbH

Satz & Layout: EDV-Fotosatz Huber/
Verlagsservice G. Pfeifer, Germering
Umschlaggestaltung: Nele Schütz Design
unter Verwendung eines Fotos von Kay Blaschke
Druck und Bindung: GGP Media GmbH, Pößneck
Printed in Germany

ISBN: 978-3-424-20082-9

INHALT

Sind Sie so mächtig wie ein Lobbyist?	9
I. Die Argumente	11
1. Was Sie sagen, hört niemand	11
<i>Sie nehmen an einer Anhörung im Deutschen Bundestag teil und erfahren, auf welchen vier Wegen Sie Menschen grundsätzlich beeinflussen können.</i>	
2. Was Sie wollen, interessiert niemanden	43
<i>Sie fliegen auf einem »Red Eye Flight« mit und finden heraus, in welchen seltenen Fällen Menschen mit Argumenten zu überzeugen sind.</i>	
3. So kriegen Sie trotzdem, was Sie wollen	59
<i>Sie belauschen Lobbyisten bei einem politischen Empfang und beschäftigen sich mit dem aktuellen Lieblingswundermittel der Wissenschaft.</i>	

II. Die Emotionen 79

4. Wirken Sie auf den Willen ein,
nicht auf den Verstand 79

Sie sind dabei, wenn bereits vor der Wahl Politik gemacht wird, und erfahren, nach welchen beiden Grundregeln andere Menschen Ihnen helfen.

5. Das Gehirn ist faul, nutzen Sie das 91

Sie werden Zeuge eines sehr privaten Treffens mit einem Politiker und lernen, wie Sie selbst Unbekannte um den Finger wickeln können.

6. Arbeiten Sie mit den Lebensmotiven
Ihrer Zielperson 115

Sie erkunden die Grenzen zur Korruption und erfahren, wie Sie Geld, Sex-Appeal und fremde Egos für Ihre Zwecke nutzen.

III. Die Personen 163

7. Wählen Sie die richtigen Zielpersonen 163

Sie sind bei einer tragischen Präsentation anwesend und finden in einem Fünf-Schritte-Verfahren die Zielperson, die Ihnen wirklich helfen kann.

IV. Die Tricks	169
8. Verschaffen Sie sich Gehör.	169
<i>Sie bekommen Einblick in die spannenden letzten Stunden eines Gesetzgebungsverfahrens und lernen, in welchen Momenten man den Mund am besten aufmacht.</i>	
9. Steuern Sie, statt zu verhandeln	189
<i>Sie hören ein vertrauliches Telefonat mit einer Journalistin mit und tauchen in die Kunst der 180-Grad-Wendung ein.</i>	
10. Nutzen Sie die Macht der Masse	224
<i>Sie lernen die menschlichen Seiten der Politiker kennen – und einen Effekt, mit dem Sie tatsächlich die Wahrheit beeinflussen können.</i>	
Mal ehrlich!	251
Sie wollen mehr?	252

SIND SIE SO MÄCHTIG WIE EIN LOBBYIST?

Lobbyisten sind »mächtige Strippenzieher« – das hören wir ja in der Öffentlichkeit immer wieder. Für ihre Auftraggeber erreichen sie Gesetzesänderungen und politische Vorteile. Ihr Wille wird meist Wirklichkeit. Wie sie das machen, bleibt nebulös – es liegt eben an ihrer »Macht«.

Haben Sie sich schon einmal gefragt, welche Macht genau das sein soll?

Manche meinen, Lobbyisten operierten hauptsächlich mit Geldkoffern in dunklen Hinterzimmern. Das stimmt schon deswegen nicht, weil kein Unternehmen das Geld übrig hat, um es in solche Koffer zu stecken.

Da Politiker ganz normale Menschen sind, geht es bei der Lobbyarbeit um das Gleiche wie in unserem Alltag auch: um menschliche Beziehungen.

Erfolgreiche Lobbyisten nutzen psychologische Effekte – Effekte, die jeder andere genauso einsetzen kann, privat und beruflich. Mit diesen Effekten können Sie bekommen, was Sie wollen: eine Gehaltserhöhung, dass Ihre Nachbarn Ihnen beim Umzug helfen, dass Ihre Kinder ihre Zimmer aufräumen. Oder was Ihnen sonst gerade so vorschwebt. Ich selbst habe mich erst kürzlich bei einer Wohnungsbe-

sichtigung gegen 70 Mitbewerber durchgesetzt, ganz ohne Makler – mit einer Kombination aus verschiedenen Strategien, die ich bei meiner Arbeit als Lobbyist gelernt habe. Ich bin immer wieder selbst erstaunt darüber, wie zuverlässig alle Menschen nach exakt denselben Regeln ticken. Mir selbst geht es ja nicht anders.

Das ist die wahre »Macht« der Lobbyisten.

Und diese Macht steckt in uns allen.

Diese Macht hat nichts mit einseitigen Manipulationsversuchen zu tun – die funktionieren nie. Erfolgreich ist immer nur eine Lösung, die beiden Seiten hilft. Dahin führen allerdings viele ganz unterschiedliche Wege. Viel mehr, als die meisten Menschen ahnen.

Wahrscheinlich haben Sie schon einiges über Lobbyisten gehört – mit diesem Buch halten Sie die Chance in der Hand, einmal etwas *von* einem Lobbyisten zu hören. Viele Jahre lang habe ich politische Interessen für große und kleine Unternehmen durchgesetzt. In diesem Buch erzähle ich Ihnen ehrlich, wie mein Alltag aussah. Und worauf meine »Macht« wirklich beruhte. Das wahre Lobbyistenleben ist ganz anders, als es manchmal in Reportagen mit dramatischer Hintergrundmusik und versteckter Kamera dargestellt wird.

Aber gerade deswegen ist es auch viel näher an unserem ganz normalen Alltag.

Machen Sie sich Ihr eigenes Bild von einem geheimnisumwitterten Beruf – und von der »Macht«, die in Ihnen selbst steckt.

I. DIE ARGUMENTE

1. Was Sie sagen, hört niemand



Es ging um 25 Milliarden Dollar – und um die Aufführung eines heimlich geprobt Stücks. Trotzdem klang der Vorsitzende ruhig, als er sagte: »Es gilt das Berliner Verfahren.« Manche Abgeordnete ließen sich per Handwink noch schnell ein Stück Kuchen an den Platz kommen. Eine beschürzte Bedienung ging umher und goss Filterkaffee ein, die Abgeordneten hielten abgezähltes Kleingeld bereit.

Es war 13 Uhr, das Mittagessen lag allen noch im Magen. »Einziger Tagesordnungspunkt: Öffentliche Anhörung von Sachverständigen« stand auf der heutigen Agenda des Wirtschaftsausschusses im Deutschen Bundestag.

Ich war damals Lobbyist bei einem großen deutschen Verband. Ein Lobbyist vertritt bestimmte Interessen gegenüber der Politik und der Öffentlichkeit – meist im Zusammenhang mit Gesetzgebungsverfahren.

Ein Verband ist ein Verein, in dem sich Gleichgesinnte zusammenschließen, um gemeinsame Interessen durchzusetzen. Das können Unternehmen sein. Oft sind es aber auch Privatpersonen, Organisationen oder andere Verbän-

de. Nur ein Teil davon sind Wirtschaftsverbände, deren Mitgliedern es darum geht, Unternehmensgewinne zu erzielen. Es gibt auch Sozialverbände wie das Deutsche Rote Kreuz oder den Deutschen Mieterbund. Die Kirchenverbände. Es gibt Gewerkschaften, Verbraucher- und Kinderschutzverbände, den Deutschen Frauenrat und das Bundesforum Männer. Menschenrechtsorganisationen und Naturschutzverbände. Verbände mit kulturellen Zielen, wie den Deutschen Kulturrat, oder mit sportlichen Zielen, wie den Deutschen Sportbund. Es gibt Verbände, die Anliegen bestimmter Hobbygruppen vertreten, wie Schachverbände oder Hundezuchtverbände.

Sie alle setzen sich für die Interessen ihrer Mitglieder ein.
Sie alle machen Lobbyarbeit.

Wie Lobbyisten konkret arbeiten, darüber ist nicht viel bekannt. Das verstärkt den Eindruck, es handle sich dabei um etwas Heimliches, Unanständiges und eher Verbotenes als Erlaubtes.

Dabei kommen die Lobbyisten ganz offiziell zum Einsatz: Jedes Ministerium muss, wenn es ein Gesetz entwirft, die »betroffenen Fachkreise rechtzeitig beteiligen«. So steht es in der Gemeinsamen Geschäftsordnung der Bundesministerien.

Und auch die Geschäftsordnung des Bundestages sieht Anhörungen »von Sachverständigen, Interessenvertretern und anderen Auskunftspersonen« ausdrücklich vor. Dafür führt der Bundestag eine Liste mit Verbänden, die auf Bundesebene operieren. Sie umfasst gut 2.000 Verbände und ist im Internet für jeden einsehbar, einschließlich der Namen der konkreten Lobbyisten. Wer dort gemeldet ist, er-

hält einen Hausausweis für den Deutschen Bundestag. Dieser Ausweis öffnet ihm die Türen zum Parlament und den Abgeordnetenbüros. Er ist »im Gebäude offen zu tragen« - damit jeder sofort sieht, wer hier mit welchen Interessen durch die Flure läuft.

Das öffentliche Bild des Lobbyisten - der teuer gekleidete Großkonzernvertreter, der mit wehenden Haaren aus dem Flugzeug steigt, um in dunklen Hinterzimmern Gewinne zu maximieren - es trifft nur auf einen sehr kleinen Teil der Lobbyisten zu.

Viele haben das Wort »Lobbyismus« bisher ohnehin nur im Zusammenhang mit Waffenhandel gehört. So sehr hat der Begriff darunter gelitten, dass kein Unternehmen, kein Verband offiziell eine »Lobbyabteilung« hat. Von »politischer Kommunikation« ist da die Rede oder von »Public Affairs« und »Government Relations«. Dabei geht es aber um viel mehr als nur um Außendarstellung: Ein Lobbyist verfolgt immer konkrete Ziele. Meist geht es darum, dass ein Gesetz oder eine sonstige politische Entscheidung in einer bestimmten Form zustande kommen oder verhindert werden soll.

Ein Lobbyist ist ein Interessenvertreter, so wie ein Klassensprecher ein Interessenvertreter seiner Schulklasse ist - und so wie jeder von uns jeden Tag Interessen gegenüber seinen Mitmenschen vertritt, seine eigenen und auch die von anderen. Manchmal machen wir das bewusst, oft merken wir es gar nicht.

Auch deshalb ist es für uns alle so interessant zu wissen, wie Lobbyisten arbeiten.

Ein Ausschuss im Deutschen Bundestag kann eine Anhörung durchführen, wenn er zu einem bestimmten Thema

die Meinung von Experten einholen möchte. Denn die Abgeordneten selbst sind in der Regel Laien in den Themen, zu denen sie Gesetze beschließen. Sicher: Etliche Berufsgruppen sind im Parlament vertreten, viele Anwälte, viele Beamte, wenige Ärzte, erstaunlich wenige aus dem Bank- und Finanzmarktsektor und aus der Versicherungswirtschaft. »Arbeitslos, ohne Berufsausübung« ist laut dem Berufsverzeichnis der Abgeordneten derzeit niemand. Fachwissen existiert, aber es ist punktuell verteilt und sitzt nicht immer in den Ausschüssen, in denen es gerade gebraucht wird.

Deshalb können die Ausschüsse Fachleute von außen einladen: Wissenschaftlerinnen, Praktiker, Vertreter von Verbänden und einzelnen Unternehmen, aus Organisationen aller Art. Wen immer sie für geeignet halten, zur Klärung einer Frage beizutragen. Und wer immer bereit ist, seinen Filterkaffee selbst zu zahlen.

So weit die Theorie.

In der Praxis saßen wir, die zehn geladenen Sachverständigen, an einem langen Tisch, und wenn wir über die großen Namensschilder vor uns sahen, blickten wir direkt in die Augen der Abgeordneten, die uns - verhörten. Denn das »Berliner Verfahren« ist strenger als die Strafprozessordnung. Es besagt, dass die Sitzungszeit peinlich genau aufgeteilt wird zwischen den Fraktionen, je nach deren Gewicht im Bundestag. Eine so aufgeteilte Stunde heißt »Berliner Stunde«.

»Ihnen stehen 22 Minuten zur Verfügung«, gab der Vorsitzende den Startschuss für die größere der beiden Regierungsfraktionen. Deren Abgeordnete durften nun 22 Minu-

ten lang Fragen stellen. Die kleineren Fraktionen mussten sich kürzer fassen.

Ähnlich verhält es sich mit der *Zahl* der Sachverständigen, die jede Fraktion für die Anhörung »benennen« darf. Jeder Sachverständige sitzt dort »auf dem Ticket« einer ganz bestimmten Fraktion, wie man das mehr oder weniger offiziell nennt. Und die größeren Fraktionen dürfen mehr Experten laden als die kleineren.

Jede Frage muss sich an einen konkreten Sachverständigen richten – von uns zehn durfte also nur derjenige antworten, der gerade ausdrücklich angesprochen war. Da könnte man meinen, die Fragesteller wollten ihren Wissensdurst stets bei dem Sachverständigen stillen, dem sie bei der Frage die größte Kompetenz zutrauen. Für die Sachverständigen, die so naiv sind, das zu glauben, ist es daher auch ein Ehrenbeweis, möglichst viele Fragen »zu bekommen«.

In Wahrheit aber befragen die Abgeordneten fast immer nur die Sachverständigen, die sie selbst geladen haben oder wenigstens die der Koalitionspartner. Die Experten »auf dem Ticket« der anderen Fraktionen sprechen sie höchstens an, um sie bloßzustellen. Und das ist nicht sehr schwer: Ein Fragesteller darf eine Antwort kommentieren, aber der Sachverständige darf darauf nicht mehr reagieren, denn er hat ja das Wort nicht mehr. Ein Sachverständiger muss also damit leben, dass seine Ausführungen zum Beispiel mit einem arroganten »Dass Sie immer noch solche Märchen erzählen« quittiert wird – und er dem nichts mehr entgegensetzen kann.

An diesem besagten Nachmittag, an dem es bei Kaffee und Kuchen um 25 Milliarden Dollar ging, saß ich »auf dem

Ticket« der größeren Oppositionsfraktion. Daher hatte ich in den ersten 22 Minuten Pause, in denen das Fragerecht bei der Koalition lag.

Ich war damals noch nicht abgebrüht genug, um mir für diese Pause Arbeit aus dem Büro mitzubringen. Die Abgeordneten der Opposition holten ihre Postmappen heraus, während die Koalition fragte. Auch andere Sachverständige nutzten die Zeit, um ungeniert sonstige Arbeit zu erledigen. Später kehrte sich die Situation um – wer gerade nicht selbst fragte oder gefragt wurde, den interessierte nicht, was die anderen redeten. Nur wenige löbliche Ausnahmen folgten dem Gespräch aufmerksam, auch wenn es gerade nicht um sie selbst ging.

Als das Fragerecht zur größeren Oppositionspartei wechselte, unterbrachen deren Mitglieder kurz ihre anderweitigen Beschäftigungen.

»Man muss bei so einem Gesetz ja genau unterscheiden können zwischen dem, was erlaubt sein soll, und dem, was verboten ist«, dozierte eine Abgeordnete nun. Einen Großteil der knappen »Fragezeit« verwenden die Abgeordneten darauf, noch einmal ihre eigene Meinung zu referieren. Die eigentlichen Fragen sind oft ein verschämtes Anhängsel, auch wenn sie streng klingen können: »Geht der Gesetzesentwurf da in die richtige Richtung? Diese Frage geht an Herrn Dr. Kitz.«

Ich schaltete mein Mikrofon ein und führte aus, dass diese Abgrenzung in dem Gesetzesentwurf aus meiner Sicht nicht praktikabel war. Die Fragestellerin nickte zufrieden. Sie wusste, dass ich so antworten würde. Sie hatte vorher »ihre« Sachverständigen zu einer Art Probeanhörung ein-

geladen, um zu ermitteln, auf welche Fragen wer welche Antworten geben würde. Generell ist es üblich, dass die Sachverständigen den Abgeordneten vorher Vorschläge für Fragen zuschicken, die sie gerne beantworten würden. Daher wusste die Abgeordnete auch, dass ich die Gesetzesinitiative im Grundsatz begrüßte. Es handelte sich um einen Gesetzentwurf gegen unerwünschte E-Mail-Werbung, gegen Spam. Nach Schätzungen der Vereinten Nationen richtet Spam weltweit einen jährlichen Schaden von 25 Milliarden Dollar an.

Deshalb waren auch alle Fraktionen in Aktionismus verfallen: Die Koalition hatte ein Anti-Spam-Gesetz ins Rennen gebracht, das verschleierte Werbe-E-Mails grundsätzlich verbieten sollte. Die Opposition war naturgemäß gegen diesen Entwurf, freilich nicht ohne einen eigenen Antrag »Spam effektiv bekämpfen« einzubringen. Darin forderte sie vage, über Spam besser aufzuklären und eine zentrale Stelle zur Spam-Bekämpfung zu schaffen.

Die Unternehmen, die ich vertrat, waren zu einem Teil Internetprovider. Sie leiden unter der schieren Datenlast, mit der Spam-E-Mails ihre Netze verstopfen. Und jedes andere seriöse Unternehmen leidet darunter, wenn sich weniger seriöse Firmen durch Spamwellen einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.

Aber jedes seriöse Unternehmen ist auch darauf angewiesen, selbst Werbung machen zu können. Das gehört sogar zu den Unternehmensgrundrechten, die unsere Verfassung garantiert. Also muss ein Anti-Spam-Gesetz so formuliert sein, dass es die schwarzen Schafe erwischt, den seriösen Unternehmen aber nicht ihre Werbemög-

lichkeiten nimmt. Bei der Probeanhörung war meine differenzierte Haltung zu dem Gesetzentwurf deutlich geworden.

Daher wartete ich darauf, dass die Vertreterin der Opposition mich erneut aufrief, als es darum ging, ob ein Anti-Spam-Gesetz im Grundsatz sinnvoll sei. Allerdings hörte ich bei dieser Frage meinen Namen nicht. Sie sah meinen Blick genau – und doch übersah sie ihn. Sie fragte einen anderen Sachverständigen, der ihr bescheinigte: Der Gesetzentwurf der Koalition sei restlos daneben.

Ich war gerade 30 geworden, der Jüngste im Raum, erst ein paar Monate lang im Geschäft. Es war meine erste Anhörung im Deutschen Bundestag. Bis zu diesem Tag hatte ich tatsächlich geglaubt, Abgeordneten ginge es darum, die beste Lösung für ein Problem zu finden. Ich hatte tatsächlich geglaubt, bei einer Anhörung ginge es darum, Erkenntnisse zu sammeln.

Doch dieser Moment im Sitzungssaal 3.101 des Marie-Elisabeth-Lüders-Hauses, eines Gebäudes des Deutschen Bundestages, veränderte meinen Blick auf die Politik für immer.

Wir Sachverständigen waren Werkzeuge, die jeder dort einsetzte, wo er sie brauchte – um seine eigene Politik zu loben und den politischen Gegner vorzuführen. Werkzeuge, die er wegschloss, wenn sie diesem Ziel nicht dienten.

»Meine Frau ist Kundin bei Ihnen«, sagte ein Abgeordneter der Koalition gerade zu dem Unternehmensvertreter neben mir. Es war noch etwas Zeit übrig, daher gab es eine »freie Runde«, in der alle Abgeordneten noch einmal Fra-

gen stellen durften. Dieser Abgeordnete genoss es sichtlich, noch eine letzte Anekdote erzählen zu können – und seine Expertise zu dem Thema wenigstens mittels persönlicher Erlebnisse seiner Frau zu belegen. Sie habe eine »ganz wichtige« E-Mail nicht bekommen, die offenbar in einem Spamfilter hängen geblieben war.

»Also damit ich den Sachverhalt richtig verstehe: Ihre Frau hat E-Mails versandt ...«, entgegnete der angesprochene Unternehmensvertreter, der offenbar schon seit einer Weile nicht mehr zugehört und den dramatischen Sachverhalt daher falsch verstanden hatte.

Im Protokoll wurde an dieser Stelle »Heiterkeit« vermerkt.

Es dauerte nicht lange, bis ich regelmäßig nach solchen Veranstaltungen sagte: »Wenigstens war es unterhaltsam. Das ist doch alles, was man erwarten kann.«

Der Vorsitzende freilich zog an diesem Tag ein anderes Resümee: »Es wurden nur lobende Worte insgesamt zu dieser Anhörung heute hier vernommen«, bescheinigte er sich selbst zum Schluss und befand, »dass es gerechtfertigt ist, dass sich der Bundestag nochmals ausgiebig mit Ihren Stellungnahmen befasst. Und in diesem Sinne bedanke ich mich.«

»Sitzungsende: 15 Uhr«, vermerkte das Protokoll.

Alle hatten ihren Nachmittagskaffee ausgetrunken.



Nicht nur in der Politik, auch im Alltagsleben argumentieren und diskutieren wir jeden Tag um die Wette. Wir versuchen, uns gegenseitig von etwas zu überzeugen, sammeln

hieb- und stichfeste Argumente für unsere Position – und erreichen damit: nichts.

Diese ganz alltäglichen Erfahrungen führen uns zu verschiedenen Fragen:

- ▶ Ist es überhaupt sinnvoll, Menschen mit Argumenten überzeugen zu wollen?
- ▶ Falls ja: Wann und mit welchen Argumenten?
- ▶ Falls nein: Wie dann?

Diesen Fragen gehen wir gemeinsam in diesem Buch nach. Dabei werden wir immer wieder überprüfen, wie sinnvoll unser gewöhnliches Alltagsverhalten vor dem Hintergrund eines interessanten wissenschaftlichen Forschungsgebietes ist: den Untersuchungen zur sogenannten Einstellungsänderung.

Auf diesen vier Wegen beeinflussen Sie Menschen

Die »Einstellung« ist ein psychologischer Fachbegriff und bedeutet noch weit mehr als »Überzeugung« oder »Meinung«.

Mit »Einstellung« beschreibt man in der Psychologie generell eine Bewertung von Menschen oder Dingen. Diese Bewertung hat einen maßgeblichen Einfluss darauf, wie sich jemand gegenüber diesen Menschen oder Dingen verhält. Ob dieser Jemand also zum Beispiel etwas für Sie tun wird.

Daher ist eine »Einstellungsänderung« auch viel mehr als ein bloßes »Überzeugen« oder gar »Überreden«.

Eine Einstellung kann auf vier unterschiedlichen Komponenten beruhen:

1. Genetische Veranlagung
2. Affekt
3. Kognition
4. Verhalten

Zu 1.: Dass einige Einstellungen angeboren sind, ist in der Wissenschaft umstritten. Manche Forscher gehen davon aus. Diese Annahme resultiert vor allem aus der Erkenntnis, dass eineiige Zwillinge viele Einstellungen teilen, selbst wenn sie getrennt aufgewachsen sind und sich überhaupt nicht kennen.

Zu 2.: Die affektive Komponente ist die Emotion – wir können positive oder negative Emotionen gegenüber einer bestimmten Person oder Sache haben. Sie entscheiden darüber, wie wir uns gegenüber dieser Person oder Sache verhalten werden.

Zu 3.: Kognition meint hier die bewusste Informationsverarbeitung, also ein aktives Denken. Wir prüfen Argumente und Informationen, wägen ab und bilden uns dann ein Urteil.

Zu 4.: Einstellungen sagen nicht nur voraus, wie wir uns in einer bestimmten Situation verhalten werden. Wir können



Volker Kitz

Du machst, was ich will

Wie Sie bekommen, was Sie wollen - ein Ex-Lobbyist verrät die besten Tricks

ORIGINALAUSGABE

Gebundenes Buch mit Schutzumschlag, 256 Seiten, 13,5 x 21,5 cm
ISBN: 978-3-424-20082-9

Ariston

Erscheinungstermin: März 2013

Die Kunst der sanften Überzeugung

Die eigenen Interessen auch gegen Widerstand durchsetzen und Ziele konsequent erreichen – als erfolgreicher Ex-Lobbyist beherrscht Bestsellerautor Volker Kitz alle Regeln der Kommunikation und Verhandlungsführung. Seine wichtigste Erkenntnis: Manipulation und fiese Tricks funktionieren nicht. Was wirklich wirkt, verrät er in seinem neuen Buch!

Erstmals berichtet ein Ex-Lobbyist aus seinem geheimnisumwitterten Arbeitsalltag: Anhand packender Geschichten stellt Volker Kitz die wirkungsvollsten Effekte aus der Psychologie vor und zeigt gleichzeitig, warum es nicht verwerflich ist, für seine Interessen einzustehen. Sein Fazit: Nur, wer auch an sein Gegenüber denkt und dessen Bedürfnisse, bekommt selbst, was er will. Ein spannender Einblick in einen Beruf, von dem nur wenig bekannt ist, aber viel gelernt werden kann!



[Der Titel im Katalog](#)