



GOLDMANN

Lesen erleben

Buch

Erfolgreiche professionelle Kommunikation ist verständlich, nachvollziehbar und überzeugend. Sie gibt dem Zuhörer Orientierung und sichert so Ergebnisse. Der Top-Trainer Dr. Karsten Bredemeier zeigt, wie es geht: Basierend auf aktuellen neurolinguistischen und sozio-psychologischen Erkenntnissen erläutert er anhand zahlreicher Beispiele das gelungene Platzieren der Kernbotschaft, das richtige Formulieren und Sprechen. Mit den zehn Grundregeln der Rhetorik fasst er kurz und prägnant die wichtigsten Prinzipien zusammen. Erfolgreiches Sprechen schafft Fakten, vermeidet Relativierungen und bindet den Zuhörer durch den richtigen Sprechrhythmus und Blickkontakt auch emotional mit ein. Bredemeier erörtert dies übersichtlich und praxisnah, er stellt bekannte Lehrmeinungen auf den Prüfstand, erklärt die jeweilige Wirkung auf den Zuhörer und bringt einen oftmals verblüffenden Lösungsansatz, zum Beispiel zu Blackout und Fadenriss oder Umgang mit Kritikern. Auch wer sich bereits intensiv mit Rhetorik beschäftigt hat, findet hier wertvolle Anregungen.

Autor

Dr. theol. Karsten Bredemeier arbeitet als Topmanagement-Trainer und Coach für Kunden, wie z. B. Allianz, Deutsche Bank und viele mehr. Als einer der führenden Kommunikations- und Fernsehtrainer hat er insgesamt 15 Bücher veröffentlicht, die in zahlreiche Sprachen übersetzt wurden.
www.dr-bredemeier@t-online.de

*Von Karsten Bredemeier außerdem im Programm
Schlagfertigkeit (17459)*

Dr. Karsten Bredemeier

Rhetorik auf den Punkt gebracht

Die Grundregeln
überzeugender Kommunikation

GOLDMANN

Alle Ratschläge in diesem Buch wurden vom Autor und vom Verlag sorgfältig erwogen und geprüft. Eine Garantie kann dennoch nicht übernommen werden. Eine Haftung des Autors beziehungsweise des Verlags und seiner Beauftragten für Personen-, Sach- und Vermögensschäden ist daher ausgeschlossen.

Der Verlag weist ausdrücklich darauf hin, dass im Text enthaltene externe Links vom Verlag nur bis zum Zeitpunkt der Buchveröffentlichung eingesehen werden konnten. Auf spätere Veränderungen hat der Verlag keinerlei Einfluss. Eine Haftung des Verlags ist daher ausgeschlossen.



Dieses Buch ist auch als E-Book erhältlich.



Verlagsgruppe Random House FSC® N001967

2. Auflage

Vollständige Taschenbuchausgabe September 2014

Wilhelm Goldmann Verlag, München,

in der Verlagsgruppe Random House GmbH,

Neumarkter Str. 28, 81673 München

© 2014 Wilhelm Goldmann Verlag, München,

in der Verlagsgruppe Random House GmbH

Dieses Buch erschien bereits in anderer Ausstattung

in der Orell Füssli Verlag AG, Zürich

Umschlaggestaltung: Uno Werbeagentur

Umschlagmotiv: FinePic®, München

Satz: Buch-Werkstatt GmbH, Bad Aibling

Druck und Bindung: GGP Media GmbH, Pößneck

CB · Herstellung: IH

Printed in Germany

ISBN 978-3-442-17469-0

www.goldmann-verlag.de

Besuchen Sie den Goldmann Verlag im Netz



Inhalt

I. Vorbemerkungen	11
Neue Erkenntnisse der (Sozio-)Psychologie	13
Aktuelle Gehirnforschungsergebnisse	14
Das Informationshandicap	17
II. Erstklassige Vorbereitung	21
Prägnante Zieldefinition	25
<i>Medizinisch betrachtet</i>	25
<i>Psychologisch betrachtet</i>	26
<i>Faktizierend betrachtet</i>	27
Professionelle Kernbotschaft	28
<i>Kernbotschaft mit drei wegweisenden Faktoren</i>	28
Alterozentrierter Appell	31
III. Der Rhetorik-Code – die 10 Grundregeln	35
Die Voraussetzung	35
1. Regel: Die Basis – aus der De- in die	
Kontextualisierung	36
2. Regel: Faktizierende Sprache	37
<i>Vermeiden Sie entpersonalisierte und</i>	
<i>»Man«-Botschaften</i>	38
<i>Vermeiden Sie relativierende »Verbalpölsterchen«</i> ...	38

Vermeiden Sie Konjunktiv-Aussagen mit »können«, »wollen«, »möchten« und »müssen«	39
Vermeiden Sie anonymisierende Botschaften	39
Vermeiden Sie Glaubenssätze als Zeichen der Möchtegern-Kompetenz	40
Schluss mit scheinbaren »rhetorischen Fragen«	41
Einen Moment	42
Schluss mit (geografischen) Sprachmarotten	43
Benutzen Sie präsentische Formulierungen, schaffen Sie dadurch Fakten	44
3. Regel: Positive Formulierungen	45
4. Regel: Aktive Formulierungen	48
5. Regel: Positionierende Bewertungen	49
6. Regel: Konsequente Einordnungen	50
7. Regel: Gehirngerechte »Anker«	51
8. Regel: Der Punkt = die Pause	54
9. Regel: Fakten, Daten und ihre Relation	55
10. Regel: Der richtige Sprechrhythmus	57

IV. Die ergebnissichernde Umsetzung

des Rhetorik-Codes – seine Verstärker	63
Der situativ-erfolgreiche Redeansatz	64
<i>Der programmierende Ansatz</i>	64
<i>Der deprogrammierende Ansatz</i>	66
<i>Der reprogrammierende Ansatz</i>	66
Erleichternde Körperhaltung	66
<i>Im Stehen</i>	67
<i>Im Sitzen</i>	69

Ritualisierung von Gesten und Signalen	69
<i>Die Gestikdauer</i>	70
Der Blickkontakt ist Ihre »Glaubwürdigkeit«	70
Authentisch sein und bleiben	72
Entstehen und Festigen des abrufbaren »wording«	73
Professioneller Umgang mit Blackout und Fadenriss	74
1. Möglichkeit: »Never say never ...«	75
2. Möglichkeit: <i>Sagen Sie es anders</i>	75
3. Möglichkeit: <i>Wiederholen Sie sich ...</i>	76
4. Provokative Möglichkeit: »Frage?«	77
Ergebnissichernde Entgegnungsargumentation – die 3-T-Regel	77
<i>Jede Antwort legitimiert die Frage!</i>	81
Das »Bredemeier-Feedback« zur Eskalationsbeendigung	91
Der Sprechzwang in der Rede – emotionale Ansteuerung des Unterbewussten	96
Anhang	103
Besonderheiten des Rhetorik-Codes	103
Übungen	105
Literaturverzeichnis	106
Sachregister	122

Ein Wunder zu erleben, ist ein Riesengeschenk.

Ich erlebe bereits drei:

Einen faszinierenden Beruf als Top-Berater
und -Trainer mit vielen interessanten,
langfristigen Kundenbeziehungen.

Verlässliche und kompetente Partner in den
gemeinsam gegründeten Unternehmen.

Eine tolle Familie, mit dir, Kerstin,
einer wunderbaren Frau, und mit euch Kindern,
Anik und Josh, an meiner Seite.

Danke.

Ihr/Euer
Karsten Bredemeier
Neunkirchen, Januar 2014
www.info@dr-bredemeier.de

Ein schlechter Redner ist derjenige, der durch Länge seiner Ausführungen den Mangel an inhaltlicher Tiefe kompensieren möchte ...

Ein guter Redner ist derjenige, der bei der Beschreibung der einzelnen Schichten einer Zwiebel und der sukzessiven Entschälung das Publikum zum Weinen bringt ...

I. Vorbemerkungen

Die Krankheit der heutigen Rhetorik ist die Überschreitung des ewigen Rhetorik-Codes.

»Wenn die deutsche Sprache so bleiben sollte, wie sie ist, müsste man sie sanft und ehrerbietig bei den toten Sprachen ablegen, denn nur die Toten haben Zeit, sie zu lernen.«

ZITAT ABGEWANDELT NACH MARK TWAIN:
»DIE SCHRECKLICHE DEUTSCHE SPRACHE«

Small Talk ist ein seichtes Plaudern über Belanglosigkeiten oder Binsenweisheiten – abgeleitet vom lateinischen »plaudere«/Beifall klatschen.

Professionelle Kommunikation hingegen unterliegt knallharten Regeln, damit sie Orientierung gibt und Ergebnisse sichert – bei Präsentationen, Vorträgen, in Konferenzen oder auch bei Medienauftritten.

Merkwürdigerweise wird das oft vergessen.

Die Folgen: Sprachliche Relativierungen, geistige Bankrotterklärungen und verbale Inkompetenzerklärungen verwischen diese Orientierung und stellen als verbale Insolvenzanträge die Ergebnisse beim Zuhörer in Frage.

Vielfach ist der Gesprächspartner sich dessen noch nicht

Dr. Karsten Bredemeier



Rhetorik auf den Punkt gebracht

Die Grundregeln überzeugender
Kommunikation

GOLDMANN

Dr. Karsten Bredemeier

Rhetorik auf den Punkt gebracht

Die Grundregeln überzeugender Kommunikation

Taschenbuch, Broschur, 128 Seiten, 12,5 x 18,3 cm

ISBN: 978-3-442-17469-0

Goldmann

Erscheinungstermin: August 2014

Erfolgreiche Kommunikation ist verständlich, nachvollziehbar und überzeugend. Der Top-Trainer Dr. Karsten Bredemeier zeigt, wie es geht: Mit den zehn Grundregeln der Rhetorik fasst er kurz und prägnant die wichtigsten Prinzipien des Formulierens und Sprechens zusammen. Anhand zahlreicher Beispiele erläutert er, wie man mit seiner Rede Fakten schafft, dem Zuhörer Orientierung bietet und so wirkungsvoll seine Botschaft verankert.



[Der Titel im Katalog](#)