

Im Lift mit dem CEO...

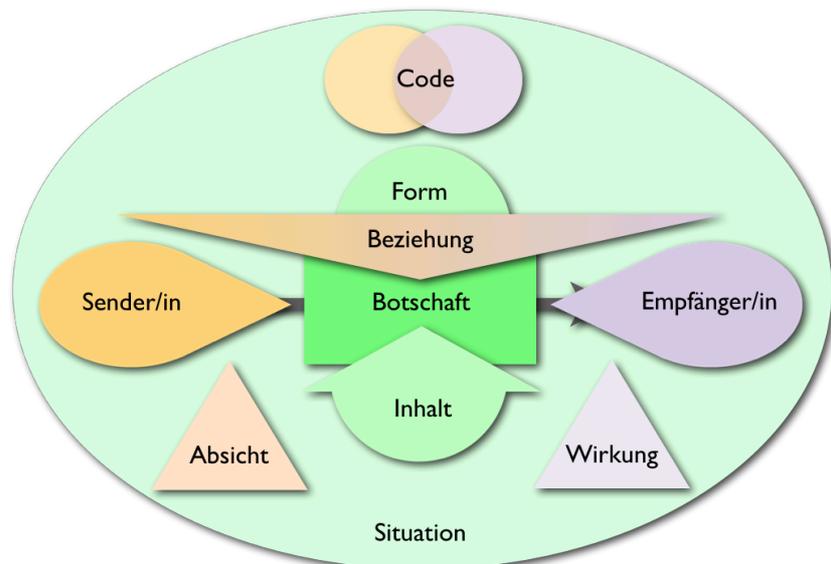
Ihre Chance, in 90 Sekunden Ihr wichtigstes Anliegen überzeugend zu präsentieren

Datum und Zeit 22. März 2019, 14.15 bis ca. 16.15 Uhr

Ort Siemens Schweiz AG, Zug

Leitung Vinzenz Rast, lic. phil. hist., Dozent Kommunikation Deutsch, Hochschule für Wirtschaft Luzern
Büro für Sprache GmbH, Cécile-Lauber-Gasse 8, 6005 Luzern,
Tel. 041 360 50 51, Fax 041 360 50 52, v.rast@sprachbuero.ch,
www.sprachbuero.ch

Wie kommuniziere ich?



Wer? Sender/in: Mitarbeiter/in

Wem? Empfänger/in: CEO

Wie? Beziehung: hierarchisch

Wie? Code: für Laien verständlich

Wie? Form: das Wichtigste zuerst

Was? Inhalt: Nutzen, Risiken, Optionen

Wo? Situation: 90 Sekunden im Lift

Warum? Absicht: CEO kennt mein Anliegen

Wozu? Wirkung: CEO handelt in meinem Sinn

Was will ich erreichen?

Der CEO *kennt* mein/e/n

informieren Anliegen/Anfrage/Angebot/Anregung/Ansinnen/Anstoss/
Antrag/Einfall/Empfehlung/Erneuerung/Gedanken/Idee/Impuls/
Inspiration/Neuerung/Neugestaltung/Neuheit/Neuorientierung/
Plan/Ratschlag/Tipp/Verbesserung/ Vorschlag

und *handelt*, also

überzeugen findet mein Anliegen anregend/denkt darüber nach/geht mein
Anliegen an/gibt mir einen konkreten Auftrag/wünscht einen
Termin mit mir/verlangt einen schriftlichen Antrag/geht auf
andere Entscheidungsträger zu...

Wie wirke ich?

Mitentscheidend ist mein Auftreten:

nonverbal Gestik, Mimik, Körperhaltung, Blickkontakt, Raumverhalten,
Kleidung, Frisur, Geruch, Make-up

paraverbal Stimme, Melodie, Lautstärke, Betonung, Tempo, Pausen,
Deutlichkeit

Wie sage ich es?

Unabhängig von der Redesituation gilt das rhetorische
Grundmuster: Einleitung, Hauptteil, Schluss.

➔ **START**

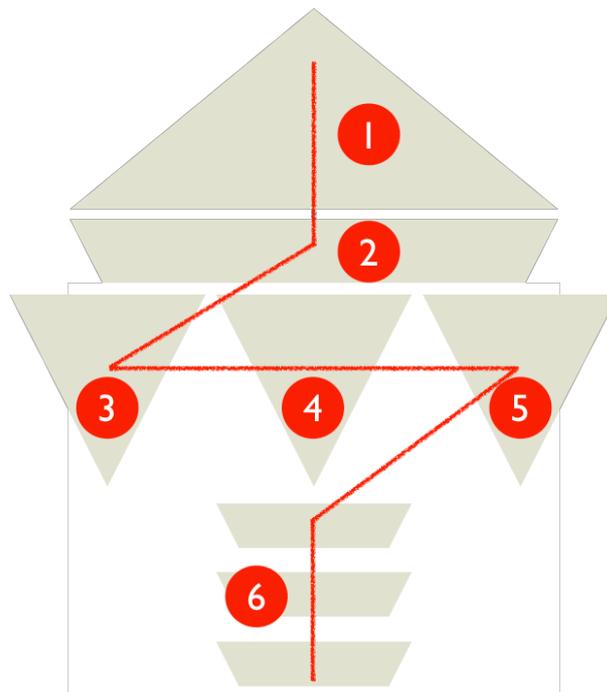
Wer bin ich? Was mache ich? Was beschäftigt mich?
(Andocken: ①)

⊗ **KERN**

Das Wichtigste zuerst (②), das wichtigste Unterargument
zuerst, jeweils mit der Schlussfolgerung am Anfang und dann
den folgenden Prämissen
(umgekehrte Pyramide ③ ④ ⑤)

● **PUNKT**

Wiederholung der drei wichtigsten Informationen und Appell
(Rezenzeffekt ⑥)



Wie formuliere ich?

- Unwichtiges weglassen** Reduktion der Informationsfülle
- Bestehendes auflockern** Reduktion der Informationsdichte
- Schwieriges vermitteln** Erklärung oder Weglassung von Fachwörtern
- Überblick erleichtern** orientierender Vorspann am Anfang des Auftritts
- bildhaft formulieren** Metaphern, Vergleiche, Analogien
- Beispiele nennen** Erläuterungen von Begriffen mit Beispielen
- Menschen nennen** Personalisierung der Beteiligten
- Erfahrungen ansprechen** Bezug zum Alltag zum Firmenalltag

Was sage ich?

Perspektivenwechsel:

Was muss mein Gegenüber wissen?

- Nutzen:** Wie profitiert das Unternehmen?
Die/der CEO sucht den Erfolg.
- Risiken:** Was sind die Herausforderungen?
Die/der CEO trägt die Verantwortung.
- Optionen:** Welche Handlungsmöglichkeiten bestehen?
Die/der CEO will selbst entscheiden.

Mein Anliegen in 90 Sekunden

<p>Absicht informieren und überzeugen</p>	
<p>Wirkung sein/ihr gewünschtes Handeln benennen</p>	
<p>Beziehung Blick/Körper einsetzen, Tempo/Pausen beachten</p>	
<p>Form <i>Start:</i> Kontext schaffen</p>	<p>①</p>
<p>Form & Code & Inhalt <i>Kern-</i>Botschaft</p>	<p>②</p>
<p>drei Teilbotschaften je in umgekehrter Pyramide</p>	<p>③</p>
<p>kürzen, mit Beispielen und Vergleichen, Erfahrungen des Gegenübers ansprechen</p>	<p>③</p>
<p>Vorteile aufzeigen Risiken nennen Entscheidung zulassen</p>	<p>⑤</p>
<p><i>Punkt:</i> wiederholen und appellieren</p>	<p>⑥</p>