



Vielen Dank für Dein Interesse an den Übungsmaterialien. In diesem Dokument findest Du

- **20 Seiten** mit Beschreibungen der verschiedenen Kompetenzbereiche und einzelnen Kompetenzen **zum besseren Verständnis**
- **22 Seiten**, die Übungen und **Trainingsanleitungen** enthalten

Solltest Du Fragen dazu haben, stehen wir Dir jederzeit gerne zur Verfügung. **Unsere Kontaktdaten** findest Du ganz zum Schluss auf **Seite 44**.

Jetzt wünschen Dir aber erst mal viel Spaß und Erfolg mit diesem Material

die Autoren
Andreas Bornhäuser & Dirk Scheffer



Coachingmaterial

Sensus

Menschen mit einer starken Ausprägung in diesem Bereich wirken empfindsam, einfühlsam und achtsam. Sie gewinnen andere Menschen durch Rücksicht, Hingabe und Zuversicht. So schaffen sie über Sympathie und Vertrauen eine Atmosphäre des Wohlfühlens.



Coachingmaterial
Innere Präsenz

Sensus

Diese Person wirkt so, als hätte sie die Bereitschaft und die Fähigkeit die eigene Intuition, die eigene innere Stimme wahrzunehmen und ihr auch zu folgen. Solche Menschen erkennt man daran, dass, wenn sie eine Idee haben, diese auch sofort äußern. Egal ob es gerade zum Thema passt oder nicht.

„Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance“.

Das jedenfalls besagt eine alte Volksweisheit. Und sicher ist an dieser auch etwas dran. Die Frage ist nur: Nehmen wir diesen ersten Eindruck überhaupt bewusst wahr und folgen wir ihm? Oder überhören und übersehen wir ihn und ärgern uns dann später über uns selbst, weil wir unserer Ahnung nicht gefolgt sind. Trainieren Sie Ihre Innere Achtsamkeit mit folgender Übung.

Mein ersten Eindrücke in der Begegnung mit _____ sind:

Mit folgenden Fragen werde ich diese Eindrücke überprüfen:

Bei seinen / ihren Antworten dachte ich/ hatte ich das Gefühl:



Coachingmaterial
Innere Überzeugung

Sensus

Diese Person wirkt so, als wäre sie von sehr klaren und unumstößlichen Werten und Glaubens-sätzen getragen. Sie ist meistens daran zu erkennen, dass sie ihre grundsätzlich Maßstäbe und Werte anderen Menschen auch bei allen möglichen und unmöglichen Gelegenheiten mitteilt.

Wertschätzung

Menschen begegnen anderen Menschen nicht selten mit Vorurteilen und sind schnell mit Urteilen bei der Hand. Dabei ist leider häufig zu beobachten, dass diese Urteile öfter negativer Natur sind, als positiver. Dadurch wird ein wertschätzender und wohlwollender Umgang mit dem anderen erschwert.

Mit der nachfolgenden Übung haben Sie die Möglichkeit, sich der Thematik Wertschätzung zu nähern und Ihre diesbezüglichen Einstellungen und Fähigkeiten zu überprüfen und zu trainieren.

1. Was ich alles an _____ schätze...

2. Diese Ansichten von ihr/ihm finde ich spannend...

3. Meine Notizen bei Punkt 2 begründe ich damit, dass...

4. Aus unserer letzten Begegnungen sind mir folgenden Äußerungen noch in guter Erinnerung:

5. Was ich von ihm/ihr noch unbedingt erfahren möchte:



Coachingmaterial
Momentfokussierung

Sensus

Diese Person wirkt so, als wäre sie in jedem Umfeld und bei jedem Anlass ganz im Hier und Jetzt. Sie scheint ihre Aufmerksamkeit in erster Linie auf den Augenblick zu fokussieren. Diese Menschen erkennt man daran, dass sie kleinste Regungen und Signale bei Anderen wahrnehmen und oft auch darauf eingehen.

Ganz hier Sein im Dasein.

Mitunter sind wir mit unseren eigenen Gedanken so sehr beschäftigt, dass wir unseren Vis-à-Vis nur sehr unzureichend zuhören. Trainieren Sie Ihre Fähigkeit der Inneren Präsenz hin und wieder mit der folgenden Übung.

Mein(e) Gesprächspartner(in) hat gerade gesagt:

Dazu habe ich folgende Frage an ihn/sie:

Seine/ihre Antwort auf meine Frage lautete:

Aufgrund dieser Antwort möchte ich von ihr/ihm gerne noch wissen:

Meine Neugier hat er/sie mit folgender Erklärung befriedigt:



Coachingmaterial **Emotionalität**

Sensus

Diese Person wirkt so, als hätte sie ein ausgeprägtes Interesse an den eigenen und den Gefühlen anderer. Die Befindlichkeit von Menschen scheint ihr wichtig. Man erkennt sie daran, dass sie gerne erst einmal für eine gute Atmosphäre sorgt und Fragen zur Befindlichkeit der teilnehmenden Personen stellt.

Mitunter sind wir in den Begegnungen mit anderen Menschen Opfer unserer unbewussten Gefühle. Wir handeln aus einer unbewussten Stimmung heraus und erschweren uns damit manchmal unnötigerweise die Kommunikation mit anderen Menschen. Das bewusste Wahrnehmen dieser Gefühle kann helfen, einen neuen und besseren Zugang zu anderen Menschen zu finden.

Notizen zu meiner Stimmungslage

In der Begegnung mit _____

am _____ beobachtete ich folgende Gefühle:

negativer Natur

positiver Natur

Worauf sind diese Gefühle zurückzuführen?

Was kann ich tun, um die negativen in positive Gefühle zu verwandeln?



Coachingmaterial

Corpus

Menschen mit einer starken Ausprägung in diesem Bereich wirken durch Ihr Auftreten und ihre Darstellungsfähigkeit. Sie vermögen es, mit dem ganzen Körper zu sprechen und Ihren Absichten auch ohne viele Worte wirkungsvoll Ausdruck zu verleihen.



Coachingmaterial
Erscheinungsbild

Corpus

Diese Person wirkt so, als würde sie besonders viel Wert auf ihr Äußeres legen. Sie erweckt bei anderen Menschen den Eindruck einer Person die es zu lieben scheint, sich durch individuelle Stilmittel in Szene zu setzen. Man erkennt sie häufig an Markenkleidung, ausgefallenen Accessoires und hochwertigen Materialien.

Kleidung ist stets Ausdruck der eigenen Persönlichkeit und natürlich eine Frage des individuellen Geschmacks. Mit Hilfe verschiedener „Äußerlichkeiten“ lassen sich für Dritte auf den ersten Blick bestimmte Statements „verkörpern“. Zur Erweiterung Ihres Corpus-Repertoires wird die folgende Übung empfohlen:

Folgendes Statement will ich verkörpern:

Dazu wähle ich die folgenden „Äußerlichkeiten“:

Oberbekleidung _____

Farben _____

Materialien: _____

Schuhe/Strümpfe _____

Kopf/Hände/Schmuck _____

Accessoires _____



Coachingmaterial
Gestik

Corpus

Diese Person wirkt so, als hätte sie eine besondere Freude daran, das gesprochene Wort gestikularisch zu unterstützen und die Gestik anderer Menschen genau zu beobachten. Man erkennt sie daran, dass sie zum Beispiel das Wort *Unterstreichen* mit den Händen in der Luft unterstreicht.



Coachingmaterial
Mimik

Corpus

Diese Person wirkt so, als könne sie feinstofflichen Bereich der Mimik anderer lesen und mit der eigenen Mimik ein offenes Buch für die anderen zu sein. Man erkennt sie daran, dass sie in Meetings z.B. bei kleinsten, mimischen Regung eines Gesprächspartners den Grund dafür in Erfahrung bringen möchte und deshalb nachfragt.

CREATING MORE AUTHENTIC SMILES®

Zur Verbesserung Ihrer Beobachtungsgabe der nonverbalen Signale Ihrer Gesprächspartner oder Präsentationsteilnehmer wird die folgende Übung empfohlen:

Wahrnehmung nonverbaler Signale

Bitte achten Sie bei möglichst vielen Gelegenheiten auf folgende Aspekte und machen Sie sich - wann immer es Ihnen möglich ist - Notizen dazu:

CREATING MORE AUTHENTIC SMILES®

Atembewegungen _____

Faltentiefe _____

Lippenform _____

Augenstellung _____

Augenglanz _____

Gesichtsmuskeln _____

Hände _____

Kopfstellung _____

Oberkörper _____

Arme _____

Sitzposition _____

Fußstellung _____



Coachingmaterial
Räumliche Präsenz

CREATING MORE AUTHENTIC SMILES®

Diese Person wirkt so, als wäre sie in der Lage in jedem Moment den Grad des Raumnehmens gezielt dosieren zu können. Man erkennt sie daran, dass sie gerne einen exponiertem Platz einnimmt, einen festen Händedruck und Gang sowie intensiven Blickkontakt hat und ihre Körperspannung nach Belieben verändern kann.

Zur Optimierung der individuellen Körperbewusstheit und der besseren Nutzung körperlicher Ressourcen empfehlen wir die Beantwortung der folgenden Fragen:

Der eigene Körper als Ressource

Bitte probieren Sie zu jedem der folgenden Aspekte verschiedene Varianten aus und notieren Sie sich dann welche Varianten Ihnen selbst am angenehmsten war:

Kopfstellung _____

Gesichtsausdruck _____

Blickrichtungen _____

Oberkörper _____

Armstellung _____

Haltung der Hände _____

Sitzposition _____

Fußstellung _____

Gehbewegungen _____

Muskelanspannungen _____



Coachingmaterial

Intellektus

Menschen mit einer starken Ausprägung in diesem Bereich wirken vorbereitet, bedacht und überlegt. Sie beherrschen es, durch Gründlichkeit, Klarheit und Nachvollziehbarkeit zu überzeugen sowie die Fähigkeit, Themen auf der inhaltlichen Ebene voranzutreiben.



Coachingmaterial
Analytik

Intellektus

Diese Person wirkt so, als hätte sie ein ausgeprägtes Interesse oder die Bereitschaft und Fähigkeit Dinge zu hinterfragen und permanent W-Fragen zu stellen. Sie ist daran zu erkennen, dass sie sich auf Begegnungen gründlich vorbereitet und tief in der Materie zu sein scheint. Sie kommt fast immer mit eigenen Unterlagen zu Meetings.

Zur Erweiterung des persönlichen Repertoires im Intellektus-Wirkungsfeld wird eine gründliche **Gesprächsvorbereitung** empfohlen. Die folgenden Fragen / Aspekte sollten Sie vor jedem Gespräch / jeder Präsentation konkret formulieren und schriftlich fixieren:

Was ist mein Ziel für das Gespräch / die Präsentation / die Begegnung? 1 Satz, ganz konkret!

CREATING MORE AUTHENTIC SMILES®

Welchen konkreten Nutzen haben die Teilnehmer, wenn Sie meinen Ausführungen folgen?

Wen möchte ich erreichen?

Was sollen die Teilnehmer / Gesprächspartnern nach dem Gespräch tun?



Coachingmaterial
Zielorientierung

Intellektus

Diese Person wirkt so, als wäre sie primär an Zielen und Ergebnissen interessiert. Sie ist relativ einfach daran zu erkennen, dass sie zum Beispiel zu Beginn des Meetings die Ziele gerne definiert oder wissen will und im Verlauf permanent überprüft, ob das jeweils Besprochene tatsächlich auf diese Ziele einzahlt

Erläuterung Ziele und Nutzen der Fragetechnik (1/2)

1) Interesse und Sympathie wecken:

Der erste psychologische Nutzen der Fragetechnik ist, Sympathie zu erwecken. Wie wecke ich Sympathie? Indem ich meinem Gesprächspartner zuhöre. Wie oft ist es Ihnen schon passiert, dass Sie ein Gespräch mit einer Person hatten, die Sie noch nicht kannten, und fanden diese Person sympathisch? Und hinterher haben Sie festgestellt, dass diese Person gar nicht viel gesprochen, sondern Ihnen zugehört und Fragen gestellt hat. Fragen stellen und zuhören ist also etwas, das Sympathie weckt. Und wie bekomme ich die Gelegenheit zuzuhören? Indem ich Fragen stelle. 50% der Verkaufskunst liegt darin, die richtigen Fragen zu stellen und zuhören zu können. Z.B: In welcher aktuellen Situation befinden Sie sich? Was wird sich für Sie verändern, wenn wir Ihr Problem gelöst haben? Wo liegen Ihre Interessen genau?

2) Sachliche Informationen bekommen

Ein weiterer Nutzen der Fragetechnik ist es, sachliche Informationen zu bekommen: ich erhalte sachliche Informationen von meinem Gesprächspartner, die mir seine Situation klarer machen, sein Umfeld spürbar machen. Z.B. Wie viele Ihrer Mitarbeiter betrifft dieses Problem? Wie heißt der Verantwortliche für dieses und jenes Thema? Wie funktioniert diese Maschine genau?

3) Einstellung und Meinung erfragen

Um zu wissen, ob ich auf der richtigen Spur bin bzw. an welchem Bahnhof ich meinen Gesprächspartner abholen muss und ob ich ihn schon mitgenommen habe, sollte ich wissen, welche Meinung er zu dem hat, über das ich mit ihm spreche. Z.B. Wie stehen Sie zu diesem Thema? Durch Fragen kann ich sogar Meinungen erzeugen, auch wenn der Gesprächspartner vorher gar keine Meinung zu einem Thema hatte. Durch die richtige Frage bringe ich ihn dazu, über ein Thema nachzudenken und sich eine Meinung zu bilden. Wie hat Ihnen unser Gespräch bis jetzt gefallen? Welche Meinung haben Sie zu meinen Ausführungen? Was halten Sie von dieser Möglichkeit? Was erwarten Sie von mir?

4) Denkvorgang lenken und beeinflussen

Durch richtiges Fragen kann ich auch den Denkvorgang meines Gesprächspartners in eine bestimmte Richtung lenken und beeinflussen. Angenommen, ich möchte meinen Gesprächspartner in eine positive Stimmung versetzen, seine Gedanken in eine positive Richtung hinsichtlich unseres Gesprächsthemas lenken. Welche Frage könnte ich dann stellen? (Mögliche Antworten z.B.: Was hat Ihnen am besten an meinen Ausführungen gefallen? Was überzeugt Sie an unserem Produkt besonders? Etc.) Natürlich kann ich auch seine Gedanken in eine negative Richtung lenken, indem ich frage: Was gefällt Ihnen daran nicht? Die am häufigsten darauf folgende Frage ist dann: Warum nicht? Was passiert dann? Ich verstärke das Denken des Kunden in diese Negativrichtung. Für das Verkaufsgespräch ist es hilfreicher und erfolgsversprechender, wenn ich die Gedanken meines Gesprächspartners positiv beeinflusse. Sie sehen also: je nachdem wie ich die Frage stelle, wird mein Gesprächspartner schon beeinflusst. Und das Fragen stellen erspart mir viel Mühe und Zeit, mein Produkt immer und immer wieder mit den tollsten Argumenten vorzustellen und anzupreisen, denn der Gesprächspartner „erarbeitet“ sich seine positive Einstellung dazu fast von alleine - indem ich ihn dorthin lenke.

Erläuterung Ziele und Nutzen der Fragetechnik (1/2)

5) Denkkapazität binden

Das Gehirn des Menschen ist schon ein Phänomen. Was es allerdings nicht kann, ist an 2 Dinge gleichzeitig zu denken. Deshalb: wenn ich eine Frage stelle, die der Gesprächspartner beantworten soll (und möchte), binde ich seine Denkkapazität an genau diese Frage. Er kann gar nicht an etwas anderes denken, denn sein Gehirn ist mit meiner Frage beschäftigt. Würde ich als Verkaufsberater die ganze Zeit sprechen, könnte der Kunde an viele viele andere Dinge denken. Wenn ich ihm aber eine Frage stelle, ist sein Gehirn mit der Beantwortung der Frage beschäftigt. Also ist ein Nutzen der Fragetechnik, die Denkkapazität zu binden.

6) Gespräch lenken

Wer kennt den Satz: Wer fragt, der führt? Was bedeutet dieser Satz für Sie, wenn Sie mal an das denken, was wir bisher zur Fragetechnik besprochen haben? Durch den richtigen Einsatz der Fragen, das Zuhören und Aufnehmen der Antworten des Kunden, um in der nächsten Frage darauf einzugehen, kann ich das Gespräch in die Richtung lenken, die ich möchte.

7) Den Gesprächspartner arbeiten lassen

Trainer lässt TN fragen: Warum lassen Sie uns immer die Fragen stellen? Trainer: Was spricht aus Ihrer Sicht dafür, dass ich Sie die Fragen stellen lasse? [Schnitt] Meine Damen und Herren, was habe ich gerade gemacht? Ich habe Sie die Antworten suchen lassen, was dafür spricht, dass Sie die Fragen stellen und nicht ich Ihnen alles vorkaue. Ich habe Sie für mich arbeiten lassen. Sie haben sich quasi gerade selber davon überzeugt, dass dieses Vorgehen gut ist. Wie könnten Sie das im Verkaufsgespräch einsetzen?

8) Gespräch beschleunigen

Ich kann durch Fragen ein Gespräch beschleunigen. Indem ich die Fragen gezielt stelle, bekomme ich heraus, was der Kunde will, welche Meinung er wozu hat, kann seine Meinung beeinflussen, seine Denkkapazität binden u.s.w. und werde effizienter im Verkaufsgespräch. Ich vermeide Missverständnisse, schaffe Vertrauen und Sympathie, überzeuge und komme schneller zum Abschluss.

9) Zeit für Reaktionen gewinnen

Und sollten Sie einmal auf eine Frage nicht sofort eine Antwort wissen, verschaffen Sie sich doch ein bisschen Zeit zum Überlegen, indem Sie den Kunden fragen: Wie meinen Sie das genau? Was genau möchten Sie dazu noch wissen? Seine Erklärung wird dann i.d.R. sehr ausführlich ausfallen, und das verschafft Ihnen Zeit, über eine überzeugende Antwort nachzudenken. Und nebenbei gibt Ihnen der Kunde oft selbst ein gutes Argument an die Hand.

10) Entscheidungshilfe geben

Zusammenfassend ist also zu sagen, dass die richtigen Fragen des Verkaufsberaters dem Kunden helfen, Entscheidungen zu treffen.



Coachingmaterial **Strukturiertheit**

Intellektus

Diese Person wirkt so, als hätte sie die Kompetenz Dinge sinnlogisch in ihrer richtigen Reihenfolge zu gliedern und in der Folge auch abzuarbeiten. Man erkennt sie daran, dass sie z.B. in Präsentationen zu Beginn immer eine Agenda zeigen und auf diese im weiteren Verlauf auch immer wieder zurück kommen.

Zur **strukturierten Vorbereitung einer Rede oder Präsentation** wird empfohlen, eine der Varianten Problemlösungsaufbau, Standpunktaufbau, Pro- und Contra-Aufbau oder Entscheidungsaufbau zu wählen und gemäß der jeweiligen Hinweise einen Vortrag zu strukturieren. Nach ca. 8 Wochen sollten alle Varianten einmal geübt worden sein.

Entscheidungsaufbau

Appell

Was sind jetzt konkret die nächsten Schritte?
Bis wann sind sie zu gehen?
Wer übernimmt welche Verantwortung?

Lösungsempfehlung

Welche der zuvor grundsätzlich vorgestellten Lösungsvarianten ist vor dem Hintergrund der Auswahlkriterien zu bevorzugen?

Parameterdefinition

Welche Kriterien spielen in bezug auf die final auszuwählende Lösung welche Rolle?

Lösungsvarianten

Welche Optionen stehen zur Lösung des Problems grundsätzlich zur Verfügung?

Ausgangslage

Wie ist die Situation heute?
Wo genau liegen welche Schwierigkeiten?
Warum ist es so wichtig, sie zu lösen?



Coachingmaterial
Sachlichkeit

Intellektus

Diese Person wirkt so, als wäre sie primär an der Sache selbst interessiert und als ob sie die Fähigkeit hat, Diskussion auf die sachliche Ebene zurück zu bringen. Man erkennt sie u.a. daran, dass sie in hitziger werdenden Diskussionen gerne so Fragen stellt wie: „Worum geht es genau?“ „Wie kommen wir jetzt zum Thema zurück?“

Zur Verbesserung der **Sachlichkeit** in Gesprächen und Präsentationen wird empfohlen, sich mit der Unterscheidung von Ich- und Sie-Botschaften zu befassen und zukünftige Gespräche und Präsentationen häufiger gemäß der damit verbundenen Empfehlungen vorzubereiten.

Bedeutung von Sie-Botschaften

Sie, Man, Wir-Botschaften sind Aussagen, hinter denen zwar Gefühle stehen, die aber verbal nicht oder nur indirekt in Form von Sie, Man, Wir und ähnlichen Formulierungen zum Ausdruck kommen.

Mit dem Gebrauch von Sie-Botschaften laufen wir Gefahr, unsere Beziehungen zu anderen Menschen zu beeinträchtigen. Das hat u.a. folgende Gründe:

- sie können Schuldgefühle verursachen
- sie werden oft als Tadel, Herabsetzung, Kritik, Ablehnung empfunden
- sie können den Eindruck erwecken, dass Sie den anderen missachtet
- sie provozieren häufig reaktive Verhaltensweisen und Vergeltungsmaßnahmen
- sie können der Selbstachtung des Empfängers Abbruch tun
- anstelle von Bereitschaft für Veränderungen können sie Widerstand gegen diese hervorrufen
- sie können den anderen verletzen und später Groll in ihm hervorrufen
- sie werden häufig als Bestrafung empfunden

Abgesehen davon, dass Sie-Botschaften Ihren Beziehungen abträglich sind, leisten sie nicht, was sie sollen: Nämlich den Anderen dazu zu bringen, sich Ihren Überlegungen anzuschließen und mit Ihnen zu teilen, was Sie ihm mitteilen.

Zur Verbesserung der **Sachlichkeit** in Gesprächen und Präsentationen wird empfohlen, sich mit der Unterscheidung von Ich- und Sie-Botschaften zu befassen und zukünftige Gespräche und Präsentationen häufiger gemäß der damit verbundenen Empfehlungen vorzubereiten.

Bedeutung von Ich-Botschaften

Ich-Botschaften sind Aussagen, die eigene Gefühle in direkter Form beschreiben, was äußerlich in der Verwendung von Ich- und ähnlichen Formulierungen zum Ausdruck kommt.

Eine vollständige Ich-Botschaft besteht aus drei Elementen

- kurze Beschreibung des Verhaltens, das Sie (nicht) akzeptieren
- Ihre ehrlichen Gefühle
- die greifbare und konkrete Wirkung des Verhaltens auf Sie (die Konsequenzen)

Ich-Botschaften sind wertvoll in personenorientierten und in Konflikt-Gesprächen. Also überall da, wo die Probleme und Schwierigkeiten im emotionalen Bereich liegen.

Die Anwendung von Ich-Botschaften findet ihre Grenzen da, wo Fronten verhärtet sind. In einem solchen Fall können Ich-Botschaften kaum gesendet bzw. akzeptiert werden. Ich-Botschaften können ferner vom Gesprächspartner als unangenehm und - falls praktiziert - als bedrohend und verletzend empfunden werden - allerdings nicht in so starkem Umfang wie bei den Sie-Botschaften.



Coachingmaterial

Menschen mit einer starken Ausprägung in diesem Bereich wirken wortgenau, sprachverliebt und ausdrucksstark. Sie sprechen andere zumindest temporär durch Ihre Formulierungskunst, Ihren stimmlichen Klang sowie Ihren virtuosen Umgang mit allem Buchstäblichen an.



Coachingmaterial
Stimme

Lingua

Diese Person wirkt so, als hätte sie die Fähigkeit mit der Stimme gezielt Stimmungen zu beeinflussen. Sie scheint in der Lage, die Bedeutung (Semantik) einer Aussage allein durch eine Varianz in der Betonung verändern zu können. Sie ist zu erkennen an einer hohen Kompetenz in Bezug auf den Umgang mit Intonation und Lautstärke.

Zur vollständigen Nutzung des persönlichen **Stimmvolumens** empfehlen wir, die „Indifferenzlage“ der eigenen Stimme zu finden.

Indifferenzlage der Stimme

Haben Sie sich schon einmal gefragt, wie es sein kann, dass ein einziger Sänger, der mit einem großen Orchester singt, so gut zu hören ist, obwohl doch die zahlreichen Instrumente in Summe lauter sein müssten als seine Stimme?

Das Geheimnis: Sänger kennen die Indifferenzlage ihrer Stimme und setzen sie zielgerichtet ein. So gelingt es ihnen, „zwischen“ den Instrumenten zu singen, anstatt mit ihnen zu konkurrieren.

In Laufe von Vortrags- und Präsentationssituationen sprechen viele Menschen mit einer zu hohen Stimme. Entweder, weil sie schon - z.B. aus Nervosität - zu hoch einsteigen, oder weil die Stimme im Verlauf immer höher wird.

Die falsche Stimmlage ist aber schlechter hörbar, weil sie versucht, mit den Umgebungsgeräuschen zu konkurrieren. Meistens versucht der Sprecher dann, lauter zu sprechen. Das ist anstrengend, ihm/ihr geht die Luft aus, und die Stimme kann das gewünschte Volumen und damit die gewünschte Wirkung nicht entfalten.

Am meisten Wirkung erzielt der Sprecher, wenn er mit seiner Indifferenzstimmlage beginnt zu sprechen.

Zur vollständigen Nutzung des persönlichen **Stimmvolumens** empfehlen wir, die „Indifferenzlage“ der eigenen Stimme zu finden.

Blatt 2

Indifferenzlage der Stimme

Die Indifferenzlage Ihrer Stimme können Sie ganz einfach finden:

Stellen Sie sich vor, Sie warten ganz entspannt auf Ihr Essen. Vor Ihnen steht nun ein Teller mit ganz köstlichen Speisen. Diese duften so herrlich, dass Ihnen schon das Wasser im Mund zusammenläuft. Sagen Sie nun mehrfach „Mmmmmh, wie lecker“, und machen Sie dazu eine Kaubewegung. Finden Sie heraus, was Ihre natürliche, entspannte Tonlage beim „Mmmmmh“-Sagen ist. Mit der Kaubewegung entspannen Sie automatisch Ihre Zunge und Ihren Rachen, und bilden damit den optimalen Resonanzraum.

Sobald Sie das Gefühl haben, Sie haben diese natürliche Tonlage gefunden, haben Sie auch Ihre Indifferenzlage gefunden.

Wenn Sie mit dieser Tonlage beginnen zu sprechen, werden Sie feststellen, dass Sie und Ihre Zuhörer sich am wohlsten fühlen und Sie eine höhere Wirkung erzielen.

Sollte Ihre Stimme im Verlauf höher werden, gönnen Sie sich einfach zwischendrin ein „Mmmmmh“, und schon sind Sie wieder in Ihrer Indifferenzlage.



Coachingmaterial
Artikulation

CREATING MORE AUTHENTIC SMILES®

Diese Person wirkt so, als wäre sie in der Lage selbst schwierigste Worte deutlich auszusprechen. Man erkennt sie daran, dass sich der Kiefer und die Lippen sichtbar bewegen, wenn sie sprechen. Meist haben sie auch Freude daran, Dialekte nachzumachen und können auch Fremdsprachen korrekt aussprechen.

Artikulationsübung

Mäuse messe mein Essen, mein Essen messen Mäuse.

Dass es dir log, uns darf es nicht loben.

Lämmer leisten leises läuten.

Rate mir mehrere Rätsel nur richtig.

In Ulm und um Ulm und um Ulm herum.

Es ist verboten, tote Kojoten am Boden anzuknoten!

Schneiders Schere schneidet scharf, scharf schneidet
Schneiders Schere.

Schwarze Katzen kratzen mit schwarzen Tatzen an
schwarzen Matratzenbatzen.

Wenn Schnecken an Schnecken schlecken, merken
Schnecken zu ihrem Schrecken, dass Schnecken nicht
schmecken.

Schleimweinsein schleimt schweinisch im Schleim, im
Schleim schleimt schweinisch das Schleimweinsein.

Sensitive Selektionssimulatoren sondieren sogar sekundär-
strukturierte Sonarselektoren – sogar sekundär-strukturierte
Sonarselektoren sondieren sensitive Selektionssimulatoren.

Sie stellte das tschechische Streichholzschächtelchen auf den Tisch. Auf den Tisch stellte sie das tschechische Streichholzschächtelchen.

Sie war die teigigste Teichmuschel unter allen teigigen Teichmuscheln im Teichmuschelteich, unter alle teigigen Teichmuscheln im Teichmuschelteich war sie die teigigste Teichmuschel.

Tausend tapfere Templer trotzen tapfer den tobenden Türken.

Die Katze tritt die Treppe krumm.

Der Whiskeymixer mixt den Whiskey für den Whiskeymixer. Für den Whiskeymixer mixt der Whiskeymixer den Whiskey.

Zwischen zwei Zwetschgengzweigen sitzen zwei zechenschwarze tschechischzwitternde Zwergschwalben.

Zwischen zwei Zwetschgengzweigen zwitschern zwei Schwalben, zwei Schwalben zwitschern zwischen zwei Zwetschgengzweigen.

Zwischen zweiundzwanzig schwankenden Zwetschgengzweigen schweben zweiundzwanzig zwitschernde Schwalben.

Zwei Schweizer schwitzen beim Schweißen, beim Schweißen schwitzen zwei Schweizer.

Zwischen zwei spitzen Steinen saßen zwei zischelnde Zischelschlangen und zischten.

Am zehnten zehnten zehn Uhr zogen zehn zahme Zigen zehn Zentner Zucker zum Zoo.

Der Zahnarzt zieht Zähne mit Zahnarztzangen im Zahnarztzimmer.



Coachingmaterial

Beredtsamkeit

Lingua

Diese Person wirkt so, als würde sie in jedem Augenblick die passenden und treffenden Worte finden, die das Gedachte oder Empfundene korrekt zum Ausdruck bringen. Eine ausgeprägte Eloquenz ist für sie typisch. Man erkennt sie daran, dass sie gerne viel reden und sich dabei selbst auch gerne zuhören.

Zur Erweiterung des persönlichen „Wortschatzes“ empfehlen wir, zu den folgenden Begriffen Worten von Zeit zu Zeit möglichst viele Synonyme aufzuschreiben:

Synonym-Übung

Bitte finden Sie zu den folgenden Worten möglichst viele alternative Begriffe aus der gleichen Wortfamilie.

gehen _____

reden _____

zahlen _____

behandeln _____

feiern _____

ernten _____

wachsen _____

Zur Erweiterung des persönlichen „Wortschatzes“ empfehlen wir, zu den folgenden Begriffen Worten von Zeit zu Zeit möglichst viele Synonyme aufzuschreiben:

Synonym-Übung

Bitte finden Sie zu den folgenden Worten möglichst viele alternative Begriffe aus der gleichen Wortfamilie.

loben _____

trinken _____

schlafen _____

sorgen _____

denken _____

hoffen _____

wagen _____



Coachingmaterial
Bildhaftigkeit

CREATING MORE AUTHENTIC SMILES®

Diese Person wirkt so, als hätte sie jederzeit und überall die Fähigkeit in Bildern zu sprechen und dadurch das merk-würdige auch merk-fähig zu machen. Man erkennt sie daran, dass sie gerne Metaphern und Analogien nutzen und das Gesagte geschickt auch noch mal in einen Bildvergleich „übersetzen“.

Ein Bild sagt mehr, als tausend Worte.

Insbesondere im Fall eines Dialogs mit einem Gesprächspartner, dessen stärkster Frequenzbereich Lingua ist und der eine bildhafte Sprache hat, lohnt es sich als „Sender“ ebenfalls in Bildern zu sprechen. Bitte üben Sie dies anhand der folgenden Aufgabenstellung.

CREATING MORE AUTHENTIC SMILES®

Ihre ursprüngliche Aussage Formulierung:	Vorlieben des Dialogpartners:	darauf Bezug nehmende Analogie:

Tipp: Aspekte, die ich für merk-würdig halte, werden durch bildhafte Vergleiche noch merk-fähiger. Vor allem, wenn diese Analogien auf die Vorlieben der Gesprächspartnerin | des Gesprächspartners Bezug nehmen. **Als Formulierungshilfe empfiehlt sich: „Das ist, wie wenn...“**

Die Aufstiegscode Autoren



Andreas Bornhäußer

AUTOR, COACH UND TRAINER

Vom Werbetexter über den Werbeagentur-Inhaber zum Experten für gewinnende Kommunikation. Und geschäftsführenden Gesellschafter der Bornhäußer & Friends GmbH. Seit über 4 Jahrzehnten wird er als Coach von Führungskräften aus Politik, Wirtschaft und der Medienbranche im In- und Ausland konsultiert und ist als viel gefragter Vortragsredner auf Kongressen und Symposien sowie als Berater und Trainer tätig. Andreas Bornhäußer ist Urheber der Präsentainment®-Methode, des Keymotion-Prinzips® und des SCIL Profile® sowie Autor zahlreicher Fachaufsätze, Buchbeiträge, Fachbücher und eines Romans.

T: +49 30 845 172 236

Mail: ab@scil-profile.de



Dirk Scheffer

UNTERNEHMER, AUTOR & COACH

Dirk Scheffer ist Unternehmer, Autor und Coach im Sport und Business sowie SCIL-Profile® Master. Seit über 40 Jahren begleitet er Menschen und Organisationen in ihrer Entwicklung zu mehr Klarheit, Wirkung und Leistung. Die Aus- und Weiterbildung von Trainern in Sport und Wirtschaft liegt ihm dabei besonders am Herzen. Er entwickelte die accuo Systemarchitektur für Wirksamkeit™ und die MentoringCoaching™ Methode sowie Trainingsansätze für mehr Handlungsschnelligkeit. Als achtfacher Preisträger des Europäischen Trainingspreises steht er für messbare Ergebnisse und nachhaltigen Erfolg.

T: +49 172 887 73 40

Mail: ds@rasenreich.com

CREATING MORE AUTHENTIC SMILES®

WICHTIGER HINWEIS:

Bitte bedenke, dass es sich bei dem hier zur Verfügung gestellten Material lediglich um einen kleinen Querschnitt aus dem umfangreichen Workbook mit insgesamt über 200 Übungen handelt. Um tiefer einzusteigen empfehlen wir den extra für Leserinnen und Leser des Aufstiegscode zusammengestellten Bundle. **[Mehr Infos bekommst Du hier.](#)** Darüber hinaus stehen wir Dir selbstverständlich jederzeit auch gerne telefonisch oder per e-Mail zur Verfügung.

ANDREAS BORNHÄUSSER & DIRK SCHEFFER