

Markus Hornung

Der Abschied von der Sachlichkeit

Wie Sie mit
Emotionen
tatsächlich für
Bewegung sorgen

Leseprobe

BusinessVillage

Markus Hornung

Der Abschied von der Sachlichkeit

Wie Sie mit
Emotionen
tatsächlich für
Bewegung sorgen

Markus Hornung

Der Abschied von der Sachlichkeit

Wie Sie mit Emotionen tatsächlich für Bewegung sorgen

1. Auflage 2015

© BusinessVillage GmbH, Göttingen

Bestellnummern

ISBN 978-3-86980-302-9 (Druckausgabe)

ISBN 978-3-86980-303-6 (E-Book, PDF)

Direktbezug www.BusinessVillage.de/bl/974

Bezugs- und Verlagsanschrift

BusinessVillage GmbH

Reinhäuser Landstraße 22

37083 Göttingen

Telefon: +49 (0)5 51 20 99-100

Fax: +49 (0)5 51 20 99-105

E-Mail: info@businessvillage.de

Web: www.businessvillage.de

Layout und Satz

Sabine Kempke

Druck und Bindung

Westermann Druck Zwickau GmbH

Copyrightvermerk

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar.

Das gilt insbesondere für Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Alle in diesem Buch enthaltenen Angaben, Ergebnisse usw. wurden von dem Autor nach bestem Wissen erstellt. Sie erfolgen ohne jegliche Verpflichtung oder Garantie des Verlages. Er übernimmt deshalb keinerlei Verantwortung und Haftung für etwa vorhandene Unrichtigkeiten.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen.

Inhaltsverzeichnis

Über den Autor	9
Vorwort	11
1. Worum geht es? Um Emotionen!	19
1.1 Gefühle, Emotionen, Stimmungen – Was denn nun?	20
1.2 Ein Potpourri an Vielfalt	23
1.3 Gegenteile und Intensitäten	25
1.4 Gute Emotionen? – Schlechte Emotionen?	29
1.5 Ordnung im Chaos: Die Basisemotionen	30
1.6 Drei klassische Irrtümer	32
1.7 Von den Basisemotionen zu Emotionsgruppen	36
1.8 Zusammenfassung	37
2. Die wichtige Frage von Mr. Spock: Wozu Emotionen?	39
2.1 Warum ausgerechnet Mr. Spock?	41
2.2 Die Antwort auf die Spock'sche Frage	43
2.3 Wozu die Frage nach dem Wozu?	44
2.4 Warum versteht mich denn keiner?	46
2.5 Was soll ich tun oder sein lassen?	48
2.6 Zusammenfassung	51
3. Wie entstehen Emotionen?	53
3.1 Worauf es ankommt: Werte und Wertesysteme	54
3.2 Wer seine Werte kennt, ist klar im Vorteil: Die Werteanalyse	66
3.3 Werte und Emotionen: Der entscheidende Zusammenhang	78
3.4 Emotionen kommen aus dem Wertesystem	81
3.5 Emotionen psychologisch – Bitte bewerten!	83
3.6 Emotionen physiologisch – Bitte spüren!	91
3.7 Emotionen neurologisch – Cocktails mixen	95
3.8 Emotionen philosophisch – Geist und Körper	97
3.9 Zusammenfassung	99

4. Was will, soll und darf ich? Motivation und Bewegung	101
4.1 Ist Latein eine tote Sprache?	102
4.2 Die Zwei fürs »Weg-von« – Ärger und Angst	103
4.3 Die Zwei fürs »Hin-zu« – Zuneigung und Freude	105
4.4 Die Eine fürs loslassende Innehalten – Trauer	110
4.5 Zusammenfassung	118
5. Sachlich, klug, erfolgreich? Warum der IQ nicht reicht	119
5.1 Meine erste Begegnung mit Emotionaler Intelligenz	120
5.2 Was ist Emotionale Intelligenz?	125
5.3 Das Wahrnehmen – Augen und Ohren auf	126
5.4 Das Differenzieren – Analyse muss auch sein	128
5.5 Das Anerkennen – Die größte Herausforderung	130
5.6 Nacht über New York – Das limbische System für Anfänger	133
5.7 Emotionale Mythen – Was Emotionale Intelligenz alles <i>nicht</i> ist ..	136
5.8 Zusammenfassung	142
6. Emotionale Mitmenschen – die Welt der anderen	145
6.1 Gestatten? Jack!	146
6.2 Von gedeckelten Vulkanen – Der Emotion Raum geben	150
6.3 Es gibt keine Selbstverständlichkeiten! – Emotionen direkt ansprechen	153
6.4 Die Werte der anderen – Ebenfalls direkt ansprechen	161
6.5 Die Don'ts – Emotionale Killerphrasen	169
6.6 Härtestufen im Anerkennen – Wer kontrolliert die Situation?	177
6.7 Zwei Sonderfälle im Umgang mit den Emotionen anderer	184
6.8 Zusammenfassung	192
7. Wie wirke ich? – Senden bewegender emotionaler Signale	193
7.1 Jacks Wahrnehmungssystem	194
7.2 Nochmals Sprachfetischismus	198
7.3 CD oder Schallplatte? – Digitale und analoge Signale	203
7.4 Die Ritter der Schwafelrunde – Warum nerven Selbstdarsteller? ...	212
7.5 Darauf kommt es mir an – Anmoderation meiner Werte	214
7.6 Bewegende Wirkung – Kleiner Charisma-Grundkurs	215
7.7 Brave Kinder, stubenreine Hunde und erwachsene Gehirne	221
7.8 Zusammenfassung	229

8. Emotionale Selbstverantwortung	231
8.1 Der tägliche (Machbarkeits-)Wahn	232
8.2 Was ist Selbstverantwortung?	236
8.3 Zusammenfassung	246
9. Emotionales Selbstmanagement	247
9.1 Die Vorsatz-Quick Wins	254
9.2 Von Erfüllungsgraden und Wertebaremtern – Wo kommt Zufriedenheit her?	256
9.3 Viele kleine lächelnde Schritte – Wie Gewohnheiten gelernt werden können	261
9.4 Der Faktencheck – Emotional intelligentes Selbstmanagement	266
9.5 Das musikalische Gehirn	269
9.6 Körperliches Emotionstraining	272
9.7 Mentales Emotionstraining	281
9.8 Emotionale Selbstbestimmung	283
9.9 Zusammenfassung	292
10. Der Abschied von der Sachlichkeit	295
Schlussgedanken und Dank	299
Anhang	303
Fünf machtvolle Kräfte	304
Downloads	306
Musterantworten »Die Werte der anderen hören«	306
Literaturnachweise	309
Bildquellennachweise	311

6.5 Die Don'ts – Emotionale Killerphrasen

Wir haben die wichtigsten To-dos im Umgang mit den Emotionen anderer entwickelt und damit eine gute Basis dafür geschaffen, dass diese Emotionen unserer Gesprächspartner ihren Zweck als Kommunikationssignale erfüllen können. Diese Betrachtung wäre aber nicht vollständig, wenn wir uns nicht auch gefährlichen Fettnäpfchen der emotionalen Kommunikation zuwenden würden. Denn es gibt tatsächlich typische Floskeln, die sie besser nie verwenden sollten und die noch viel problematischer sind, als das gerne falsch verwendete Wort »aber«. Es geht um eine bestimmte Sorte von Killerphrasen, die besonders gerne in Situationen benutzt werden, in denen jemand anderes emotional wird. Da diese Ihnen alles zunichtemachen können, was Sie bis jetzt zum Umgang mit Emotionen anderer gelernt haben, werden wir sie emotionale Killerphrasen nennen.

Was eine Killerphrase ist, wissen Sie. Es handelt sich dabei um jene Sätze, die von in ihrem Metier angeblich erfahrenen Menschen – ich nenne sie bisweilen auch Klugscheißer – immer dann aus dem Ärmel gezaubert werden, wenn es darum geht, Ihnen eine Lektion zu erteilen. Einige Beispiele sind »Dafür bist du noch zu jung!«, »Dafür sind Sie zu alt!« oder ein absoluter Klassiker, der bei mir sämtliche somatischen Marker in Wallung versetzt: »Das haben wir schon immer so gemacht!«

Eine allgemeine Killerphrase zeichnet sich also dadurch aus, dass sie einen bestimmten Umstand als unumstößlich, unveränderbar oder auch vollkommen abwegig zementieren soll und dem Empfänger kaum die Möglichkeit eines Austauschs oder einer Verhandlung eröffnet. Emotionale Killerphrasen versuchen das gleiche bei Emotionen anderer und sind daher für den Umgang mit deren Emotionen absolut tödlich!

Lassen Sie uns zum besseren Verstehen hierzu gedanklich ins Kino gehen! Stellen Sie sich folgende Situation vor:

Es läuft etwas fürs Herz! Titanic! Es kommt, wie es kommen muss. Der Dampfer bricht auseinander, Tausende finden den Tod, unter ihnen auch unser Held Jack, der von Leonardo di Caprio gespielt wird und mit dem Jack in unserem Gehirn weder verwandt noch verschwägert ist. Wir blicken an dieser Stelle auf die letzte Stuhldreie im Kinosaal: Ein klassisch rollenverteiltes Paar sitzt dort. Er ist ein Macho alter Schule und seine Begleiterin ist so etwas wie der Schrecken aller männlichen Fans von Actionfilmen, nämlich eine nahe am Wasser gebaute Heulsuse. Folgendes spielt sich ab:

Er (denkt sich):

»Sensationelle Special Effects! Wahnsinn, wie haben die das bloß gemacht? Der Cameron hat den halben Dampfer nachbauen lassen. Und als das Ding vorhin auseinandergebrochen ist, da ist einer vom Heck abgestürzt und an der Schiffsschraube abgeprallt, bevor er ins Meer fiel! Irre, was man mit Computern heute alles machen kann!«

Sie (schluchzend):

»Mein Gott, ist das furchtbar! Und soooo traurig!«

Er (mit einem missbilligenden Seitenblick):

»Komm Schatz, stell dich nicht so an! Ist doch nur ein Film!«

Meine Damen, haben Sie das schon einmal gehört? Kennen Sie das? Meine Herren, haben Sie das schon einmal gesagt? Und eine andere Frage: Haben Sie es schon jemals erlebt, dass die Gnädigste auf diesen Spruch folgendermaßen reagiert hat:

Sie (mit plötzlicher Erkenntnis und euphorischer Stimme):

»Ha! Richtig!! Du hast recht! Hurra, schon geht's mir besser!!«

Niemals! Viel wahrscheinlicher ist es doch, dass sie sich fragt, mit was für einem abgebrühten Kerl sie im Kino gelandet ist. Genau hier steigen wir in die genauere Betrachtung von emotionalen Killerphrasen etwas tiefer

ein. Sie verzeihen mir übrigens, dass ich eine sehr stereotype Situation aus dem Gebiet Mann-Frau-Kommunikation gewählt habe. Alles, was folgt, trifft natürlich auf beide Geschlechter zu. Wenn Sie sich als Frau einmal einer emotionalen Killerphrase bedienen möchten, dann müssen Sie nur mit ihrem Partner in einen klassischen Männerfilm, zum Beispiel ein Weltuntergangsszenario à la *Terminator II* gehen und wenn sich dann die Maschinen und die letzten auf der Erde verbliebenen Menschen bekämpfen, fragen Sie ihren Begleiter ganz selbstbewusst und trocken, ob der ganze Film nicht doch »ein wenig unrealistisch« sei.

Worum also geht es? Wir sind es im Allgemeinen nicht gewohnt, mit den Emotionen anderer, wenn wir ihnen begegnen, anerkennend oder würdigend umzugehen. Je nach Naturell, Stimmungslage oder augenblicklicher Toleranzschwelle benutzen wir früher oder später Sprachmuster, die unterschwellig – oder besser gesagt auf einer Metaebene – folgende Botschaft vermitteln: »Ich sehe dich. Ich nehme wahr, dass du emotional bist. Ich komme damit nicht zurecht und darum möchte ich, dass du bitte sofort aufhörst, diese Emotion zu haben oder zu zeigen!«

Machen wir uns klar: Nichts anderes steckt auch hinter der Formulierung »Ist doch nur ein Film!«

Aus diesem Grund nennen wir Sprachmuster dieser Art auch emotionale Killerphrasen. Abgesehen davon, dass die Filmindustrie pro Jahr etliche Milliarden von Dollar umsetzt, eben weil sie Emotionen erzeugt – was dem Satz »Ist doch nur ein Film!« an sich bereits eine gewisse Absurdität verleiht – erreicht der Sender solcher Worte sein Ziel nicht. Niemand hört aufgrund einer derartigen Aufforderung auf, Emotionen zu haben! Und zwar schlicht und einfach, weil die Emotion, in dem Augenblick, in dem sie gezeigt wird, ein körperlicher Zustand, eine physiologische und neurologische Tatsache ist, ein Cocktail von Neurotransmittern im limbischen System. Diesem Cocktail ist es ziemlich egal, ob jemand seinem Besitzer zugesteht, diese Emotion haben zu dürfen!

Zur Erinnerung noch einmal unsere Definition: Emotionale Intelligenz ist die Fähigkeit, eigene Emotionen und die Emotionen anderer sowie die dahinterstehenden Werte wahrzunehmen, zu differenzieren (also voneinander zu unterscheiden), glaubhaft anzuerkennen und vorausschauend und zielgerichtet mit ihnen umzugehen. Das Ganze so, dass es im Zusammenspiel mit rationalen Denk- und Verhaltensweisen zu einem für alle Beteiligten nutzbringenden Abschluss der Situation kommt.

Sie wissen: Eine Definition Emotionaler Intelligenz ist ohne den so zentralen Begriff der Anerkennung nicht vollständig und auch nicht praktikabel. Dies liegt zum erheblichen Teil daran, dass ohne eine vorherige Anerkennung eines emotionalen Zustandes eine Veränderung oder Loslösung von diesem nicht möglich ist. Dies gilt sowohl für eigene Emotionen als auch für die Emotionen anderer. Die ermächtigende Haltung lautet hier: »Es ist vollkommen in Ordnung, dass ich diese Emotion habe«, beziehungsweise: »Es ist vollkommen in Ordnung, dass mein Gegenüber diese Emotion hat.« Die hier beschriebene Betrachtung birgt ein wenig Brisanz, denn sie stellt einige der am meisten von uns gebrauchten umgangssprachlichen Äußerungen infrage. Wenn ich also als Trainer für Emotionale Intelligenz nach den Don'ts gefragt werde, ist meine erste und einzige Antwort:

»Lassen Sie die emotionalen Killerphrasen weg!«

Wenn wir uns vor diesem Hintergrund die Sammlung dieser gerne genommenen Redewendungen einmal ansehen, wundern wir uns nicht nur über deren Fülle, sondern wir wandern auch auf einem schmalen Grat zwischen Tragik und Comedy. Denn das Gemeinsame aller emotionalen Killerphrasen ist, dass sie Ihr Ziel, den anderen dazu zu bringen, seine Emotionen nicht mehr zu zeigen, nicht erreichen. Meistens führt die (unbedachte) Verwendung sogar noch dazu, dass die unerwünschten Emotionen verstärkt werden.

Viele dieser emotionalen Killerphrasen werden auch eingesetzt, um in Momenten der Trauer Trost zu spenden, eine grundsätzlich wunderbare und ehrenwerte Absicht. Nur leider lässt sich die Trauer dadurch wenig beeindrucken oder gar zum Verschwinden bringen. Zwei Klassiker dieser Gruppe sind zum Beispiel »Andere Mütter haben auch schöne Töchter!« und »Bis zur Hochzeit wird das alles wieder gut!« Die wenig Trost spendende Wirkung solcher gut gemeinten Ratschläge hat todsicher jeder von uns schon einmal am eigenen Leib gespürt.

Wir sammeln in unseren Seminaren diese Redewendungen seit Jahren und wissen: Wer sie verwendet, wird mit Sicherheit einen bleibenden Eindruck erzielen, nur leider nicht den, den er erzielen wollte. Lassen Sie uns einmal einen Blick auf die von uns gefundenen Top Ten der emotionalen Killerphrasen werfen, um einen intensiven Eindruck davon zu erhalten, wo der Hase lang läuft. Zur Illustrierung der tatsächlichen Wirkung habe ich einmal die spontane – natürlich nur in den allerseltensten Fällen tatsächlich offen kommunizierte – Reaktion von Jack dazugeschrieben:

Die Top Ten der emotionalen Killerphrasen	
Platz 10	»Es hätte schlimmer kommen können!« »Sagt wer? Was könnte denn schlimmer sein? Und was soll mir das nützen?«
Platz 9	»Jetzt reg dich doch nicht so auf!« »Ich rege mich aber auf!!«
Platz 8	»Nun beruhigen Sie sich doch erst mal!« »Wieso sollte ich? Das geht mir tierisch auf die Nerven! Ich beruhige mich nicht, nur weil Sie das wollen!«
Platz 7	»Das ist doch nicht so schlimm!« » Doch! Ist es! Für mich ist es sogar ein Grund auszurasten! «
Platz 6	»Die Zeit heilt alle Wunden!« »Das weiß ich selbst, du Klugscheißer! Aber im Augenblick habe ich keine Zeit und mir geht es jetzt gerade schlecht!«

Platz 5	»Das Leben geht weiter!« »Schon klar, das ist mir auch bekannt! Wieso sollte das jetzt dafür sorgen, dass ich mich besser fühle?«
Platz 4	»Das wird schon wieder (werden)!« »Das weiß ich und im Augenblick interessiert mich das nicht!«
Platz 3	»Nun mach doch aus einer Mücke keinen Elefanten!« »Ich gebe dir gleich deine Mücke, du Ignorant! Für mich ist das ein Elefant!!!«
Platz 2	»Du brauchst keine Angst zu haben« »Das sagst du mir jetzt ? Ich habe sie bereits! Ich habe die Situation schon vor einiger Zeit beurteilt und in meinem Gehirn sind alle Botenstoffe, aus denen die Emotion Angst besteht, bereits ausgeschüttet und bringen meine Neuronen zum Feuern! Soll ich denen jetzt sagen, dass sie damit aufhören müssen, weil ich vor einigen Sekunden angeblich ein Wahrnehmungsproblem hatte?«

Ich bin mir durchaus bewusst, dass die Einordnung des Satzes »Du brauchst keine Angst zu haben« als emotionale Killerphrase bei einigen von Ihnen hochgezogene Augenbrauen oder Kopfschütteln verursachen wird. Gehört dieser doch zum Standardrepertoire aller verständnisvollen Eltern und Führungskräfte. Trotzdem ist er ein klassisches Beispiel für sinnlose Kommunikation! Es ist genau, wie Jack es beschreibt: Die Situation ist bereits bewertet – also mit dem Wertesystem verglichen – worden. Die entsprechenden Neurotransmitter wurden im Gehirn bereits ausgeschüttet, sausen im limbischen System hin und her und erzeugen dort in Millionen von Nervenzellen ein neurologisches Feuerwerk, das wir eine Emotion nennen. Einschließlich der für sie typischen somatischen Marker. Diese Emotion ist in diesem Augenblick eine neurologisch-physiologische Tatsache, und wenn diese Emotion beispielsweise die Angst ist, macht der Satz »Du brauchst keine Angst zu haben!«, so wohlmeinend und beruhigend er gemeint sein mag, keinerlei Sinn! Die Angst ist bereits **da**! Mit einer ähnlichen Begründung könnten Sie zu einem beliebigen Passanten auf der Straße gehen und zu ihm sagen: »Den Arm, der an Ihrer rechten Schulter angewachsen ist, den brauchen Sie nicht zu haben!« Versuchen Sie das ruhig ein paar Mal und Sie werden merken, wie Ihre Umwelt auf eine solch absurde Einlassung

reagiert. Damit hat sie etwas mit Jack gemeinsam, der einfach nicht in der Lage ist, die Angst auf Knopfdruck zum Verschwinden zu bringen, nur weil Sie der Meinung sind, er hätte sich vor ein paar Sekunden oder Minuten in der Bewertung der Situation getäuscht.

Sie merken: Wir alle haben diese Redewendungen im Repertoire, wenn es darum geht, dass wir mit der Emotion eines anderen schlicht und einfach überfordert sind und nicht genau wissen, wie wir damit umgehen sollen. Auch lässt sich die Sammlung beinahe beliebig erweitern. Abschließen möchte ich sie allerdings gerne mit der »Mutter aller emotionaler Killerphrasen«, einem insbesondere in Business-Meetings gerne verwendeten Klassiker, der dem Empfänger höchstens die Wahl lässt zwischen ärgerlichstem Aufbegehren und trotzigem Sich-zurückziehen. Widersinnigerweise wird er besonders gerne in Situationen verwendet, in denen die Menschen genau das tun, was die Inhaber und die obersten Führungskräfte von Unternehmen angeblich erwarten: sich für ihre Leidenschaften in eben diesem Unternehmen engagiert, motiviert und eventuell sogar mit Leidenschaft und Begeisterung einsetzen! Es ist dieser Spruch, den ich für das genaue Gegenteil dessen halte, was wir unter Emotionaler Intelligenz verstehen und der mich zum Titel dieses Buches inspiriert hat:

Die Top Ten der emotionalen Killerphrasen

Platz
1

»Nun lassen Sie uns doch mal sachlich bleiben!«

Die wörtliche Reaktion von Jack erspare ich Ihnen an dieser Stelle aber glauben Sie mir, in 99,99 Prozent aller Fälle atmet er nicht dreimal tief durch, lehnt sich in buddhistischer Gelassenheit zurück und ist danach sachlich!

Liebe Leser! Die Aufforderung, sachlich zu bleiben mag ab und zu verständlich sein. Allein liegt ihre Erfüllung nicht in der menschlichen Natur. Jedenfalls nicht, solange eine Emotion das Zusammenspiel von Geist und Körper ist, die beide auf einen äußeren Reiz reagieren! Diese Sachlichkeit, wie sie vom – scheinbar – rationalen Sprecher gewünscht wird, wird es so lange nicht geben, wie die gezeigten Emotionen nicht als das anerkannt wurden, was sie sind, nämlich Entscheidungsfaktoren und Kommunikationssignale.

An der Verwendung emotionaler Killerphrasen respektive daran, zu welchen Emotionen besonders viele davon verwendet werden, lässt sich aus meiner Sicht auch die soziale Akzeptanz der einzelnen Emotionen ablesen. Hier sticht in besonderer Weise – wir haben es bereits angedeutet – die besonders wichtige Emotion Trauer hervor, deren aufrichtige Anerkennung uns offenbar besonders schwer fällt.

Auch diese Lektion noch einmal in der Zusammenfassung:

Lektion 4 im Umgang mit den Emotionen anderer

Lassen Sie emotionale Killerphrasen einfach weg! Sie bringen die Emotion nicht zum Verschwinden. Sie signalisieren damit nur, dass Sie ein Problem mit der wahrgenommenen Emotion haben und erzeugen dadurch noch mehr Ärger, Enttäuschung und Trauer. Das Ziel emotional intelligenter Kommunikation kann das nicht sein.

Sag doch JA!



Reiner Neumann

Sag doch JA!

Wie Sie Menschen überzeugen und gewinnen

1. Auflage 2015

278 Seiten; Hardcover; 24,80 Euro

ISBN 978-3-86980-286-2; Art.-Nr.: 952

Wünschen Sie sich, dass andere öfter Ihrer Meinung sind und Ihnen folgen? Tagtäglich stehen wir vor der Herausforderung, andere zu überzeugen – beruflich wie privat.

Wie lassen sich Menschen gezielt überzeugen? Anhand alltäglicher Situationen erläutert der Diplom-Psychologe Reiner Neumann die Mechanismen der Überzeugung. Er verbindet Erkenntnisse aus Sozial- und Verhaltenswissenschaften sowie der Neurobiologie zu anschaulichen und vor allem praktisch umsetzbaren Methoden.

Erkennen Sie die Überredungskünste anderer. Erhöhen Sie Ihre Überzeugungskraft. Gestalten Sie Situationen zu Ihrem Vorteil.

Mit diesen Strategien werden Sie beruflich und privat Ihre Ziele schneller und einfacher erreichen.

ad hoc visualisieren



Malte von Tiesenhausen
ad hoc visualisieren
Denken sichtbar machen
1. Auflage 2015

ca. 192 Seiten; Broschur; 24,80 Euro
ISBN 978-3-86980-298-5; Art.-Nr.: 930

Wünschst du dir, deine Ideen verständlicher und auf den Punkt zu vermitteln? Du möchtest beim Arbeiten an Lösungsstrategien die Potenziale aller Teilnehmer voll ausschöpfen? Oder du möchtest bei Vorträgen oder Präsentationen Inhalte so vermitteln, dass deine Zuhörer den Informationsfluten nicht durch geistige Abwesenheit trotzen? Dann ist dieses Buch die Lösung ...

... denn ein Bild sagt mehr als tausend Worte.

Das gilt für die immer komplexer werdende Welt mehr denn je. Wer das Visualisieren beherrscht, findet schnell eine gemeinsame Ebene und einen gemeinsamen Zugang, der nicht durch Worte verdeckt ist.

Du kannst gar nicht zeichnen? Du hast kein Talent? Falsch!

Mit diesem Buch wirst du den Zeichner in dir entdecken. Nutze die Visualisierung, um nachhaltiger zu erklären, und als ganz neue Ressourcen bei der Ideenentwicklung. Der Cartoonpreisträger und Visualisierungsexperte Malte von Tiesenhausen inspiriert dich in diesem Buch, selbst den Stift in die Hand zu nehmen und ihn nicht wieder loszulassen. In unterhaltsamer und aufgelockerter Art und Weise stellt er Methoden und Techniken vor, wie du selbst die Kraft der Bilder nutzt und deinen Fokus auf die Welt erweiterst.

Gesundes Kommunizieren



Angela Dietz

Gesundes Kommunizieren

Für ein erfolgreiches, wertschätzendes
und menschliches Miteinander
2. Auflage 2014

288 Seiten; Broschur; 24,80 Euro
ISBN 978-3-86980-211-4; Art.-Nr.: 910

Die Art, wie wir miteinander reden, hat großen Einfluss auf unsere Lebensqualität. Leider verkehren wir diese Chance täglich unbewusst in ihr Gegenteil: Kommunikation ist zu einem Krankmacher geworden. Im Job wie zu Hause, in der Schule wie in den Medien verwenden wir unsere Kraft auf Missverständnisse, Rechtfertigungen und kräftezehrende Monologe, anstatt einander zuzuhören und klare, aufrichtige Botschaften auszusenden, die zu Verständigung und Unterstützung führen. Die Wurzeln des Übels reichen bis in unsere Erziehung und in unser Bildungssystem: Die Wenigsten haben gelernt, wie wir aufrichtige Gespräche führen, Verantwortung für unsere Bedürfnisse übernehmen und Wertschätzung transportieren können. Insbesondere im Geschäftsleben ergeben wir uns in unserem Drang nach Selbstbehauptung einem System von Unachtsamkeit, Vorwürfen und Verletzungen, das jedem gesunden Selbstwert widerspricht.

Die gute Nachricht: Anstatt uns weiter krankzureden, können wir uns auch gesundkommunizieren. In diesem Buch zeigt Angela Dietz, wie wir unsere Bedürfnisse und Gefühle in die Kommunikation zurückholen und einander wieder verantwortungsvoll begegnen können.

Ihr Konzept des gesunden Kommunizierens ergänzt das Rosenberg-Modell der gewaltfreien Kommunikation um eine biologisch fundierte Lebenslogik, die unser Denken und Handeln in Einklang bringt: Selbstverantwortung und Menschlichkeit machen den Einzelnen stark, Führung effektiv und Unternehmen erfolgreich.

Denkfallen



York Hagemayer
Denkfallen
Klug irren will gelernt sein
1. Auflage 2015

216 Seiten; Broschur; 24,80 Euro
ISBN 978-3-86980-256-5; Art.-Nr.: 943

»Jetzt müssen Sie sich nur entscheiden.« Wer hat diesen Satz nicht schon oft gehört? Mit einem breiten Informationsangebot aus Tests, Expertenmeinungen, Evaluationen, ... ist es ein Leichtes, die richtigen, abgesicherten Entscheidungen zu treffen. Doch ist das wirklich so? Sind unsere Entscheidungen dank eines immer größeren Informationsangebotes wirklich besser geworden?

Wohl kaum, denn die Welt bietet viele Möglichkeiten, sich zu irren. Fast hinter jedem Versuch, unsere Entscheidungen zu fundieren, lauern Denkfallen. Und nun? Nur noch aus dem Bauch heraus entscheiden? Das ist sicherlich auch keine Lösung. Denn ohne Informationsbasis lassen sich ebenfalls keine guten Entscheidungen treffen. Viele Informationen sind aber auch kein Garant für gute Entscheidungen. Ein Dilemma.

Der Psychologe Dr. York Hagemayer beschäftigt sich seit vielen Jahren an der Universität Göttingen mit Fragen der Entscheidungsfindung. In seinem neuen Buch nimmt er Sie mit auf die Reise und zeigt Ihnen, wie Menschen ihre Entscheidungen treffen.

Nach der Lektüre des Buchs werden Sie anders über Ihre Entscheidungen denken und Ihren rationalen Fähigkeiten vermutlich nicht mehr ganz vertrauen. Klug irren will gelernt sein – denn erst wenn Sie wissen, wie Sie Irrtümer zu Ihren Gunsten nutzen, werden Sie besser entscheiden.

Frustfrei!



Christiane-Maria Drühe

Frustfrei!

Nicht ärgern, sondern ändern

1. Auflage 2013

192 Seiten; Broschur; 21,80 Euro

ISBN 978-3-86980-226-8; Art.-Nr.: 920

Ist es Ihnen auch schon aufgefallen? Am Arbeitsplatz bereiten Ihnen immer die gleichen drei Menschen Probleme: Ihr Chef, Ihre Kollegen und Sie selbst ...

Und immer wenn Ihnen der Frust zu viel wird, träumen Sie vom Jobwechsel. Doch der wird Ihnen kaum helfen. Sie werden zwar Chef und Kollegen los, nehmen sich aber mit – ein Teil des Problems bleibt also immer bestehen.

Doch ganz so ausweglos ist die Situation nicht. Sie können zwar Ihren Chef und Ihre Kollegen nicht ändern – aber Ihr eigenes Verhalten und Ihre Einstellungen. Wie Ihnen das gelingt, zeigt Ihnen die Psychologin Dr. Christiane-Maria Drühe in diesem Buch. Tauchen Sie ein in die Gedankenwelt Ihres Chefs und Ihrer Kollegen. Verstehen Sie, wie sie »ticken« und wie man geschickt mit diesen »Typen« umgeht.

Und nun zum schwierigsten Thema: Sie selbst. Was sind die Gründe für Ihre Unzufriedenheit? Was können Sie dazu beitragen, dass es Ihnen gut geht? Was motiviert Sie wirklich? Wo sehen Sie Veränderungsmöglichkeiten, um sich selbst besser zu managen? Mit verblüffend einfachen und wirksamen Methoden zeigt die Autorin mehrerer Managementbücher, wie Sie Ihre Antworten finden, die klassischen Frustfallen am Arbeitsplatz vermeiden und aktiv das Arbeitsklima verbessern.