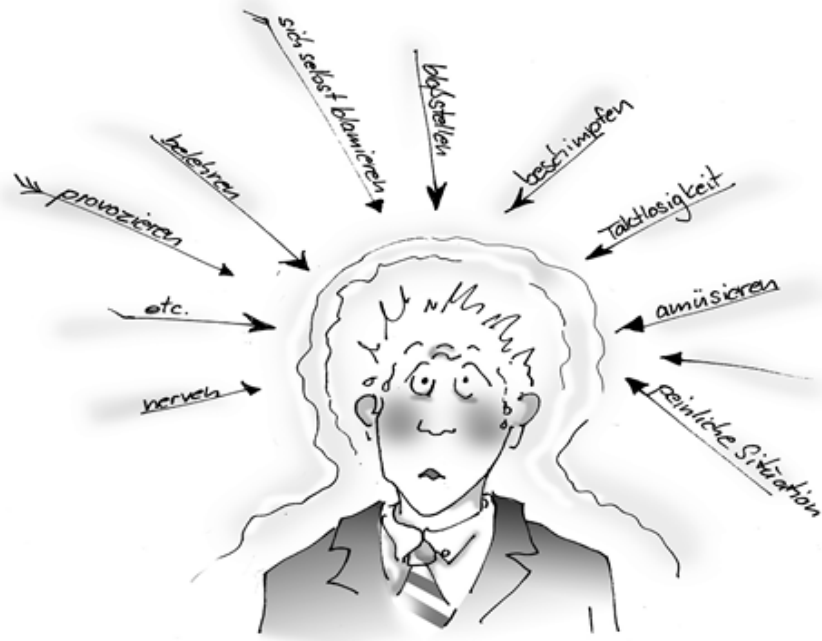


Bonus 1 Unfaire Angriffe souverän meistern



Raum für gute Gedanken:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Raum für gute Gedanken:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

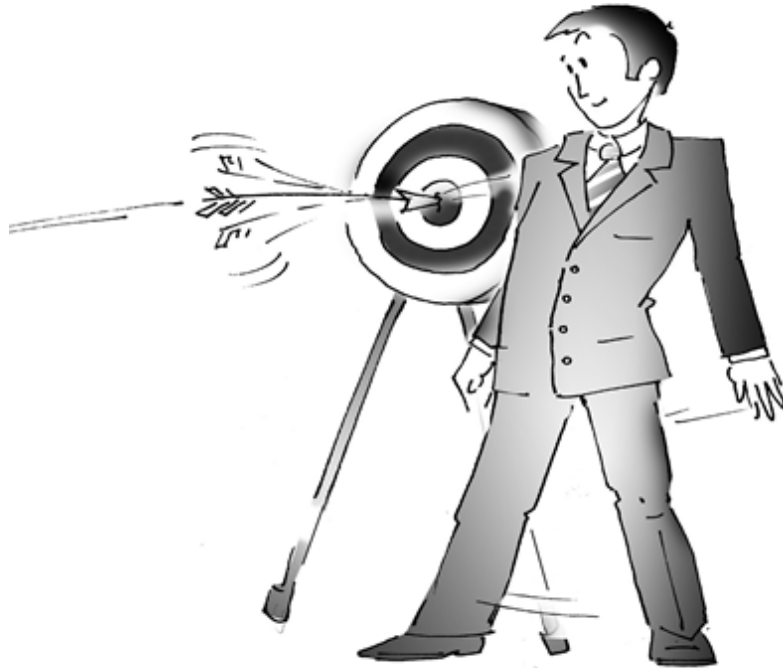
.....

„Will ich einen kurzfristigen Gewinn?“

„Wie hoch sind die Folgekosten für einen Gegenangriff?“

„Will ich recht haben oder langfristig Beziehungen aufbauen?“

Body-Management-Strategien



Schritt 1: Verschaffe dir _____ .

.....

.....

.....

.....

Fünf Schritte für mehr Raum

1. Gehe einen _____ zur Seite.
2. Achte auf deine _____.
3. _____ bewusst.
4. Halte _____ mit deinem Gegenüber.
5. _____ !

Verbale Strategien

Drei Schritte für die beste verbale Strategie:

1. Was beobachtest du?

.....

.....

.....

2. Was fühlst du?

.....

.....

.....

3. Welche Lösung gibt es jetzt?

.....

.....

.....

Beispiel:

„Sie sind das Unfähigste, was mir je vor die Füße gefallen ist!“

Was beobachtest du?

*„Ich sehe, dass hier gerade eine Menge Emotionen im Raum sind.
Ich beobachte auch, dass ich meine Arbeit offensichtlich nicht so mache,
wie Sie sich das wünschen.“*

Eine Beobachtung ist niemals eine Wertung.

Was fühlst du?

„Ganz ehrlich. Ich bin jetzt ganz schön irritiert. Das macht mich sogar richtig betroffen.“

Welche Lösung gibt es jetzt?

„Gibt es etwas, was ich jetzt konkret tun kann, um Sie in Zukunft besser zu unterstützen?“

- Menschen, die unfair angreifen, haben oftmals ein großes Problem.
- Hinter jedem Angriff steckt in der Regel ein Wunsch.
- Der Träger des Problems ist oftmals auch der Träger der Lösung.

Praxistipp: Brückensätze

Brückensätze helfen im beruflichen Alltag, unfaire Angriffe zu entschärfen.

Dabei handelt es sich um „Psychologische Airbags“, die beiden Seiten helfen, auf eine Sachebene zurückzukehren.

Du gewinnst Zeit zum Nachdenken.

Brückensätze beziehen sich nie wirklich auf den Inhalt.
Brückensätze treiben den Prozess voran.

Beispiele:

„Ihre Reaktion zeigt mir, dass der eigentliche Grundgedanke meiner Ausführungen noch nicht wirklich deutlich geworden ist ...“
(lenkt in Richtung Kernbotschaft)

„Sie sprechen hier mit Ihrem Einwand einen entscheidenden Punkt an ...“

„Ich würde in Ihrer Situation genauso reagieren ...“

„Zu diesem Thema gibt es in der Tat sehr unterschiedliche Meinungen.“

„Das ist sicherlich ein Aspekt, den Sie ansprechen ...“

„Es gibt sicherlich auch andere Aspekte, die von entscheidender Bedeutung sind ... Lassen Sie mich den Standpunkt noch einmal verdeutlichen.“

Killerphrasen

„Das ist doch gar nicht Ihre Aufgabe.“

„Dazu haben wir jetzt keine Zeit.“

„Das geht vielleicht woanders. Hier läuft das so nicht.“

„Sie beurteilen die Situation völlig falsch.“

„Das dauert eh viel zu lange.“

„Das ist doch jetzt nichts Neues. Das hatten wir doch schon immer wieder in der Vergangenheit.“

„Die Idee kommt bei unserem Mitarbeiter nicht an.“

„Dafür sind Sie gar nicht verantwortlich.“

Killerphrasen lassen sich nur durch offene Fragen entmachten.

Mach dich auf die Suche nach Sachargumenten.

Stell die Vorteile in den Mittelpunkt, während du die Brücke zu deinem Gegenüber baust.

Beispiel:

„Natürlich dauert das Projekt lange. Gerade deshalb möchte ich noch einmal die drei wichtigsten Vorteile in den Mittelpunkt stellen ...“

Praxisbeispiele für Verunsicherungen

Unterbrechungen:

Wer sich unterbrechen lässt, verliert Standing innerhalb des Systems.

Auch bei deiner Reaktion hast du die Wahl: freundlich oder bestimmt.

„Darf ich bitte ausreden!“

„Moment, Sie haben nachher noch das Wort. Genauso wie eben, als Sie Ihre Ausführungen dargestellt haben.“

Hypothetische Fragen:

Einwände, die dich aus der Bahn werfen sollen:

„Was machen wir denn mit Ihren Vorstellungen, wenn sich das Unternehmen in eine ganz andere Richtung entwickelt?“

„Das Szenario ist unwahrscheinlich. Viel wahrscheinlicher ist ...“

Suggestivfragen:

„Sie sind doch sicherlich auch der Meinung, dass ...“

„Nein, da bin ich anderer Meinung ...“

Lass dir mit deiner Antwort Zeit.

Bestreiten der Kompetenz:

„Sind Sie sich sicher, dass Sie die Produkte überhaupt schon in Frage stellen können? So lange sind Sie doch noch gar nicht im Unternehmen.“

„Sie fragen danach, ob die Ideen für eine neue Produktkategorie tragfähig sind. Lassen Sie uns noch einmal die Fakten betrachten ...“

„Sie hatten doch gestern noch eine ganz andere Meinung zu dem Thema. Ich befürchte, dass hier Ihre Sachkenntnisse nicht ausreichen.“

„Das ist richtig, dass ich in der Vergangenheit eine andere Meinung zu diesem Thema hatte. Allerdings haben sich die Rahmenbedingungen geändert. Da ist es wichtig, die eigene Meinung zu überdenken. Um bei den Fakten zu bleiben ...“