

INHALT

Vorwort von Rolf H. Ruhleder	11
------------------------------------	----

TEIL 1

WER ETWAS ZU SAGEN HAT, SOLLTE REDEN KÖNNEN

13

KAPITEL 1: Rhetorik. Die Kunst der guten Rede	15
KAPITEL 2: Was ist Kommunikation? – Kommunikationsmodelle im Vergleich	22
Friedemann Schulz von Thun – Vier Seiten einer Aussage	27
Paul Watzlawick – Fünf Axiome	30
Paul Grice – Maximen der Kommunikation, oder auch: Lesen Sie zwischen den Zeilen	34
Das Eisbergmodell	39
KAPITEL 3: Die Rolle der Rede in Zeiten der Überinformation	45
KAPITEL 4: Der rhetorische Werkzeugkoffer	54

TEIL 2

PROFESSIONELLER AUFTRITT UND SICHER REDEN

57

KAPITEL 1: Wie Joschka Fischers Rhetorik eine Friedenspartei vom Kriegseintritt überzeugte	59
KAPITEL 2: Die Grundlagen der Rhetorik: Das macht einen guten Redner aus	63
Vorbereitung (Technikcheck, Publikum und Thema, Veranstalter)	63

Lampenfieber	71
Auftreten	78
Standort einnehmen	81
Der Einstieg	84
Einleitungen für eine Rede	88
Nutzbarer Inhalt („What's in it for me?“)	91
Einbeziehen der Zuhörer	93
Einfühlungsvermögen	95
Blickkontakt	96
Gestik und Mimik	99
Mundart	102
Atem-, Stimm- und Sprechtechnik	103
Lautstärke und Modulation	106
Pausentechnik	108
Hilfs- und Präsentationsmittel zum freien Reden	110
Das Ende: Der letzte Eindruck bleibt	115

TEIL 3

STEUERUNG UND FÜHRUNG DURCH ANGEWANDTE RHETORIK

KAPITEL 1: Mit Worten führen	121
KAPITEL 2: Führungsmodelle im Vergleich	125
Das Harzburger Modell	125
Das St. Galler Management-Modell	128
KAPITEL 3: Eine Führungskraft muss führen – aber wie?	134
Motivation durch zielführende Kommunikation	135
Mit den fünf Motivationstypen nach Prof. Dr. Werner Correll Menschen richtig einschätzen	137

INHALTSVERZEICHNIS

Delegieren will gelernt sein	148
Das Verhältnis von Stressstabilität und Einfühlungsvermögen	154
Professionell Feedback geben und nehmen	158
Das Mitarbeitergespräch	162
Regeln für die Konferenz mit Führung und Ergebnis	166
Führen mit Fragetechniken	173

TEIL 4

RHETORIK IM ZEITALTER DER LÜGEN 181

KAPITEL 1: Ist das „Comet Ping Pong“	
Zentrum eines Kinderpornorings?	183
Die größten Lügen aller Zeiten	184
Arten von Fake News	187
Wie subjektive Wahrheiten entstehen	189
So erkennen Sie Fake News	191
KAPITEL 2: Alles erstunken und erlogen?	
Warum wir so oft lügen	195
Sind gute Lügner erfolgreicher?	197
Methoden, um einen Lügner zu entlarven	199
Hat das Internet uns zu einer Pinocchio-Gesellschaft verkommen lassen?	203
Die Rolle der Lüge in einer Geschichte	205

TEIL 5

KOMPETENZ UND MACHT DURCH SPRACHE 207

KAPITEL 1: Politische Kommunikation	209
KAPITEL 2: Rhetorik aus dem Weißen Haus	213

KAPITEL 3: Framing – Wie Sprache unser Denken beeinflusst	233
KAPITEL 4: Faire vs. unfaire Dialektik	239
Auszüge aus Schopenhauers Kunstgriffen der Eristischen Dialektik	240
Der schlechte Ruf der Rhetorik	243
Lernen Sie unfaire Angriffe abzuwehren	247
KAPITEL 5: Methoden für die erfolgreiche Debatte	253
KAPITEL 6: Regeln für das Interview	258

TEIL 6

DER ÄSTHETISCHE ASPEKT DER RHETORIK 263

KAPITEL 1: Wie die Rhetorik verschwand (und trotzdem immer da war)	265
KAPITEL 2: So sieht der ideale Satz aus	269
KAPITEL 3: Rhetorische Stilmittel	274
KAPITEL 4: Humor: Interview mit Eva Ullmann	278
KAPITEL 5: Semiotik – Die geheime Welt der Zeichensysteme	289
Interview mit der Semiotikerin Charlotte Hager	294

TEIL 7

DIE ZUKUNFT DER KOMMUNIKATION – VIRTUELLE RHETORIK 305

KAPITEL 1: Wie die Digitalisierung unsere Kommunikation verändert hat	307
KAPITEL 2: Die <i>Cambridge Analytica</i> -Debatte	310

INHALTSVERZEICHNIS

KAPITEL 3: Maschinensprache:	
Wie Social Bots uns beeinflussen	313
KAPITEL 4: Der Wunsch nach Authentizität:	
Immersiver Journalismus.....	318
KAPITEL 5: Virtual Reality:	
Neue Ethik für neue Welten? .. .	321
KAPITEL 6: Instant-Messenger, Calls und Co –	
So gehen Sie mit modernen	
Kommunikationsmitteln um	326

TEIL 8

VERHANDELN UND VERSTEHEN AUF HÖCHSTEM NIVEAU

333

KAPITEL 1: Der Verkäufer im Wandel der Zeit	335
KAPITEL 2: Im Internet ist alles billiger –	
Verkaufen im digitalen Zeitalter.....	339
KAPITEL 3: Wie Verhandlungen funktionieren	344
Welcher Verhandlungstyp sind Sie?...	344
Das Harvard-Verhandlungskonzept	345
Die drei Phasen der Verhandlung	347
Reizformulierungen	348
KAPITEL 4: Überzeugungstechniken: Verhandlungsgeschick	
durch anwendbare Psychologie	350
KAPITEL 5: Ein Einwand ist kein Vorwand.....	361
KAPITEL 6: Der Pitch – Die Sonderform	
der Überzeugungsrede	363

TEIL 9

MENSCHEN LESEN – MENSCHEN GEWINNEN 369

KAPITEL 1: Die faszinierende Welt der Körpersprache	371
KAPITEL 2: Mikroexpressionen	377
KAPITEL 3: Wahrnehmen und Steuern von Körpersprache ...	383
KAPITEL 4: Distanzzenen	387
KAPITEL 5: Was der Händedruck über uns aussagt .. .	391

TEIL 10

HELDENGESCHICHTEN – DIE WELT DES STORYTELLINGS 399

KAPITEL 1: Warum wir Geschichten lieben	401
KAPITEL 2: So funktionieren Geschichten	405
Das macht eine gute Geschichte aus	406
Die Heldenreise	407
Archetypen	411
KAPITEL 3: Corporate Storytelling	415
KAPITEL 4: Multimediales Storytelling	423

TEIL 11

DER WIRTSCHAFTSFAKTOR RHETORIK 427

DANK	435
ANHANG: FUSSNOTEN	439