

**brandnamic
academy**

HERZLICH WILLKOMMEN

Obervinschgau
Vinschgau

LEADERSHIP LEADERSHIP LEADERSHIP
LEADERSHIP LEADERSHIP LEADERSHIP

OPERATIONS OPERATIONS OPERATIONS
OPERATIONS OPERATIONS OPERATIONS

**brandnamic
academy**

Rhetorik



”

**GRUNDLAGEN DER
RHETORIK:
REDEGEWANDTHEIT, DIE
BEGEISTERT.**

RHETORIK GRUNDLAGEN



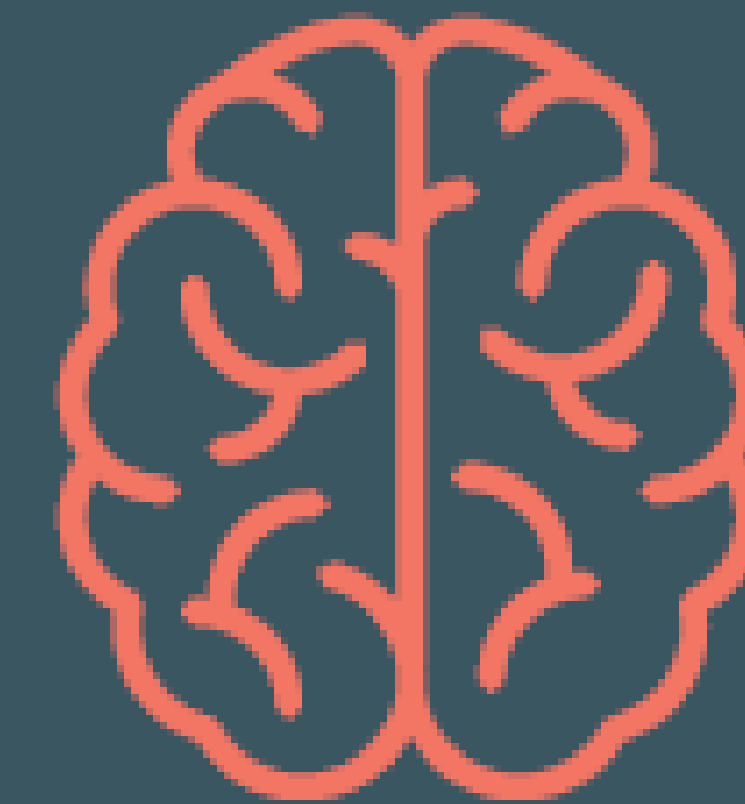
ETHOS

Glaubwürdigkeit



PATHOS

Emotion und Begeisterung



LOGOS

Inhalt und Argumentation

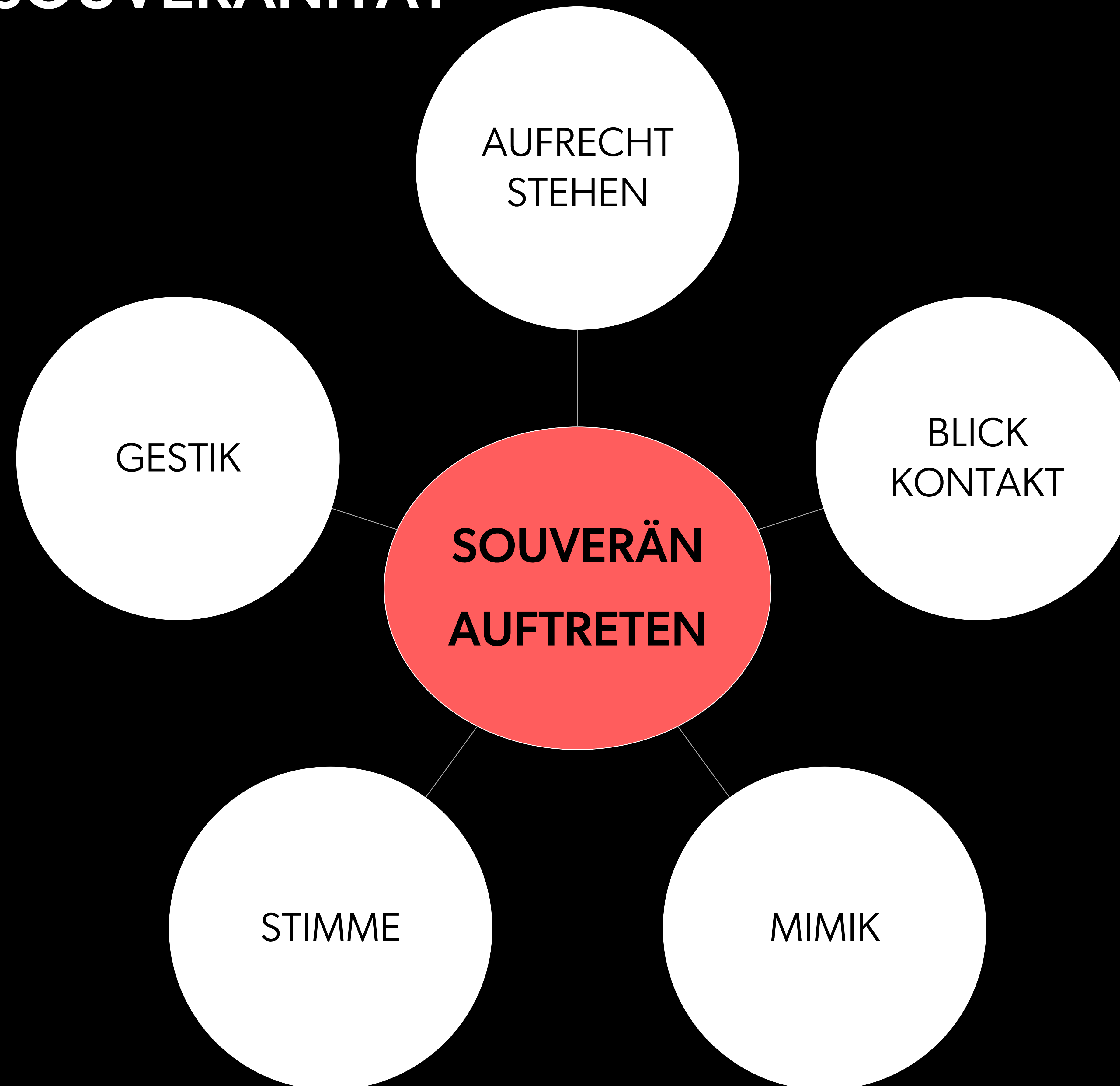
KÖRPERSPRACHE UND STIMME SIND GENAUSO WICHTIG, WIE GUTE RHETORIK.

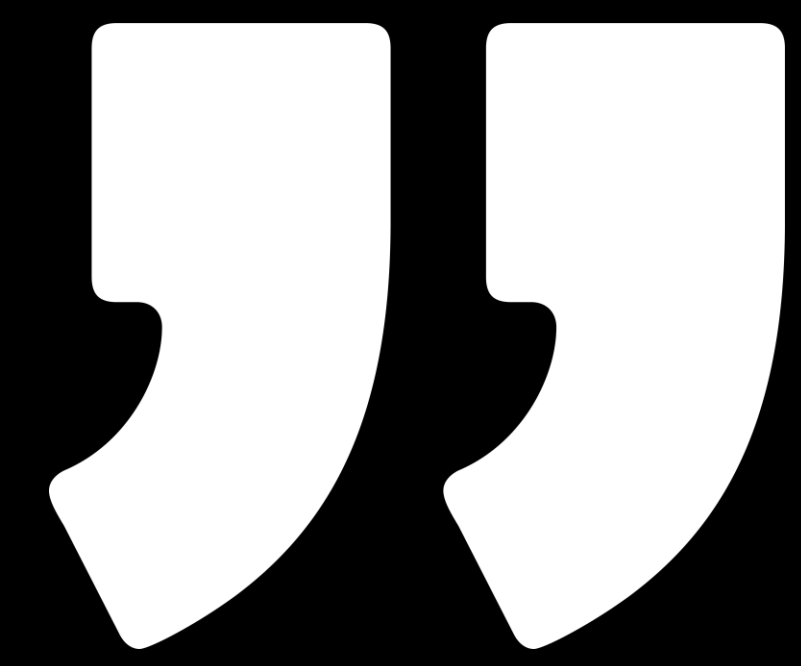


**DAS SCHÖNE IST:
WIR HABEN ALLES,
WAS WIR
BRAUCHEN,
BEI UNS.**



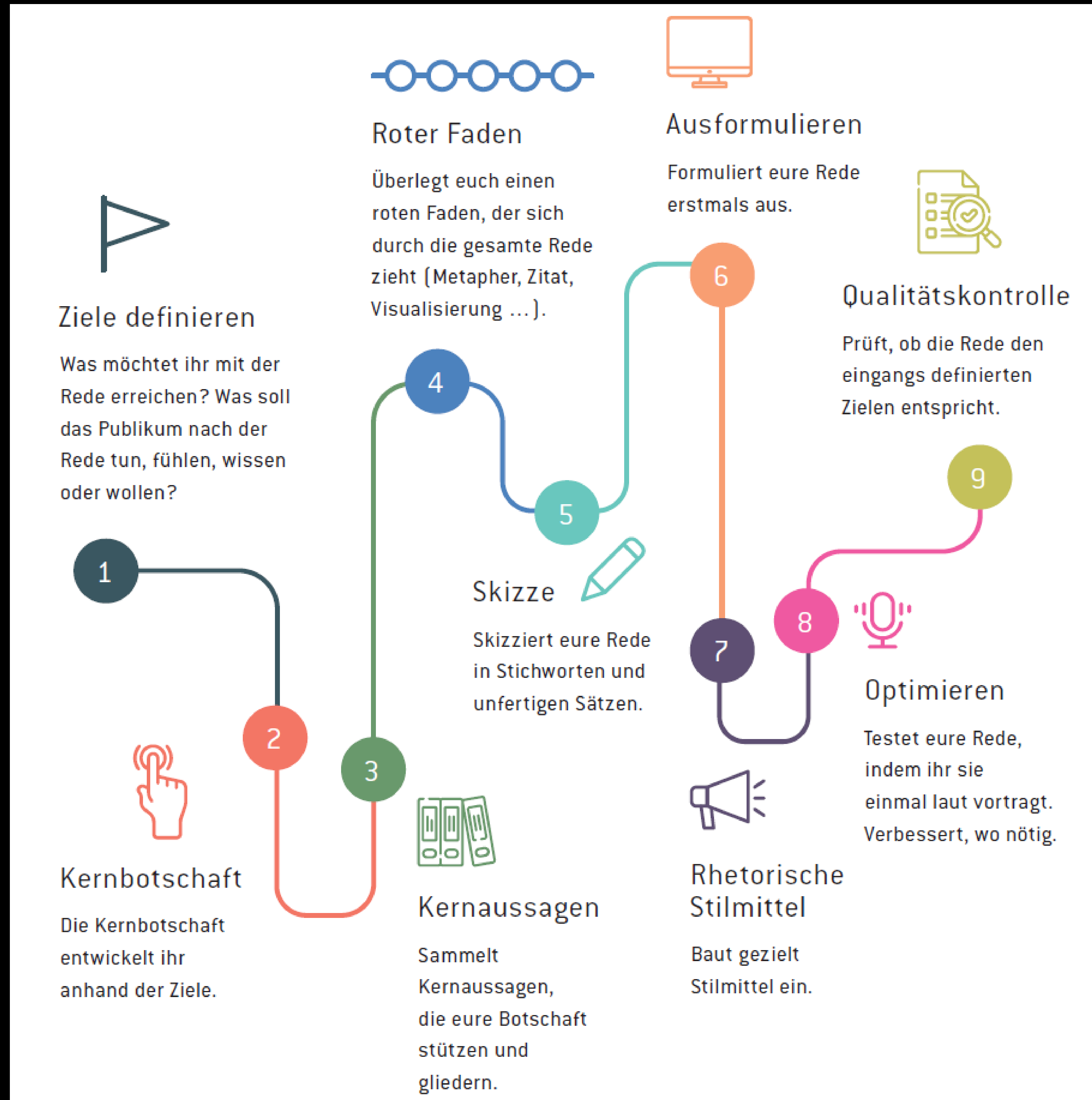
RHETORIK & SOUVERÄNITÄT





**DIE KUNST,
EINE REDE
ZU SCHREIBEN.**

REDE



STÄRKUNG DES EIGENEN SPRECHSTILS



SPONTANE REDE: FREIES SPRECHEN

VORLESEN MIT AUSDRUCK: TEXTE LEBENDIG GESTALTEN MIT BETONUNG, PAUSEN UND MIMIK

VIDEOANALYSEN: NEHMT EUCH AUF UND ANALYSIERT EURE STIMME, KÖRPERSPRACHE UND AUSDRUCKSWEISE

ROLLENSPIELE: SIMULATION VON TYPISCHEN SITUATIONEN AUS DEM HOTELALLTAG, Z.B. BESCHWERDEN, VERKAUFGESPRÄCHE

+INDIVIDUELLES FEEDBACK: STÄRKEN & SCHWÄCHEN

+ENTWICKLUNGSPLAN: PERSÖNLICHE ZIELE „WENIGER FÜLLWÖRTER“

+REGELMÄSSIG ANWENDEN IM ALLTAG: GÄSTEKOMMUNIKATION



GRUNDLAGEN DES EIGENEN SPRECHSTILS.

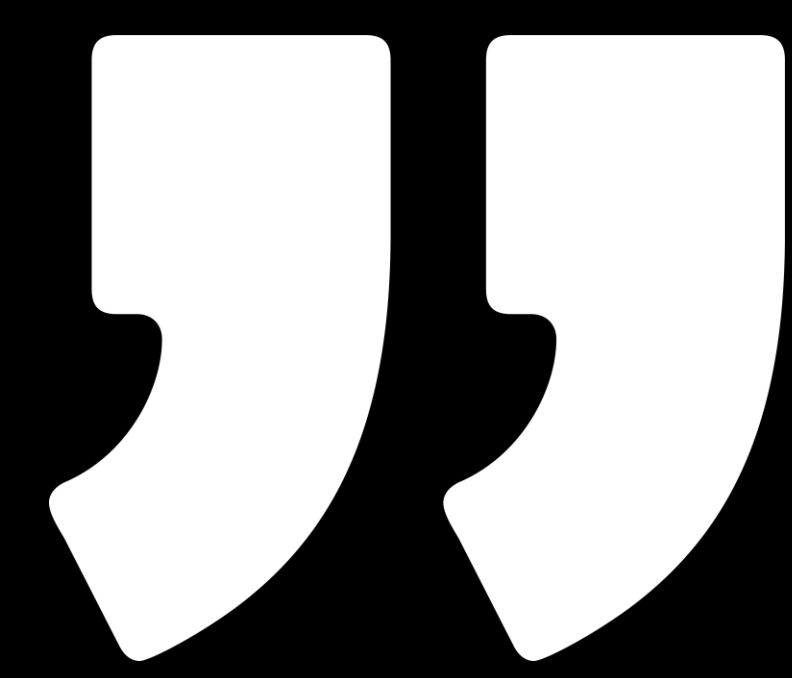
- +SELBSTWAHRNEHMUNG:
WIE WIRKE ICH AUF MICH?
- +FREMDWAHRNEHMUNG:
WIE WIRKE ICH AUF ANDERE
- +AUTHENTIZITÄT:
ENTWICKELT EUREN
EIGENEN STIL

SPRACHLICHE KLARHEIT UND PRÄZISION.

- +EINFACHHEIT: KURZ,
PRÄGNANT
- +STRUKTUR: LOGISCHER
AUFBAU „ANFANG-MITTE-
ENDE“
- +FÜLLWÖRTER REDUZIEREN:
ÄHM, JA, ALSO, EIGENTLICH

ENTWICKLUNG DER AUSDRUCKSKRAFT.

- +STIMME: LAUTSTÄRKE,
KLANG, TEMPO
- +EMOTION: BEGEISTERUNG,
ÜBERZEUGUNG, BEISPIELE,
ROTER FADEN
- +BETONUNG: AKZENTE;
PAUSEN



**ÜBERZEUGEND
ARGUMENTIEREN IST DAS
HERZSTÜCK GELUNGENER
KOMMUNIKATION.**



TECHNIKEN DER ÜBERZEUGENDEN ARGUMENTATION

BEDÜRFNISSE, WERTE,
INTERESSEN DES
GEGENÜBERS VERSTEHEN.

PASST EURE
BOTSCHAFT UND
EURE SPRACHE DER
ZIELGRUPPE AN.

DEFINIERT VORAB, WAS
IHR ERREICHEN WOLLT:
ZUSTIMMUNG –
HANDLUNG –
VERSTÄNDNIS.

FORMULIERT EURE KERNBOTSCHAFT.



**WE ALL HAVE
A STORY
TO TELL.**

STRUKTURIERT ARGUMENTIEREN:
BEHAUPTUNG – BEGRÜNDUNG –
BEISPIEL.

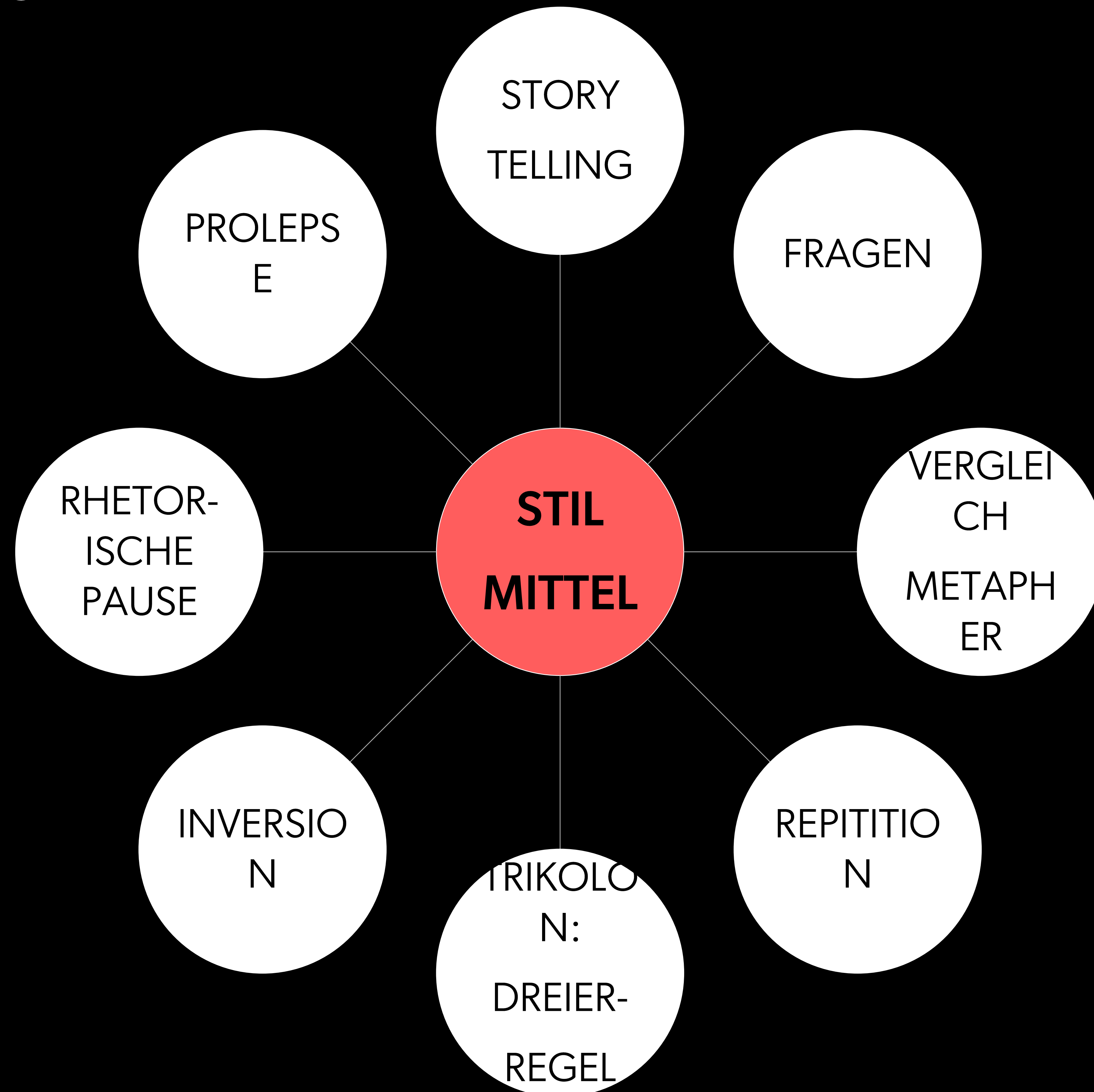
90% FAKTEN
EMOTIONEN
WERTE
KOMBINIEREN.

SANDWICH-
METHODE:
-POSITIV ASPEKTE
-KRITIK
-LÖSUNG.:

DER RICHTIGE TON
ZÄHLT.

KLARE INHALTE UND EMOTIONALE
ANSPRACHE LÄSST EURE BOTSCHAFT
FÜHLEN.

RHETORISCHE STILMITTEL



POSITIVE UND LÖSUNGSORIENTIERTE SPRACHE

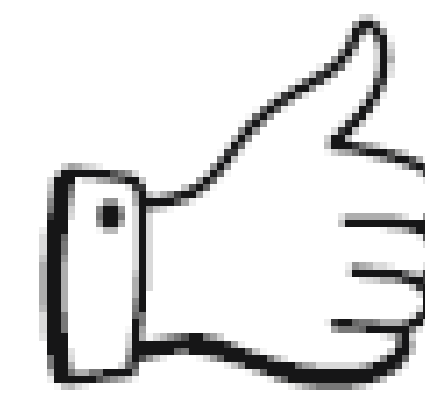
+ Positive Formulierungen



„Das ist gar nicht so schlecht.“

„Ihr müsst euch keine Sorgen machen.“

„Das Problem ist ...“



„Das ist richtig gut.“

„Ihr könnt beruhigt sein.“

„Die Möglichkeit liegt darin ...“

+ Klarheit

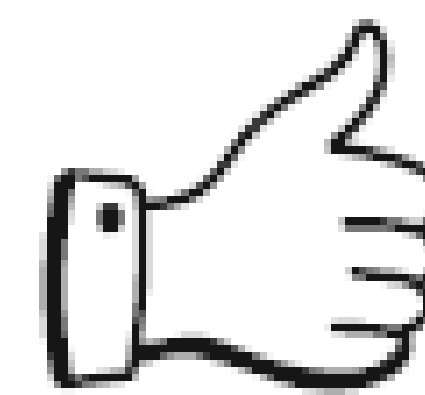


Modalverben (dürfen, sollen, können, müssen, wollen und mögen):

„Das kann unseren Service verbessern.“

Konjunktive und unklare Aussagen:

„Ich würde das vielleicht so lösen ...“



Starke Verben:

„Das verbessert unseren Service.“

Klare Formulierungen:

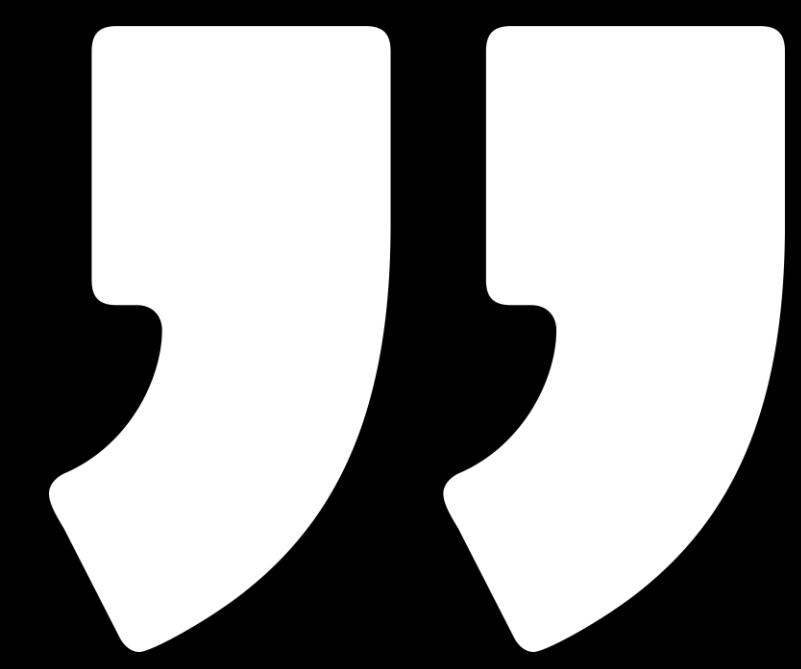
„Ich empfehle ...“

UMGANG MIT EINWÄNDEN

**AKTIV ZUHÖREN: NEHMT
EUER GEGENÜBER ERNST.**

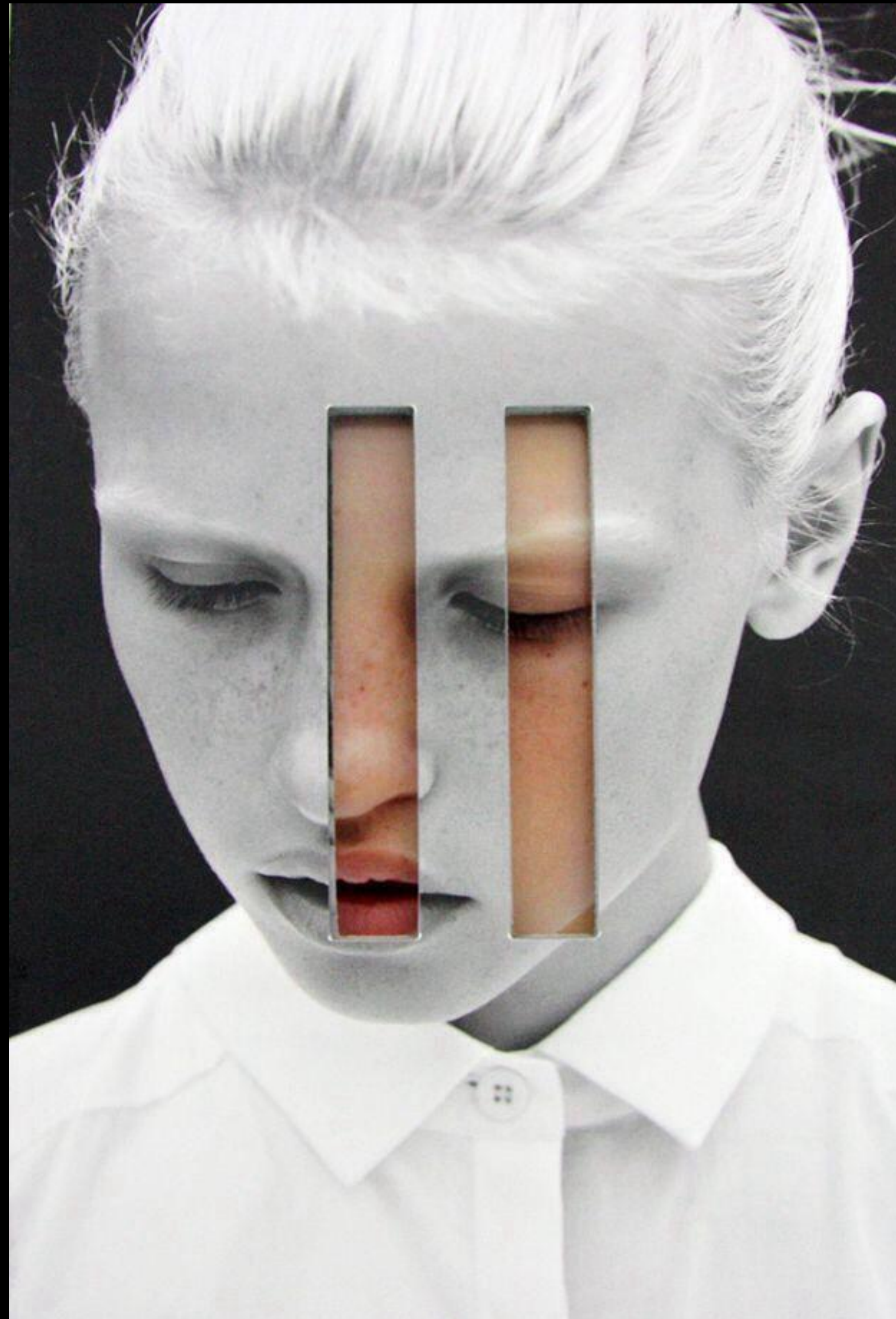
**EINWÄNDE ENTKRÄFTEN:
BIETET ALTERNATIVEN
UND
PERSPEKTIVWECHSEL.**

**FAKTEN UND
ARGUMENTE: NUTZT
ZAHLEN – DATEN –
FAKTEN UND BEISPIELE.**



**LAMPENFIEBER LÄSST EUER
WERK TREFFLICH GERATEN,
WENN IHR DAMIT UMGEHT.**

UMGANG MIT LAMPENFIEBER – KÖRPERLICHE TECHNIKEN



ATMUNG:

- +BEWUSSTE ATMUNG BERUHIGT UND STÄRKT
- +ATEMTECHNIK: BAUCHATMUNG: 4-7-8 METHODE

PHYSISCHES TECHNIKEN:

- +BEWAHRT HALTUNG: POWER POSE „SUPERHELD“
- + BEWEGUNG LOCKERT
- +PROGRESSIVE MUSKELENTSPANNUNG

UMGANG MIT GEDANKEN:

- +NERVOSITÄT AKZEPTIEREN
- +REFRAMEN: „AUFREGUNG IST ENERGIE“
- +INNERLICH „STOPP“ SAGEN

UMGANG MIT LAMPENFIEBER – VORBEREITUNG UND ROUTINE



VORBEREITUNG:

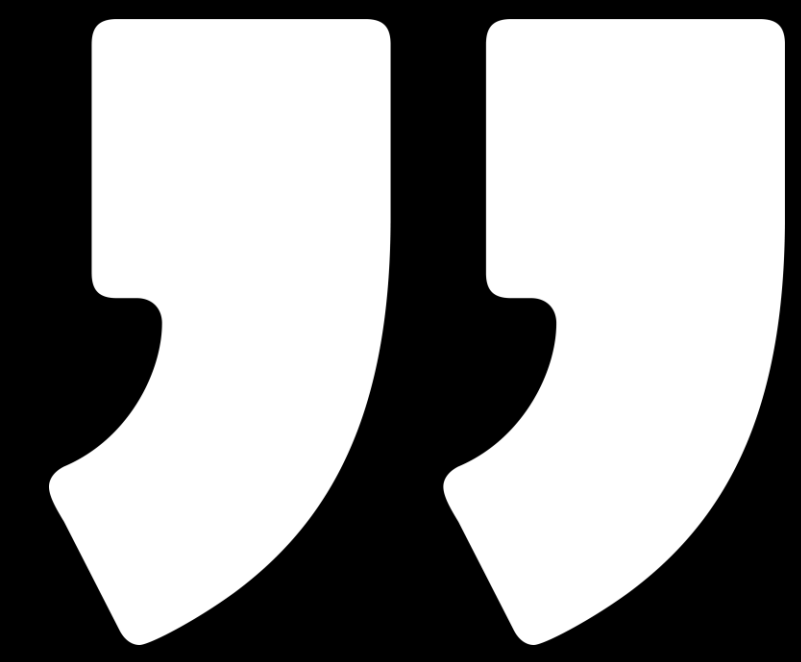
- +PROBEN
- +SIMULATIONSÜBUNGEN & RITUALE
- +PROFESSIONELLE UNTERSTÜTZUNG: MODUL, COACHING

MENTALE VORBEREITUNG:

- +POSITIVE VISUALISIERUNG „PUBLIKUM IST BEGEISTERT“
- +AFFIRMATIONEN „ICH SCHAFFE DAS, ICH BIN GUT VORBEREITET“
- +FOKUS AUF DEN INHALT „WAS SAGE ICH ZUERST UND DANACH...“
- +FEHLER AKZEPTIEREN

VOR DEM AUFTRITT:

- +MOMENTE DER RUHE NUTZEN
- +SICH FOKUSSIEREN
- +TIEF AUSATMEN, LÄCHELN UND LOS GEHTS

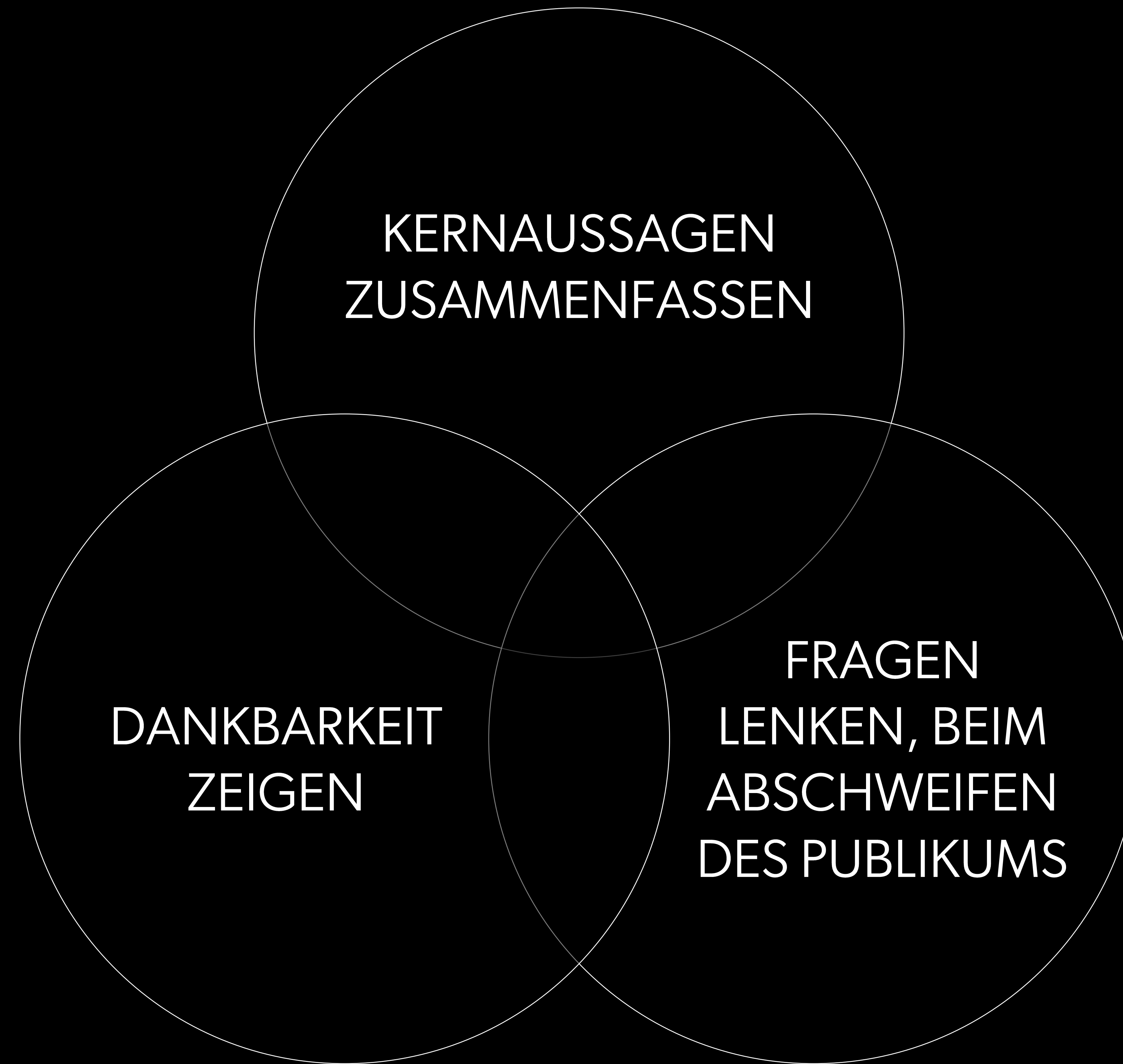


**SCHLAGFERTIGKEIT WILL
GELERNT SEIN & KRITISCHES
PUBLIKUM ÜBERZEUGT
WERDEN.**

SCHLAGFERTIGKEIT & KRITISCHES PUBLIKUM



SCHLAGFERTIGKEIT & KRITISCHES PUBLIKUM - ABSCHLUSS



TECHNIKEN ZUR EINWANDBEHANDLUNG - BEISPIELE

- + **Gerade-weil-Technik:** Brecht aus der „Ja, aber“-Schleife aus und nehmt euer Gegenüber mit auf eure Seite.
Beispiel: „Das klingt nach viel Aufwand.“ – „Gerade weil es viel Aufwand ist, lohnt sich die Investition. Unsere Gäste werden die neuen Angebote lieben und häufiger wiederkommen.“
- + **Touch-Turn-Talk:** Würdigt den Einwand eures Gegenübers und nutzt einen Aspekt dieses Einwands für eure eigene Argumentation.
Beispiel: „Wir haben im Moment nicht die Ressourcen für diese Idee.“ – „Das stimmt, unsere Ressourcen sind begrenzt. Genau deshalb ist es wichtig, diese Strategie jetzt zu priorisieren, damit sie uns langfristig entlastet.“
- + **Umformulieren:** Gebt einer emotionalen Frage einen neutraleren Ton.
Beispiel: „Warum sollte ich dafür Geld ausgeben?“ – „Wenn ich dich richtig verstehe, fragst du, welchen Mehrwert diese Investition bringt.“
- + **Umgang mit Killerphrasen:** Bittet euer Gegenüber, seine Aussage zu konkretisieren. So haltet ihr die Diskussion sachlich und lösungsorientiert.
Beispiel: „Das wird doch eh nicht funktionieren.“ – „Kannst du mir erklären, welchen Punkt genau du als Herausforderung siehst?“
- + **Auf die Metaebene gehen:** Bei besonders emotionalen Zwischenfragen klärt ihr zunächst die Beziehungsebene vor der Sachebene.
Beispiel: „Ich merke, dass dich das Thema sehr beschäftigt. Was genau stört dich an der Idee?“

” CHECKLISTE.

CHECKLISTE I

ERSCHEINUNG UND AUFTRETEN	✓
Gepflegtes Erscheinungsbild Angemessene Kleidung, ordentliche Frisur	
Selbstbewusste Körperhaltung Aufrecht stehen, die Schultern locker halten und den Blick offen nach vorne richten	
Fester Stand Beide Füße gleichmäßig belastet, leicht gespreizt, um Standfestigkeit zu signalisieren	
Einsatz von Hilfsmitteln Z. B. unterstützende Visualisierungen	
KÖRPERSPRACHE	✓
Gesten Offene, unterstützende Handbewegungen	
Mimik Freundlicher, interessierter Gesichtsausdruck Angemessene Emotionen zeigen	
Blickkontakt Blickkontakt zu verschiedenen Personen im Raum halten Blick auf Notizen oder den Boden minimieren	

CHECKLISTE II

STIMME UND MODULATION	✓
Stimmlage Angenehme, natürliche Stimme (nicht monoton, nicht zu hoch) Passende, selbstbewusste Modulation (Am Satzende geht die Stimme nach unten.)	
Lautstärke Klar und deutlich, sodass euch alle im Raum gut verstehen	
Sprechtempo Nicht zu schnell sprechen Tempo variieren, um Spannung zu erzeugen und Inhalte zu betonen	
Pausen Setzt gezielte Pausen, um wichtige Punkte zu unterstreichen und den Zuhörenden Raum zum Nachdenken zu geben.	
SPRACHE	✓
Klarheit und Präzision Einfache, verständliche Sätze Kommt die Kernbotschaft an?	
Positiver Ausdruck Lösungsorientierte Formulierungen	
Rhetorische Stilmittel Wiederholungen, Metaphern und mehr, um die Kernbotschaft zu unterstreichen	

CHECKLISTE III

INHALT	✓
Interessanter Einstieg Ist das Publikum von Anfang an gefesselt?	
Strukturierter Aufbau Durchdachte und gegliederte Argumente Relevante Fakten Emotionen wecken	
Wirkungsvoller Abschluss Je nach Ziel der Rede	
INTERAKTION MIT DEM PUBLIKUM	✓
Relevanz Ist der Inhalt der Rede für das Publikum interessant?	
Ansprache Direkte Ansprache des Publikums, z. B. durch rhetorische Fragen	
Publikum einbinden Z. B. durch offene Fragen in die Runde, direkte Fragen an einzelne Personen oder Abstimmungen	
Flexibilität Souveräne Reaktion auf Zwischenfragen	
Dankbarkeit und Respekt Positives Verhältnis zum Publikum	

**DANKE FÜR EURE ZEIT
BIS ZUM NÄCHSTEN MAL**

Brandnamic GmbH
Brandnamic Campus
Pairdorf
Satzlstraße 4
39042 Brixen
Italien
T +39 0472 678000

Office Meran
Luis-Zuegg-Str. 40
39012 Meran
Italien
T +39 0473 492049

Office München
Dachauer Str. 195
80637 München
Deutschland
T +49 (0)89 14903573

info@brandnamic.com
brandnamic.com