



Das Beste aus zwei Welten

Chefsprache führt das Beste aus zwei Welten zusammen: strategisches Management und rhetorische Kommunikation. Oder bildlich ausgedrückt: Krawatte und Blaumann. Kompass und Schraubenschlüssel.

Chefsprache ist keine schnelllebige Mode. CHEFS(PR)ACHE ist auch mehr als PR in eigener Sache. Chefsprache ist ein Handwerk mit Zukunft. Warum?

Eine immer komplexer werdende Welt funktioniert ohne Management gar nicht und ohne richtige Strategie nur schlecht. Genauso gilt: Eine immer komplexer werdende Welt funktioniert ohne Kommunikation gar nicht und ohne richtige rhetorische Tools nur schlecht. Bringen wir die besten Köpfe und Konzepte beider Welten zusammen, entsteht eine neue Qualität der Chefsprache.

Das Buch ist das Beste, was Chefs heute passieren kann, für das, was Chefs heute für morgen erreichen wollen. Dabei wollen wir ganz klar sehen: Das A und O der Chefsprache besteht in der Wahl der richtigen strategischen Inhalte und der Wahl der richtigen rhetorischen Werkzeuge. Nur mit einer so angelegten Chefsprache schaffen Chefs für ihre Unternehmen mehr Werte und Wirkung in Form von entscheidenden Wettbewerbsvorteilen und Wachstumstreibern. Wer das gut tut, beherrscht das Handwerk der Zukunft und gehört so zu den Chefs, die das Zeug dazu haben, zu den besten Köpfen mit den besten Konzepten ihrer Zeit zu werden.

So nutzen Chefs das Buch

Das Buch ist wie die Bibel: Es enthält verschiedene Bücher. Genau genommen zwei. Erstens Strategien des Managements und zweitens Kommunikationstools der Rhetorik. Im Buch begleiten Sie zwei Symbole:

Das Symbol für Strategien des Managements: Kompass.



Das Symbol für Tools der Rhetorik: Schraubenschlüssel.



Die Leserführung setzt auf Kompassnadeln und Schraubenschlüssel. Die Strategien und Tools werden wechselseitig verlinkt.

Von den Strategiemodellen des Managements zu den rhetorischen Tools führen Schraubenschlüssel:



Von den rhetorischen Tools zu den Strategiemodellen des Managements führen Kompassnadeln:



Die Verlinkung von Strategien und Tools erfolgt exemplarisch ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

Alles ist mit allem und allen verbunden. Damit kann das Buch von jedem Punkt aus gelesen werden.

Inhalt: Wo Chefs alles finden

Wenn Chefs wünschen, schnell eine Übersicht zu gewinnen, so lesen sie das Inhaltsverzeichnis »Wo Chefs alles finden«. Dort stehen 16 Strategiekonzepte und zehn Kommunikationstools zum Einstieg bereit.

Wählen Sie eine Stoßrichtung: Strategien des Managements

Springen Chefs auf Strategien an, so führen Stichworte wie strategische Exzellenz, Wertschöpfung, Business Mission, Wettbewerb, Wachstum, Produkteportfolio, Weltmarktführer, Differenzierung, Markenpolitik, Markenidentität, Markenführung, Controlling, Ökonomie, Rationalität, Emotionalität und Tasks des Managements in das Buch.

Wählen Sie ein Werkzeug: Tools der Rhetorik

Steigen Chefs bei den Kommunikationstools ein, so finden sie mächtig wirksame rhetorische Werkzeuge wie Wiederholung, Vergleiche, Metapher, Storytelling, Gegensätze, Zahlen, Fragen, Steigerungen, Sprachschöpfung und Wissen.

Quellen

Wenn Chefs etwas ganz Besonderes finden wollen, schlagen sie das Quellenverzeichnis für Literatur und Bildnachweise auf. Zudem finden sie im Register Begriffe oder Namen, nach denen sie suchen.

Und jetzt liegt es an Ihnen. Wie steigen Sie ein?

Wo Chefs alles finden

A. Einführung

Das Beste aus zwei Welten	11
So nutzen Chefs das Buch	12
Wo Chefs alles finden	14
Wie Chefs den Besten aller Zeiten begegnen	16
Vom Mundwerk zum Handwerk	18
Chefsprache: Handwerk mit Zukunft	19
Chefsprache zum Fluch oder Segen?	20
Chefsprache ist mehr als Chefsache	21

Seite

B. Strategien der Chefsprache

1: Die Strategie der Exzellenz	26
Die Sprache der strategischen Exzellenz	
2: Die Strategie der Wertschöpfung	30
Die Sprache der Wertschöpfung	
3: Die Business Mission	34
Die Sprache der Business Mission	
4: Die Wettbewerbsstrategie	40
Die Wettbewerbsstrategie	
5: Die Wachstumsstrategie	44
Die Wachstumsstrategie	
6: Das Produkteportfolio	48
Die Sprache des Produkteportfolios	
7: Die Strategie der Weltmarktführer	52
Die Sprache der Weltmarktführer	
8: Die Differenzierungsstrategie	56
Die Sprache der Differenzierung	
9: Die Strategie der Markenführung I-IV	60
Die Sprache der Markenführung I-IV	
10: Die Strategie der Balanced Scorecard	78
Die Sprache der Balanced Scorecard	
11: Die Strategie der Resultate	82
Die Sprache der Resultate	
12: Die Strategie des Controllings	86
Die Sprache des Controllings	
13: Die Strategie der Ökonomie	90
Die Sprache der Ökonomie	
14: Die Strategie der Rationalität	94
Die Sprache der Denkrinnen	
15: Die Strategie der Emotionalität	102
Die Sprache der Emotionalität	
16: Die Tasks des Managements	110
Die Sprache des Managements	

Seite

C. Tools der Chefsprache

1: Wiederholt wiederholen	123
So verankern Chefs ihre Kernbotschaften voll & ganz	
2: Vergleiche anstellen	141
So veranschaulichen Chefs klipp & klar	
3: Bilder wecken	153
Kino im Kopf für die Kunde des Chefs	
4: Geschichten erzählen	173
Endlich versteht jede(r) die Chefs	
5: Gegensätze aufreißen	193
So schaffen Chefs klare Verhältnisse	
6: Auf Zahlen einzahlen	219
So punkten Chefs nach Zahl & Ziffer	
7: Fragen und Führen	235
So gewinnen Chefs Erkenntnisse	
8: Steigerungen bis zur Bestform	245
So bewegen Chefs alle & alles	
9: Neue Sprachwelten schöpfen	267
Vorne ist, wo Sprache erfunden wird	
10: Wissen gewinnt	289
Wie überlegte Sprache zu überlegenen Chefs führt	

Seite

D. Anhang

Quellen	
Literatur	302
Bildnachweis	304
Register	
Begriffe	306
Namen	307
Autor	311

Seite

Wie Chefs den Besten aller Zeiten begegnen

Chefsprache fasst die besten Köpfe und Konzepte aller Zeiten zwischen zwei Buchdeckel. Wohlverstanden: die besten Köpfe in Management und Rhetorik. Und die besten Konzepte aus Strategie und Kommunikation. Das ist gut so. Denn nur die Besten der Besten bringen Chefs heute für morgen weiter.

Schaffen Sie unverwechselbare Marken wie ...

Aldi
Allianz
AOK
Audi
Avis
Bitburger
BMW
Bosch
Hornbach
Nivea
Persil

Erobern Sie die Welt so wie ...

Apple
Body Shop
CNN
Coca-Cola
Esso
Facebook
Henkel
IBM
IKEA
Mc Donald's
Microsoft
Nestlé
Novartis

Begegnen Sie hervorragenden Köpfen wie ...

Konrad Hermann Joseph Adenauer
Otto Eduard Leopold von Bismarck
Sir Winston Leonard Spencer Churchill
Dschingis Khan
König Friedrich II. von Preußen (Friedrich der Große)
Hans Dietrich Genscher
Napoléon Bonaparte (als Kaiser: Napoleon I.)
Helmut Heinrich Waldemar Schmidt
Franz Josef Strauß

Lassen Sie sich beraten von ...

Boston Consulting Group
Roland Berger
Robert S. Kaplan
McKinsey
David P. Norton

Machen Sie den Punkt mit Sportlern.

Gewinnen Sie mit ...

Franz Anton Beckenbauer
Boris Franz Becker
Roger Federer
Manchester United Football Club
Cristiano Messias Ronaldo dos Santos Aveiro

Besser geht's nicht.

Das zeigen Frauen wie ...

Brigitte Anne-Marie Bardot
Cynthia Ann »Cindy« Crawford
Freifrau Marie von Ebner-Eschenbach
Verona Feldbusch (Verona Pooth)
Madonna
Miriam Meckel
Margaret Hilda Thatcher, Baroness of Kesteven

Sind die besten Ökonomen die besten Rhetoriker?

Nachzuprüfen unter Namen wie ...

Harry Igor Ansoff
Ben Shalom Bernanke
Warren Edward Buffett
George S. Day
Peter Ferdinand Drucker
Milton Friedman
André (Bertholomew) Kostolany
Fredmund Malik
Michael Eugene Porter
Adam Smith

Treffen Sie Spitzenleute in Sprache und Strategie.

Anzutreffen unter ...

William »Bill« Henry Gates
Nicolas G. Hayek
Ingvar Feodor Kamprad
Daniel Lucius Vasella

Schlagen Sie in der Meisterklasse der alten Griechen und Römer auf.

Nachzuprüfen bei ...

Aristoteles
Marcus Iunius Brutus Caepio
Gaius Julius Caesar
Marcus Tullius Cicero
Marcus Antonius
Platon
Publius Cornelius Scipio Africanus
Lucius Annaeus Seneca
Sokrates

Edelfedern veredeln Chefsprache bis zur Vollendung.

Nachzulesen bei ...

Eugen Bertolt Friedrich Brecht
Clemens Wenzeslaus Brentano de La Roche
Heinrich Christian Wilhelm Busch
Antoine Marie Roger Vicomte de Saint-Exupéry
Friedrich Josef Dürrenmatt
Francis Scott Key Fitzgerald
Johann Wolfgang von Goethe
Johann Christoph Friedrich von Schiller
William Shakespeare

Die Sprache der Macht.

Machtvoll eingesetzt von US-Präsidenten wie ...

William Jefferson »Bill« Clinton
Barack Hussein Obama
Ronald Wilson Reagan
Franklin Delano Roosevelt
George Washington

Weise Wortwahl als Feinkost aus Fernost.

Zu entdecken bei ...

Deng Xiaoping
Konfuzius
Kyü Tsin
Shi Tsi Shang
Sun Tzu
Sün Tsi
Ta Tai Li

Wie Wortführer wirken.

Zu erkennen bei Vordenkern wie ...

Dante Alighieri
René Descartes
Albert Einstein
David Bosshart
Hans-Georg Häusel
Pablo Picasso
Richard Sennett

Greifen Sie schnell und zuverlässig auf die Strategien und Werkzeuge der Besten aller Zeiten zu.

Dazu dient Ihnen das Namensregister ab Seite 307.

Vom Mundwerk zum Handwerk

Gemeinhin wird Management und Rhetorik, das ist beiden gemeinsam, regelrecht Misstrauen entgegengebracht. Die Skepsis sei historisch, aber auch kulturell. Rhetorisches Geschick wird in die Ecke der Demagogie, Geschick der Manager in die Ecke der Arroganz gestellt. Damit können Manager und Rhetoriker ja noch leben, sofern sie das Gehalt als Schmerzensgeld abbuchen. Doch es kommt noch dicker: Viele Leute verstehen unter Management die Kunst, reich, berühmt oder mächtig zu werden. Und viele Leute verstehen Kommunikation als Erfüllungsgehilfe, Steigbügelhalter und Handlanger der Manager, deren Reichtum, Berühmtheit und Machtgelüste zu erfüllen. Mit Professionalität hat dieser Generalverdacht so wenig zu tun wie ein billiger Fernsehkrimi mit der Polizeiarbeit.

Im Dschungel von Modellen, Mainstream und Moden zu Management und Kommunikation gibt Ihnen das Buch eine Anleitung, um richtiges von falschem, brauchbares von unbrauchbarem, gutes von schlechtem Handwerk in Strategie und Rhetorik zu unterscheiden. Dabei teile ich die Meinung der Macher: Strategisches Management ebenso wie die Strategien der Rhetorik sind weitgehend lernbar. Beide sind sie ein Handwerk. Beide folgen denselben Regeln der Professionalität, wie sie in anderen Berufen bekannt und bewährt sind. Begabungen sind nützlich, aber nicht entscheidend.

Chefsprache: Handwerk mit Zukunft

»Wie Rede und Sprache den Mensch vom Tier unterscheidet: so gibt es eine Kunst der Sprache und Rede, die unter den Menschen selbst vielleicht einen größeren Unterschied macht als die Rede zwischen Tieren und Menschen. In der wenigen Zeit, die mir hier vergönnt ist, werde ich zeigen, dass diese Kunst der Rede und Sprache in Kindern und Jugendlichen auszubilden ein Hauptgeschäft der Schulen sein müsse.« Was Johann Gottfried Herder 1796 am Weimarer Gymnasium im Aufsatz »Rhetorik an die Schule!« forderte, ist richtig. Falsch hingegen läuft, was bis heute der Fall ist. Schulische Ausbildung in Sprache beschränkt sich oft auf Orthografie (neue deutsche Rechtschreibung mit allen Ausnahmen von fast keiner Regel mehr ...), Grammatik (der Dativ ist dem Genitiv sein Tod ...), Interpunktion (das Lied vom Komma am richtigen Platz ...), Präsentation (erst ab 24 Folien pro Sekunden handelt es sich um einen Film ...). Was fehlt, ist Chefsprache. Ich meine hier nicht großmauliges Mundwerk, sondern das A und O des Handwerks der Sprache, die strategisch verankert und rhetorisch geschliffen ist. Dann und nur dann wage ich von Kommunikation zu sprechen.

Wie bei jedem Handwerk gilt: Ohne Fleiß kein Preis. Chefsprache bedarf angestrebter Arbeit, eines unbändigen Eifers, verschiedener Übung, vielfacher Erfahrung, sehr hoher Klugheit und eines geistesgegenwärtigen Urteils. Gehalt und Gestalt, Strategie und Kommunikation, Management und Rhetorik, Konzept und Köpfe in Übereinstimmung zu bringen, das ist Knochenarbeit – so gekannt das Ergebnis als geschliffene Chefsprache auch wirkt.

Trimmen Sie strategisches Management und rhetorische Tools zu einer einzigartigen, persönlichen Chefsprache. Das gilt für Chefs aller Arten von gesellschaftlichen Institutionen, seien es Konzerne oder KMU (kleine oder mittlere Unternehmen), Institutionen oder Organisationen, staatliche oder private.

Chefsprache zum Fluch oder Segen?

Spätestens jetzt ist der Zeitpunkt gekommen, Chefs reinen Wein einzuschenken. Warum? Mit dem Handwerk der Zukunft lernen Chefs eine ganze Menge in hieb- und stichfester Rhetorik und in hieb- und stichfestem Management – nicht jedoch in Ethik. Deshalb muss ich aktuellen und angehenden Chefs ein Versprechen abringen.

Bitte lesen Sie das Buch nur unter der Voraussetzung weiter, dass Sie mit reinem Gewissen hohen ethischen Ansprüchen zu genügen vermögen. Sollten Sie an Ihrer Ethik auch nur im Geringsten zweifeln, vergessen Sie alles, was Sie bislang in diesem Buch gelesen haben. Denn angewandte Rhetorik ebenso wie angewandtes Management können Ihre Ethik gefährden.

Halten Sie Ihre Ethik hoch, so lesen Sie das Buch lustvoll weiter und wenden Sie das Gelesene erlesen an. Sind Sie ethisch sattelfest und standhaft, wünsche ich Ihnen bei der Handhabung der besten Managementmethoden und der Rhetoriktools viel Vergnügen.

Sie lesen weiter. Folgerichtig darf ich getrost annehmen, dass Sie hohen ethischen Ansprüchen genügen. Über Gebrauch und Missbrauch – über »uso ed abuso« – entscheidet letztlich jede einzelne Führungskraft. Denn jeder Chef weiß und/oder spürt: Der Kompass jeder gewählten Strategie ist auch ein Kompass der Ethik. So gesehen steht nichts mehr im Wege, Sie in die Chefsprache und damit ins Handwerk der Zukunft einzuführen. Hierfür werde ich die Strategien und Tools nicht einfach im Schaufenster eines Gemischtwarenladens ausstellen. Die Werkzeuge sollen gründlich auf der Werkbank des Managements und der Kommunikation entfaltet werden, besser noch: sich selbst ausfalten – praktisch und konkret, nützlich und anregend für Sie als Führungskraft persönlich.

Chefsprache ist mehr als Chefsache

Chefsprache ist Chefsache. Oder doch nicht? Zwar wird in den Fachbüchern zur Kommunikation und zum Management gebetsmühlenartig wiederholt: Unternehmenskommunikation ist Chefsache. Doch die Praxis sieht anders aus. Manager müssen managen, und die Unternehmenssprecher sollen die Entscheidungen der Öffentlichkeit schmackhaft machen.

Medienarbeit ist zumeist die Aufgabe einiger weniger (Stäbe) in Unternehmen; wer sich an ihnen vorbei »aus dem Fenster hängt«, kann sich schnell um Kopf und Kragen bringen. Insofern gilt Chefsprache unmöglich als Chefsache allein. Chefsache ist Chefsprache darin, dass Chefs die Rahmenbedingungen schaffen, um mit der Wahl der besten Köpfe und Konzepte die beste Chefsprache zu erwirken. Genau das tun Manager: Ressourcen (Strategien, Tools) in Resultate transformieren. Nur Chefsprache, die strategisch verankert und kommunikativ veredelt ist, verdient das Resultat aller Resultate: Vertrauen.