

Ich breche ein Tabu

16.04.2008, 13:58 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *rhetorikhaus*



Rhetor, Publizist und Autor Oliver Groß

Ein Gespräch mit Oliver Groß

Frage: Ein paar Worte zu Ihnen, Herr Groß, was machen Sie anders als andere Trainer?

Groß: Zunächst, bin ich kein Trainer, sondern Rhetor. Schauen Sie, jeder Mensch hat seine eigene Rhetorik, die er nur durch eine gründliche Auseinandersetzung mit sich selbst erlangen kann und ich bin die Hebamme, ganz nach einem von meinen Vorbildern, nämlich Sokrates. Ich mag es ehrlich und einfach, d.h. bei mir wird gearbeitet und sich auseinandergesetzt ohne Psycho- und Showeffekte und Heilsversprechen, sondern durch Aufklärung und genauem Hinterfragen. Rhetorik ist einfach, schon Aristoteles beschränkte sich auf drei Faktoren: Charakter – Absicht – Inhalt. Das ist der Unterschied. Sehen Sie, ich habe selbst 300 Mitarbeiter geführt und weiß, was man da alles an Weiterbildungsversprechen angeboten bekommt, aus dieser Erfahrung her habe ich vieles anders gemacht.

Frage: Gerade im Businessbereich und insbesondere im Bereich der Rhetorik sind Seminare hochpreisig und oft nur Führungskräften zugänglich. Wieso öffnen Sie dieses Thema für eine breitere Zielgruppe also auch Nicht-Führungskräfte?

Groß: In vielen Gesprächen mit Unternehmern und Mitarbeitern wurde mir immer wieder versichert, dass an Weiterbildung – gerade im Standardbereich - ein großes Interesse besteht. Die Unternehmen beklagten aber gleichzeitig, dass neben zu hohen Seminargebühren der Arbeitsausfall der Mitarbeiter zusätzlich den Preis in die Höhe treibt, was eher davon abhält Weiterbildung stärker zu forcieren. Auf der anderen Seite möchten auch Mitarbeiter mehr Weiterbildung, doch viele können das aus eigener Tasche nicht bezahlen. Sie sind sogar bereit ihren Teil zur Weiterbildung beizutragen, z.B. durch Seminarbesuche an freien Tagen! Das habe ich 2007 getestet und war überrascht, welches Engagement Mitarbeiter entwickeln können.

Es ist wirklich merkwürdig, aber der Spruch: „Was nichts kostet, taugt auch nichts“, greift gerade bei der Weiterbildung.

Manche bezeichnen sich als Startrainer oder als die besten, die teuersten in Europa, manche schrecken noch nicht mal vor dem Papsttitel zurück. Welch eine Demut vor den Teilnehmern, im Vergleich dazu; Sokrates bezeichnete sich als Hebamme.

Dazu fällt mir eine Weisheit ein: Die Fassung eines Edelsteins erhöht den Preis, aber nicht dessen Wert. Aus diesem Grund sehe ich es als meine Pflicht an, so zu kalkulieren, dass die Standardbildung - zu der Rhetorik und Kommunikation zählen – ermöglicht werden kann. Damit das gewährleistet ist, habe ich die Preise so kalkuliert, dass ein offenes Seminar das mtl. Netto/Netto meines Teilnehmers, also das, was zum Leben übrig bleibt, nicht übersteigen darf. So einfach war die Rechnung. Mir war es immer wichtig für jeden da zu sein, das belegen auch meine Referenzen.

Frage: Schon zu Zeiten der Römer war der Besuch der Rhetorikschule kostspielig und nur der Oberschicht zugänglich. Warum ein 2000 Jahre altes Tabu brechen? Reicht es nicht aus, wenn die Führungselite rhetorisch bewandert ist?

Groß: Was ein Unsinn, gerade in der Bildung müssten wir viel mehr Tabus brechen. Ein Beispiel dazu: In der Mitte der 60er Jahre wies Georg Picht auf den Bildungsnotstand hin, den er vor allem auf ungenügende Schulausstattung, fehlendes Lehrpersonal und schlechte Lehrerausbildung zurückführte. Er kritisierte die schichtorientierte Schule und machte darauf aufmerksam, wie viel Potential dadurch auf der Strecke bleibt. Hätten wir damals das Tabu der Schulpolitik gebrochen, müssten wir jetzt nicht die PISA-Studie beklagen und bräuchten jetzt keine Diskussionen über Bildungsgerechtigkeit.

Aber zurück zu Ihrer These. Die Hauptursache, dass wir noch so denken liegt darin, dass wir unser Bild von Rhetorik noch nicht korrigiert haben. Rhetorik und Kommunikation sind fundamentale Weiterbildungen, die ich gerne auch als Standard bezeichne, auf die in unserer heutigen Zeit keiner mehr verzichten kann. Egal, welche Funktion Sie im Unternehmen haben, Sie benötigen Rhetorik und Kommunikation jeden Tag in den unterschiedlichsten Situationen und dazu müssen alle Ressourcen genutzt werden – die der Führungskräfte und der Mitarbeiter.

Frage: Dann haben wir ein falsches Bild von Rhetorik?

Groß: Die einen reduzieren Rhetorik regelrecht auf schön aussehen und geschliffen reden und die anderen sind der Meinung, man müsse dazu geboren sein. Beide haben eines gemeinsam, sie denken bei Rhetorik einzig und allein an das Reden. Kleist sagte: „Reden ist lautes Denken, somit ist die Rhetorik die Schule des Denkens“. Was ist also Rhetorik? Mehr als nur reden, sie ist eine Geisteshaltung, mit der ich mein Leben, in Beruf und privat erfolgreicher gestalten kann.

Aristoteles schreibt „Die bedeutendste Überzeugungskraft ist der Charakter, damit ist die Rhetorik die Beschäftigung mit Ethik“, und er verweist auf drei Faktoren, nämlich Charakter – Absicht – Inhalt. Der Charakter, also Ihre Werte und Ihre Authentizität prägen Ihre Glaubwürdigkeit. Ihre Einstellung und Denkhaltung prägen Ihre Absicht und Ihr Wissen um die Auswirkungen Ihres Handelns gestaltet Ihren Inhalt.

Rhetorik ist ganz praktische und alltagsorientierte Philosophie, in der Werte, Vernunft, Herz und Verstand als eine Einheit gesehen werden. Das untermauert Cicero, in dem er meinte: „Die Trennung von Weisheit und Beredsamkeit ist das Zerwürfnis zwischen Zunge und Verstand“ und Kant forderte: „Sapere aude! Habe Mut, dich deines eigenen Verstandes zu bedienen“. Den Schluss bildet Karl Raimund Popper: „Jeder Mensch ist ein Philosoph“.

Frage: Das klingt einfach, warum tun sich manche so schwer damit?

Groß: Sie tun sich deshalb so schwer, weil sie an besondere Techniken oder Methoden glauben wollen, die es dafür geben müsste. Der Markt bedient diese Illusion mit teilweise waghalsigen Versprechen. Wo aber sind die Feuer- und Scherbenläufer geblieben? Was hat der Hochseilgarten nachhaltig gebracht? Wo sind die Karrieren, die man in nur 10 Schritten erlangen kann? Wo sind die Spitzenverkäufer, die „Aftersale“-Meister? Die Events und Showeffekte werden in der Weiterbildung meist höher bewertet als Sinn und Qualität eines Seminars. Rhetorik ist eine Auseinandersetzung mit sich selbst und das ist das Erfolgsgeheimnis meiner Seminare. Die Teilnehmer müssen keine Methoden lernen und abspulen, sondern ich begleite sie in ihrer Auseinandersetzung, deren Ausgangspunkt die eigene Wertedefinition als Fundament meines Tuns bilden. Modern würde man sagen, ich bin ein Sparringspartner.

Frage: Ach die Werte! Ist das nicht alles eine "Wünsch dir was Vorstellung" - ein bisschen Trendsetting von Ihnen?

Groß: Entschuldigen Sie, dass ich an der Stelle lachen muss. Als ich vor 12 Jahren anfang mit Werteorientierung zu arbeiten, belächelte man mich als einen Exoten. Ich bediene keinen Trend, sondern ich habe ihn mitgestaltet und ihn in Bewegung gesetzt und heute verfüge ich über viele Jahre praktischer Erfahrung.

Rhetorik ist nichts weiter als das Ergebnis Ihrer Geisteshaltung, Einstellung, Lebensphilosophie und Wertevorstellung. Mir ist bewusst, dass dies nicht jedem gefällt, kratzt es doch am Mythos - aber Rhetorik ist einfacher, als wir denken.

Frage: Ja, das rückt die Bedeutung der Rhetorik für jeden einzelnen in ein neues Licht. Aber wie wollen Sie in größerem Stil bezahlbare Rhetorikseminare anbieten? Das ist ja ein Kapazitätsproblem!

Groß: Wir haben eine Menge sehr guter Trainer, die sich nicht auf das Guru-Spiel einlassen wollen, sondern sehr gute und teilnehmerorientierte Arbeit leisten. Ich werde diese Trainer unter einem Dach vereinen, um für Unternehmen, Führungskräfte und Mitarbeiter der Dienstleister in Sachen Seminare zu sein. Kernpunkte werden Qualität, Erfahrung, Nachhaltigkeit und eine für alle Teilnehmer große Wertschöpfung sein.

Frage: Glauben Sie, es wird gute Trainer geben, die sich auf Ihre Preispolitik einlassen und da mitmachen?

Groß: Ja, davon bin ich überzeugt. Erstens werden wir selbst Rhetoren ausbilden und suchen ganz gezielt Frauen und Männer über 40 Jahre mit Berufserfahrung, die aus ihrer Berufswelt – warum auch immer – aussteigen möchten. Zweitens wird es auch eine Chance für Trainer geben, die Know-how und Erfahrung und eine ähnliche Berufsauffassung haben wie ich.

Frage: Was macht Sie so sicher?

Groß: Was in anderen Ländern längst üblich ist, fällt hier dem Vorurteil – nur, was etwas kostet, taugt auch etwas – zum Opfer. In den USA z.B. finden Sie Rhetorikseminare zu Preisen ab 500 \$. (ca. 400,00 €). In anderen europäischen Ländern gibt es ähnliche Beispiele. Es ist Zeit zu überdenken, wie wir in Deutschland Bildung, Qualität und einen fairen Preis miteinander vereinbaren können, um aus dem Jammern um unsere Bildungsmisere herauszukommen. „Weiterbildung ist ein Gut, was unserem Standort Deutschland und Europa die Zukunft sichert und dazu hat jeder seinen Beitrag zu leisten“.

Vielen Dank für das Gespräch.

Über den Autoren

Oliver Groß gehört zu den eindrucksvollsten Rhetoren unserer Zeit. Mit seiner richtungsweisenden Philosophie "Ich verbinde, was andere trennen" eröffnet sein Ansatz aus Rhetorik und Werteorientierung völlig neue Wege einer authentischen Kommunikation.

Empfehlung aus der Redaktion: Einfach gesagt – Wenn jeder plötzlich zuhört und versteht— Wie Sie mit Rhetorik Menschen für sich gewinnen und überzeugen. Erscheint im Business Village Verlag

Portrait

rhetorikhaus ist ein Weiterbildungsunternehmen das seit 1992 besteht und hat sich auf Rhetorik - als die Schule des

Denkens sowie auf Werteorientierung und Wertevermittlung spezialisiert.

News-ID: 204221 • Views: 158 (Stand: 06.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/204221/Ich-breche-ein-Tabu.html>