

Kommunikation in der Krise

24.10.2008, 12:23 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Michael Hasenkamp Kommunikation*

Das richtige Wort platzieren und dem Sturm der Zeit trotzen

„Die Bankenkrise verwüstet auch das Sprachempfinden unserer Zeit“, sagt der Kommunikationstrainer Michael Hasenkamp.

Die Vollkasko-Gesellschaft Deutschland ist in ihrem Mark getroffen: Subtile Angst vor dem Untergang des Spargeldes bewirkt den emotionalen Supergau der Konsumenten.

Erstmals seit Jahrzehnten leidet die kollektive Lebensfreude unter der Vorstellbarkeit des totalen Vertrauensverlustes in unsinkbare Institutionen.

Banken, so ungeliebt sie auch gewesen sein mögen, symbolisierten die Stärke und die Stabilität unserer Gesellschaft.

Diese Krisis hat ihre eigene Psyche; ihre eigenen Gesetze des Denkens, Handelns und Verstehens. Kein anderes Ereignis der Nachkriegszeit hat mehr Einfluss auf die Seele der Gesellschaft genommen.

Wer jetzt erfolgreich kommunizieren will, der muss dieser absoluten Veränderung Rechnung tragen.

Die Kommunikationsstrategien brauchen ein neues Gesicht: Ruhiger, übersichtlicher, langsamer, besonnener und verlässlicher. Michael Hasenkamp vermittelt diese Erkenntnis in seinen Seminaren und Vorträgen. Er zeigt Wege auf, diesen Trend mit Hilfe neuer Kommunikationsstrategien in den Unternehmen umzusetzen.

Weg mit laut, rot und groß. Die Schriftgrößen der Headlines sollten kleiner und bescheidener ausfallen. Weniger dicke Balken und weniger Farbe.

Verkäuferinnen und Verkäufer sollten bei Face-to-Face-Gesprächen gedeckte Farben tragen, keine Nadelstreifen und vorsichtiger anknöpfen...

„Darf ich fragen“..., statt „ich habe da einen echten Preisknaller“...

„Wir gehen zur Beerdigung von Vorstellungen und Erwartungen; nicht zum Sekt- Empfang der Bonusjäger. Aber auch Beerdigungen sind gute Geschäfte. Es gelten nur andere Regeln“, bringt es Michael Hasenkamp auf den Punkt.

Ring Fencing ist eine passende Strategie: Das Erreichte schützen und im übertragenen Sinne einzäunen. Den bestehenden Kundenstamm intensiver binden und entwickeln. Verdeckte Potentiale und Bedarfe behutsam erschließen. In der Not rücken Menschen zusammen.

Alle sprachlichen Strategien sollten auf Schlüsselbegriffe wie Vertrauen und Sicherheit aufbauen. Die Kunst der Psycholinguistik ist gefragt, um die betroffenen Wortstämme überzeugend zu verpacken. Verkäuferinnen und Verkäufer sollten insgesamt langsamer sprechen. Belagern statt erobern. Sicherheit im Zeichen der Burg, statt wahnsinnig günstiger Offerten. Laut locken ist unglaublich geworden. Dezent und präzise informieren; ohne Haken und Ösen.

Komplettpreise statt Lockangebot mit Nebenkosten.

Sichern und Schützen. Erhalten und Entwickeln.

Jede Zeit hat ihre Sprache. Der Zeitgeist war immer Indikator für professionelle Schlüsselbegriffe. Doch jetzt sind die inneren Bestände des Menschen, beim Gewährwerden einer Botschaft in explosiver Alarmbereitschaft.

Ring Fencing ist eine probate Kommunikations- und Unternehmensstrategie in einer Zeit, die Ihre Entwicklung aus der Defensive schöpfen muss. Auf der Grundlage einer eingehenden Analyse der vorhandenen strategischen Botschaften lässt sich die unternehmensspezifische Ring Fencing-Strategie entwickeln und durch Trainings aktiv umsetzen.

Witten, 24.10.2008

Portrait

Michael Hasenkamp Kommunikation bietet Ihnen Seminare und Coachings in den Bereichen Kommunikation, Telefonie, Call Center, Mitarbeiter-Recruitment, Führungskräfte-Entwicklung, Gesprächsführung und Medientraining.

Michael Hasenkamp, Jg. 62, verheiratet, gründete 1982 ein Großhandelsunternehmen für Bürobedarfsprodukte und entwickelte eine Vertriebsstrategie, die das Telefon als ausschließliches Verkaufsinstrument einsetzte. Dieses Unternehmen führte er 15 Jahre und erreichte mit 20 Telefonverkäufern/-innen einen Jahresumsatz von mehr als 20 Millionen DM.

1996 wurde er als "Jungunternehmer des Jahres" in NRW ausgezeichnet. In der Zeit von 1992 bis 1996 war er Mitglied im Auswahlausschuß der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der privaten Universität Witten/Herdecke.

Seit 1998 arbeitet Michael Hasenkamp als freier Kommunikationstrainer.

2001 veröffentlichte Michael Hasenkamp das Fachbuch
"Die Kunst professionell zu telefonieren" im Junfermann Verlag.

News-ID: 253745 • Views: 1213 (Stand: 25.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/253745/Kommunikation-in-der-Krise.html>