

# 10. Überzeugen

## 10.2 Überzeugen – wie geht das?

„Ein Mann, der überzeugt wird gegen seinen Willen, bleibt seiner Meinung treu im Stillen.“

Andrew Carnegie, (1835-1919), schottisch-amerikanischer Stahlmagnat

### Manipulation oder Beeinflussung?

Frage ich Seminarteilnehmer, ob es in Ordnung ist, andere Menschen mit Kommunikation zu beeinflussen, dann bekomme ich von den meisten die Antwort: „Nein, das ist Manipulation!“

Wenn ich daraufhin die zweite Frage stelle: „Können Sie überhaupt kommunizieren, ohne zu beeinflussen?“, ist die Verwirrung komplett. „Nein. Ich beeinflusse natürlich immer mein Gegenüber, mit der Art und Weise, wie ich kommuniziere!“

Also was nun? Ist Beeinflussung in Ordnung, oder nicht?

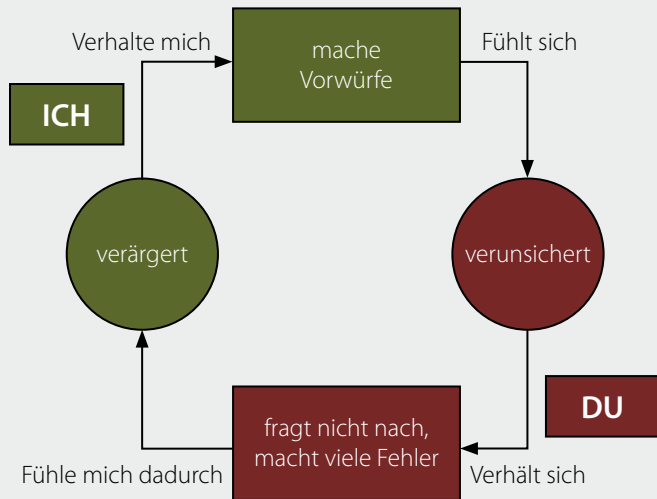
Lassen Sie uns von vorne beginnen. Was ist Kommunikation überhaupt?

### Kommunikation

Die einfachste Definition für Kommunikation: Reiz + Reaktion = Kommunikation. Wenn Sie zu Ihrem Nachbarn: „Hallo!“ sagen, dann ist das der Reiz. Wenn Ihr Nachbar auch mit: „Hallo!“ antwortet, ist das die Reaktion. Gleichzeitig ist die Antwort Ihres Nachbarn auch ein Reiz, denn sie wirkt genauso auf Sie zurück. Kommunikation findet also in Kreisläufen – Systemen – statt.

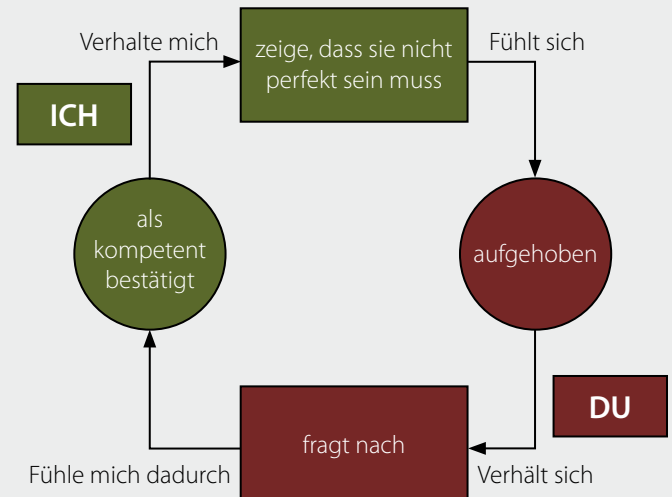
Mal angenommen, Sie haben eine neue Kollegin bekommen. Eine Auszubildende. Irgendwie läuft es nicht so richtig zwischen ihnen beiden. Ihre Kollegin macht viele Fehler und Sie wundern sich, warum sie nicht bei Ihnen vorher nachfragt. Sie sind verärgert und kommunizieren vorwurfsvoll.

Der Interaktionskreislauf sieht so aus:



Sie sind verärgert. Sie kommunizieren vorwurfsvoll. Ihre Kollegin fühlt sich verängstigt und verunsichert. Fragt nicht nach, weil sie Angst hat, dass Sie ihr Vorwürfe machen. Und Sie wiederum sind verärgert ... ein Teufelskreis!

Verändert könnte er so aussehen:



Sie zeigen ihr, dass sie sich bei Ihnen aufgehoben fühlen darf. Ihre Kollegin hat das Gefühl, dass sie auch mal einen Fehler machen darf. Sie kommt auf Sie zu, wenn sie ein Problem hat, und fragt nach. Sie fühlen sich wertgeschätzt, weil sie Ihnen vertraut. Sie erzählen von Ihrer Ausbildung und dass Sie damals auch Fehler gemacht haben. Sie vertraut Ihnen und öffnet sich ... ein Positivkreislauf!

Halten wir noch einmal fest:

Kommunikation bedeutet: Reiz + Reaktion = Kommunikation.

Kommunikation findet in Kreisläufen statt: Reiz = Reaktion; Reaktion = Reiz.

Und nehmen wir jetzt noch die Aussage von Watzlawick, dass wir „nicht nicht kommunizieren können“ ernst, dann heißt das, dass wir uns sowieso immer gegenseitig beeinflussen.

## Sobald Kommunikation stattfindet, findet Beeinflussung statt!

Wir wirken aufeinander ein, wenn wir kommunizieren. Und das hat seinen Einfluss auf den weiteren Verlauf. Beeinflussung ist also in Ordnung, nur die Art und Weise ist entscheidend.

Geht eine Manipulation dann auch in Ordnung?

### Manipulation

Wertneutral betrachtet bedeutet Manipulation: Handgriff (von lat. Manus = Hand). Massagen sind auch Manipulationen. In der Technik oder in der manuellen Medizin ist dieser Begriff nicht negativ belegt, im Zwischenmenschlichen schon. „Wenn man manipuliert wurde, dann hat man etwas gegen seinen Willen getan“, so das allgemeine Verständnis. Man wurde getäuscht und im schlechtesten Falle ausgenutzt.

Die Täuschung findet auf einer verdeckten Ebene statt.

Ein Beispiel:

Wenn ein Verkäufer zu einem Kunden in einem leicht herablassenden Ton sagt: „Können Sie sich das überhaupt leisten?“, dann kommuniziert er oberflächlich eine Frage, die berechtigt ist und unterschwellig eine Abwertung – „Du armer Schlucker!“ Und wenn der Verkäufer jetzt auf einen Kunden stößt, dem der Status sehr wichtig ist, dann wird dieser aus Trotz den teuren Wagen kaufen, nur um zu zeigen, dass er wohlhabend ist.

## Kommunikation kann auf einer offenen und verdeckten Ebene gleichzeitig stattfinden!

Ein typisches Beispiel für doppeldeutige Kommunikation ist Zynismus. Wenn Sie von Ihrem Kollegen unsachgemäß angefahren werden und Sie darauf antworten: „Ja, ich hab dich auch lieb!“, dann heißt das zum Einen: „Ich habe dich lieb!“ und zum Anderen: „Du kannst mich mal gern haben!“ Durch die Betonung ist die verdeckte Botschaft die stärkere und kommt bei Ihrem Gesprächspartner an. Es sei denn, Ihr Kollege missversteht Sie und freut sich über Ihre Liebesfloskel und will Sie zum Essen einladen.

Die Kommunikation läuft oft auf zwei unterschiedlichen Ebenen ab. Die Innenwelt wird nicht exakt nach außen kommuniziert. Man denkt sich innerlich vielleicht: „Nein, das will ich nicht!“ und kommuniziert nach außen: „Das mache ich doch gern für dich.“ Der Gesprächspartner merkt am

Tonfall und an der Körpersprache, dass Sie es nicht hundertprozentig so meinen, wie sie es sagen und fragt nach: „Ja, willst du das wirklich?“

Ein anderes Beispiel: Die fünfjährige Anne weigert sich beim sonntäglichen Spaziergang, weiter zu laufen. Trotz mehrmaliger Aufforderung will sie noch auf dem Spielplatz bleiben. Mama ruft ihrer Tochter zu: „Ist schon gut, du kannst ja bleiben – wir laufen weiter!“. Heißt unterschwellig: „Wenn du nicht weiter mitläufst, wirst du alleine sein und Angst haben!“ Klar, dass Anne dann losschreit und hinterher rennt. Es sei denn, sie kennt denn Trick bereits und weiß ganz genau, dass Mama und Papa sie niemals alleine lassen würden – dann wird's schwierig.

Fragen Sie sich einmal: Versuche ich manchmal, meinen Gesprächspartner auf einer verdeckten Ebene zu etwas zu bringen? Und wenn Sie ehrlich zu sich selbst sind, dann werden Sie diese Frage bejahen. Das muss aber noch nicht bedeuten, dass Sie manipulieren.

Die Verwirrung entsteht bei den meisten dadurch, dass es konstruktiv sein kann, jemanden auf einer verdeckten Ebene zu beeinflussen und dass das als Manipulation betrachtet wird. Noch verwirrender wird es, wenn man Manipulation als etwas Positives sieht. Ich empfehle Ihnen Folgendes zur Klärung:

**Manipulation = negativ!**  
**Beeinflussung = positiv!**

Richten Sie sich zwei Schubladen ein, trennen Sie die Begriffe Manipulation und Beeinflussung deutlich voneinander.

### **Beeinflussung**

Bei einer positiven Beeinflussung versucht man den Verlauf der Kommunikation in eine Richtung zu bringen – „fließen“ zu lassen – von der man überzeugt ist, dass alle Beteiligten einen Nutzen davon haben werden.

Die Bedürfnisse und der Wille des Anderen werden beachtet. Der Fokus der Beeinflussung liegt mehr auf der eigenen Person. Man möchte zwar sein Gegenüber in eine bestimmte Richtung bewegen, der Andere soll aber reagieren dürfen, wie er will.

Beispiel: Ein Kunde rastet am Telefon aus. Der Kundenbetreuer weiß ganz genau, dass der Kunde sich noch mehr aufregen wird, wenn er versucht, ihn zu beruhigen. Also setzt er bewusst Schweigen ein und hört aktiv zu. Der Kunde fühlt sich angenommen und beruhigt sich.

Ein weiteres Beispiel: Eine Mutter will ihren Kindern Süßigkeiten nicht komplett verbieten, den Konsum aber etwas verringern. Sie richtet zwei Regale in der Küche ein: Das erste ist leicht zu erreichen und das zweite schwer. Auf das erste Regal legt sie eine Schüssel mit Obst und auf das zweite eine Schüssel mit Schokolade und Gummibärchen. Wollen die Kinder etwas Süßes haben, so müssen sie sich bemühen und einen Stuhl holen. Das Obst dagegen ist ganz leicht zu erreichen. Die Mutter gibt den Kindern dadurch einen Impuls, sich eher das Obst zu greifen. Übrigens: Es gibt Schulen, in denen dieses Prinzip zur Gesundheitsförderung bewusst eingesetzt wird.

## Manipulation

- auf verdeckter Ebene
- nur Eigennutzen im Sinn (Gewinn/Verlust)
- Der Andere soll gegen seinen Willen reagieren
- Fokus auf dem Anderen („Wie kann ich den Anderen steuern?“)

## Beeinflussung

- Offensichtlich (kann auch auf verdeckter Ebene stattfinden)
- Nutzen aller im Blick (Gewinn/Gewinn)
- Impuls in eine Richtung, der Andere soll frei wählen dürfen
- Fokus mehr auf eigener Person („Wie kann ich meine Kommunikation beeinflussen?“)

Wer sein eigenes Kommunikationsverhalten beeinflussen und ändern kann, kann auch auf seinen Gesprächspartner einwirken – weil Kommunikation in Kreisläufen stattfindet. Besonders beim Überzeugen anderer ist die innere Erlaubnis wirken zu dürfen wichtig: Man will, dass der Andere einem glaubt und sich gedanklich und emotional in eine Richtung bewegt. Aber nicht, indem man ihn zerrt, oder hinterrücks schiebt.

In diesem Buch befinden sich 100 Möglichkeiten, sich selbst und andere zu beeinflussen. Wie Sie dieses Wissen einsetzen, bleibt Ihnen überlassen – Sie bestimmen letztendlich selbst darüber.

Ich empfehle Ihnen: Nutzen Sie das Kommunikationswissen aus diesem Buch zur Beeinflussung und nicht zur Manipulation. Gut funktionierende Beziehungen sind etwas sehr Erfüllendes, sie basieren auf klaren Verträgen und einer

offenen Kommunikation. Manipulative und ausbeuterische Beziehungen dagegen enden meistens damit, dass keiner etwas davon hat.

Die innere Erlaubnis: „Ja, ich darf Einfluss auf mein Denken, Fühlen und Handeln nehmen!“, macht selbstbestimmter. Und die innere Erlaubnis: „Ja, ich darf auf andere wirken und etwas bewegen in dieser Welt!“, setzt Freude am Kommunizieren frei!

# 10. Überzeugen

## 10.3 „Zur Kuchenparty einladen“ – so überzeugen Sie

Egal, ob beim Präsentieren, Verhandeln oder bei der Urlaubsplanung mit der Familie: Überzeugen zu können, ist wichtig. Aber wie macht man das, ohne gleich ins Überreden zu „rutschen“?

Stellen Sie sich vor, Sie sitzen mit Ihrer besten Freundin oder Ihrem besten Freund, in einem Restaurant. Sie haben gut gegessen und überlegen gemeinsam bei einem Gläschen Wein, ob Sie sich noch zu einem Dessert entscheiden sollen. In diesem Moment fällt Ihnen ein, dass Sie ein neues Rezept für einen Kuchen ausprobiert haben und dass Sie davon begeistert sind. Jetzt wollen Sie Ihren Tischpartner davon überzeugen, am kommenden Sonntag zum Kaffee vorbei zu kommen und diesen Kuchen zu probieren. Es gibt nur ein Problem: Ihr Gegenüber mag Süßes nicht so recht! Wie vorgehen?

### Sorgen Sie für Aufmerksamkeit

Um überzeugen zu können, brauchen Sie den Kontakt zum Gegenüber. Wenn Ihr Gesprächspartner gleichzeitig mit Bekannten am Nebentisch redet, können Sie so lange wie Sie wollen argumentieren – das bringt nichts.

Vergewissern Sie sich, dass Sie die nötige Aufmerksamkeit haben.

Besteht Blickkontakt?

Kann man Sie gut hören?

Interessiert sich Ihr Gegenüber für Ihr Thema?

In Besprechungen oder Vorträgen muss der Redner für einen guten Kontakt zum Publikum sorgen. Das schafft er z. B. durch einen interessanten Einstieg, oder dadurch, dass er abwartet und nichts sagt – Stille erzeugt.

Sie könnten z. B. so beginnen: „Du, ich muss dir unbedingt etwas erzählen. Ich glaube, ich habe ein geniales Rezept gefunden!“ Noch wirkungsvoller als Frage: „Hast du schon einmal einen Kuchen selber gebacken und warst danach total begeistert?“ Ihr Gesprächspartner muss nun darüber nachdenken, Sie haben die Aufmerksamkeit und können in Ihre Story einleiten.

### Glauben Sie an das, was Sie sagen

Folgende Geschichte hat sich tatsächlich so abgespielt. Myron L. Fox hielt vor versammelten Experten einen Vortrag mit dem Titel: „Die Anwendung der mathematischen Spieltheorie in der Ausbildung von Ärzten“. Das Publikum hing an seinen Lippen und stellte im Anschluss fleißig Fragen. Der Vortrag bekam Bestnoten.

Dass Myron L. Fox ein engagierter Schauspieler war und überhaupt keine Ahnung von der Materie hatte, war keinem aufgefallen. Er war so überzeugend in seinem Auftreten, dass gar nicht auffiel, was für einen Unsinn er von sich gab! Dieses Phänomen wird als „Dr. Fox-Effekt“, beschrieben.

## Das „Wie“ ist wichtiger als das „Was“!

Wenn Sie jemanden überzeugen wollen, achten Sie darauf, wie Sie das machen:

Bewegen Sie sich sicher?



Hört sich Ihre Stimme kraftvoll an?



Haben Sie Blickkontakt zum Gegenüber?



Die Körpersprache spielt eine wichtige Rolle – drücken Sie Ihre Überzeugung auch körperlich aus.

## Fassen Sie sich kurz – lassen Sie Pausen zu

Laut Wahrnehmungspsychologie können lediglich fünf bis sieben Elemente vom Gehirn gleichzeitig erfasst werden. Deswegen sind PowerPoint-Folien mit zu vielen Unterpunkten und Details so schwer zu verstehen. Lange, komplexe und zu viele Sätze überzeugen wenig. Fassen Sie sich kurz. Ein Beispiel: Was wirkt klarer und kraftvoller: Version eins oder zwei?

1: „Nach Besichtigung des Schlachtfeldes war ihm die Erringung des Sieges möglich.“

2: „Er kam. Er sah. Er siegte.“<sup>14</sup>

Machen Sie bewusst einen Punkt. Achten Sie auf Atempausen. Lassen Sie Raum zur Wahrnehmung. Überzeugen funktioniert nicht durch Überreden, sondern durch Wahrnehmen. Erst wenn Ihr Tischpartner den Kuchen förmlich sehen, riechen und schmecken kann, wird er auch Lust auf ein Stückchen bekommen.



## Entscheiden Sie sich

### Selbst-Zweifel erzeugt Zweifel beim Gegenüber!

Ein Wertekonflikt kann die Überzeugungskraft verringern. Verkäufer, die nicht 100 % hinter ihrem Produkt stehen, haben manchmal dieses Problem. Stellen Sie sich vor, Sie müssten ein Medikament verkaufen, welches Nebenwirkungen hat, von denen nur Sie wüssten. Einerseits finden Sie das Medikament gut, weil es Leben retten kann, andererseits verursacht es Leberschäden. Wie überzeugend wären Sie, wenn Sie dieses Produkt verkaufen müssten?

Wenn es einen inneren Konflikt geben sollte, dann klären Sie diesen. Entscheiden Sie sich zu einer klaren Linie. Wenn Sie die Nebenwirkungen nicht für sich behalten können, dann stehen Sie lieber dazu. Überwinden Sie Ihre Zweifel und glauben Sie an das, was Sie sagen. Und wenn Ihr Kuchen sowieso keine Nebenwirkungen hat, dann drücken Sie das kraftvoll aus: Der Kuchen schmeckt einfach klasse!

## Bieten Sie an

Sie haben es geschafft, Ihren Tischpartner dazu zu bringen den Kuchen zu essen, obwohl er gar nicht wirklich wollte –



Sie haben ihn überredet.

Beim Überzeugen bieten Sie den Kuchen an. Sie stellen ihn auf den Tisch und der Gesprächspartner kann selber entscheiden, ob er ihn nimmt oder nicht.

Beim Überreden schieben Sie dem Anderen den Kuchen direkt in den Mund, egal ob er das will oder nicht. Beim Manipulieren sind Sie etwas gewiefter, Sie schieben den Kuchen heimlich in den Mund.

Vielleicht isst er ja den Kuchen und vielleicht schmeckt er ihm ja sogar, in den meisten Fällen ist es aber nicht so. Der Überredete wird sich das nächste Mal gut überlegen, ob er mit Ihnen wieder zum Essen geht.

## Überzeugen aktiviert den Willen – Überreden missachtet den Willen!

Beschreiben Sie genau, von was Sie überzeugen wollen. Betteln Sie nicht, fordern Sie nicht, bieten Sie an! Stellen Sie den Kuchen auf den Tisch – vielleicht mit einem schicken Schleifchen drum herum – und lassen Sie den Anderen selber entscheiden.



## Versetzen Sie sich in Ihr Gegenüber

Sie versuchen den Tischpartner davon zu überzeugen, wie gut der Kuchen schmeckt, aber keines Ihrer Argumente zieht so richtig. Bis Sie nachfragen und herausfinden, dass

## Überzeugend sein = Argumentieren aus Sicht des Gegenübers!

Ihr Gegenüber momentan eine Diät macht. Haben Sie schon einmal versucht abzunehmen und jemand bietet Ihnen eine Schwarzwälder Kirschtorte an? Tolles Gefühl!

Setzen Sie die Brille des Gegenübers auf, anstatt ihn davon überzeugen zu wollen, dass er mit Ihrer besser sieht. Sehen Sie die Dinge aus der Sicht Ihres Zuhörers. Fragen Sie nach und fühlen Sie sich in Ihren Gesprächspartner ein – seien Sie Ihr Gesprächspartner!

Dann können Sie ihm klar machen, dass der Kuchen auf Diätbasis gemacht ist und so gut wie keine Kalorien hat.



Was will Ihr Gegenüber und was nicht?  
Welche Einwände hat er?  
Worin sieht er die Probleme?  
Was könnten die Lösungen sein?

## Verdeutlichen Sie den Nutzen

Was hat Ihr Gesprächspartner davon, wenn er nächsten Sonntag bei Ihnen zur Kuchenparty vorbei kommt?

Wenn Sie wissen, dass Ihr Gesprächspartner auf Entspannung steht, dann argumentieren Sie damit: „Schau, wenn du am Sonntag bei mir vorbei kommst, dann leg ich dir eine schöne Musik auf, du machst es dir auf meinem Sofa gemütlich und kannst den Kuchen mal bei einer Tasse Kaffee genießen – wie wäre das?“

Der Nutzen kann für Ihren Gesprächspartner ein ganz anderer sein, als für Sie. Versetzen Sie sich in Ihr Gegenüber und finden Sie den wahren Vorteil heraus.

Spaß haben?  
Geld sparen?  
Gesünder werden?  
Fitter werden?  
Anerkennung erhalten?  
Genuss erleben?  
Glücklicher werden?  
Gerecht sein?  
Einfluss haben?  
Zeit sparen?  
Entspannung erleben?  
Unabhängig sein?  
...?

Noch ein Tipp:

Manche Menschen wollen nicht direkt auf ihre tieferliegenden Bedürfnisse angesprochen werden. Entwickeln Sie ein Gespür dafür und überzeugen Sie mit Nutzenargumenten, die Ihr Gesprächspartner gut annehmen kann.

## Sorgen Sie für eine positive Mund-Propaganda

Ihre Freundin hat Ihrem Tischpartner bereits erzählt, wie gut der Kuchen schmeckt: „Also wenn die sagt, dass der Kuchen klasse ist, dann muss ich den auch ausprobieren!“ Referenzen haben immer eine starke Überzeugungskraft. Und wenn ein Dritter sogar unaufgefordert weiterempfiehlt – besser geht's nicht. Manchmal reicht es schon aus, zu erwähnen, dass „X“ auch davon überzeugt ist.

Wer hat bereits Erfahrung mit dem gemacht, wovon Sie überzeugen wollen?  
Gibt es gute Referenzen?  
Gibt es sogar echte Fans?

## Argumentieren Sie schlüssig

Der Begriff Argumentation stammt vom lateinischen „argumentum“ ab und bedeutet: Beweisgrund oder Beweismittel. Die Argumentationslehre lässt sich auf den griechischen Gelehrten Platon zurückführen. Er entwickelte die Dialektik, die Kunst der Auseinandersetzung.

In der Antike durften Redner nur an einem Disput teilnehmen, wenn sie zuerst die Argumente des Gegners mit den eigenen Worten wiedergegeben hatten und die Zusammenfassung als richtig verstanden bejaht wurde (paraphrasieren). Erst dann war die Gegenrede gestattet.<sup>15</sup>

Platons Schüler Aristoteles hat in seinen Schriften „Topik“ und „Rhetorik“ die erste Argumentationstheorie ausgearbeitet und zusammengefasst. „Der Kuchen schmeckt klasse“, würden Sie das Ihrem Tischpartner sagen, dann wäre das eine Behauptung oder eine Prämisse, denn es fehlt der Beweis.



Sagen Sie:

„Der Kuchen schmeckt klasse, weil er eine ganz besondere Glasur hat“, dann bekommt Ihre Behauptung durch die Begründung schon mehr an Überzeugungskraft.

Sagen Sie:

„Der Kuchen schmeckt klasse, weil er eine ganz besondere Glasur hat.“

Beispiel/Beweis: „Gestern hat Hermann davon gegessen und war begeistert davon – kannst ihn fragen!“

Dann wird Ihre Behauptung zu einer überzeugenden Aussage. Denn Ihre Argumente, Ihre Beweisgrundlage ist konkret und überprüfbar.

Sie könnten zum Schluss Ihre Argumentationskette mit einer Folgerung schließen: „Deswegen schmeckt der Kuchen klasse!“

Wenn Sie sich auf Beispiele konzentrieren, werden Sie automatisch konkret und beschreiben Ihre Aussagen bildhaft. Ihr Gesprächspartner kann sich etwas darunter vorstellen und Ihre Beispiele werden durch die Überprüfbarkeit zu Fakten und somit unwiderlegbar.

**Behauptung/Prämisse:** „Der Kuchen schmeckt klasse“

**Beispiel/Beweis:** „...weil er eine ganz besondere Glasur hat. Gestern hat Hermann davon gegessen und war begeistert davon.“

**Schlussfolgerung:** „Deswegen schmeckt er klasse.“

## Konkrete Beispiele und Beweise überzeugen!

In vielen Diskussionen wird nur mit Behauptungen argumentiert: „Das funktioniert nicht!“, „das will doch keiner!“, „die Kosten sind zu hoch!“ Bekannt auch als: Totschlagargumente oder Killerphrasen. Hierbei geht es nicht um Überzeugen, sondern um Abschmettern.

° *Weitere Infos und Unterlagen auf [www.thomas-grenz.de](http://www.thomas-grenz.de)*

## Visualisieren Sie

Wenn Sie die Möglichkeit haben, bildlich zu veranschaulichen, dann tun Sie das. Es besteht ein großer Unterschied darin, ob Sie nur vom Kuchen erzählen oder ob Sie ein appetitliches Foto dabei haben. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte!

Haben Sie gute Bilder?

Können Sie etwas aufzeichnen?

Besteht die Möglichkeit, ein Flipchart zu verwenden?

Ist eine Beamer-Präsentation sinnvoll?

Gibt es einen überzeugenden Film?

## Lassen Sie probieren

Noch überzeugender geht es nicht: Sie haben eine Kostprobe dabei! Wenn nicht, dann laden Sie zu einer ein. Wenn Sie z. B. ein großes und teures Produkt verkaufen wollen, dann bieten Sie vorab eine risikoarme Testversion an: „Sie können ganz unverbindlich und kostengünstig ausprobieren, ob das was für Sie ist oder nicht – ganz ohne Risiko!“

Ist es möglich, dass Ihr Gegenüber ausprobieren kann – direkt?

Es ist nicht nötig, seinen Gesprächspartner überreden zu wollen – das ist verschwendete Energie. Helfen Sie ihm, zu Ihrer Überzeugung zu finden. Legen Sie einen roten Teppich aus, auf dem Ihr Gegenüber gerne zu Ihnen kommt!