



# Fokussierung und Spannungsaufbau sind unverzichtbar.

- Resiliente Sprache
- Was heißt Denken?
- Lebendige Sprache als Markenmerkmal
- Denk- und Sprachfallen
- Die richtige Ansprache
- Geschichten erzählen – aber richtig
- Der ursprüngliche Zugang zur Sprache
- Warum ideologisch aufgeladene Sprache scheitert

Lutz Meyer  
Sprache als Kunst  
des Bogenschießens.

# Resiliente Sprache



Besser nicht auf andere hören.

Die Sprache Ihres Unternehmens dringt nicht durch? Sie ist kraftlos, leer, steif, nichtssagend? Dann fehlt es ihr wahrscheinlich an Resilienz. Resilient ist Sprache dann, wenn sie selbstbewusst auftritt und sich unerschütterlich durch ihre innere Schwerkraft behauptet.

Es ist an uns, **diese Urkraft der Sprache zu entfesseln** und erlebbar zu machen, Wörter und Sätze wieder zum Tanzen zu bringen. Alles was es dazu braucht, ist der Mut, sich Konventionen und Bevormundungsversuchen zu widersetzen – und **Kreativität, um neue Wege zu gehen.**

Wir entwickeln für Ihr Unternehmen eine **kraftvolle und lebendige Sprache**, die Ihnen helfen wird, Aufmerksamkeit zu finden.

# Was heißt Denken?

Ohne Hirn ist alles nichts.

Es fällt Ihrem Unternehmen schwer, **eine klare Linie zu erkennen** und konsequent zu befolgen? Oder fehlt es im Gegenteil an der Flexibilität?

Logisches, intuitives und instinktives Denken und Handeln stehen nicht nur für bestimmte Funktionsweisen des menschlichen Gehirns und Ausdrucksformen des Geistes, sondern auch für **unterschiedliche Kommunikationsstile.**

Kann, was logisch falsch ist (also z.B. auf falschen Denkvorsetzungen beruht) intuitiv richtig sein? Warum ist es manchmal besser, den Instinkten zu folgen als der Logik? **Und wie ergänzen sich diese scheinbaren Widersprüche oft doch zu einem sinnvollen Ganzen – auch in der Unternehmenskommunikation?**

Folgen Sie uns auf einer spannenden Reise durch den menschlichen Geist.

Lutz Meyer  
Sprache als Kunst  
des Bogenschießens.



# Lebendige Sprache als Markenmerkmal

Ein Wort sagt mehr als 1.000 Bilder.

Je nachdem, wie Sie sprechen und schreiben, werden Sie und wird Ihr Unternehmen als langweilig, verknöchert, desinteressiert – oder als lebendig, zugewandt und inspirierend wahrgenommen.

Ziel ist es, die **Grundlagen einer lebendigen Sprache** zu erarbeiten. In Folgeveranstaltungen geht es um die Entwicklung von Corporate-Language-Konzepten und deren konsequente **Umsetzung im Unternehmensalltag**.

## Denk- und Sprachfallen

Logisch, oder?

Hier steht das **Handwerkliche der Sprache** im Mittelpunkt: Satzbau, Gebrauch von Wortarten, Wortschatz, Stilfragen. Warum etwa sollten Sie beim Einsatz von Adjektiven nicht zu großzügig sein? Wie funktioniert klare, verständliche Sprache? Wie wirkt welcher Sprachgebrauch warum auf wen?

Außerdem geht es um die **Grundregeln des Denkens**: Was ist Logik, wie funktioniert sie, wie vermeiden Sie Denkfallen und woran erkennen Sie unlogisches Denken bei anderen?

Lutz Meyer  
Sprache als Kunst  
des Bogenschießens.

# Die richtige Ansprache



Der Ton macht die Musik.

Heute ist es üblich geworden, Kunden mit Kumpels zu verwechseln. Was in der Werbung für Baumärkte oder Bier gut funktioniert, erweist sich in anderen Zusammenhängen als unangemessen oder sogar peinlich.

Es ist sinnvoll, die Zielgruppe immer so anzusprechen, wie diese angesprochen werden möchte – und nicht so, wie Sie sie sich vorstellen. Wie Sie auch **in komplizierten Fällen immer die richtige Tonart wählen**, zeigen wir Ihnen anhand von Beispielen und praktischen Übungen – speziell auf Ihre Zielgruppen zugeschnitten.

# Geschichten erzählen – aber richtig

Vorsicht, Hochspannung!

Die trockenste Materie wird interessant und spannend, verpackt man sie in eine Erzählung. Doch Erzählen heißt nicht planlos plappern.

Wer eine Geschichte erzählen möchte, sollte sie gut konstruieren, sollte **Dramaturgie und Spannungsaufbau** beherrschen, den **Anfang fesselnd** und **Ende überraschend** gestalten.

Ebenso wichtig ist es, dass die Geschichte **glaubwürdig** und **authentisch** ist. Schließlich wollen Sie ja keine Märchen über Ihr Unternehmen erzählen.

Lutz Meyer  
Sprache als Kunst  
des Bogenschießens.

# Der ursprüngliche Zugang zur Sprache



Alles nur Zeitverschwendung?

Noch nie zuvor in der Geschichte der Menschheit wurde so viel Text produziert wie heute. Und noch nie zuvor war das Produzierte weniger lesenswert: Einen Großteil heutiger Textproduktion darf man getrost als **Sprachmüll** bezeichnen. Ein nicht unerheblicher Anteil davon entfällt auf redaktionelle Beiträge, Werbung und Social Media.

Wir versuchen, den **ursprünglichen Zugang zur Sprache**, der unter all dem Unrat verborgen liegt, wieder freizulegen, indem wir alte Texte lesen – **Texte der klassischen Literatur und des Mythos**.

Was das mit moderner Unternehmenskommunikation zu tun hat? Lassen Sie sich überraschen.

Lutz Meyer  
Sprache als Kunst  
des Bogenschießens.



# Warum ideologisch aufgeladene Sprache scheitert

Wenn Sprache sich selbst erledigt.

Immer mehr Unternehmen gehen dazu über, „**Haltung**“ zu zeigen – damit ist gemeint, dass sie sich offiziellen Vorgaben und Sprachregelungen beugen, indem sie ihren Sprachgebrauch ändern und beispielsweise Texte gendern (streng genommen also das Gegenteil von Haltung und Rückgrat zeigen).

Umfragen zeigen allerdings, dass eine Mehrheit der so Angesprochenen gegenderter Sprache nichts abgewinnen kann: **Gender ist und bleibt oft unverständlich, umständlich und platzraubend**, wirkt mal anmaßend-moralisierend, mal bürokratisch, ist eine Qual für Augen und Ohren. Folge: Man liest so etwas nicht, hört nicht mehr zu, verinnerlicht nichts. Wer als Unternehmen dennoch auf diese Weise „Haltung“ zeigen möchte, zahlt auf längere Sicht einen hohen Preis durch den Verlust an Aufmerksamkeit.

Unsere Empfehlung: **Zeigen Sie Haltung lieber durch einen klaren und zugleich quicklebendigen Denk- und Sprachstil**. Gemeinsam mit Ihnen erarbeiten wir entsprechende Strategien.

Lutz Meyer  
Sprache als Kunst  
des Bogenschießens.