



Small talk und Kompetenzpräsentation

Von Johanna Busmann

Guter Small talk – erfolgreicher Big talk

Kommunikation ist der Schlüssel zum neuen Mandanten und dient der Akquise. Besonders im small-talk gelingt beiden Seiten der Einstieg oft besonders leicht. Wie Sie in wenigen Sekunden ein Wohlgefühl bei unbekanntem Menschen erzeugen, zeigt Ihnen dieser Aufsatz

Small Talk ist der Gegenentwurf zur Juristenausbildung

Anwälte hassen ihn, denn er verbreitert jedes Thema und vertieft keins.

Anwälte halten Small Talk für kompliziert, peinlich oder überflüssig, denn es geht nicht um „die Sache“, und es geht auch nicht um Wissensvermittlung.

Anwälte beäugen hier äußerst misstrauisch, was nachgewiesenermaßen zu Akquiseerfolgen führt.

Dieses Kapitel wird Sie deshalb in drei Abschnitten motivieren, Small Talk furchtlos für die Akquise zu üben, sich den Business-Knigge ebenfalls nutzbar zu machen.

Plötzlich auf Augenhöhe

Anwälte, die Small Talk üben, haben anfangs große Schwierigkeiten, auch mit ihrem Selbstbild: Mit dem Gesprächspartner sind sie plötzlich auf Augenhöhe; allein das ist ein ungewohntes Gefühl in einem Berater-Beruf!

Doch wer Schwierigkeiten nur erklärt, behebt sie nicht. Anwälte unterschätzen – hauptsächlich aus o. g. Gründen – keine Akquise-Methode so generell und so umfassend wie den Small Talk.

Was zeichnet Small Talk aus?

Und tatsächlich: Small Talk kommt klein, leicht und elegant daher. Er spart wilde Debatten und Meinungsverschiedenheiten sowie Informationsrhetorik zugunsten von scheinbar zufällig hingeworfenen Gemeinsamkeiten aus.

Er entschärft weltweit Konflikte und sorgt dafür, dass solche mit dem neuen Nachbarn gar nicht erst entstehen. Er ist der Auslöser für Vertrauen und Empathie. Er ist der Zugangscodex zum Nachrichtensystem wildfremder Menschen und ganzer Kulturen. Gekonnter Small Talk ist tatsächlich „small“; er tut nicht weh, nervt niemanden und freut alle.

Menschen, die sich freuen, sind eher zu „Big Talks“ bereit.

Small Talk ist auf der Beziehungsebene angesiedelt

Er sorgt im positiven Fall für ein gutes Gefühl auf allen Seiten und ist für viele Mandanten eine gute Basis für eine Vertrauensbereitschaft. Zwei Begleiterscheinungen sind typisch für den Small Talk:

- Small Talk ermöglicht in wenigen Sekunden einen „Draht“ zu wildfremden Menschen.
- Small Talk ist zu 100% lernbar.

Manche Menschen mögen Small Talk, manche brauchen ihn sogar, um „aufzuwärmen“, andere wiederum brauchen und mögen Small Talk gar nicht.

Wenn Sie Erstere zu überzeugen wünschen, wäre es fatal, keinen Small Talk zu liefern, wenn Sie Letzteren begegnen, wäre es fatal, ihnen Small Talk zuzumuten!1

Funktion von Small Talk in der Kanzlei

Small Talk ist keinesfalls nur extern notwendig, etwa mit Kunden, potenziellen Kunden, Besuchern oder Lieferanten, sondern er belebt auch – besonders in Kombination mit den Umgangsregeln des Knigge – interne Strukturen.

Er fördert gute Zusammenarbeit und belebt das Arbeitsklima. In jeglicher Gesprächssituation sorgt er für Entspannung, Vorbereitung und Ice-Breaking.

Anwälte lernen, durch Small Talk

- ihre Kanzlei nach außen zu repräsentieren,
- ihren Gästen ein leichtes, beschwingtes Gespräch zu bieten,
- zu zeigen, dass sie mehr können als Paragrafen,
- Interesse an Menschen und ihren Geschichten wertfrei zu beweisen,
- die eigene Kompetenz „locker“ zu zeigen,
- wichtige Kontakte aufzubauen und zu pflegen,
- Probleminhaber zu „beheimaten“,
- Ideen voran zu treiben,
- ihre persönliche Integrität lange vor Ablieferung der ersten Sachleistung zu zeigen und
- schließlich neue Geschäfte zu ermöglichen.

Auch bestehende Mandaten profitieren: Small Talk kann helfen, deren Emotionen in Verhandlungsbereitschaft und deren Ziellosigkeit in Neugier zu verwandeln.

Der folgende Blitzkurs erläutert, wie Sie elegant, unaufdringlich und aktiv den Erstkontakt zu Fremden herstellen und völlig unbekannte Menschen auf Ihre Leistungen neugierig machen können.

II. Blitztraining | Small Talk in elf kleinen Lektionen

Die meisten der folgenden elf Lektionen sind sofort und fast ohne Übung umsetzbar. Die ersten neun helfen, durch sprachliche und körpersprachliche Tipps Ihren Draht zu wildfremden Menschen elegant und freundlich zu gestalten.

Für größere – auch Ihre eigenen – Veranstaltungen optimieren Sie durch diese Tipps den Erstkontakt zu potenziellen Mandanten.

Leiten Sie den Kontakt aktiv ein

Das erste Indiz für die beidseitige Bereitschaft zu Small Talk ist der Blickkontakt. Als Gast einer Veranstaltung suchen Sie ihn und warten, bis er auf der anderen Seite aufgenommen wird. Als Gastgeber gehen Sie gleich und direkt – weit weniger vorsichtig! – auf den anderen zu und stellen sich vor. Ihre Vorstellung enthält eine Begrüßung, Ihren vollen Namen und Ihre Funktion.

Bieten Sie in beiden Fällen sofort mindestens zwei Andock-Stationen, also Stichpunkte, auf die jeder Fremde sofort einsteigen kann („Guten Abend, mein Name ist Michaela Meyer. Ich bin heute Abend aus Heidelberg angereist, und ich bin heute zum ersten Mal hier.“).

Small Talk ist auch die Kunst, den anderen neugierig zu machen auf Ihr Geschäft, auf Ihre Rolle, auf Ihr Angebot, auf Ihr Haus.

Falls alle ein Namensschild tragen, nähern Sie sich diesem Schild und versuchen Sie, den Namen Ihres künftigen Gesprächspartners zu entziffern. Das fördert seine Selbstvorstellung. Wenn Sie Gastgeber sind, stellen Sie sich auf jeden Fall proaktiv vor und stellen Small Talk fördernde Fragen.

Nutzen Sie Körpersprachen

Stehen sich zwei Personen gegenüber, Schultern parallel, ist für Sie als gleichrangiger Gast zunächst kein Platz. Respektieren Sie das. Halten Sie Distanz von einem Meter und machen Sie sich sichtbar für beide, keinesfalls hörbar! Warten Sie, ob (oder: bis) man Sie non-verbal „einlädt“. Falls ja, verändern beide (meist unbewusst) den Winkel der Schultern; sie öffnen sich mehr zu Ihnen hin. Falls die beiden unter sich bleiben wollen, behalten beide (meist unbewusst) den Winkel bei und erlauben keine Öffnung.

- **Wagenburg**

Manche Gruppen bilden ohne Tisch oder um einen Stehtisch eine „Wagenburg“, die Schultern aller Gesprächsteilnehmer haben denselben Abstand zur nächsten Schulter, ohne Lücke.

- Wenn Gruppen auf diese Weise „die Köpfe zusammen“ stecken, ist ebenfalls zunächst für Sie kein Platz.
- Nicht hörbar, nur sichtbar machen!
Durchbrechen Sie auch hier die Wagenburg durch Blickkontakte,
- Lächeln zu einem aus der Zielgruppe und langsame Annäherung. Sprechen Sie erst, wenn Sie aufgefordert werden oder wenn eine Pause entsteht.
- Um Ihren Einsatz zu beschleunigen, nicken Sie zu Redebeiträgen, verteilen gleichmäßig Ihren Blickkontakt auf alle, nicht nur auf den Sprecher(!) und lächeln alle an.
- Ist die Gruppe locker aufgestellt und lässt Lücken, steuern Sie diese Lücken an und verhalten sich ruhig, bis man Sie anspricht. Das Zuhören ist der Beginn der Neugier – auf beiden Seiten.

- **Matchen Sie die Körpersprachen**

der Zielpersonen, so gut es geht. Hat jeder sein Glas auf den Tisch gestellt, tun Sie das auch. Schauen bei einer Vernissage vier Personen auf dasselbe Bild, treten Sie in diese Reihe (Abstand möglichst wie unter den anderen!) und schauen auch auf dasselbe Bild.

- Seien Sie auch hier sichtbar und noch nicht hörbar! Schauen zwei Personen auf ihr Glas und halten es schief, tun Sie das auch.
- Verschränken alle die Arme vor der Brust, tun Sie das auch. Besonders diese Haltung steht – angestachelt durch äußerst fragwürdige Körpersprache-Bücher – in dem Ruf, Desinteresse zu signalisieren.
- Woher wissen Sie so etwas? Das sind reine Vermutungen! Machen Sie sich dagegen einmal klar, dass Sie selbst aus vielen unterschiedlichen Gründen zu dieser Körpersprache greifen, z. B. wenn Ihnen kalt ist oder Sie nicht wissen, wohin Sie Ihre Hände tun sollen. Körpersprachen sind nicht seriös interpretierbar.
- Sie sollten deshalb die der Gesprächspartner nutzen, um zum fremden System den Zugang zu finden.
- Keine Angst also: Wenn Sie einem Menschen mit verschränkten Armen gegenüber stehen und wollen sein Vertrauen erwirtschaften, verschränken Sie Ihre Arme auch.
- Wenn Sie dem Gegenüber dadurch eine zu große Nähe signalisieren, verändert er diese Körpersprache sofort. Test it!

- Lächeln Sie, während andere sprechen, versuchen Sie Blickkontakt aufzubauen und zu halten und üben Sie das gezielte, sparsam eingesetzte Kopfnicken (Hier ist nicht der „Wackeldackel“ gemeint!).

Verwenden Sie Small Talk fördernde Gesprächstechniken

Sie legen es also entweder darauf an, dass Sie angesprochen werden (scheinbar passiv = Körpersprache matchen) oder errichten aktiv dem anderen durch doppelte Andockstationen die Brücke zu Ihrem System, letzteres besonders als Gastgeber. Bei Letzterem sind Ihnen einige Kommunikationstechniken behilflich:

Offene Fragen:

Sie wollen den anderen öffnen, zum Sprechen bewegen.

„Wie war Ihre Reise? Wie finden Sie die Ausstellung? Was halten Sie von dem Buffet? Wer ist Ihr Lieblingskünstler? Was ist Ihnen heute Abend so richtig ins Auge gefallen? Wie geht's in Hamburg? Was macht inzwischen Ihre Tochter?“ Je weiter Ihre Frage gestellt ist, desto mehr Raum bekommt der andere. Vermeiden Sie dabei um jeden Preis „Warum-Fragen“, denn diese triggern das Werte-System des anderen an, lösen in aller Regel einen Rechtfertigungsdruck aus und wirken ausforschend und unverschämt.

Aktives Zuhören:

Sie drücken aus, was der andere wünscht, braucht, denkt oder fühlt.

Dadurch betreten Sie die Brücke zum System des anderen: „Das kann ich mir gut vorstellen!“ „Da waren Sie bestimmt nicht besonders gut gelaunt.“ „Diese Aufregung verstehe ich gut.“ „Das ging mir einmal ganz genau so, als ich...“ (Empathie zeigen).

Paraphrasen:

Sie fassen zusammen, was der andere sagt.

Bitte achten Sie darauf, dass diese nicht wertend wirken! „Ich habe gerade aufgeschnappt, dass Sie oft in Hessen unterwegs sind?“ „Habe ich richtig verstanden, dass Sie dann schon seit drei Tagen unterwegs sind?“ „Das heißt ja, dass Sie Öster-reich schon ganz gut kennen?“ Paraphrasen blockieren Small Talk, wenn sie wertend klingen und eine wilde Debatte entfachen: „Das heißt also, Sie mögen die Österreicher nicht?“

Ich-Botschaften:

Sie wollen den anderen vergrößern

Dann präsentieren Sie sich „1,7 cm unterhalb der normalen Demutslinie“.5 Die Ich-Botschaft ersetzt im Small Talk die vorwurfsvoll wirkenden Du-Botschaften: „Ich bin nicht so schnell mitgekommen“ ersetzt den Vorwurf „Moment mal; Sie reden so schnell“. „Ich habe das nicht ganz verstanden“ ersetzt „Sie drücken sich unklar aus“, „Ich sehe noch nicht ganz klar in dem Punkt X“ ersetzt „Sie widersprechen sich“.

„Ja, Aber“ vermeiden:

Vermeiden Sie immer das Wort „aber“, es tötet das zuvor Gesagte! Ersetzen Sie es durch „Deshalb...“ oder „Ja, und zusätzlich...“ oder „Gerade weil...“

Wählen Sie unverfängliche Gesprächsthemen

Für den Small Talk sind alle Themen geeignet, die Ihr Gesprächspartner in diesem Moment anschnidet. Er zeigt Ihnen dadurch, was sich momentan zwischen seinen Ohren abspielt und ist damit Lieferant einer Intimität.

Diese Auffassung widerspricht der Darstellung in manchen Lehrbüchern, die von generell geeigneten und generell ungeeigneten Themen reden. Geeignete Themen, durch die Sie selbst Small Talk einleiten können, sind: Ort, Anreise, Wetter, Ausblick, Inneneinrichtung, alle

Gemeinsamkeiten beim Anlass des Treffens, sichtbare Gemeinsamkeiten in Kleidung, bekannte Gemeinsamkeiten in Beruf, dieselben Kaffeetassen, Taschen, Schlafgewohnheiten im Flugzeug, Reiseziel, interessante Vorgehensweisen anderer (sofern nicht wertend vorgetragen)

etc.

Wenn Sie selbst Veranstalter sind, lernen Sie Details des Veranstaltungsortes, des angebotenen Weins, der Musik, des Anlasses, des Essens, des Gastredners, der Stadt etc. auswendig. Besonders wenn Sie Gäste von auswärts haben, sollten Sie über Oper, Theater, Stadtfeste oder Konzerte zum Zeitpunkt Ihres Events Bescheid wissen.

Meiden und „glätten“ Sie Tabus

Manche Lehrbücher sprechen von generellen Tabu-Themen beim Small Talk: Krankheiten, Religion, Sex, Politik, obszöne und gegen Dritte gerichtete Bemerkungen, persönliche Besonderheiten (z.B. Gebrechen, Figur, Alter, Kleidungsstil etc.), Fachsimpeleien, polarisierende Bemerkungen über Mitbewerber und alle anderen Allianzen gegen Dritte.

Diese Ansicht ist allerdings im Alltag folgenlos, denn manchmal kommt ja von Ihrem Gesprächspartner ein solches Tabu-Thema.

Da hilft es ja nur wenig, ihm zu erklären, dass dies ein Tabu-Thema für Small Talk ist und Sie sich demnach nicht disponiert fühlen zu antworten.

Apodiktische Themen sollten Sie glätten, falls Sie es darauf anlegen, dass jeder zu Ihrer Gruppe dazu kommen und sich dabei wohl fühlen soll.

Neutralisieren Sie kritische oder wertende Bemerkungen anderer

Sie erzeugen dadurch schnellere Themenwechsel und produzieren Leichtigkeit. Besonders als Gastgeber haben Sie immer darauf zu achten, dass jeder weitere Gast problemlos ins Gespräch einsteigen kann.

Wenn Sie Small Talk für die Akquise nutzen möchten und ihn selbst einleiten, vermeiden Sie die o. g. Themen und die folgenden Kommunikations-Tabus: Wertungen, absolute Behauptungen, das Wort „Nein“, Abgrenzungen wie, „Sehe ich anders“, „Nicht wirklich“ oder „Gott sei Dank trifft das auf uns nicht zu“, detailreiches Nachhaken, juristische Details, jede Art von Dialogfalle sowie alle anderen egozentrisch motivierten Themenreduzierungen.

Wenn Ihr Gegenüber zu o. g. neigt, neutralisieren Sie durch die folgenden Tipps und führen in ein flacheres Gewässer.

Verwenden Sie „verbreiternde“ rhetorische Stilmittel

Small Talk erfordert eine Präzision in der Form bei zeitgleicher Minimierung des Inhalts. Zahlreiche Redewendungen, sogar Sprichwörter, können Ihnen behilflich sein, diese sehr anspruchsvolle Aufgabe zu erfüllen:

- Unspezifische Zustimmung:
„Ich kann mir keinen Tag vorstellen, an dem es mir anders ginge als Ihnen...“, „Auch ich sehe mich immer wieder konfrontiert mit ungewöhnlichen Aufgaben...“, „Auch wir haben uns hier leiten lassen von ungewöhnlichen Vorbildern...“, „Genauso ging es mir, als wir hier...“
- Paraphrasen:
„Ich verstehe Sie so, dass die Vorzüge Englands manchen Deutschen auch gut täten?“, „Das heißt, ja, dass wir hier noch viel verbessern könnten ...“, „... und damit kämen wir vermutlich alle ganz gut zurecht...“
- Humor:
„Wer mit dem Rücken zur Wand steht, hat gewöhnlich den ganzen Raum im Blick.“,
„Dann geht es jetzt ja nur noch bergauf, besonders wenn wir an das Buffet denken.“

„Wer den Spatz in der Hand hat, muss nicht mehr dauernd auf das Dach schauen ...“,
„Wer seine Ziele erreicht hat, hat sie viel- leicht zu niedrig gesteckt.“

- Lob:
„Wer hat es nicht schon mal erlebt, dass nicht alles so lief wie geplant.“, „Das heißt, dass Sie sich auf eine Sache voll und ganz konzentrierten, damit eine andere...“, „Da haben Sie ja alles Mögliche unternommen, um ...“, „Wie schade, dass nicht alle Dienstleister von Ihnen lernen ...“

9. Glätten Sie durch „Downsizing“

Die Kunst, den Ball flach zu halten, ist nicht nur im Fußball legendär. Durch die taktische Neutralisierung („Downsizing“) wertender Aussagen unterbrechen Sie Dialogfallen, vermeiden folgenlose Meinungsdebatten und verhelfen Ihrem Gesprächspartner und Ihnen selbst (besonders als Gastgeber) zu dem Gefühl von Leichtigkeit.

Sie stellen außerdem sicher, dass Sie die Runde bald wieder verlassen können, obwohl diese in (vielleicht sogar aggressiver) Diskussionslaune ist.

„Downsizing“ funktioniert durch Umleitung und Fokusverschiebung:

- Religion:
„Was sich der Papst da neulich geleistet hat, das war ja wohl ein Schlag gegen alle Muslime der Welt. Kein Wunder, dass es so viele Kriege gibt“.
Antwort: „Ich habe das auch gelesen. Sicher gar nicht so einfach, immer die ganz präzisen Worte zu finden, wenn jedes Wort weltweit mitgeschnitten wird. Da haben wir es als Steuerberater vielleicht meistens etwas leichter, oder? Auch unsere Mandanten...“ („Umleiten“ von Beruf des Papstes auf eigenen Beruf).
- Krankheit:
„Meine Tochter hat nun schon zum zweiten Mal Keuchhusten. Das gab es doch früher gar nicht, zweimal dieselbe Kinderkrankheit. Wenn wir nicht alle auf die Umwelt achten, geht hier noch alles baden.“
Antwort: „Oh je, was man mit den Kindern so erlebt! Neulich auf dem Spielplatz sah ich, wie...“ („Umleiten“ von Thema Kinder/Krankheit auf Kinder/Spiel).
- Politik:
„So kurz vorm Wahlkampf werden ja schnell noch Versprechungen gemacht. Die Politiker verkaufen die Bürger wirklich für dumm.“
Antwort:
„Das ist in England ja auch so gewesen, und die haben jetzt einen Trick ausprobiert...“ („Umleiten“ von Politik Deutschland auf Politik / anderes Land).

10. Beenden Sie Small Talk respektvoll

Eine apokalyptische Situation für Sie: Sie sind Gastgeber, und Ihr Gesprächspartner „klebt“ an Ihnen.

Nicht einmal Ihre Ankündigung, zur Toilette zu wollen, hält ihn ab, Sie zu begleiten.

Auch: „Ich gehe noch einmal kurz an das Büffet“ – und weg sind Sie – ist ein schwerer Verstoß gegen Umgangsformen und bewirkt höchstens, dass er seinen Appetit entdeckt und mitgehen will.

„Darf ich Ihnen etwas mitbringen?“ ist ein Mindestangebot, wenn Sie Gastgeber sind!

- Elegant:
Die eleganteste Methode, den Small Talk abubrechen, ist die Übergabe Ihres Gastes an einen anderen Kollegen Ihres Hauses.
Wenn kein solcher da ist, bringen Sie lästige Gesprächspartner immer zu andern Gästen und erklären Ihren Abschied, sobald dort das Gespräch gut läuft: „

Sicher verstehen Sie, dass ich noch andere Gäste begrüßen möchte. Ich freue mich, Sie nachher wieder zu sehen.“

- Gastgeberstatus:
Gerade wenn Sie selbst Gast sind (Kongress, Vernissage, Vortrag), bringen Sie lästige Gesprächspartner immer zu andern Gästen und gehen erst dann weg.
Sie lassen niemals einen anderen Menschen allein stehen oder sitzen!

11. Beachten Sie Small Talk-Regeln im Ausland bzw. mit Ausländern

Wir sind alle Ausländer, sobald wir in ein anderes Land gehen. Das übersehen Deutsche bisweilen.

Sie nehmen die Gepflogenheiten des Gastgeberlandes nicht immer ernst und gelten als „stur“, „humorlos“ und „besserwisserisch“. Wer je deutsche „Socken-in-Sandalen“-Auftritte, Buffet-Teller-Überlastung oder laute Bierseligkeit in Urlaubshotels erlebt hat, weiß, wie peinlich es sein kann, Nationalität oder Selbstbild zur Schau zu stellen.

Auf der anderen Seite sind Deutsche gern gesehene Gäste und Geschäftspartner.

Sie gelten als wohlhabend, gut organisiert, ideenreich, fleißig, ordnungsliebend, extrem verlässlich und besonders pünktlich.

Anpassung?

Eine Anpassung an alle Bereiche öffentlichen Lebens in unserem Gastland ist immer angemessen, das übertriebene „Sich-Verbiegen“ auch in geschäftlichen Kontakten jedoch gewöhnlich nicht erwünscht. Hier kommen ein paar Tipps:

- Meinung:
Deutsche haben zu allem eine Meinung und äußern diese auch. Behalten Sie sie auch mal für sich.
- Stolz:
Deutsche stellen eigene Erfolge nicht übertrieben zur Schau und rümpfen die Nase, falls andere das tun. „Amerikanisches Schaulaufen“ wirkt vielleicht in Deutschland übertrieben, nur: erwähnen Sie ruhig Ihren Erfolg und den Ihres Teams. Spezifizieren Sie, wodurch das klappte und stellen Sie Fragen am Schluss.
- Gegenmeinung:
Deutsche wollen immer „aber“ zu sagen. Lassen Sie das (bitte auch in anderen Sprachen!), denn jedes „aber“ tötet das davor Gesagte.
- Zustimmung:
Deutsche wollen sofort die Stirn zu runzeln und den Kopf schütteln, sobald jemand eine andere Meinung hat.
Gewöhnen Sie sich an zu nicken, wenn jemand Ihnen seine Welt vorstellt. Sie müssen seine Meinungen doch nicht teilen, um die Person zu akzeptieren!
Sie haben immer einen massiven Vorteil, sobald er Ihnen sagt, wie er denkt: Sie können ihn berechnen und Sie können ihn viel leichter überzeugen, denn das geht nur in seiner Welt.
- Wissen:
Deutsche wollen ihr Wissen unbedingt bekannt zu geben, auch über das Gastland. Gut daran, dass dies Wissen vorhanden ist. Schlecht daran, es besserwisserisch rüber zu bringen. Kleiden Sie Ihr Wissen immer in Fragen!
- Ziel:
Deutsche wollen direkt auf den Punkt zu kommen. Vergessen Sie das. Geben Sie Ihrer Umgebung die Möglichkeit, selbst den Kern der Sache zu benennen. Ihre

Gesprächspartner fühlen sich dann größer und geben leichter ab! Umwege schärfen die Ortskenntnis.

- Gleichbehandlung:
Alle Menschen gleich zu behandeln, ohne auf deren kulturelle Besonderheiten einzugehen, bricht den Gesprächsfluss und schadet Ihrem Image. Wenn Sie sagen: „Das glaube ich kaum“, reagieren deutsche und amerikanische Gesprächspartner gegensätzlich.
- Nein sagen
Wenn Sie in Deutschland „Nein“ sagen, machen Sie eine klare Ansage. Wenn Sie das in Japan tun, beleidigen Sie Ihre Umgebung!



**ACHTEN SIE BITTE IMMER MEIN © COPYRIGHT!
DANKE FÜR IHR INTERESSE!**

Johanna Busmann
busmann training@, hamburg
tel: 0171 1244321

mail: info@busmanntraining.de

www.anwalts-akquise.de
www.anwalts-coach.de

