



Information heißt nicht:
„Ich will etwas mitteilen“,
nicht einmal:
„Ich will mich bemühen, es verständlich mitzuteilen“,
sondern:
„Ich bin verstanden worden.“
(... sagt Wolf Schneider und er hat recht)

Oliver Baer

Er geht auf den tatsächlichen Gesprächsbedarf der Zuhörer ein

Er lässt sich im Vortrag unterbrechen, zugunsten des Dialogs mit dem Publikum

Er ist Wirtschaftsingenieur, sein Schwerpunkt liegt im Marketing

Er ist Publizist, Buchautor über Sprache und Energetik

Er war dreizehn Jahre im angelsächsischen Geschäftsleben

Er verwendet Englisch als Lingua franca in der Familie

Er schätzt den vielfachen Wert der Muttersprachen

Er spricht auch ohne Technik

Er meint: „Wer lächelt, lernt mehr.“

Themen

Zwischen Kitsch und Kunst - Sprache, der unterschätzte Produktionsfaktor

- für Geschäftsleute, Unternehmer, Führungskräfte

Kitsch gehört unvermeidbar zum Marketing. Im übrigen Unternehmen nimmt das Prinzip deutscher Wertarbeit jedoch einigen Schaden am Marketing. Wie gewinnt man eine kraftvolle Unternehmensidentität und die Mittel zur Verständigung mit Kunden und Kollegen?

Nützlicher Umgang mit Englisch und Deutsch im Berufsalltag, global und lokal

- für Personalern und für Schlüsselpersonen die Englisch sprechen oder es benötigen

Englisch ist die weltweite Lingua franca. Ja, aber welches? Das gute Englisch, von dem wir glauben, wir müssten es beherrschen? Wer muss, zu welchem Zweck, welches Englisch erwerben? Der Vortrag beseitigt verbreitete Missverständnisse und schafft Handlungsfähigkeit im Unternehmen.

Nischen und Segmente - Milieugerechtes Marketing

- für Chefs und Marketingleute, auch in Banken und Versicherungen

Führungskräfte unterschätzen die Sprache als Merkmal der Alleinstellung in den sozialen Milieus der Kunden. Dieser Werkstattvortrag erschließt das Wesentliche und eröffnet das hausinterne Gespräch über die Konsequenzen für das Marketing.

Zeitgemäßes Marketing erklärungsbedürftiger Produkte

- für Chefs im Mittelstand

Seit es von Ökoangeboten nur so wimmelt, rückt das Beziehungsmarketing in den Mittelpunkt. Alles ist wie früher, nur schwieriger, und muss mit gestärktem Selbstbewusstsein bewältigt werden.

Fachkräfte / eine Stelle finden mithilfe der Muttersprache

- für Personalern und Chefs / für Bewerber und Berufsaufsteiger

Wie kommt das Unternehmen – auch unter ungünstigen Umständen – an Fachkräfte. Wie erkennen Bewerber den Nutzen der Sprache, bevor sie sich an das Bewerbungsschreiben machen.

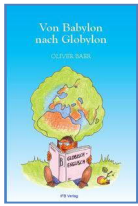
Denglisch For U

- für Sprachfreunde, z.B. Journalisten

Vortrag zur Bespaßung von Tagungsteilnehmern. Er ist eine unterhaltsame Tour durch die Haileits eines kühlen Sprachgebrauchs, der sich wie Englisch anhört. Der Referent steht diesseits der Eiferer und jenseits der Beliebiker; ein gewisser Tiefgang mitten im Vortrag ist nicht zu vermeiden, wird aber durch den unfreiwilligen Witz moderner Sprachverirrungen in Schach gehalten.

Alle Themen gibt es als Vorträge oder Werkstätten, auf Deutsch, Englisch oder beidsprachig.

Veröffentlichungen



Von Babylon nach Globylon

Weshalb Muttersprachen zum Überleben unverzichtbar bleiben und wieso Globischkenntnis in aller Regel gutem Englisch überlegen ist

Sachbuch und Ratgeber, IFB Verlag, Paderborn, Juni 2009



Modern heizen mit Solarthermie – Sicherheit im Wandel der Energiewende,

Sachbuch, mit Timo Leukefeld und Matthias Hüttmann Verlag Solare Zukunft, Erlangen, 2. Auflage 2015



Öko und noch etwas

Handbuch zum Marketing ökologischer Produkte und Dienstleistungen im Bauhandwerk

Handwerkskammer zu Leipzig, Oktober 2007

Beiträge für Zeitschriften

Wandel statt Wende

Sonnenenergie 4/2014, mit Timo Leukefeld und Matthias Hüttmann

Solarthermie, Sonnenenergie zum Heizen – wärmstens zu empfehlen

Broschüre der Sächsischen Energieagentur SAENA, Dezember 2011

Der Geist ist aus der Flasche

Über das Cluetrain-Manifest, brand eins 03/2000

Do you speak Globish?

brand eins 12/2009, nachgedruckt in Group News, Hauszeitschrift der Volkswagen AG, 2010

Globisch statt Englisch

Betriebslinguistische Beiträge, Zeitschrift für Unternehmenskommunikation, Juli 2009, Nachdruck aus der baerentatze

Wie verkauft man Öko?

Betriebslinguistische Beiträge, Zeitschrift für Unternehmenskommunikation, Juli 2008, Nachdruck aus der baerentatze

Deutsch ist gut für die Marge

Leitartikel, Deutsche Molkerei Zeitung, 3/2007, Nachdruck aus der baerentatze

Sprache, weit mehr als ein Luxus

Magazin für selbstständige Unternehmer, Mai 2006, Nachdruck aus der baerentatze

Verraten und verkauft – Eliten scheuen die deutsche Sprache

Betriebslinguistische Beiträge, Zeitschrift für Unternehmenskommunikation, Mai 2006, Nachdruck aus der baerentatze

Des weiteren zahlreiche Nachdrucke aus der baerentatze in den Sprachnachrichten des Vereins Deutsche Sprache (VDS)

Person

Dipl.-Ing. Oliver Baer ist deutschsprachiger Mitteleuropäer, geboren in Österreich, aufgewachsen in Luxemburg, Düsseldorf und Johannesburg. Nach Studium und Karriere im Rheinland – in der Betriebsorganisation, dann in der Marketingorganisation – verbrachte er dreizehn Jahre im südafrikanischen Geschäftsleben.

Er genießt die englische wie seine Muttersprache und dilettiert in Französisch, Italienisch, Schwedisch, Tschechisch, Polnisch und Afrikaans; eine Großmutter aus Übersee macht ihn zu einem Viertelamerikaner. *Sprache im Geschäftsleben* ist sein Beruf.

Seine Laufbahn wurde geprägt durch Johannesburger Kunden, die von ihm Texte in ihrer Muttersprache verlangten: „Sie gehen mit Englisch in einer Weise um, die uns nützlich vorkommt – und auf die wir selber nicht gekommen wären.“

Offenbar bietet die deutsche Sprache etwas Entdeckenswertes. Nach weiterer Berufspraxis und Recherche: Das gilt wohl für alle Muttersprachen. Daraus entstand *Von Babylon nach Globylon*, ein populärwissenschaftlicher Ratgeber über die Weltsprache, Englisch und Deutsch in Wirtschaft, Wissenschaft, Schule und Alltag.

Oliver Baer ist im Beirat der Stiftung Deutsche Sprache, er kocht gern und spielt Pétanque. Aufgrund seiner Familie ist die Lingua franca seines Haushalts Englisch. Was die Weltsprache sowie die englische betrifft, gibt es hierzulande nicht viele, die beide kompetent erörtern könnten.

Referenzen

Herr Prof. Dipl.-Ing. Timo Leukefeld, in Freiberg

Frau Steffi Liebig, Bereichsleiterin der Apogepha Arzneimittel GmbH in Dresden

Herr Sven Börjesson, vom Umweltzentrum der Handwerkskammer Leipzig in Trebsen

Herr Torben Thorn, Geschäftsführer der Bundesinnung für das Flexografenhandwerk in Wiesbaden

Herr Dr. Reiner Pogarell, Chef des Instituts für Betriebslinguistik in Paderborn

Herr Gunnar Bertram, Vorstand der Volksbank Chemnitz eG in Chemnitz

Herr Steffen Kepper, und durch ihn die Merz Pharma in Frankfurt.

Dipl.-Ing. Oliver Baer
Dresdner Straße 123
01326 Dresden-Hosterwitz
+49 (0) 351 847 23 890
+49 (0) 172 377 3791
courriel@oliver-baer.de
www.baerentatze.de