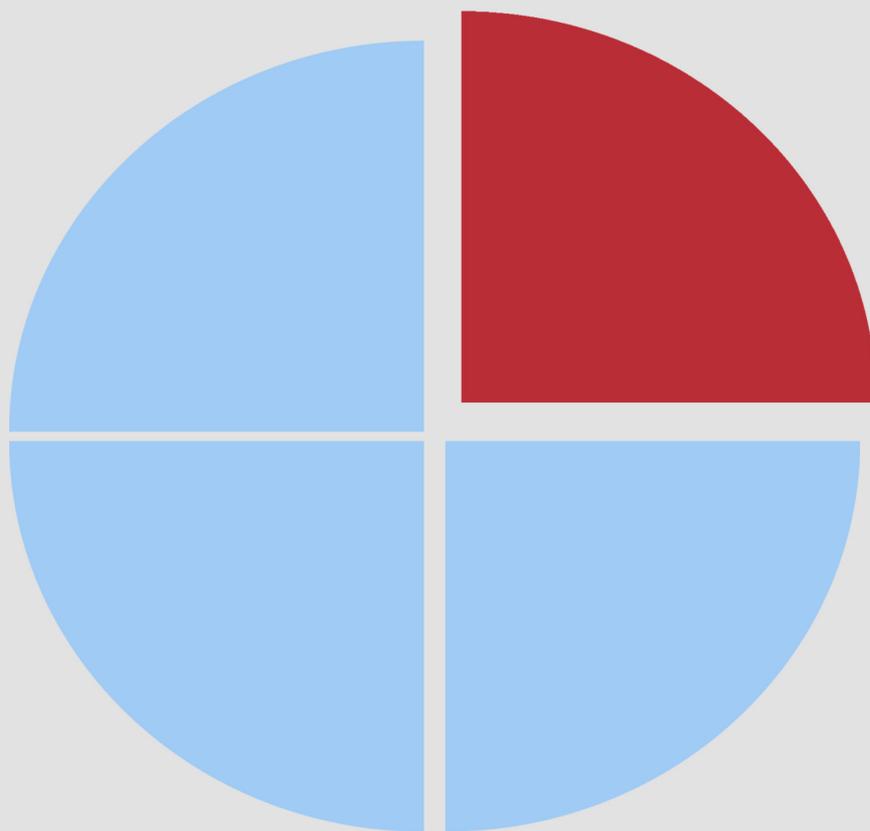


Reden halten und Präsentieren



 **Dr. Roland Forster**
Kommunikationsberatung und -training

Auflage 2021

Inhalt

Inhalt.....	2
Zum Aufwärmen: Analyse der Kommunikationssituation.....	3
1 Die Grundlage	6
2 Aufgeregt? – Dann kann nichts schiefgehen!	8
3 Für Ihre Hörer unverzichtbar: eine Struktur	10
4 Strukturieren durch Argumentieren.....	12
5 Kurzredekonzept	14
6 Unterlagen signalisieren: ein Profil!	16
7 Visualisierung einsetzen = Präsentieren.....	17
8 Aufbau einer Präsentation	18
9 Visualisierung	19
10 Präsentieren mit traditionellen Medien.....	21
12 Arbeit am Gerät	22
13 Zeigegesten.....	23
14 Präsentationsprogramme	24
15 Und wo stehen Sie? - Position.....	25
16 Folien: und noch eine!	26
17 Sie sind der Chef!	27
18 Ihre Chance: Fragen des Publikums.....	28
19 Wie beim Fußball: Nach dem Spiel ist vor dem Spiel.	30
Literatur	31
Und jetzt sind Sie dran.....	32
Checkliste 1 Analyse der Rede- und Präsentationssituation	33
Checkliste 2: Reflexion und Weiterentwicklung	37

Zum Aufwärmen: Analyse der Kommunikationssituation

Bei Reden und auch bei Präsentationen handelt es sich um exponierte Einzelleistungen, die hohe Ansprüche an die Person stellen, die sich ans Mikrofon oder vor die erste Reihe wagt. Deshalb tun Sie gut daran, diese komplexe Situation erst einmal zu analysieren. Ok, manchmal reicht die Vorbereitungszeit nicht, aber je öfter Sie es systematisch gemacht haben, umso sicherer werden Sie, und Sie werden dann auch schneller.

Die folgenden Fragen und Hinweise habe ich als komprimierte **Checkliste** an meinen Text drangehängt, Sie können sie immer wieder ausdrucken und Ihre Antworten fixieren, um ein klares Bild der bevorstehenden Herausforderung zu bekommen.

Erste Hinweise bekommen Sie schon bei den Antworten auf **allgemeine Fragen** wie: Handelt es sich um eine In-house-Präsentation? Halte ich einen Vortrag auf einem Kongress? Ist es eine Wettbewerbspräsentation? Werden die Zuhörer mir hinterher Fragen stellen?

Die nächsten Überlegungen sollten das **Publikum** betreffen: Wie groß wird der Zuhörerkreis sein? Kennen ich welche von denen? Ist die Gruppe eher homogen, oder gerade nicht? Weitere Überlegungen (und oft auch Recherchen) betreffen die Alters- und Berufsstruktur, Tätigkeiten, Hierarchieebenen.

Gedanken machen sollten Sie sich über Kenntnisse der Zuhörer und Vorerfahrungen, weil Sie vielleicht manches voraussetzen können. Ist der Gegenstand der Rede / der Präsentation neu? oder doch bekannt? Wird das Thema als schwierig eingeschätzt? oder ist es dem Publikum längst vertraut? Manche Themen sind nicht so besonders wichtig, müssen aber bearbeitet werden, andere haben eine große Bedeutung. Was müssen Sie extra erklären? Was ist neu? In der Regel müssen Sie nicht bei 'Adam und Eva anfangen', aber man weiß ja nie...

Was sind die Interessen der Zuhörer? Gibt es vielleicht verdeckte Interessen? Was sind die Erwartungen? Oft hat das Publikum zu Ihrem Thema eine feste Einstellung, ihm passt die Zeit Ihrer Rede oder Präsentation sehr gut / überhaupt nicht, mit Ihnen als Person können alle etwas anfangen / oder überhaupt niemand und so weiter. – Sie merken, wie komplex die Geschichte wird, und woran man alles denken kann?

Aufpassen sollten Sie auch bei 'roten Knöpfen', die Sie drücken, ohne von deren Existenz zu ahnen; die Zuhörer gehen urplötzlich ungespitzt durch die Decke, und Sie verstehen die Welt nicht mehr. Es handelt sich oft um **Reizthemen**, Konfrontationsthemen und Tabus, zu denen Ihre Zuhörer schon mehr als genug gehört haben, die Ängste auslösen, die Menschen gegeneinander aufbringen, die längst out sind. Und dann kommen Sie und reden ganz unbefangen darüber, weil die Zeit vielleicht wieder nicht gereicht hat, um sauber zu recherchieren! Die Neuropsychologie verwendet in diesem Zusammenhang den Begriff "buzzwords", für Wörter, die sehr stark mit Emotionen verknüpft sind.

Zum Thema gehört auch die Überlegung, was Sie für den Anfang planen (nicht nur, was Sie sagen wollen, sondern auch, wo Sie stehen, wenn Sie anfangen) und was Sie am Schluss sagen wollen, oft der wichtigste Satz - aber bitte nicht auswendig lernen, geht schief.

Jetzt will ich Ihnen noch verraten, was für mich bei der Analyse der Rede- oder Präsentationssituation und bei der Planung und Entwicklung meiner Choreographie mit am wichtigsten ist, und wo ich mich oft wundere, dass kaum ein Redner sich darüber Gedanken macht. Das Publikum hat ein Recht darauf, dass Sie die angekündigte **Redezeit** einhalten. Nicht viele Präsentierende schaffen das. Hier gibt es aber zwei simple Techniken, mit denen Sie so gut wie immer auf den Punkt fertig werden (und diese Redner werden geliebt!).

Wenn Sie zum Beispiel 30 Minuten reden sollen, planen Sie maximal 26 Minuten – Sie reden sowieso länger, und dann landen Sie bei 30 Minuten. Dieser Effekt ist einfach zu erklären: Im Stress der Situation – Reden halten oder Präsentationen geben ist immer Stress! – sind Sie im Kopf sehr schnell, höchst aktiv, und sehr aufmerksam. Ihnen fallen Dinge ein, von denen Sie völlig fasziniert sind, dass Ihnen sowas jetzt einfällt. Die bringen Sie natürlich. Und anschließend sagen Sie das, was Sie sowieso geplant haben, auch noch. – Wenn Sie das mehrmals tun, haben Sie schon 15% mehr Redezeit.

Zweite Technik: Überlegen Sie sich für das letzte Drittel Ihrer Rede oder Präsentation einen Teil, der ca. 3 Minuten dauert. Diesen Teil bringen Sie, wenn Sie noch genügend oder sogar zu viel Zeit haben, und Sie lassen ihn weg, wenn es zu knapp wird. Niemand kennt Ihre Planung, also sind Sie für Ihre Zuhörer und Zuschauer jemand, der auf die Minute seine Darbietung beendet.

Was Sie unbedingt anstreben sollten, ist ein intensiver **Kontakt** mit dem Publikum. Der ist wirklich wichtiger als Folien oder Poster oder Hand-outs. Obwohl Sie derjenige / diejenige sind, der vorne steht und das Rederecht hat, können Sie versuchen, partnerorientiert zu kommunizieren; man kann sich das tatsächlich als 'virtuelles Gespräch' vorstellen, obwohl vor Ihnen 200 Leute sitzen. Diese Intention entsteht im Kopf, dazu müssen Sie mental schon richtig gut und stark sein. Es sollte Ihnen deshalb auch völlig vertraut sein, dass Sie sich immer wieder auf Ihre Kernbotschaft konzentrieren: Was will ich beim Publikum erreichen?

Wenn Sie an Ihr eigenes Empfinden denken, wird Ihnen sofort klar, welche Rolle die **Zeit** spielt; das gilt für den Wochentag und die Tageszeit. Es ist ein großer Unterschied, ob Sie Montag morgens um 09.00 Uhr eine Rede halten oder Freitagvormittag gegen 11.30 Uhr. Denken Sie an Ihre eigene Biokurve, und natürlich auch an die der Zuhörer. Oft ist auch wichtig zu wissen: Was war vorher? – gemeint ist: Woher kommt das Publikum? Sind Sie der erste Redner? etc. – und: Was kommt anschließend? – gemeint ist: Müssen die Zuhörer zum Flughafen, zum Bahnhof, ist gleich die erste größere Pause? Geht es zum Mittagessen? usw.

1 Die Grundlage

Die Basiskompetenz, die Sie brauchen, wenn Sie eine Rede halten oder wenn Sie präsentieren, sieht so aus: Sie stehen völlig frei, offen, den Zuhörern zugewandt, Sie zeigen sich also. Sie nehmen Blickkontakt auf, und sie bleiben stabil, obwohl in diesem Moment jeder einzelne Mensch im Universum Sie fixiert – so ist das Gefühl vieler Redner. Ich weiß aus vielen Gesprächen, dass Menschen bereits Monate vor Ihrem Auftritt nur noch schlecht schlafen. Falls es Ihnen so geht: Sie sind nicht allein. Und man kann etwas dagegen tun, also dafür tun, dass Sie mit einem guten Gefühl in solch eine schwierige Situation hineingehen. Es gibt Literatur, um mehr zu erfahren, und es gibt vor allem Trainings und Seminare. Dort können Sie in einem geschützten Raum solche Situationen und Ihr Verhalten üben und Ihren persönlichen Stil entwickeln. Es ist halt genau wie mit Schwimmen oder Radfahren: Reden halten lernt man nur durch – Reden halten. Und dabei will ich Sie jetzt begleiten.

Also: Die beschriebene Redeposition ist die Bedingung für den guten Kontakt, den Sie mit dem Publikum brauchen. Dieser ist mitentscheidend für Ihren Redeerfolg. Nur bei einem guten Kontakt ist das Publikum bereit zu kooperieren.

Zu diesem Kontakt gehört eine möglichst selten unterbrochene Verbindung über die Augen, Sie halten Blickkontakt. Lassen Sie Ihre Augen ruhig wandern, aber nicht hektisch. Damit tun Sie etwas, was in unserer Kultur angemessen ist und erwartet wird. Sie gestalten das, was sich zwischen Ihnen und dem Publikum langsam aufzubauen beginnt. Hinzu kommt: Sie bekommen ständig Informationen darüber, was mit Ihren Zuhörern gerade los ist: Sind Sie zu schnell? zu langsam? Bauen sich Fragen auf? Nicken alle freundlich? usw.

Vielleicht kennen Sie das Gefühl, dass man in einer solchen Situation plötzlich fünf Hände hat, die nicht wissen, wohin? Eine Möglichkeit, wie Sie darauf reagieren können, sieht so aus: Die Hände ruhen ineinander, was konzentriert und sehr stabil wirkt. Sie starten von

hier aus, um zu gestikulieren, wenn Sie etwas unterstreichen wollen, oder wenn Sie Ihren Rhythmus beim Reden finden.

Sie müssen aber nicht die ganze Zeit so stehen bleiben. Es ist sogar gut, wenn Sie sich bewegen, allerdings geplant und nur wenige Male. Sie unterstützen die Wahrnehmung der Zuschauer, wenn Sie sich bewegen, die Zuhörer sind immer auch Zu-Seher. Und Sie tun etwas für sich, für Ihre körperliche und geistige Beweglichkeit. Durch die Bewegung setzen Sie große Muskelgruppen in Gang. Diese verbrauchen dabei viel Energie, dadurch reduzieren Sie die Aufregung, die fast alle Menschen in solchen Situationen spüren.

2 Aufgeregt? – Dann kann nichts schiefgehen!

Es gibt viele verschiedene Formen, wie sich Aufregung in Kommunikationssituationen äußert: die Atmung geht plötzlich schneller, Menschen werden rot im Gesicht – oder kreidebleich; hektische Bewegungen sind zu sehen, die Oberschenkel zittern (was sie noch nie getan haben), der Redner friert – oder ihm ist viel zu warm. Und das Schlimmste: die Stimme zittert! Das Erstaunliche an diesen Phänomenen ist: kaum jemand außer dem Redner oder Präsentierenden selbst scheint sie zu bemerken. Also können Sie davon ausgehen, dass Ihre eigene Wahrnehmung etwas Anderes ist als das, was das Publikum mitkriegt.

Ähnlich dramatisch sind oft die Phantasien vor einer Rede; das einzige, was noch zu fehlen scheint, ist: es fließt Blut! In der Realität passiert – fast nichts. Manchmal verspricht sich jemand, ja und? Ab und zu redet jemand zu Beginn der Präsentation viel zu schnell. Dann warten Sie mal fünf Minuten, bis er sich eingesprochen hat.

Richtige Katastrophen gibt es höchst selten. Deshalb lohnt es sich nur, sich tiefgehend damit zu beschäftigen, wenn Sie ernsthaft an Ihrem Redeerfolg gehindert werden. Oft hilft schon das Wissen über die Prozesse, die körperlich und mental ablaufen.

Die Ursache für diese Phänomene liegt darin, dass Ihr Gesamtsystem als Reaktion auf Stress und Gefahr drei Verhaltensweisen genetisch gespeichert hat: kämpfen, weglaufen, einfrieren. Dummerweise kann Ihr System nicht unterscheiden, ob Sie gerade vor einem Säbelzahn tiger stehen oder gleich eine Präsentation geben sollen. Ihr Körper reagiert konsequent: Er mobilisiert alle Reserven, die Muskeln werden angespannt, die Atmung fährt hoch. Ihr Vorteil dabei ist: Sie sind hochkonzentriert, reagieren blitzschnell, können in der Regel sehr gut zuhören.

Was Sie tun können, um es etwas leichter zu haben, ist folgendes:

- **Körperarbeit:** Es geht vor allem darum, überschüssige Energie abzuleiten; dazu gibt es verschiedene Methoden.

2 Aufgeregt? – Dann kann nichts schiefgehen!

- **mentale Arbeit:** Prüfen Sie Ihre Phantasien! Was genau fürchten Sie, was wäre das Allerschlimmste? – und dann: Wie realistisch ist das? Ebenso sollten Sie versuchen, alle negativen Programmierungen zu löschen ("Ich darf nicht ...!"). – Und immer wieder: Konzentrieren Sie sich auf Ihr Publikum, dem Sie etwas zu sagen haben.
- **Handwerk,** besser: Mundwerk erlernen. Lernen Sie reden! Üben Sie, nutzen Sie jede Gelegenheit, vor einem kleinen Kreis Gedanken zu entwickeln. Belegen Sie Seminare, informieren Sie sich über Fortbildungsmöglichkeiten.

3 Für Ihre Hörer unverzichtbar: eine Struktur

Von Ihrem Publikum werden Sie bei Reden und Präsentationen natürlich besonders genau beobachtet. Deshalb muss es Ihr primäres Ziel sein, von allen Anwesenden verstanden zu werden. Dazu ist es erforderlich, dass Sie klar kommunizieren, präzise und eindeutig. Aus diesen Gründen sollte Ihre Rede eine erkennbare Struktur haben, was bedeutet: die Inhalte, die Sie übermitteln, sollten überschaubar strukturiert sein. Im Hintergrund lauert hier ein Problem, das eine Teilnehmeräußerung aus einem Seminar so illustriert: "... also mental kann ich unheimlich gut strukturieren!" – Viele Menschen wissen genau, was sie sagen wollen, oder – weitaus 'schlimmer' (!) – sie wissen sehr viel und ganz genau Bescheid über ein bestimmtes Thema. Was dann allerdings zu hören ist, enttäuscht regelmäßig die Sprecher selbst (und die Zuhörenden auch), weil es oft zu viel ist, zu ungeordnet, nicht aufeinander abgestimmt und keinen wohlgeordneten Fluss von Gedanken darstellt.

Was kann man tun? In vielen Situationen ist es erforderlich, dass Sie Ihr kommunikatives Vorhaben portionieren, was meist auch heißt: sich beschränken auf Wesentliches - aber irgendeine Art von Stütze brauchen Sie doch. Hier hilft es, wenn Sie hören können, wie Ihre eigene Stimme eine Gliederung vorgibt; damit wird die Planung erleichtert und kann besser durchgehalten werden.

"Zuerst spreche ich über..." – "Mein nächster Punkt beschäftigt sich mit..." – "Am Ende meiner Ausführungen will ich..." Dazu genügt es, sich an die Schulzeit zu erinnern, als Aufsätze immer drei Teile haben mussten: Einleitung – Hauptteil – Schluss. Es müssen jetzt Formulierungen gefunden werden, die wirklich 'mündlich' sind (und nicht geschriebene Sprache repräsentieren) und die so klingen, wie Sie normalerweise reden. Dies führt dazu, dass Sie wenig vergessen und auch nur wenig hinzufügen. Es kann sogar disziplinierend wirken, weil Sie sich dann leichter an eine geplante Struktur halten – Sie haben sie ja gerade von sich selbst gehört!

Ihrem Publikum geben Sie mit einer solchen Struktur gewissermaßen ein Treppengeländer an die Hand, durch dessen Vorhandensein niemand verloren gehen kann. Ein solches 'Geländer' ist vor dem inneren Auge sichtbar. Oft ist so etwas der einzige verbleibende Rettungsring bei Reden und Präsentationen, die Sie ohne Vorbereitung starten müssen.

Die einfachste Möglichkeit zu strukturieren kennt jeder - man muss sie nur anwenden: "Erstens / zweitens / drittens..."

Etwas eleganter sind Strukturprinzipien wie "ist" – "soll" – "Lösung" oder: "Wie heißt das Problem?" – "Welche Lösungsmöglichkeiten haben wir?" – "Wie lautet meine Entscheidung?".

Eine Variante ist etwa "früher" – "heute" – "in Zukunft". Umfangreichere Strukturen lassen sich erstellen und speichern mit den fünf Fingern einer Hand: "Was ist?" (Bestandsaufnahme/Diagnose) – "Wo liegen Probleme?" (Problemanalyse) – "Was sollte sein?" (Zielanalyse) – "Wie kommen wir dorthin?" (Lösungsanalyse) – "Los!" (Aktion).

Ganz gleich wie Sie strukturieren: Sie organisieren damit für sich selbst eine große Hilfe, und Sie tun etwas Besonderes für Ihr Publikum; Sie treffen nämlich auf eine Effizienzerwartung der Hörer. Und das ist der Punkt, den wir bei allen Kommunikationsleistungen immer sehen sollten: wir sprechen und reden nicht für uns selbst, sondern für Zuhörende!

4 Strukturieren durch Argumentieren

Eine weitere Hilfestellung geben Ihnen Argumentationsmodelle, mit denen Sie gewissermaßen drei oder fünf Schritte gehen. Auch diese Strukturierung können Sie mental speichern und dann in der Rede- und Präsentationssituation abrufen. So können Sie jemanden überzeugen, indem Sie ihm gedankliches Material in Form von Argumenten liefern. Dabei ist meist die klassische Schrittfolge sinnvoll: die einzelnen Punkte werden steigernd angeordnet, das Wichtigste kommt also zum Schluss.

Sie starten mit dem Einstieg – das kennen Sie ja jetzt schon. Dieser hat die Funktion, Kontakt aufzunehmen, Sie beziehen sich auf etwas, oder Sie sagen, wozu Sie gleich etwas sagen werden. Im Grund genommen beantworten Sie sich selbst die Frage: "Warum rede ich?" Dann folgt als zweiter Schritt das Argument. Das Argument ist der Grund, warum sich der Zuhörer Ihrer Meinung anschließen soll.

Abschließend, im dritten Schritt, richten Sie zum Beispiel einen Appell an die Zuhörer, das heißt Sie sagen ganz klar und bündig, was diese tun sollen, was sie nicht tun sollen, was sie glauben sollen, wovon sie überzeugt sein sollen. Sie formulieren also einen Zielsatz oder einen Zwecksatz, der beinhaltet: Was soll das Publikum tun?

Ein Beispiel für dieses Argumentieren in drei Schritten:

Zuerst der Einstieg:

Ich möchte über die aktuelle Verkehrssituation in unserer Stadt sprechen.

Dann folgt das Argument:

Die Anzahl der Unfälle mit Fußgängern hat dramatisch zugenommen.

Als letztes folgt der Zielsatz, der Ihr Redeziel formuliert:

Aus diesem Grund fordere ich Tempo 30 für alle Straßen innerhalb der Stadt!

Ein anderes Beispiel:

Wer eine Führungsposition einnehmen will, braucht dazu solides Wissen über Mitarbeiterführung.

Gute Seminare bereiten umfassend auf diese Thematik vor.

Besuchen Sie ein solches Seminar!

So ähnlich funktionieren auch Modelle, wenn Sie mit Gegenpositionen rechnen müssen und diese geschickterweise zuerst bringen. Auch hierzu ein Beispiel:

In Deutschland wird eine Helmpflicht für Radfahrer diskutiert.

Auf der einen Seite kann man oft hören, dass ein erwachsener Radfahrer seine Entscheidung selbst treffen und verantworten muss.

Auf der anderen Seite erleiden immer mehr Radfahrer bei Unfällen schwere Verletzungen, die ein Helm verhindert hätte.

Hinzu kommt: Wenn Erwachsene einen Helm tragen und so eine klare Vorbildfunktion übernehmen, finden auch Kinder einen Helm sinnvoll.

Aus diesem Grund plädiere ich für ein Gesetz, das zum Tragen eines Fahrradhelms verpflichtet.

Im Grunde genommen werden Sie hier an ein einfaches Prinzip erinnert, das Sie bestimmt kennen im Zusammenhang mit dem Schreiben von Texten. Darauf basieren auch die sogenannten Kurzredekonzepte.

5 Kurzredekonzept

Zentral ist immer der folgende Ablauf: Sie starten im direkten Kontakt mit Ihrem Publikum und sagen ihm, was es zu erwarten hat, was Sie tun wollen, was in der nächsten Zeit passieren soll.

Dann folgt die eigentliche Arbeit – dieser Teil ist natürlich viel umfangreicher als der Einstieg. Und im dritten Schritt, relativ kurz und knapp, binden Sie gewissermaßen den Sack zu. Mit ein wenig Übung funktioniert das ganz gut.

Den Hintergrund für diese Tätigkeiten bildet eine Folge von Schritten, die Sie mental gut speichern können: Aufzählungen, Merksprüche, Figuren, oder: Sie gehen im Kopf durch die Zimmer Ihrer Wohnung, wo Sie während Ihrer Vorbereitung verschiedene Themen oder Informationen deponiert haben und präsentieren diese der Reihe nach.

Da Menschen besonders gut in Bildern denken können, finde ich persönlich die graphisch orientierten Kurzredekonzepte sehr brauchbar. Ich zeige Ihnen dazu ein Beispiel.

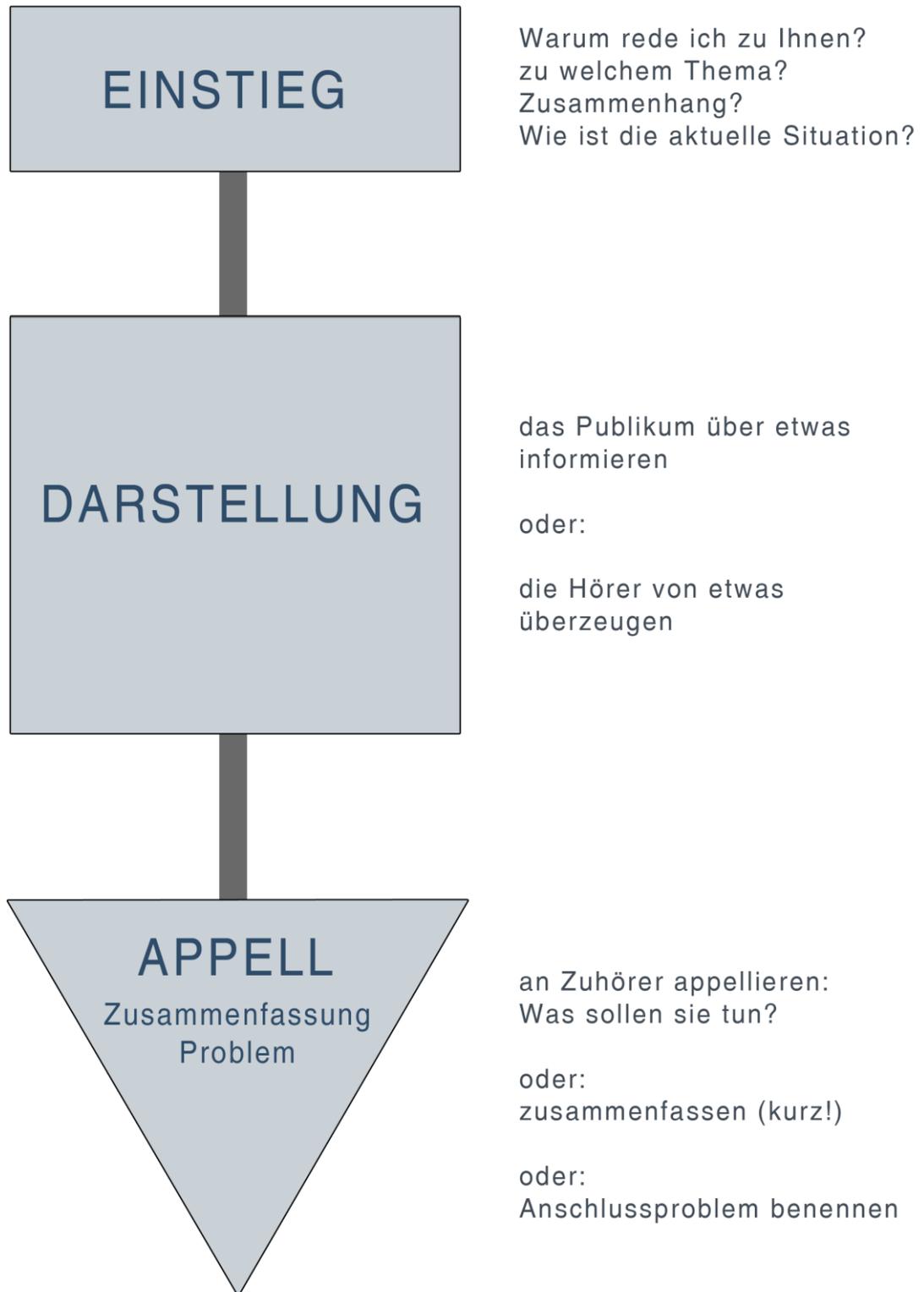
Sie sehen in der folgenden Graphik zuerst wieder den Einstieg, dann kommt der sehr viel größere Hauptteil, in dem Sie argumentieren, informieren, erläutern. Sie können hier zum Beispiel die folgenden Fragen stellen – und natürlich beantworten: Wie ist die aktuelle Situation? Wie sollte es sein? Wie könnte eine Lösung aussehen?

Und in dem dritten Schritt, der wieder deutlich kürzer ist, formulieren Sie einen Appell oder eine Forderung, fassen zusammen, steuern den nächsten Punkt an. Damit haben Sie eine vollständige Choreographie erstellt.

Dieses Vorgehen ist auch anwendbar auf komplette Präsentationen, in denen Sie Menschen informieren oder von Ihrer Position zu überzeugen versuchen.

Dieses Konzept, das Sie hier skizziert sehen, hat einen unschätzbaren Vorteil: Sie sehen es jetzt schon vor Ihrem 'inneren Auge' – machen Sie den Versuch: schauen Sie auf eine Wand des Raumes, in dem Sie sich gerade befinden, und Sie werden unsere Dreiteilung

'sehen' können: Anfang - Mitte – Ende, Sie brauchen sich das ab jetzt nicht mehr zu notieren.



6 Unterlagen signalisieren: ein Profi!

Natürlich ist es leichter, wenn Sie Unterlagen in der Hand halten, zum Beispiel ein Script oder eine Moderationskarte. Viele Teilnehmer meiner Präsenzseminare glauben, dass sie sich damit eine Blöße geben, weil sie mit Material arbeiten müssen – das Gegenteil ist der Fall! Sie lassen erkennen, dass Sie die Situation als so ernst und wichtig einschätzen, dass Sie sich schriftlich vorbereitet haben, und das darf jeder sehen.

Ideal ist es, wenn diese Unterlagen es Ihnen erlauben, permanent Augenkontakt mit dem Publikum zu halten und sich nur ab und zu auf dem Papier zu orientieren, was Sie als nächsten Punkt vorbereitet haben. Sie sollten auf keinen Fall komplett ausformulierte Texte verwenden, weil Sie dann gezwungen sein werden vorzulesen. Damit geht der unmittelbare Kontakt zu den Hörern verloren und – fast noch wichtiger – Sie können die Reaktionen des Publikums nicht wahrnehmen, die Ihnen wichtige Hinweise geben.

7 Visualisierung einsetzen = Präsentieren

Wenn Sie mit Medien arbeiten, haben Sie die Chance, über den visuellen Kanal der Zuhörer, die immer auch Zuseher sind, Ihre Inhalte abzusichern. Damit lassen sich Informationen illustrieren, um das Verständnis zu erleichtern, und Sie können diese Mittel auch einsetzen zur Ergebnissicherung. Durch die Visualisierung wird grundsätzlich Interesse geweckt, die Aufmerksamkeit der Zuschauer - in diesem Fall - wird zentriert. Informationen, Argumente, Zusammenhänge, Prozesse werden leichter zugänglich und einsichtiger.

Menschen nehmen visuelle aufbereitete Inhalte extrem schnell auf. Dadurch lässt sich auch eine mehrkanalige Rezeption erreichen: durch die Kombination von Hören und Sehen können leicht mehr als 50% der Informationen aufgenommen werden. (Vielleicht noch wichtiger: Wenn Sie Hören und Sehen kombinieren und dazu die Zuschauer noch selbst etwas tun lassen, kommen Sie locker auf über 90% Informationsaufnahme.)

Lassen Sie mich also bis hierher festhalten: Eine gelungene Präsentation unterstützt das gesprochene Wort durch – sparsam eingesetzte – Visualisierung. Sie konzentriert sich auf die wirklich wichtigen Punkte, hat aber keinen Vollständigkeitsanspruch. Es handelt sich immer um ein Kommunikationsereignis mit einer deutlichen Appellfunktion, oder einer Informationsfunktion. Damit wird eine intensive Kommunikation mit Ihren Kunden, Mitarbeitern, Kolleginnen und Kollegen und Geschäftspartnern angestrebt und auch ermöglicht.

8 Aufbau einer Präsentation

Hierzu können Sie sich noch einmal in Erinnerung rufen, was ich oben zu den Grundsätzen des Argumentierens ausgeführt habe.

Sie starten mit dem Einstieg. Üblicherweise erfolgen hier Begrüßung und Vorstellung, dazu werden organisatorische Dinge abgearbeitet. Das Thema wird vielleicht in einen übergeordneten Zusammenhang eingeordnet. Der Präsentierende erläutert seine Intention.

Im Hauptteil geht es um Informieren oder Überzeugen und oft um eine Mischung aus beidem. Geschickt ist es dabei, vom Bekannten zum Unbekannten überzugehen, vom Einfachen zum Schwierigen, vom Alltäglichen zum Attraktiven zu führen.

Der Schluss bringt eine Zusammenfassung, konzentriert sich auf die wichtigsten Punkte, formuliert eine Aufforderung oder einen Appell und fragt möglicherweise: Wie heißt der nächste Schritt?

9 Visualisierung

Die eigentliche Visualisierung sollte so einfach und klar wie möglich sein. Vor allem wenn Sie als Führungskraft präsentieren wird erwartet, dass Sie in der Lage sind, sich auf die sogenannten big points zu konzentrieren.

Sie erinnern sich: Der visuelle Kanal ist bei fast allen Menschen am stärksten ausgeprägt. Das können Sie sich in vielen Situationen zunutze machen, um die Wirkung des gesprochenen Wortes zu verstärken. Gerade bei Präsentationen erregen Sie Aufsehen, wenn Sie mit einem dicken Stift und drei Strichen vor den Augen des Publikums für Klarheit sorgen. So etwas nützt Ihnen auch in anderen Situationen: Im Kundenkontakt erreichen Sie hohe Akzeptanz, wenn Sie komplizierte Zusammenhänge auf dem sprichwörtlichen Bierdeckel darstellen können. In Problemlösephasen ermöglichen Sie durch passende Visualisierung einen klaren Blick auf die Dinge. In jedem Meeting können Sie Prozesse illustrieren und damit dokumentieren.

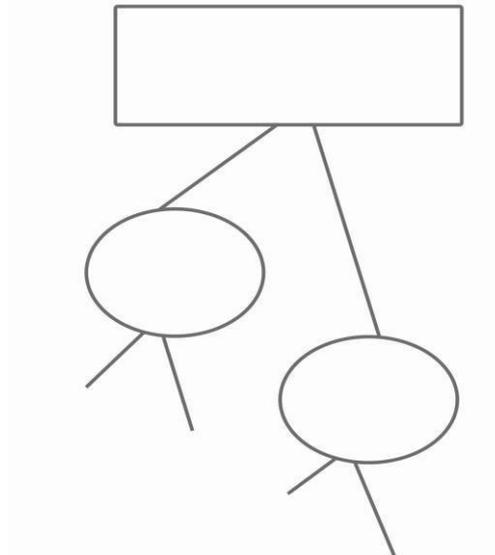
Übrigens: Niemand muss zeichnen können, es geht um Visualisierung als Reduzierung von Komplexität, als Konzentration auf Wesentliches.

Wenn Sie Informationen benötigen zu Themen wie Schriftzeichen, Schriftgrößen, Farben, Textverteilung und ähnliches – all das finden Sie in der Literatur zu Moderation und Durchführung von Präsentationen und Workshops.

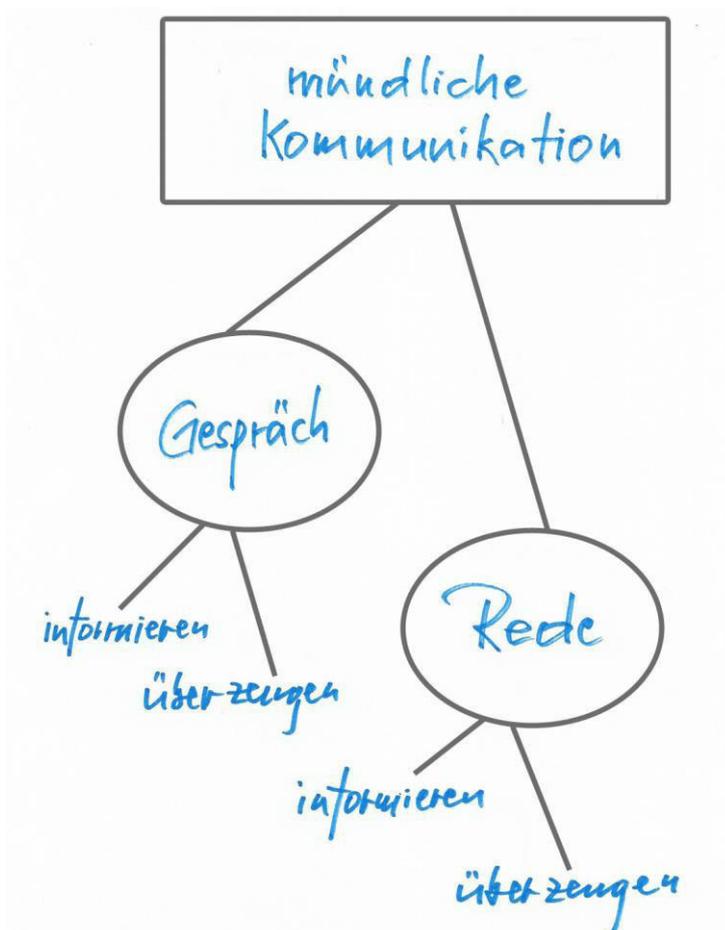
Daneben gibt es auch die Möglichkeit, teilweise vorbereitete Poster oder Folien zu verwenden. Sie geben etwa graphische Formen vor – so wie Sie es im folgenden Beispiel sehen können – also Linien, Kästen, Kreise, Listen - und während der Präsentation tragen Sie dann 'nur noch' Ihre Inhalte ein. Der Vorteil bei diesem Verfahren liegt darin, dass das Publikum den Eindruck hat, dass alle Anwesenden zusammen ein gemeinsames Produkt erstellen, und dass bei dieser Aktion jeder zusehen und das Wachsen der Visualisierung mitverfolgen kann.

Hier sehen Sie als einfaches Beispiel die Aufteilung der mündlichen Kommunikation in "Gespräch" und in "Rede".

Auf Ihrem Poster sind erst nur die graphischen Formen zu sehen.



Während Sie Ihre Erklärungen formulieren, tragen Sie die Begriffe ein:



10 Präsentieren mit traditionellen Medien

Die Vorteile der traditionellen Medien wie Flipchart und Pinnwand sind vielfältig und sollten nicht geringgeschätzt werden. Sie stehen praktisch überall zur Verfügung, Sie sind damit unabhängig von komplizierter Technik, und, ganz wichtig: Sie können während oder nach Ihrer Präsentation eine Visualisierung zu Hilfe nehmen, zum Beispiel bei aufkommenden Fragen, oder wenn das Publikum zusätzliche Erläuterungen benötigt.

Daneben gibt es noch einen Punkt, den Sie vielleicht selbst schon so erlebt haben: Wie souverän erscheint jemand, der vor Publikum steht und eine Präsentation abliefert – und plötzlich den Beamer ausschaltet und sagt: "Meine Damen und Herren, ich erkläre Ihnen das mal ganz anders." Und dann geht er oder sie zum Flipchart, macht drei Striche, und plötzlich erscheint alles klar und nachvollziehbar!

Essentiell auch bei Präsentationen ist der Kontakt mit dem Publikum, ab und zu unterbrochen durch Ihre Visualisierungstätigkeit am Medium. In dieser Zeit reden Sie natürlich nicht, weil Sie ohnehin nur zum Papier sprechen würden und kurze Zeit keinen Kontakt haben.

12 Arbeit am Gerät

Grundsätzlich gilt: erst reden, dann schreiben. Das bedeutet: Sie präsentieren Ihre Inhalte erst mündlich, dann fixieren Sie ein Konzentrat davon für die Augen des Publikums. Während Sie am Medium arbeiten, dem Publikum also den Rücken zuwenden müssen: bitte nicht sprechen, wie oben bereits erwähnt. Es ist natürlich jedem klar, dass spontanes Schreiben nicht ganz einfach ist; Ihr Publikum wird aber von Ihrem Mut, es trotzdem zu versuchen, beeindruckt sein.

Ihre Position sollte aus der Perspektive des Publikums links vom Medium sein. Das Flipchart oder die Pinnwand sollten von Ihnen nicht verdeckt werden, Ihre Visualisierung muss jederzeit von allen Anwesenden gut zu sehen sein. Das bedeutet in der Regel, um Ihnen ein Beispiel zu nennen: das untere Drittel einer Pinnwand wird nicht beschrieben, da es oft nicht von allen Zuschauern gesehen werden kann.

13 Zeigegesten

Noch ein Punkt ist von Bedeutung, wenn Sie mit traditionellen Medien arbeiten: es sind die sogenannten Zeigegesten. Sie haben die Aufmerksamkeit Ihrer Zuhörer durch das gesprochene Wort. Das verstärken Sie durch die Visualisierung. Dabei nutzen Sie die Chance, die Konzentration des Publikums dahin zu lenken, wo Sie sie haben wollen. Das tun Sie, indem Sie die Blicke der Zuschauer mit Ihren Zeigegesten führen. Deren Intention liegt darin, dass sich das Publikum mit Ihnen zusammen auf die Informationen konzentriert, die Sie gerade in den Mittelpunkt Ihrer Ausführungen stellen.

Grundsätzlich gilt dabei: Sie zeigen einen Ihnen wichtigen Punkt, Sie wenden sich zum Publikum und nehmen den Augenkontakt wieder auf, und Sie reden weiter. Der Arm bleibt fixiert, um den Blick der Zuseher zu lenken. In der Literatur finden Sie das unter "touch – turn – talk" oder "zeigen – drehen – reden" usw.

Noch besser ist es, wenn Sie gegenständlich visualisieren, das heißt, wenn Sie etwas zeigen, was man anfassen könnte. Sie reden also nicht nur über ein neues Auto, sondern Sie zeigen ein Modellauto, Sie tun damit etwas – Türen öffnen, Kofferraum auf, Räder drehen sich - und damit setzen Sie einen Anker beim Publikum, und genau das ist der Sinn von Visualisierung.

14 Präsentationsprogramme

Auch wenn Sie für Ihre Präsentation Programme wie PowerPoint oder Prezi verwenden, bleiben immer noch Sie die Hauptperson. Das wird leicht aus den Augen verloren, weil die Technik heute faszinierende Möglichkeiten bietet, eine Präsentation aufzupeppen. Aber auch perfekte Folien sollen den Menschen unterstützen, der präsentiert, und nicht umgekehrt. Stellen Sie sich vor, Sie würden auf "Diashow" stellen und dem Publikum sagen: "Sehen Sie sich das in aller Ruhe an, ich gehe mir einen Kaffee holen, und dann können wir Ihre Fragen besprechen - falls Sie welche haben." – Dann hätten Sie etwas falsch gemacht und vor allem: falsch verstanden! Also werden Folie nicht selbsterklärend gestaltet. Der Präsentierende muss notwendig sein, um die Darstellung zu komplettieren.

Verwenden Sie grundsätzlich eher wenige Folien, die Sie ausreichend lange betrachten lassen. Prüfen Sie, ob Sie Ihre Folien mit anderen Medien und / oder Materialien kombinieren können. Zuschauer finden einen solchen Materialmix spannend. Sie müssen dann allerdings fast schon mit der Stoppuhr Ihre Choreographie durchplanen. Typischer Anfängerfehler: wenn Sie fünfmal die Bühne überqueren, um zur Pinnwand oder einem Smartboard zu gelangen, und wieder zurück in Position kommen, um mit dem PP-Vortrag weiterzumachen, fehlen Ihnen schon mehr als 30 Sekunden – und Sie wollten doch eine Punktlandung hinkriegen!

Manchmal ist es sinnvoll, Folien während des Vortrages zu bearbeiten (markieren, einrahmen, Verbindungen deutlich machen), im Angesicht des kritischen Publikums. Sie merken schon: das ist nicht so einfach, kostet Nerven, muss gut trainiert sein, und die Technik muss störungsfrei funktionieren. Ähnlich heikel ist es, wenn Sie während Ihres Auftritts ins Internet gehen wollen; die Wirkung ist super – wenn's funktioniert... Also gilt immer wieder: Nicht Ihre eigene Lust an technischen Spielereien ist relevant, sondern die Antwort auf die Frage: Was nützt Ihrem Kommunikationserfolg in dieser stressigen Situation?

15 Und wo stehen Sie? - Position

Auch bei Folienpräsentationen stehen Sie so, dass Sie den Blick der Zuschauer auf die Präsentationsfläche nicht verstellen. Auch hier stehen Sie – aus Zuschauerperspektive gesehen – am besten links. Es ist oft günstig, wenn Sie zu den Zuschauern treten, sich zum Beispiel neben die erste Reihe stellen, und gemeinsam mit dem Publikum die Projektion betrachten und kommentieren.

16 Folien: und noch eine!

Zur Foliengestaltung will ich nur einige wichtige Grundsätze nennen.

Zuerst: Vermeiden Sie den schlimmsten Fehler, und bringen Sie auf die Folien um Himmels willen keine ausformulierten Sätze oder sogar komplette Texte, wie man es immer noch erleben kann. Prüfen Sie das Verhältnis Text – Bild: Ist es ausgewogen? Übersichtlich? Unterstützt die visuelle Darstellung die Aussage? Versuchen Sie mit möglichst wenig Textbausteinen zu arbeiten.

Bitte keine Selbstverständlichkeiten visualisieren! Auch nicht nur Themen auflisten – deutliche Aussagen zur Sache sind viel spannender, außerdem erwarte ich, der Zuhörer, das von Ihnen.

Verwenden Sie nur wenige Informationen pro Folie, seien Sie sparsam mit Bildern, Graphiken, Animationen. Vor allem, was die Anzahl der Folien betrifft, gilt: weniger ist mehr!

Folien, die Sie einblenden, sollten Sie erst lesen, betrachten, wahrnehmen lassen und dann erst kommentieren und in Ihrem Vortrag fortfahren.

Verzichten Sie auf Effekte. Die Zeit ist vorbei, als Zuschauer staunend in Präsentationen saßen, bei denen die Folien sich überschlagend unter Trommelwirbel einflogen. Akzeptabel ist zum Beispiel der Jalousien-Effekt (aufblenden).

Auch mit Clip Arts sollten Sie sparsam umgehen, der Vortrag wirkt schnell leicht unseriös, außerdem sind die Standard-Clip Arts inzwischen alle bekannt. – Gehen Sie lieber zum Flipchart und scribbeln Sie uns was vor!

17 Sie sind der Chef!

Abschließend möchte ich noch einmal auf den wichtigsten Punkt hinweisen: konzentrieren Sie sich auf Ihr Publikum, ganz gleich, ob Sie vor einem kleinen Kreis von anderen Führungskräften präsentieren, vor Ihren Mitarbeitern, vor Kunden, oder ob Sie die zentrale Präsentation auf der Jahreshauptversammlung geben. Sie können Ihre Hörer nur mit Ihrer Ausstrahlung und Ihrer Überzeugungskraft gewinnen. Dazu sollten Sie niemanden nachahmen, Sie sollten kein Theater spielen, sondern Sie sollten authentisch bleiben. Nehmen Sie mit Ihrem Publikum Kontakt auf, halten Sie diese Verbindung, und ziehen Sie immer wieder die Aufmerksamkeit der Zuhörer auf sich selbst. Nicht vergessen: Sie reden zu einem Publikum, zu Menschen, die Ihnen zuhören – und nicht zum Gerät oder zur Projektionswand hinter Ihnen.

Diese Verbindung mit Ihren Hörern ist die Grundvoraussetzung für Ihren Präsentationserfolg. Registrieren Sie aufmerksam die Reaktionen, oft bekommen Sie schon Hinweise auf die anschließende Fragerunde. Betrachten Sie deshalb nicht voller Begeisterung die eigenen Folien, sondern suchen Sie unausgesetzt den Augenkontakt. Auf diese Weise gestalten Sie ein Kommunikationsereignis, das von allen Anwesenden als gemeinsame Arbeit erlebt wird.

18 Ihre Chance: Fragen des Publikums

Als Redner oder als jemand, der präsentiert, sind Sie in einer starken Position (allerdings sind die Präsentierenden meist diejenigen, die das nicht so sehen!): Sie wissen als einziger, wie es weitergeht, was als nächstes kommt, welche Mittel eingesetzt werden, wie weit der Höhepunkt noch weg ist, ob es Überraschungen geben wird usw. Und vor allem haben Sie die Antworten auf die Fragen der Zuschauer, also sind Sie ganz klar der Experte in dieser speziellen Kommunikationssituation.

Fragen, die das Publikum Ihnen stellt, können Sie

- **beantworten**: möglichst knapp während des Vortrages, in einer anschließenden Fragerunde durchaus umfangreicher. Sie können aber auch erst einmal die Frage sinngemäß wiederholen, bevor Sie antworten; dann sind sie sicher, korrekt verstanden zu haben.
- **zurückstellen** – aber nicht vergessen! Eventuell notieren; unter Umständen das Zurückstellen auch damit begründen, dass man ohnehin geplant hat, auf diesen Zusammenhang einzugehen.
- **sammeln**, anschließend als 'Paket' beantworten

In einer Präsentation lassen sich sogenannte 'Sollbruchstellen' einbauen, bei denen man damit rechnen kann, dass nachgefragt wird. Und genau darauf ist ein erfahrener Vortragender natürlich vorbereitet und erscheint deshalb als kenntnisreich, exzellent präpariert und letztendlich souverän.

Zentral für Ihre Reaktion auf Fragen sollte sein: Arbeiten Sie mit dem Material weiter, das die Frage Ihnen liefert. Als Minimum sollten Sie in Ihrem ersten Satz Begriffe verwenden, die der Fragesteller benutzt hat. In der Regel lässt sich ein Fragekern identifizieren, den Sie bearbeiten sollten, dazu noch höchstens 1 – 2 benachbarte Punkte.

Grundsätzlich gilt: durch das Aufgreifen von Fragen kommen Sie noch stärker in einen 'Gesprächsmodus'; der Kontakt mit Ihren Mitarbeitern, Kunden, Geschäftspartnern wird schlagartig konkreter und meist auch besser. Darin liegt die Chance, die ihnen die Fragen Ihrer Zuhörer liefern.

19 Wie beim Fußball: Nach dem Spiel ist vor dem Spiel.

Diese alte Fußballweisheit hat auch bei kommunikativen Prozessen ihre Berechtigung. Hier geht es um die Reflexion, um die systematische Nachbereitung der Rede oder Präsentation, was im Übrigen nicht sehr viel Zeit erfordert. Wichtig ist, dass Sie behutsam mit sich selbst umgehen. Ganz gleich, wie es gelaufen ist, Sie haben eine anspruchsvolle Kommunikationsleistung hinter sich gebracht, und darauf sollten Sie erst einmal stolz sein. Trotzdem wird es höchstwahrscheinlich möglich sein, das eine oder andere noch ein kleines bisschen zu verbessern. Auch zu diesem Punkt bekommen Sie von mir im Anhang eine Checkliste, die Sie durchgehen können. Am erfolgversprechendsten ist es immer, wenn Sie sich innerhalb der nächsten Stunden dazu Notizen machen.

Ein typischer Fehler, der mir immer wieder berichtet wird, besteht darin, dass die Redner oder Präsentierenden sich ausschließlich um die Dinge kümmern, die ihrer Meinung nach nicht so richtig gut gelaufen sind. – Falsch: Führen Sie sich erst einmal vor Augen, was gut gelaufen ist, womit Sie zufrieden sind, was einfach gepasst hat. Nicht ganz einfach, sich selbst zu sagen: "Na, das war doch gar nicht schlecht!" – oder?

Grundsätzlich sollten Sie so vorgehen: **die Stärken stärken, die Schwächen austrocknen**. Was war gut? – Dann sollten Sie es beibehalten und noch ein bisschen besser werden. Wo gab es Schwächen? – Entwickeln Sie Alternativen, es gibt nie nur eine Lösung.

Holen Sie sich Feedback ein von Menschen, denen Sie vertrauen. Hören Sie sich an, was die Ihnen zu sagen haben. Was Sie davon annehmen und beim nächsten Mal vielleicht anders machen, entscheiden Sie allein, und zwar erst viel später.

Was die technische Seite betrifft: Ideal ist es natürlich, wenn es von Ihrem großen Auftritt eine Videoaufnahme gibt. Aber eine App mit Diktierfunktion tut es in der Regel auch, um Ihre Leistung zu dokumentieren und später auszuwerten.

Literatur

Falls Sie zu diesem Themenbereich weiterlesen möchten, kann ich Ihnen die folgenden Bücher empfehlen:

1. Flume, P./ W. Mentzel: Rhetorik. Planegg 2019
2. Hartmann, M./ R. Funk/ H. Nietmann: Präsentieren. Weinheim 2018
3. Herbig, A.F.: Vortrags- und Präsentationstechnik. Norderstedt, BoD, 2014
4. Hierhold, E.: Sicher präsentieren – wirksamer vortragen. Wien 2005
5. Joost, A.: Mit Worten bewegen. Weinheim 2012
6. Kushner, M.: Erfolgreich Präsentieren für Dummies. Bonn 2011
7. Nini, P.: Warum gut präsentieren heute anders geht. Offenbach 2017
8. Nöllke, C./ M. Schmettkamp: Präsentieren. Planegg 2020
9. Schulenburg, N.: Exzellent präsentieren. Wiesbaden 2017

Und jetzt sind Sie dran...

Und jetzt sind Sie dran...

Ich hoffe, ich konnte Ihnen bis hierher ein paar Zusammenhänge erläutern, die für Sie vielleicht neu waren. Und vor allem hoffe ich, dass es mir gelungen ist, diese schwierig zu erkletternde Bergkette namens "Reden halten" und "Präsentieren" zu entmystifizieren. Im Prinzip kann jeder lernen, zu schwimmen oder Rad zu fahren. Die einen können es anschließend ein bisschen besser, die anderen nur grade so eben; es reicht aber immer, um sich über Wasser zu halten und von A nach B zu kommen.

Allerdings muss ich Sie vor einer Sache warnen: Es könnte sein – wenn Sie sich mit Reden beschäftigen, auf Präsentationen achten, die Ihnen gefallen, sich eine Person merken, die Sie hier besonders beeindruckt – es könnte sein, dass Sie Spaß daran bekommen, vor anderen Menschen zu reden! Also seien Sie vorsichtig! Bis dahin wünsche ich Ihnen aber erst einmal, dass Sie Reden und Präsentationen in Zukunft nicht erleiden, sondern ganz bewusst gestalten werden. Diese Kompetenzen werden einen wesentlichen Teil Ihrer Persönlichkeitsentwicklung ausmachen.

© Dr. Roland Forster

Saarbrücken September 2021

Checkliste 1 Analyse der Rede- und Präsentationssituation

allgemein

Veranstaltungsrahmen

- Einzelveranstaltung?
- Reihe?
- in-house-Präsentation?
- bei Kunden?
- Wettbewerbspräsentation?
- meine Präsentation – oder unsere (Gruppe)?
- wer stellt mich vor? – Ich selbst?
- thematische Einführung durch andere Person?
- Fragen während Vortrag?
- anschließend Diskussion?
-

Zielgruppe

Teilnehmer

- wie viele? mir bekannt? nicht bekannt?
- homogen – heterogen
 - Alters- und Berufsstruktur
 - Tätigkeiten
 - Hierarchieebenen
 - besondere Aufgaben

(Vor-) Kenntnisse und (Vor-) Erfahrungen

- Was kann als bekannt vorausgesetzt werden?
- Was sollte (mehrfach) erklärt werden?
- Was ist neu? (vermutlich - oder in Erfahrung gebracht)
- Gibt es eine Vorgeschichte? (bzgl. Thema - Hörer - Situation - Unternehmen)

Interessen der Zuhörer

- verdeckte Interessen
- Erwartungen

Einstellungen des Publikums

- zum Thema (vermutet - oder recherchiert)
- zur Veranstaltung (Ort, Zeit)
- zur Person des Vortragenden / Referenten / Präsentators
- zu anderen Teilnehmern

irrationale Phänomene

- Ängste, Vorurteile, Überheblichkeit
- allgemein: Emotionen; auch: wie belastbar sind die Hörer?

Ort

Raumgröße

- Licht
- wo steht / sitzt der Vortragende?
- wo sitzen / stehen die Hörer?

Technik

- Mikrofon, Rednerpult, Ablagemöglichkeiten, OHP, PC, Beamer
- Geräte beweglich oder fest installiert?
- eigene, mitgebrachte Technik
- Alternativen bei Störungen (ausgedruckte Folien, 2. CD, Stick etc.)

Zeit

Tageszeit

- Biokurve von Redner und Hörern beachten, möglicherweise müde, satt, angestrengt
- was war vorher?
- was kommt anschließend?

Dauer der Rede bzw. Präsentation

Dauer einzelner Phasen

Pausen

Medien

Flipchart, Tafel, OHP, Notebook, Folien, Video, Beamer usw.

- wie vertraut dem Publikum (und dem Referenten)?
- inwieweit akzeptiert?
- was wann wie einsetzen?
- wie eventuell ersetzen?

Thema, Teilthemen

Wie genau vorgegeben?

Gibt es favorisierte Themen? (bei mir, beim Auftraggeber, beim Publikum)

Tabus?

Konfrontationsthemen?

Thema der Rede, Gegenstand der Präsentation: bekannt – oder neu?

einfach – oder eher schwierig?

eher unwichtig? - von großer Bedeutung?

Was plane ich für Einstieg und Schluss?

Was ist meine zentrale Botschaft?

bei Zeitmangel:

Was kann wegfallen?

bei Zeitüberschuss:

Was kann ich einbauen?

Checkliste 2: Reflexion und Weiterentwicklung

Inhalt

Gliederung / Aufbau / Struktur: War meine Rede / Präsentation ...

Sachlogik

- der Sache, dem Gegenstand angemessen?

Psychologik / Situationslogik / Zeitlogik

- diesem Publikum in dieser Form in der zur Verfügung stehenden Zeit angemessen und durchführbar?

Sprache

Wortwahl: War sie ...

- kompliziert
- einfach / konkret
- abstrakt / Fachsprache / Reizwörter

Satzbau: War er ...

- klar, überschaubar
- verschachtelt / assoziativ
- gezielt entwickelnd

Sprechen

Artikulation: Habe ich ...

- Präzise – undeutlich – Korrekt – unsicher –
dialektal gefärbt gesprochen?

Intonation: Habe ich ...

- monoton, wenig lebendig
- auf mehreren Tonhöhen, ausdrucksstark
- sinnfassend - 'gegen den Strich' intoniert?

Dynamik: Wie waren ...

- Lautstärke (laut, leise, angemessen, variabel)
- korrekte Betonung

Tempo: Habe ich ...

- schnell, langsam, angemessen, variabel geredet?
- viele, wenige, spannende, lösende Pausen realisiert?
- Tempowechsel bewusst und gezielt eingesetzt?

Hörerbezug

Hatte ich diesen berühmten "Draht" zu den Zuhörern?

- Wodurch ist das gelungen?

Habe ich zu den Zuhörern geredet?

- oder eher für mich gesprochen?
- War das partnerzentriert im Sinn eines virtuellen Gesprächs?

War ich frei in der Kontaktgestaltung?

- Oder habe ich mich eng an Vorlage und Material geklammert?
- Gab es einen intensiven Kontakt – oder eher beiläufig?

Schauform

Mimik

- offen, zugewandt?
- verkrampt, künstlich, aufgesetzt, abweisend?

Gestik

- authentisch?
- verkrampt, antrainiert?
- sparsam?
- großräumig?

Kinesik

- steif, unbeweglich gestanden?
- unruhig, sogar hektisch bewegt?
- gelassen, konzentriert gewirkt?
- Lebendigkeit ausgestrahlt?

Proxemik

- Raum ausgenutzt? verschenkt?
- für Energieabfuhr genutzt?
- Positionen geändert?

Redevorlage

Gestaltung

- Layout, graphische Gestaltung
- Übersichtlichkeit
- zu viel / zu wenig Text
- Stichwortkonzept; Ablaufplanung; Überblick
- Anordnung der Informationen
- Freisprechen ermöglichend - erschwerend

Medien

Präsentationsmaterial

- zweckmäßig - ausreichend -ansprechend
- Intention unterstützend / ablenkend

Medienwechsel

- realisiert? - Wo wäre er möglich gewesen?

Dr. Roland Forster berät und trainiert seit 40 Jahren zu Themen der mündlichen Kommunikation.

Schwerpunkte dabei sind Gesprächstraining und Redetraining, hinzu kommt die Beratung von Führungskräften.

Sein sprechwissenschaftlicher und pädagogischer Hintergrund und seine große Erfahrung sind die Basis für eine hohe didaktisch-methodische Kompetenz. Die Arbeit mit ihm gilt als 'sportlich' und fordernd; trotzdem loben seine Klienten seine Fähigkeit, aus jedem einzelnen ein sehr individuelles Maximum herauszuholen.

