

### Vorsicht!

- **Oberlehrerattitüde:** „Ich werde versuchen, es Ihnen so verständlich darzustellen, dass auch Sie als Laien...“
- **Übertreibungen:** „Hochverehrtes akademisches Publikum...“
- **Selbstverkleinerung:** „Meiner unmaßgeblichen Meinung nach...“
- **Verbalschleimerei:** „Diese unübertroffen schöne Universität mit ihrer weltweit exzellenten Reputation...“

## ECHTHEIT

Redner werden als echt oder authentisch wahrgenommen, wenn ihre Innenwelt mit dem optischen und hörbaren Ausdruck übereinstimmt. Was gedacht und gesagt wird, muss widerspruchsfrei sein. Dann hat man den Eindruck als Zuhörer: „Da glaubt einer, was er sagt! Und er sagt, was er denkt!“

Diese Echtheit ist nicht mit Naivität oder gnadenloser Ehrlichkeit zu verwechseln. Es bedeutet nur, dass deine Kernbotschaften mit deinen Überzeugungen übereinstimmen müssen. In der Situation nimmt man logischerweise Rücksicht auf Konventionen und ist somit ‚selektiv authentisch‘. Das bedeutet aber trotzdem: ich kann nur sagen, was ich fachlich durchdrungen habe und was ich guten Gewissens vertreten und aus Überzeugung sagen kann. Gelingt das nicht, wird man auf Dauer keinen Erfolg haben.

## INDIVIDUALITÄT

Der Redner soll persönlich mit dem Thema verbunden sein. Es muss also spürbar werden, was er aus eigener Erfahrung dazu zu sagen hat, wo er gerührt, überrascht oder leidenschaftlich ist. Versucht der Redner also nicht, jemanden zu kopieren oder einem Perfektionsideal zu entsprechen, scheint seine Individualität durch, er wird greifbarer und damit glaubwürdiger. Und wenn Individualität erkennbar ist, wird aus einem Sprecher ein Redner.

### Praxis-Tipp:

Nur Mut!

Verstecke deine eigenen Züge nicht. Stehe zu deiner Individualität, aber inszeniere sie nicht!

## UNAUFDRINGLICHE SELBSTSICHERHEIT

Es ist schon verhext. Auf der einen Seite wollen wir souverän präsentieren, andererseits hemmt uns häufig die Angst vor Beobachtung und Negativbewertung. Um seine Nervosität nicht zu zeigen, nutzt man einen vermeintlichen Schutzschild aus übertriebener, aufgesetzter Selbstsicherheit.

Doch Vorsicht: Die zur Schau gestellte so-als-ob Souveränität wirkt entweder arrogant oder wie eine Fassade.

Wichtig ist vielmehr ein gutes, stabiles Gefühl, das sich durch Üben, Feedback und Konfrontation mit der eigenen Außenperspektive entwickelt. Hierzu dienen vor allem Videoanalysen mit Selbst- und Fremdeinschätzung.

Neben dem Übungsfaktor erhöht das Sprechen vor Publikum und Kamera die Selbstwahrnehmung und Selbstkontrolle. Die Chance zur Selbstkontrolle hast du als Redner vor allem dann, wenn du nicht nur weißt, wie du dich fühlst, sondern auch, wie du nach außen wirkst.

### **Praxis-Tipps:**

Achte bei der Videoanalyse auf die Vorgehensweise: Analysiere dich erst selbst. Formuliere erst Positives, dann Negatives. Anschließend geben dir die Zuhörer ihre Eindrücke wider: deine Stärken und die Optimierungsmöglichkeiten.

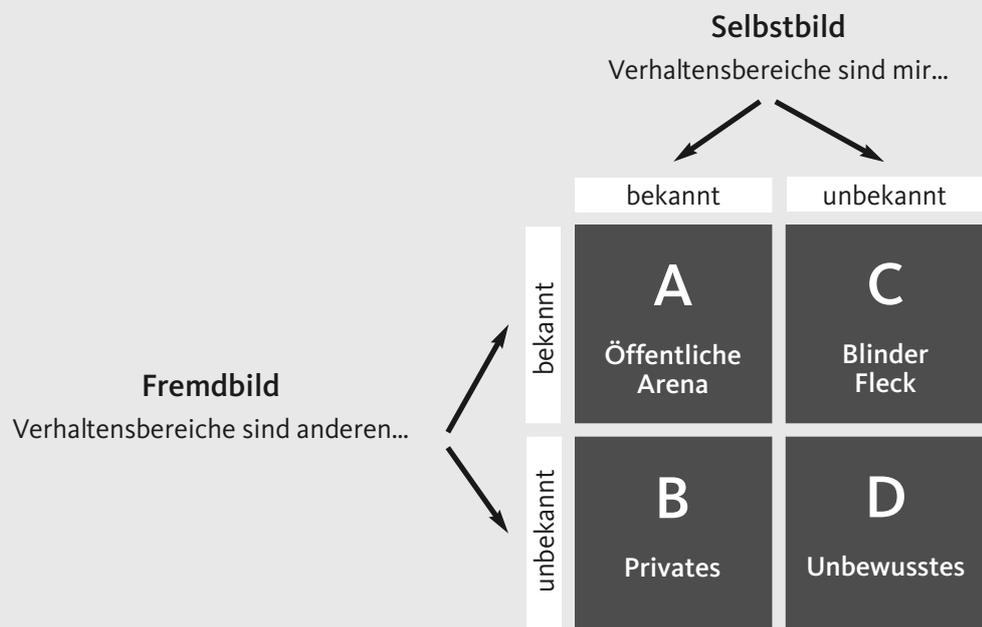
Außensicht und Innensicht ermöglichen eine stabile Selbsteinschätzung. Das ist wiederum die Basis für Selbstsicherheit. Und die hilft, die Rede mit der nötigen entspannten Konzentration souverän und natürlich vorzutragen – mit unaufdringlicher Selbstsicherheit!

## 2 Das Johari-Fenster

Eine ausgezeichnete Methode, um das eigene Potenzial zu entfalten, bietet das Modell des „Johari-Fenster“.

### Das Johari-Fenster

Das Johari-Fenster ist ein grafisches Schema zur Darstellung bewusster und unbewusster Persönlichkeits- und Verhaltensmerkmale zwischen einem selbst und anderen bzw. einer Gruppe. Entwickelt wurde es 1955 von den amerikanischen Sozialpsychologen Joseph Luft und Harry Ingham. Mit Hilfe des Johari-Fensters wird vor allem der so genannte blinde Fleck im Selbstbild eines Menschen illustriert.



Bei genauer Betrachtung wird deutlich, dass das aktive Einholen von Feedback jedem helfen kann, den eigenen Blinden-Fleck zu verkleinern und sich mehr Bewusstsein über das eigene Selbst zu verschaffen. Hieraus resultiert für den Proaktiven ein langfristig vergrößertes Selbstbewusstsein!

### Zusammenfassung

Wer seine Augen und das Johari-Fenster via Feedback öffnet bzw. den Blick weitert, schöpft konsequent die Möglichkeiten der Selbstentwicklung aus. Denn: „Jeder ist sich selbst der Blindeste!“

### Praxis-Tipps:

- Kamera & Stativ ausleihen, hinten reinstellen und den Vortrag aufzeichnen. Bei bewegter Performance ggf. einen Freiwilligen bitten mitzuschwenken. (Kamera sollte es im Bekannten- oder Freundeskreis irgendwo geben und Stative gibt's notfalls neu für unter 20.-)
- ausgewählte Zuhörer im Vorfeld bitten, nach dem Vortrag mündlich oder schriftlich Rückmeldungen zu geben (hierzu ggf. Feedbackzettel im Vorfeld austeilen).

### 3 Die innere Einstellung

„*„Willst du etwas gut präsentieren oder musst du perfekt sein?“*“

Wenn du dem Perfektionswahn verfallen bist, hast du es besonders schwer. Denn dann kombinierst du: gut – besser – perfekt. Je perfekter, desto überzeugender.

Doch durch deine hohen Ansprüche, alles muss schlüssig argumentiert, streng logisch, total flüssig und vollkommen fehlerfrei sein, blockierst du dich selber. Wer nur bemüht ist, keine Fehler zu machen, kann seine Stärken nicht richtig entwickeln.

„*„Perfektion“, so Sir Peter Ustinow, „ ist nichts. Sie ist wie der Tod. Sie hat keinen Charakter. Doch um Persönlichkeit auszudrücken und Autorität auszustrahlen, brauche ich Charakter. Doch Charakter ist von Natur aus unperfekt.“*“

Deshalb ist es wichtig, seinen Stärken zu vertrauen, sich gut vorzubereiten und diese Sachkenntnis mit Engagement vorzutragen. Dann gilt nicht mehr gut – besser – perfekt, sondern

**Gut ist besser als perfekt!**

und

**Reden und Präsentieren machen Spaß!**

#### DIE INNERE EINSTELLUNG ALS ERFOLGSFAKTOR IN DER RHETORIK

Allein mit geschliffener Rhetorik und perfekter Präsentationstechnik lassen sich Menschen nicht überzeugen. Entscheidend ist neben der klaren Botschaft vor allem auch die eigene Einstellung.

„*Achte auf deine Gedanken. Sie sind der Anfang deiner Taten*“, heißt es einem chinesischen Sprichwort. Gedanken können also begrenzen oder befreien, Denkmuster aus der Kindheit (z.B. „du darfst nicht“) können unbewusst unser Fühlen und Handeln beeinflussen; ebenso wie gute Erfahrungen für positive Konsequenzen sorgen können.

Dabei lassen sich motivierende und hemmende Gedanken unterteilen nach dem Prinzip der **Modalverben**.

**Modalverben** beeinflussen, in welchem Verhältnis das Subjekt zur Aussage steht, das heißt, sie modifizieren ob Wunsch oder Zwang die Handlung bestimmen.

Ist es ein innerer Wunsch, der aus innerem Antrieb erfolgt, so spricht man von **intrinsischer Motivation**.

Wird die Handlung durch äußere Zwänge bestimmt, handelt es sich um **extrinsische Motivation**.

### Unterteilung der sechs Modalverben:

**Intrinsische Motivation:** wollen, möchten, können

**Extrinsische Motivation:** müssen, sollen, dürfen

**Beispiel:**

Extrinsische Motivation	Intrinsische Motivation
Ich muss morgen präsentieren.	Ich will morgen präsentieren.
Ich darf keine Fehler machen.	Ich möchte mit meinem Vortrag das Publikum überzeugen.
Ich soll nicht auffallen.	Ich kann reden.
We must!	Yes, we can (Barack Obama)

Wenn man sich nun durch bewusste Wahrnehmung klar macht, wie das Denken die Gefühle beeinflusst, lässt sich abschätzen, welche Konsequenzen dies für Handlungen haben kann.

Ein wichtiger Lösungsansatz für z. B. eine gelungene Präsentation ist das Überprüfen der eigenen Haltung und der inneren Glaubenssätze. Versuche, unerwünschte Gedanken loszulassen und durch angenehme Gefühle zu ersetzen, die dich motivieren.

### Ein Beispiel für positive Selbstinstruktion:

Du denkst und fühlst dich beim Gang vor die Zuschauer in gute Stimmung, indem du dir diese Sätze still vorsagst:

- Ich freue mich, dass ich hier und heute präsentieren kann!
- Ich bin gut vorbereitet und bin mir meiner Sache sicher.
- Mit Blickkontakt:  
Sie sind mir wichtig. Schön, dass Sie hier sind.  
Ausatmen, lächeln und:

„Guten Morgen, meine Damen und Herren! ...“

## DIE SELBSTERFÜLLENDE PROPHEZEIUNG

Wenn eine Person von einer Sache glaubt, dass sie wahr ist und eintreten wird, trägt sie durch ihre Handlung und ihr Verhalten dazu bei, dass diese Prophezeiung tatsächlich eintritt. (Beispiele: „Ich finde nie einen Parkplatz“, „Immer wenn ich..., dann“)

Der Begriff der „self-fulfilling prophecy“ wurde vom Soziologen Robert K. Merton eingeführt und ist die Bezeichnung für eine sich selbst bestätigende Vorhersage. Ohne Feedback kommt es leichter zur selbsterfüllenden Prophezeiung.

## DIE SICHTBARE UND DIE SPÜRBARE KOMMUNIKATION

Forschungsergebnisse belegen: über 90% der gesamten Kommunikation finden unbewusst statt. Das bedeutet, dass wir zunächst auf rational-bewusster Ebene auf diesen „unsichtbaren“ Anteil des Kommunikationsprozesses nicht so leicht zugreifen können.

### Die logische Konsequenz:

Wer die eigene Kommunikationsfähigkeit deutlich verbessern möchte, kommt nicht drum herum ein Verständnis für die unbewussten Aspekte zu entwickeln, um in der Folge immer häufiger die Zusammenhänge gelingender Kommunikation zu verstehen.

Da wir in der Regel darauf geschult und trainiert sind, uns auf die bewussten Aspekte der Kommunikation zu fokussieren, ist es oftmals nicht leicht - über diesen „Tellerrand“ hinaus -den ganzheitlichen Kontext menschlicher Kommunikation zu be-greifen. Denn zunächst fehlt uns in diesem „90%-Bereich“ genau dies: das Greifbare!

Und obwohl wir die Auswirkungen der unbewussten Kommunikationsanteile täglich spüren und zu spüren bekommen, kann es uns größte Schwierigkeiten bereiten, erfolgreich eine rationale Einordnung vorzunehmen bzw. den Zusammenhang zu verstehen.

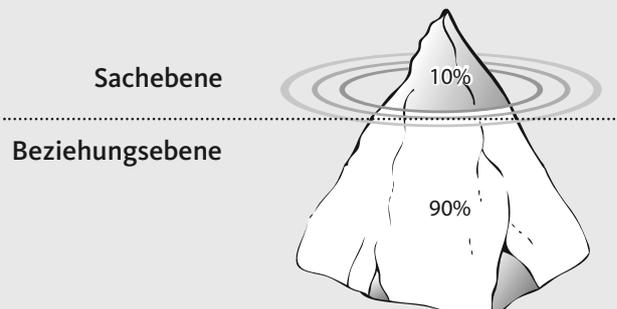
Beispiel: „Ich habe ihm/ihr doch ganz klar gesagt, wie wir es machen. Jetzt hat er/sie es aber doch wieder anders gemacht.“ (vielleicht folgt ja sogar im Nachsatz: „Ich begreif das einfach nicht!“)

Dieses Beispiel macht deutlich, dass wir zwar spürbare Ergebnisse erfahren, jedoch zunächst keine sichtbaren Ursachen hierfür benennen können.

Zwei kommunikationspsychologie Modelle können uns helfen, unseren Verstehensrahmen zu erweitern und unsere bewusste Kommunikation langfristig effektiver zu gestalten.

## Das Eisberg-Modell

Die Titanic sank nicht wegen der sichtbaren Eisbergspitze, sondern durch die Gewalt des größeren Teils des Eisbergs unterhalb der Wasseroberfläche.



Dieses Modell geht – in Analogie zu einem Eisberg – davon aus, dass ein Mensch ähnlich „aufgebaut“ ist wie ein Eisberg:

nur **ein Siebtel** dessen, was ihn ausmacht ist sichtbar (= bewusster Bereich, Verstand/Ratio/Intellekt etc.).

Und **sechs Siebtel**, welche einen Menschen ausmachen, befinden sich nicht sichtbar unterhalb der Wasseroberfläche (= Bewusstseinsgrenze, Schwelle ins Unbewusste bzw. Unterbewusstsein).

## Sach- und Beziehungsebene

Davon ausgehend, dass Menschen grundsätzlich auf mindestens zwei unterschiedlichen Ebenen im gegenseitigen Austausch stehen, liefert uns dieses Modell sowohl eine Sachebene als auch eine Beziehungsebene (s.o.). Während wir uns im Alltag meist auf die Sachebene fokussieren (hier wird sachlich vorgegangen, es werden Inhalte bzw. Fakten und Argumente unter dem Gesichtspunkt der Logik ausgetauscht) wird gleichzeitig ebenso auf der Beziehungsebene miteinander kommuniziert – in aller Regel nahezu unbemerkt. Bemerkenswert sind jedoch die Folgen dieser weiteren Kommunikationsebene. Beispielsweise kann es geschehen, dass wir jemanden unsympathisch finden, obwohl er uns doch auf der Sachebene dafür keinerlei Anlass liefert. Im Gegenteil, er/sie war scheinbar freundlich und hat uns bereitwillig in all unseren Meinungen zugestimmt.

## Zusammengefasst:

- Über 90% des gesamten Kommunikationsprozesses finden unbewusst statt.
- unsere Körpersprache liefert einen guten Hinweis auf Aspekte dieser 90%
- Störungen auf der Beziehungsebene sind kein „Kinderspiel“, sondern haben zur Folge, dass zunächst auf der Sachebene kein erfolgreicher Austausch stattfinden kann. Deshalb ist es wichtig die Ursachen der Störung zu identifizieren und in Auflösung zu bringen („conditio sine qua non“ = die Bedingung, die erfüllt sein muss, da sonst nichts funktionieren würde)

## Praxis-Tipps:

- es lohnt sich, die eigene Wahrnehmungsfähigkeit im Hinblick auf unbewusste Kommunikationsvorgänge durch bewusste Reflexion z.B. in Seminaren oder mit Gleichgesinnten zu trainieren.
- auch wenn es in unserer Kommunikationskultur noch kein besonders ausgeprägtes Bewusstsein für die Wichtigkeit einer guten Verbindung auf der Beziehungsebene gibt, so lohnt es sich stets hier zunächst „aufzubauen“, bevor sachliche Inhalte folgen.
- In Bezug auf sogenannte „Microexpressions“ kann sogar die TV-Serie „Lie to me“ interessante Impulse liefern (sie basiert u. a. auf Erkenntnissen des US-Emotionsforschers Paul Ekman)

## 4 Die konsequente Vorbereitung

Bei der Vorbereitung auf eine Präsentation oder Rede geht es nach der Themenbekanntgabe zunächst darum, die innere Einstellung zu beleuchten. Hierbei hilfreich:

### DIE 3 SCHRITTE ZUR ERFOLGREICHEN PRÄSENTATION...GEHEN

#### 1. Schritt: Was will ich?

- Welche Ziele will ich mit meiner Performance erreichen?
- Was ist mir noch alles wichtig?
- Warum?
- Wo hab ich Bedenken oder sogar ein bisschen Angst?
- Weshalb?
- Was soll während / nach der Rede passieren?
- Wie soll es den Zuhörern dabei gehen?
- Welchen Satz sollen sie am Ende meines Vortrags im Kopf mit nach Hause nehmen?

(hier ist schonungslose Offenheit Dir selbst gegenüber gefragt, z. B. auch so Dinge wie „die beeindruckteste Person im Raum sein“, „das Herz/die Zustimmung/das Wohlwollen bestimmter Zuhörer gewinnen“ etc.)



#### 2. Schritt: Was wollen meine Zuhörer?

- Wer sind meine Zuhörer (Zusammensetzung der Alters- und Interessengruppen)?
- Was erwarten sie?
- Was wird sie erfreuen / woran hätten sie Spaß?
- Was würde sie vermutlich in Staunen versetzen / Eindruck machen?
- Was wollen die... (hören / bekommen)?



#### 3. Schritt: Was mache ich...?

Dieser kreative Denkprozess bringt für gewöhnlich enormen Spaß! Hier geht es besonders darum seiner Kreativität freien Lauf zu lassen. Anhand der Vorgaben aus 1. & 2. UND der „5 Werte“, die als „Leit-schnur“ dienen, kann jeder Redner immer wieder gegenchecken, ob seine Ideen zur Umsetzung zielführend bzw. angemessen sind.

#### Praxis-Tipp:

Um einen „Warmstart“ hinzulegen ein DinA4-Blatt und 15 min Zeit nehmen. Das Motto lautet „Denken auf Papier“ und los geht's mit der ersten Frage (Was will ich?).

Sind die drei Schritte gegangen bin ich auch schon mitten in der Informationssammlung, in der es darum geht, die wichtigsten Botschaften herauszuarbeiten.

Das sind diejenigen, die für die Zuhörer von Bedeutung sind. Dann die wichtigste Kernaussage herausarbeiten. Sie wird das sein, woran sich das Publikum auch nach Tagen noch erinnern soll. Sie ist der Satz, der die Zuhörer auffordert, etwas Bestimmtes zu denken, zu fühlen oder zu tun.

Es kommt beim ersten Formulieren nicht auf das komplette Ausformulieren an. Es muss dir nur klar sein. Und vor allem: es muss gute Gründe für den Zuhörer geben, warum er dir zuhören soll.

Im letzten Schritt kommt die sprachliche Verfeinerung. Die Kernbotschaft muss kurz, klar und anschaulich sein, damit sie beim Zuschauer auch hängen bleibt. Hierfür bieten sich Beispiele, Analogien, Metaphern, Zitate oder andere rhetorische Figuren an.

### Zusammengefasst:

Die drei Schritte zur erfolgreichen Performance sind einfach, aber nicht simpel. Sie erfordern mit jeder gehaltenen Rede weniger Aufwand, da sich die Punkte immer öfter gleichen.

- Wohin will ich mit dem Vortrag? Warum?
- Wer ist meine Zuhörerschaft?
- Was erwarten sie? Was haben sie davon?
- Was müssen sie wissen?
- Warum müssen sie es wissen?
- Was genau sollen sie denken, fühlen oder tun?

#### Wie ?

- Ca. 8 - 10 Kernaussagen in Stichworten formulieren.
- Eine kurze, konkrete Kernaussage formulieren.
- Kernaussagen priorisieren:  
⇒ die fünf wichtigsten, die drei wichtigsten.
- Eine Analogie finden, die dem Adressaten hilft, die Botschaft emotional zu verankern, leichter zu merken und anderen einfacher und korrekt weiter zu geben.

**Und jetzt: Üben! Üben! Üben!** Durch lautes Vorsprechen. In Selbstgesprächen, mit Freunden, mit Aufzeichnungen. Immer wieder, bis es sitzt!

Und bitte dabei die **Generalprobe** besonders wertschätzen. Sie ist ein hochwirksames Mittel um am Ende der Vorbereitung noch verbliebene Schwachstellen aufzuspüren, ein gutes Gefühl für das Timing zu bekommen und zusätzliche Sicherheit für Ablauf und Vortrag zu gewinnen.

## 5 Die Struktur einer Rede



„Eine gute Rede hat einen guten Anfang und ein gutes Ende – und beide sollten möglichst dicht beieinander liegen.“ (Mark Twain)



Untersuchungen ergaben, dass Mark Twain recht hatte. Man erinnert sich besser an den Anfang und das Ende einer Präsentation als an den Mittelteil (Primacy und Recency effect).

Im Folgenden findest du den strukturellen Aufbau einer Rede oder Präsentation. Erst im Überblick, dann detaillierter vor allem Anfang und Ende.

### GESAMTSTRUKTUR EINER PRÄSENTATION

	Funktion	Gestaltung
Einleitung	Zuhörer gewinnen Orientierung geben	<p><b>Introduction</b> = Ich stelle mich und mein Thema vor</p> <p><b>Purpose</b> = Zweck/Nutzen für Zuhörer herausstellen Zauberwort: „...damit...“</p> <p><b>Outline</b> = Rahmen/Überblick zum Ablauf liefern</p> <p><b>Transition</b> = Übergangssatz zum erste Punkt des Hauptteils</p> <p>→ erst freundlich, später kompetent (im Hauptteil)</p> <p>→ ein „Ohrenöffner“ zum Einstieg darf &amp; soll sein</p>
Hauptteil	Überzeugen Argumentieren Als Experte interpretieren Appell. Was der Zuhörer denken und tun soll.	<p>Möglichst maximal 3 Hauptpunkte oder 3 Hauptbereiche, innerhalb derer helfen die 3 Bs:</p> <p><b>Behauptung</b> <b>Begründung</b> <b>Beispiel</b></p>
Schluss	Zusammenfassen, Kernaussagen wiederholen	<p>Zusammenfassung der Kernaussagen (nicht des Rahmens der Rede = häufiger Fehler!)</p> <p>→ evtl. Appell oder Handlungsaufforderung</p>

## DER EINSTIEG IN DIE PRÄSENTATION

Funktion	Signalsätze
Vorstellung der eigenen Person und des Themas  <b>Introduction</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- „Herzlich Willkommen, meine Damen und Herren. Mein Name ist ____ und ich stelle das Thema ... vor.“</li> <li>- „Ich Sorge für ____ / Ich bin verantwortlich für____,“</li> <li>- „Für diejenigen, die mich noch nicht kennen, darf ich mich noch einmal vorstellen: Mein Name ist ____“</li> </ul>
Hintergrundinfo („Ohrenöffner“)  <b>Touch</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- „Wie Sie vielleicht wissen... Aber was Sie vielleicht noch nicht wissen...“</li> <li>- „Wir haben uns die Frage gestellt ...“</li> <li>- „Viele unserer Studenten beschäftigt die Frage, ...“</li> <li>- „Sie kennen vielleicht die Situation:...“</li> <li>- „Wie ich heute in der Zeitung gelesen habe, ... / Wie ich gestern im Fernsehen gesehen habe, ...“</li> <li>- „Heute früh auf dem Weg hierher...“</li> </ul>
Ziel der Präsentation  <b>Purpose</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- „Das Ziel meiner heutigen Präsentation ist ...“</li> <li>- „Was ich Ihnen heute zeigen möchte, ...“ „...damit Sie...“ „...damit wir...“</li> </ul>
Gliederung der Präsentation  <b>Outline</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- „Meine Präsentation ist in 3 Bereiche gegliedert: Erstens: ... Zweitens: ... Drittens:...“</li> </ul>
Übergang zum ersten Punkt  <b>Transition</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- „...Zurück zum ersten Punkt ...“</li> <li>- „Ich komme nun zum ersten Punkt und damit zu der Frage/ dem interessanten Umstand/etc. ...“</li> </ul> <p>(WIEDERHOLE den ersten Punkt!)</p>

### Ohrenöffner zu Beginn der Rede

#### Ziel:

Zum Gewinnen des Publikums für sich als Person und für die Sache. Er sorgt für die nötige Aufmerksamkeit und das Wohlwollen des Publikums und schafft eine angenehme Atmosphäre.

## Beispiele:

<b>Thematisieren</b>	Ich habe mir lange Gedanken gemacht, wie ich diesen Vortrag am besten beginne. Ich fragte meine Freunde; die rieten mir einen Witz zu machen, meine Tante meinte, ich solle das Lied spielen „Always look at the bright side of life“. Ich habe mich dann schließlich entschlossen, da wir alle wenig Zeit haben, einfach ‚in medias res‘ zu gehen.
<b>Story</b>	Eine persönliche Erfahrung mitteilen: „Neulich steh ich in der Buchhandlung und muss in der Schlange zur Kasse warten. Da spricht mich auf einmal von hinten Professor Hektik an und sagt forsch: Ich habe es sehr eilig. Lassen Sie mich bitte rasch vor. Was sollte ich tun?... Entscheidungen sind immer abhängig von der Situation. Unser Thema heute handelt von den psychologischen Bedingungen von Entscheidungen....
<b>Konkretes (z.B. regionaler Bezug)</b>	Was ich besonders an München mag, ist der Schweinebraten mit Dunkelbiersauce im Augustiner.“
<b>Neues</b>	Sicher wussten Sie, dass die Griechen die Rhetorik erfunden haben. Was Sie vielleicht nicht wussten: Platon, der Philosoph, war geradezu ein Rhetorikhasser....
<b>Vergleiche</b>	Um eine Vorstellung zu bekommen, wie viel Geld eine Milliarde ist: in 500 €-Scheinen gestapelt ergibt das eine Höhe wie den Eiffelturm in Paris.....
<b>Interaktion</b>	FRAGEN stellen: „Wer von Ihnen brauchte heute früh länger als eine Stunde Zeit für die Anreise? Bitte gebt mir ein Handzeichen?“...
<b>Phantasie ansprechen</b>	„Stellen Sie sich doch mal vor, Sie befinden sich im Jahr 2015... Oder: Was würde wohl Shakespeare dazu sagen, wenn er heute noch unter uns wäre?“
<b>Aktuelles (aus den Medien)</b>	Gestern abend war die Top-Nachricht bei Claus Kleber im Heute-Journal - der Höchststand beim Goldpreis. Die große Frage war: Wie geht es weiter? Auch bei uns lautet die wichtigste Frage: Was jetzt.....?“
<b>Historisches</b>	Mit Hilfe von Google oder Wikipedia lassen sich zu einem bestimmten Datum Geburtstage von berühmten Persönlichkeiten und besondere Ereignisse herausfinden): so fiel z.B. bei der Einweihung einer Brücke auf, dass genau am gleichen Tag die berühmte Golden Gate Bridge in San Francisco eröffnet wurde.
<b>Zitat</b>	Ein Zitat ist geborgte Autorität. „Wie Albert Einstein schon sagte: Es ist leichter, ein Atom zu zertrümmern als ein Vorurteil!“ Auch zu unserem Thema gibt es ein paar Vorurteile. Trotz Einstein will ich versuchen, sie zu zerschlagen....“
<b>Direkte Rede</b>	Bei unserem letzten Proseminar am 18.September sagte Holger schon ziemlich entnervt: „Die Arbeit in 4 Tagen hinzuklotzen ist mörderisch anstrengend!“ Heute, am 21. September sitzt Holger zwar hier erschöpft, aber glücklich, denn....“
<b>Humor (bitte mit Vorsicht einsetzen)</b>	Allgemein geeignet sind Versprecher; z.B. zum Thema Compliance: „Was wir in Deutschland wieder brauchen, ist der kaufbare Ehrenmann, äh der ehrbare Kaufmann.“
<b>Sichtwechsel</b>	Die Sicht des Publikums einnehmen: „An Ihrer Stelle würden mich zwei Themen besonders interessieren: Wieviel Arbeit wartet auf mich?“ Und „Welchen Nutzen hat es für mich?“ Genau das möchte ich in den nächsten 10 Minuten beschreiben...

## DER REDESCHLUSS

” *Sir Winston Churchill beschrieb einmal sehr lakonisch, was eine gute Rede ausmacht: „Tell them what you’re going to tell them. Then tell them. And – most important at the end: Tell them what you’ve told them.“* ”

Damit nahm er den später entdeckten Recency Effekt vorweg. Wir erinnern uns besser an das Ende, weil – wenn richtig angekündigt – die Aufmerksamkeit des Publikums noch einmal sehr hoch ist.

Deshalb sollten am Ende die wesentlichen Aussagen noch einmal wiederholt werden,  
**die Zusammenfassung.**

Dann wird vom Vortragenden eine Meinung oder ein Fazit des Gesagten erwartet,  
**die Interpretation.**

Schließlich geht es darum, die Zuhörer dazu zu bringen, etwas Bestimmtes zu denken, zu fühlen oder zu tun. Dies kommt zum Ausdruck im **emotional-ethischen Appell.**

Hier wird bewusst an die Emotionen des Zuhörers und an gemeinsame Werte appelliert mit Ausdrücken wie Verantwortung, Mut, gemeinsam, Herausforderung, Zukunft, Wir, Hoffnung, Vertrauen, Glaube, Kinder, Friede jetzt, wenn nicht jetzt, wann dann, etc...

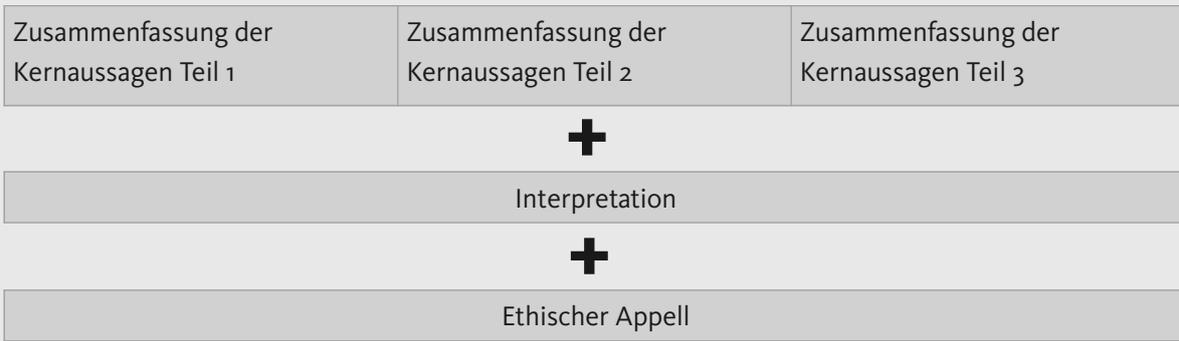
### **Beispiel:**

„Wir haben wichtige Arbeiten zu erledigen, wirkliche Probleme zu lösen und neue Möglichkeiten zu nutzen. Widmen wir unsere Aufmerksamkeit jetzt den wirklichen Herausforderungen!“

Unterstützend werden hier gern rhetorische Stilmittel wie Wiederholungen, Metaphern oder Zitate benutzt.

Es ist wichtig, dass dieser Appell wirklich erst dann eingesetzt wird, wenn zuvor rationale Elemente wie Zahlen, Daten und Fakten in der Argumentation benutzt wurden. Es genügt nicht, die allgemeine Orientierungsübersicht der Outline zu wiederholen, sondern konkrete Zahlen und spezifische Inhalte müssen noch einmal ins Bewusstsein gebracht werden. Nur so kann die ganze Wirkung des Appells entfaltet werden.

Diese Struktur lässt sich wie folgt darstellen:



Ein Beispiel mit dem Thema ‚Mundgeruch‘:

„Fassen wir zusammen: wir haben gesehen: es gibt drei Hauptgründe für Mundgeruch. 1. Mangelnde Hygiene. Dagegen hilft regelmäßiges Putzen.	Des weiteren kommt Mundgeruch vor, wenn jemand eine Diät macht. Hier leistet die Gewürznelke erstaunlich gute Dienste .	Und als letzter Punkt: Trockenheit im Mund löst üble Düfte aus. Die Lösung hier: Zitronensaft.
---	---	--

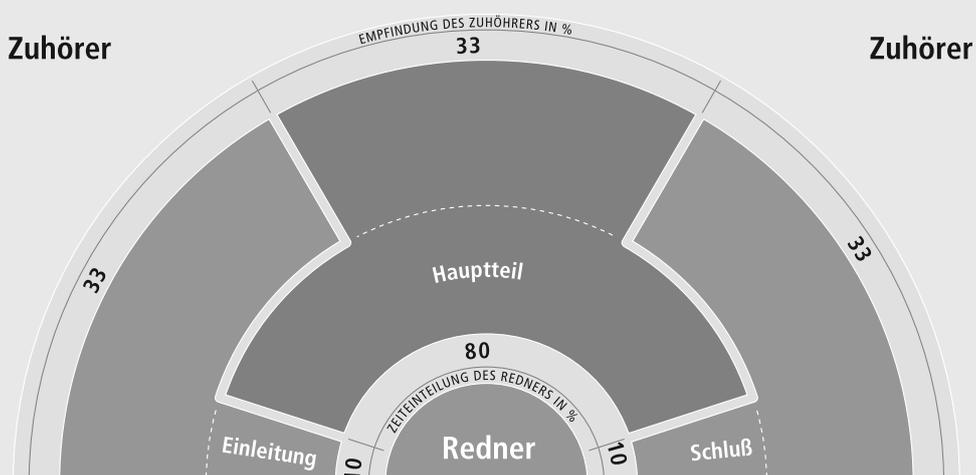
+

**Interpretation:** Wir halten also fest: Für die drei Hauptgründe von Mundgeruch gibt es sehr einfache Gegenmittel.

+

**Appell:** Ich wünsche mir im Interesse von uns allen: Nehmt euch die Ratschläge zu Herzen oder erzählt sie beherzt weiter. Dann werden wir in Zukunft weniger stinkenden Mündern ausgesetzt sein und im wahrsten Sinne ‚dufte‘ miteinander auskommen! Danke.

Bedeutung für den Zuhörer



## 6 Das Stichwort-Manuskript

Um eine Präsentation oder einen Vortrag gut zu planen und zu strukturieren, empfiehlt sich dringend die Erstellung eines individuellen Stichwort-Manuskripts. Wie genau und wie ausführlich, hängt ab von der Erfahrung des Redners, dem Thema und dem Anlass und der Bedeutung der Rede.

Bewährt in der Praxis hat sich das dreispaltige Stichwortmanuskript mit den drei Kategorien: Stichwörter. Namen-Zahlen-Zitate. Regieanweisungen.

### Praxis-Tipps:

- Zu empfehlen: DIN A5- oder DIN A6-Karteikarten. Sie sind unauffällig, rascheln nicht und man kann sich gut an ihnen ‚festhalten‘.
- Formuliere die ersten zwei und die letzten beiden Sätze aus. Kurz und klar. Das schafft Sicherheit.
- Verwende maximal 3 Stichpunkte in der 1. Spalte pro Karte.
- Nummeriere die Karten.
- Beschrifte die Karten nur einseitig.
- Schreibe so, dass auch unter suboptimalen Lichtbedingungen noch alles klar lesbar ist.
- Schreibe die Karten nur maximal zu  $\frac{3}{4}$  voll.
- Die Regieanweisung so schreiben oder gestalten, dass du weißt, wie du das Richtige richtig sagst. So redest du so wirksam wie geplant.
- Übe so lange laut, bis du die Struktur, den roten Faden des Vortrags, auswendig und die ersten und die letzten Sätze ‚inwendig‘, kannst. Du weißt also sowohl was du sagst als auch wie du sprichst und handelst.
- Verwende ggf. unterschiedliche Karteikartenfarben für Einleitung, Hauptteil, Schluss

### Beispiel für ein Stichwort-Manuskript

Thema: Geschichte der Rhetorik		
Stichwörter	Namen-Zahlen-Zitate	Regieanweisung
Begrüßung	Einen schönen guten Morgen und schön auch, dass Sie alle kommen konnten. Mein Thema heute lautet: Die Geschichte der Rhetorik.	:-)
Cicero	Poeta naciur. Orator fut. Quintilian Vir bonus Geburtsland durchgesetzt?	Zitat einblenden. 2 Sekunden Ruhe
Homer-Platon-Aristoteles	700 – 324 v. Chr	2 Schritte vorgehen

## 7 Die Wirkfaktoren mündlicher Kommunikation

### SPRACHE



*Rhetorisch gut ist, wenn einer verständlich erklären kann, was er sagen will.*



Die Frage ist: Wie werden Inhalte sprachlich so verpackt, dass der Zuhörer leicht folgen kann und die wichtigsten Botschaften im Gedächtnis behält?

Die folgenden Kriterien müssen für Verständlichkeit erfüllt sein:

- Einfach
- Kurz
- Strukturiert
- Stimulierend

#### Einfach

Es ist gar nicht so einfach, einfach zu sprechen. Gerade in offiziellen oder angespannten Situationen neigen viele dazu, komplizierte Sätze zu bilden. Sie wollen dann besonders förmlich und stilvoll klingen und sprechen deshalb nicht mehr auf natürliche Art und Weise. Doch jetzt ist die Gefahr groß, dass der Zuhörer abschaltet. Deshalb gilt: Sprich in einfachen, kurzen Satzstrukturen wie Hauptsatz-Hauptsatz oder Hauptsatz-Nebensatz. Die Sätze sollten nicht mehr als 22 Wörter haben, um noch gut verstanden zu werden.

Fremdwörter und Abkürzungen nach rhetorischem Schema erklären: 1. das Fachwort benutzen. 2. Fachwort erklären. 3. Das Fachwort noch mindestens einmal benutzen. Beispiel: „Wir sprechen jetzt über paraverbale Wirkung in der Kommunikation. Damit sind Atmung, Stimmqualität und Sprechverhalten gemeint. Diese paraverbale Wirkung...“

Konkrete statt abstrakter Begriffe verwenden. Sie machen deinen Vortrag lebendiger und anschaulicher. Abstrakte Begriffe sind häufig substantivierte Verben, die auf -ung, -heit, -keit, -ismus, -tum, -schaft, -ät oder ion enden. Zum Beispiel Krankheit, Betriebsamkeit oder Effektivität. Das Problem dieser Begriffe ist die unterschiedliche Interpretation dieser Wörter beim Hörer, was leicht zu Missverständnissen führt. Deshalb konkret formulieren. Also nicht: „Unsere Kundenorientiertheit ist sehr groß.“ Sondern eher so, wie ein Kaufhaus wirbt: „5 vor 8. Herzlich Willkommen!“

#### Kurz

Es gilt das Thema, aber nicht den Zuhörer zu erschöpfen. Und der kann nur begrenzt Informationen aufnehmen. Es gilt die kurze Regel für mündliche Kommunikation:  
Zu viel informieren bedeutet zu wenig informiert sein!

## Strukturiert

Gib zu Beginn der Rede einen Überblick und wie du dabei vorgehen wirst. So wird dein roter Faden auch zum roten Faden des Zuhörers. Er kann dann deine Gedanken besser einordnen und damit besser verstehen.

Wortpaare sind eine weitere Strukturierungsmöglichkeit. Ihre Funktion: Nach dem Nennen des ersten Wortes wartet der Zuhörer auf das Zweite. So erhöht sich seine Aufmerksamkeit. Beispiele: einerseits – andererseits.

Entweder – oder. Vorteile – Nachteile. Anfang – Ende. Theoretisch – praktisch. Allgemein – speziell.

Fasse nach wichtigen Abschnitten das Gesagte noch einmal kurz und knapp zusammen. Durch diese Wiederholungen des Wichtigen werden deine Kernaussagen besser zum Hörer durchdringen. Formulierungen sind beispielsweise: unterm Strich...; auf den Punkt gebracht...; also kurz zusammengefasst...

## Stimulierend

### Sprich anschaulich!

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte und verursacht Assoziationen beim Zuhörer, die Emotionen auslösen. Dies kann erreicht werden durch **Rhetorische Figuren**. Figuren sind stilistische Stilmittel, mit denen bestimmte Wirkungen erzielt werden können.

### Hier eine Auswahl:

Begriff/ Herkunft	Definition	Beispiel	Wirkung
ALLEGORIE (=anders. bildlich reden)	Bildhaft belebte Darstellung eines abstrakten Begriffes	Amor statt Liebe Greis statt Alter	Belebung eines abstrakten Begriffes
ALLITERATION	Hervorhebung von Wörtern durch gleichen Anlaut	Kind und Kegel König der Könige	Hervorhebung und Betonung von Begriffen
ANTIKLIMAX	Aneinandergereihte Wörter mit abnehmender Bedeutung	Doktoren, Magister, Schreier und Pfaffen; Operation gelungen, Patient tot	Abschwächung des Erzählfortgangs
ANTIPHHRASIS (=wechselseitige Vertauschung)	Verkehrung des Wortsinns in das Gegenteil	Ein nettes Früchtchen! Eine schöne Unordnung!	Nachdruck durch ironische Aussage vom Gegenteil des Gemeinten
CHIASMUS (=Gestalt des Chi = X)	Überkreuzung von bedeutungsmäßig entsprechenden Satzgliedern (a+b; b+a)	Die Kunst ist lang, und kurz ist unser Leben Groß war der Einsatz, der Gewinn war gering	Interessante, einprägsame rhetorische Gliederung
COMPARATIO	Einfacher Vergleich, direktere Umschreibung als bei Metapher	Stark wie ein Bär Hässlich wie die Nacht	Vermittlung eines starken Eindrucks durch ein sprachliches Bild
ELLIPSE / APOSIOPESI (=Verstummen)	Überraschendes, bewusstes Abbrechen inmitten der Rede	„Euch werde ich ...“ „Was nun?“	Bewirkt eindeutige Ergänzung durch den Hörer und damit eine Art unbewusste Zustimmung

Begriff/ Herkunft	Definition	Beispiel	Wirkung
EUPHEMISMUS (=Worte guter Vorbedeutung gebrauchen)	Verhüllende Umschreibung unangenehmer Dinge durch beschönigende	Entschlafen statt sterben Transpirieren statt schwitzen	Zur Vermeidung unschöner, und negativ belegter Wörter
EXCLAMATIO	Ausruf	„Welche Zeiten, welche Sitten!“ „Schrecklicher Gedanke!“	Vermittlung des Eindrucks starker eigener Betroffenheit
HYPERBEL (=Übermaß)	Vergrößernde oder verkleinernde Übertreibung	Himmelhohe Flammen tausendmal todmüde Schnecken tempo	Größere Anschaulichkeit und Intensivierung des Gesagten
INTERROGATIO/ RHETORISCHE FRAGE	Frage seitens des Redners, auf die er keine Antwort erwartet	„Sollen wir uns damit abfinden, dass es so ist?“ „Was ist schon normal“	Erhalten der Zustimmung der Zuhörerschaft
KLIMAX (=Leiter)	Satzreihe mit stufenweiser Steigerung	Sie arbeiten 10, 12, ja 14 Stunden täglich an Ihrem Arbeitsplatz	Verstärkung des Erzählfortgangs
LITOTES (=Einfachheit)	Verstärkte Hervorhebung durch Verneinung des Gegenteils	Nicht übel Nicht gerade einer der Tapfersten	Understatement, Übertreibung „nach unten“
METAPHER (=Übertragung)	Bildlicher Ausdruck mit vergleichbaren Eigenschaften für Gegenstände, Eigenschaften oder Geschehen	Wüstenschiff am Fuß des Berges Er ist ein Fuchs aus dem Gedächtnis ausradieren	Sehr häufig eingesetzte Veranschaulichung und Verlebendigung von abstrakten Begriffen zur besseren Einprägung
METONYMIE	Eine oft abstrakte Sache wird durch eine andere, konkretere / drastischere ersetzt	„Weißes Haus“ für die amerikanische Regierung „Warmduscher“ für Schwächling	Spannungsaufbau durch Einsatz eines starken Begriffes
OXYMORON (oxys=scharf, moros=dumm)	Verbindung zweier einander ausschließender Begriffe zu einer Einheit	Bittere Süße beredtes Schweigen verdammte gut Flüssiggas	Aufmerksamkeit durch bewussten Einsatz von Wortzusammenstellungen mit innerem Widerspruch
PARALIPSIS	Andeutung, die im nächsten Augenblick zurückgenommen wird und deren Nebensächlichkeit sogleich betont wird	„Es gibt Gerüchte, dass .... Aber solchen Gerüchten möchten wir keinen Glauben schenken. Es ist alles schon schlimm genug, wie es ist.“ Oft angewendet in politischen Debatten, Talkshows etc.	Trick, um unangreifbar zu bleiben, da man das Gesagte – sofort nachdem es gesprochen ist – wieder zurücknimmt
PARS PRO TOTO / SYNEKDOCHE	Ersatzwort ist nur ein Teil der zu symbolisierenden Sache	„flinke Finger“ für guten Arbeiter, „Schlitzohr“ für Schurke; „Kopf“ für Mensch; „Ein Dach über dem Kopf haben“	Blumige Bildsprache für mündliche Genres wie Schlagertexte, Sportjournalismus

Begriff/ Herkunft	Definition	Beispiel	Wirkung
PLEONASMUS (=Überfluss)	Unnütze Anhäufung von Worten mit gleicher oder ähnlicher Bedeutung	Rotes Blut grüner Wald weißer Schimmel Ich habe es selbst mit meinen eigenen Augen gesehen	Nachdruck verleihen durch Mehrfachnennung
PROSOPOPEA	Aufnahme von Einwänden und Anspielungen durch den Einsatz von abwesenden oder fiktiven Personen - gruppen	„Ich höre schon, wie Menschen, die in 50, ja in 100 Jahren leben, sagen werden: Unseren tiefsten Dank an die aktiven CO2-Einsparer!“	Herbeiholen von Unterstützung durch Einsatz fiktiver Personengruppen, die im Besitz der allgemeinen Sympathie sind; grenzt an Betrug, indem es als Fakt vorgebracht wird;  häufig eingesetzt in der Politik
TAUTOLOGIE (=dieselbe Rede)	Bewusst eingesetzte Doppelaussage	Immer und ewig  ganz und gar  einzig und allein	Stilistisch eingesetztes Mittel zur Betonung der Aussage

### Zum Schluss:

Achte auf deine Worte. Klare Aussagen verzichten auf Überflüssiges, das sich gern beim unstrukturierten Sprechen breit macht. Diese Floskeln und Weichmacher schwächen meist das Gesagte ab und hinterlassen einen unsicheren Eindruck des Redners beim Publikum. Die Satzverlängerer tun genau das, was der Name sagt: Hauptsätze werden verbunden und damit für den Zuhörer so lang, dass er am Ende des Satzes häufig den Anfang schon wieder vergessen hat. Daher:

#### Weg mit den Weichmachern, Floskeln & Satzverlängerern wie:

- eh, ehm, äh
- eben
- ehrlich
- irgendwie
- eigentlich
- eventuell
- unter Umständen
- vielleicht
- ein Stück weit
- an dieser Stelle
- könnte
- würde
- Ich denke
- entsprechend
- entsprechende
- letztlich
- schlussendlich
- letztendlich
- am Ende des Tages
- ..., und
- ..., das heißt
- ..., will sagen
- ..., sprich

Bitte ersetzen durch.....STILLE und PUNKTE.

## Die 5 Werte einer guten Performance

Das Meiste, was in einem guten Vortrag gesagt wird, besitzt einen **Wert** für den Zuhörer. Diese unterschiedlichen Werte lassen sich in fünf unterschiedliche Bereiche einteilen – und somit vorab überprüfen. Je nach dem, ob ich mich noch mitten in der Vorbereitung befinde, oder in ihrer Endphase: Anhand der 5 Werte kann jeder Redner nochmals gegenchecken, wie wirkungsvoll der Auftritt ungefähr werden wird. **Dabei ist wichtig:** Nicht jeder Wert muss gegeben oder erfüllt sein. Jedoch hat sich grundsätzlich gezeigt, je mehr Werte berücksichtigt werden, desto wirkungsvoller der Vortrag.

Alles was in einer guten Rede gesagt wird, besitzt einen Wert für den Zuhörer.

### Informationswert

- Kann ich den Nutzen klar machen?

### Neuigkeitswert

- Wie viele potentielle Aha-Effekte sind in meiner Rede enthalten?

### Unterhaltungswert

- Welche Stellen in meiner Rede bieten Raum für Humor?

### Dramaturgischer Wert

- Lasst meine inhaltliche Abfolge Spannung bzw. Neugier entstehen?

### Imaginationswert

- Schaffe ich es, dass ein Film im Kopf meiner Zuhörer abläuft?

Aus diesen 5 Werten entsteht das, was für den Zuhörer Inspiration bedeuten kann.

*Definition Inspiration:*

*Inspiration = 1. Anregung, Einfall; 2. Erleuchtung, Eingebung; 3. Einatmung*

**Beispiel:** Ein technischer Vortrag kann solch einen extrem hohen Neuigkeitswert beinhalten, dass der Zuhörer dadurch zugleich großen Nutzen und somit einen hohen Informationswert erhält. Und obwohl vielleicht weder Humor (Unterhaltungswert), noch eine besondere Dramaturgie oder gute Visualisierung (Imaginationswert) enthalten ist, kann der Vortrag doch sehr gut ausfallen (nicht auszudenken, welche Wirkung möglich gewesen wäre, wenn auch noch 1-2 weitere Werte berücksichtigt worden wären)!

### Praxis-Tipp:

Überprüfe vor der Generalprobe den gesamten Vortrag auf jeden der einzelnen Wert hin (Bsp „Unterhaltungswert“ – frage Dich: „An welchen Stellen ist Raum für Humor?“, „An welchen Stellen des Vortrags könnten humorvolle, lustige Momente entstehen?“, „Wie kann ich zusätzlich solche unterhaltsamen Momente ermöglichen?“ etc.)

## STIMME

Die Stimme bestimmt die Stimmung!

Der Ton macht die Musik!

Mit welcher Sprechweise kann welche Wirkung erzielt werden ?

### Es gibt vier Möglichkeiten:

1. **Eine entspannte und eher tiefe Stimme strahlt Gelassenheit und Kompetenz aus.**  
Achte also darauf immer aufrecht zu sitzen und zu stehen und die Schultern locker fallen zu lassen. Denn eine entspannte Gesamthaltung sorgt für eine entspannte Stimme.  
Auch mit Hilfe der Atmung kannst du die Stimme ruhiger werden lassen. Denn nur mit genügend Luft kann sich die Stimme voll entfalten. Achte darauf, dass sich beim Atmen der Bauch bewegt, die Schultern aber ruhig bleiben.
2. **Betone abwechslungsreich, und du wirkst engagiert.**  
Sprich zum Beispiel ein Wort im Satz langsamer oder lauter. Die Betonung wird automatisch intensiver, wenn du bei dem betonten Wort eine Geste machst.
3. **Mit deutlichen Pausen strahlst du Ruhe aus.**
4. **Deutliche Artikulation hinterlässt einen höflichen und gebildeten Eindruck.**

Dies führt nur zum Erfolg durch regelmäßiges Üben. Schon 10 Minuten täglich kann deine Sprechweise dauerhaft verbessern.

Anbei einige Erklärungen und praktische Tipps:

### Ausgangslage

Die Stimme ist abhängig von der Körperspannung.

Ist die Anspannung aufgrund von Nervosität erhöht, resultiert daraus eine mangelnde Tiefe der Atmung mit vermindertem Anblasedruck im Kehlkopf. Als Folge macht die Stimme einen unnatürlichen und angespannten Eindruck.

### Maßnahmen

Spannungsregulation durch richtige Körperhaltung und Übungen zur Lockerung von Gelenken und Muskulatur. Anschließend Stimmschulung mit Übungen zu Atmung, Betonung und Artikulation.

### Übungen

Sich physiologische Haltung im Sitzen und Stehen bewusst machen:  
immer aufrecht, Gewicht gleichmäßig verteilt, großer Brustraum.

### Abspannen

Erklärung: Während des Sprechens ist die Einatemphase verkürzt und die Ausatemphase verlängert. Die Pausensetzung orientiert sich nicht am Atemrhythmus, sondern an den Sinneinheiten der Rede. Das schnelle Einatmen fasst oftmals kein ausreichend großes Atemvolumen, der Anblasedruck auf die Stimm lippen ist deshalb nicht

optimal dosiert, und es können bei längerem Sprechen Stimmprobleme wie Schlucken, hastiges Atmen, Husten und Stimmbandreizungen auftreten.

Durch bewusst gesteuerte Kontraktion und Relaxation des Zwerchfells wird die Atmung auch beim Sprechen ausreichend tief. Bei diesen Übungen darauf achten, dass bei Sprechbeginn die Bauchdecke schnell eingezogen wird. Bei Sprech-Ende wieder die Bauchdecke ausdehnen.

### **Übungen:**

- Hopp! Ruck Zuck! Sie! Seh! Los! Stoß! Raus!
- Hopp, da fliegt er!

### **Betonung**

Gute Betonung fördert die Aufmerksamkeit, vermittelt Informationen besser und dient somit der leichteren Verständlichkeit.

### **Übungen:**

- Zunächst nur ein Wort pro Satz markieren – etwa aus einem Zeitungsartikel – später steigern auf maximal 2-3 betonte Wörter im Satz.
- Zur Unterstützung Körpersprache einsetzen: harte, schnelle Gestik, weiche, langsame Gestik, Kopfnicken, individuelle Handbewegungen

### **Artikulation**

Je besser die Spannungsregulation der Gesichts- und Kiefermuskulatur funktioniert, desto klarer und schärfer wird die Aussprache.

Lockerungsübungen zielen ab auf die Weitung des Kieferöffnungswinkels beim Sprechen. Dadurch wird der Mundraum größer und die Stimme kann sich besser entfalten.

### **Übungen:**

- Kiefermuskeln nach unten ausstreichen
- Lippen vibrieren lassen
- Grimassen schneiden
- Gähnen
- Lachen: hihi, haha und hoho
- Zunge im Uhrzeigersinn kreisen lassen
- Zunge als Zahnbürste benutzen.
- Genüssliches Aussprechen der Kausilbe mjam, auch in Verbindung mit Reihensprechen:
- Mjam Montag, mjam Dienstag, mjam....
- E, I und A,O Laute in sprecherzieherischen Texten laut lesen:

Es streben der Seele Gebete  
den helfenden Engeln entgegen;  
Entdeckend des Herzens Wehe,  
Wenn Schmerzen es brennend verzehren!

Barbara saß nah am Abhang,  
Sprach gar sangbar – zaghaft langsam;  
Mannhaft kam alsdann am Waldrand  
Abraham a Santa Clara!

Spitzfindig ist die Liebe!  
Sie minnt nicht immer blindlings;  
Wie sie sich listig zieret,  
Wirkt sie mit Witz nicht minder.

Oh Sonne, thronst so wolkenlos!  
Schon flog der Vogel hoch empor.  
Wohl knospen Rosen schon, wo Moos-  
So kommt der holde Sommerflor.

- Mindestens drei Zungenbrecher einmal mit Daumen im Mund und einmal ohne sprechen für optimale Sprechgeschmeidigkeit. (Zungenbrecher finden sich auch im Internet unter [www.tongue-twister.com](http://www.tongue-twister.com) in allen möglichen Sprachen)

## KÖRPERSPRACHE

Der Sprache des Körpers wohnt ein Zauber inne, da sie einen Teil des unbewussten Anteils der Kommunikation sichtbar werden lässt.

Egal ob Bill Clinton sein intimes Verhältnis zu Monika verbal leugnete, oder Bundeskanzlerin Merkel zum Rücktritt Guttenbergs verkündete, sie sei überzeugt „auch in Zukunft Gelegenheit zur Zusammenarbeit“ zu haben - die unbewussten körpersprachlichen Signale sprechen eine andere, deutliche Sprache (vgl. Phoenix vom 1.3.2011 - Pressekonferenz zum Rücktritt Guttenbergs).

”

*„Der Körper ist der Übersetzer der Seele ins Sichtbare“ (Christian Morgenstern)*

”

Da „verhalten“ das einzige Verb in der deutschen Sprache ist, zu dem es kein Gegenteil gibt (niemand kann sich „nicht-verhalten“), wird deutlich, wie omnipräsent und immerwährend Körpersprache ist. Jedes Verhalten = Kommunikation. Dies hat einen immerwährenden Kommunikationsprozess zur Folge. Ergo: Wir kommunizieren immer. Ob wir wollen oder nicht. Ob wir es wissen oder nicht.

Im Mittelpunkt stehen hierbei 5 Bereiche der Körpersprache:

## Körperhaltung

Hiermit ist sowohl die Haltung im Sinne einer guten Körperspannung bzw. eines aufrechten Oberkörpers etc. gemeint, als auch das Aufhalten des Körpers im Raum (wo im Raum hält sich der Körper auf?!)



*„...jeder unter den Milliarden Menschen dieser Erde hat auch eine andere Art zu gehen, zu stehen, sich zu bewegen und auszudrücken“ (Samy Molcho, Experte für Körpersprache)*



### Praxis-Tipps:

- Das Zauberwort für Bewegung im Raum lautet „++stopp and go“. Gerne den Standpunkt (häufig) verändern, dann aber immer wieder auch zu Ruhephasen an einem Standpunkt kommen.
- Besonders Frauen können durch eine gute Körperhaltung stark beim männlichen Geschlecht punkten, ohne dass denjenigen diese bewusst wird. Eine Begeisterung für Turnen, Tanzen, Ballett, Yoga etc. kann hier gute Dienste leisten.

## Gestik

Die Bildsprache der Hände braucht vor allem eines: Freiheit.

DinA6-Stichwortzettel können dies sehr gut gewährleisten, so dass sich die natürliche Bewegung der Hände beim Sprechen frei entfalten kann. In „Ruhephasen“ sollten sich die Hände im „positiven Bereich“ d.h. oberhalb der Gürtellinie befinden.

### Praxis-Tipp:

Ein Üben von Handbewegungen vor dem Spiegel kann grundsätzlich nicht empfohlen werden. Durch die visuelle Kontrolle wird der natürliche Bewegungsfluss der Hände gehemmt, ein kreatives, freies und angemessenes Gestikulieren würde dadurch verhindert.

## Mimik



*„Vultus loquitur quodcumque tegis.“*

*(„Deine Miene spricht aus, was auch immer Du verheimlichst.“ Seneca, röm. Staatsmann)*



Wenn man mit einer Person kommuniziert, steht besonders das Gesicht unter Beobachtung. Es zeigt die Gefühle eines Menschen.

## Blickkontakt

Augen sind sowohl Informationssammler als auch Informationssender. Der Blickkontakt gilt als subtilste Art zwischenmenschlicher Kommunikation. Große, offene Augen haben eine nachgewiesene positive Wirkung auf Menschen, denn sie zeigen Interesse.

### Praxis-Tipps:

- Zu Beginn des Vortrags: Blickkontakt stellt eine erste Beziehung zum Auditorium her.
- In der Mitte des Vortrags: Der Blickkontakt dient als Instrument, um Aufmerksamkeit zu gewinnen. Das Publikum fühlt sich angesprochen.
- Am Ende: Ein längerer Blick unterstreicht die letzten Aussagen.
- Wer über Menschen hinwegsieht, spricht auch über sie hinweg.
- Lasst die Blicke nicht zu schnell schweifen.
- Optimal ist es, den Blick 1 - 1,5 Sekunden auf einer Person ruhen zu lassen.

## Erscheinungsbild



*„Ihre Kleidung und Ihre persönliche Erscheinung sprechen für Sie, bevor Sie auch nur das erste Wort gesprochen haben.“*



### Praxis-Tipps:

Mit einem Fachmann bzw. einer Expertin 2-3 Outfits zusammenzustellen (das kann auch jemand aus dem Freundeskreis sein) bringt Dir nicht nur Freude an den schönen Klamotten, sondern auch die optische Sicher- und Gelassenheit bei wichtigen Terminen!  
Bitte regelmäßig auf einen gepflegten Zustand achten: Schuhe, Fingernägel, Brille, Frisur, Rasur.

## 8 Der Umgang mit Lampenfieber

Häufig werden inkongruente Botschaften durch Nervosität oder Lampenfieber verursacht. Die Symptome treten auf drei Ebenen auf: auf der Ebene des vegetativen Nervensystems (NS), im Bewegungs- und Sprechverhalten und auf kognitiv-emotionaler Ebene.

Auf der Ebene des vegetativen NS kommt es zu schnellerer und höherer Atmung, der sogenannten Leistungsaemung, verbunden mit einer Erhöhung der Herzfrequenz, dem vermehrten Freisetzen von Stresshormonen und einer Überspannung der Gesamtmuskulatur.

Auf der Ebene des Bewegungs- und Sprechverhaltens fällt eine eingeschränkte Motorik verbunden mit angestregtem Stimmklang auf. Häufig sind auch bei großem Lampenfieber eine eingeschränkte Wahrnehmungsfähigkeit, fehlender Blickkontakt und eine Zunahme von Verlegenheitslauten und Floskeln zu beobachten.

Auf der kognitiv-emotionalen Ebene führen bestimmte Einstellungen und Gefühle zu leistungshemmenden Präsentationen. So beeinflussen ein hoher Anspruch an sich selbst bis hin zum Perfektionsdrang die Gefühle negativ, da sie zu ständigem Hinterfragen, Verunsicherung, negativer Selbsteinschätzung und Angstgefühlen führen können. Die Folge ist ein Vermeidungsverhalten durch Überforderung.

Entsprechend der Ursachen auf drei Ebenen lassen sich auch drei verschiedene Lösungsansätze zum gekonnten Umgang mit Lampenfieber definieren:

1. **Auf der Ebene des vegetativen Nervensystems** empfehlen sich Atem- und Entspannungsübungen, Lockerungsübungen für den Stimm- und Artikulationsbereich sowie ganz allgemein lockere Bewegung zum produktiven Freisetzen der Stresshormone.
2. Beim **Bewegungs- und Sprechverhalten** hat sich am besten eine Sprechprobe bewährt. Dabei ist vor allem auf eine sehr einfache und gut nachvollziehbare Struktur zu achten. Auch das Bewusstmachen einer sicheren, souveränen Körperhaltung mit klarem Blickkontakt hilft bei der Umsetzung in den gewünschten Präsentationsmodus einer entspannten Konzentration.
3. Auf der **kognitiv-emotionalen Ebene** helfen das gezielte Hinterfragen negativer Einstellungen ebenso wie das Zurückdenken an gute Erfahrungen. Verbliebene Unsicherheiten lassen sich durch entsprechende Vorbereitung eliminieren.

Für die intrinsische Motivation hat sich das Arbeiten mit positiven, mentalen Leitsätzen sehr bewährt. Das Prinzip ist einfach: wer andere mit Worten überzeugen kann, kann auch sich selbst mit Worten beeinflussen. Dieser Leitsatz ist immer ein einfacher Satz ohne Verneinungen wie ‚nicht‘, ‚kein‘ u.s.w. Dieser Satz muss leicht auszusprechen sein. Er kann zu konkreten Handlungen wie etwa ‚Ich werde mein Gegenüber direkt ansehen‘ oder zu allgemeinen Verhaltensformen auffordern wie ‚Ruhig bleiben!‘ ‚Mein Gegenüber ist mir wichtig!‘ ‚Zuhörer - ich werde dich überzeugen!‘ Da komplexe Leitsätze nicht funktionieren, sollen sie nur einen Aspekt berücksichtigen.

Wichtig ist, dass dieser Leitsatz mehr ist als bloße Technik. Er muss intensiv mitgedacht und mitgeföhlt werden, im Geiste immer wieder durchgegangen und kurz vor der Präsentation nach Möglichkeit laut ausgesprochen werden.

## Maßnahmen gegen Stress

Grundvoraussetzung jeder Stressbewältigung ist, dass man seine Stressoren, seine körperlichen Reaktionen und seine Belastungsgrenze kennt und einmal thematisiert.

### Kurzfristige Erleichterungen:

- Bewusstes tiefes Durchatmen. Lockert Brust- und Schultermuskulatur
- Körperliches Abreagieren (z.B. mal gegen den Stuhl treten). Beim Gang zum Chef lieber die Treppe als den Aufzug nehmen.
- Bewusste äußere Ablenkung: eine viertel Stunde rausgehen an die frische Luft.
- Bewusste innere Ablenkung: an etwas Schönes (letzter Urlaub, Konzert, Sauna...) denken
- Bewusst relativieren: da unser Unterbewusstsein leichtgläubig ist, sich sagen: „das Ganze ist machbar.“ Funktioniert, denn im Stress werden Probleme schlimmer bewertet als sie sind.
- Sich selbst Mut zusprechen: positive Selbstinstruktion.
- Bestimmte Stressoren ausschalten: Radio, Telefon, Leute, die quatschen...
- Wenn möglich: sich etwas Gutes tun: eine Tasse Tee oder Kaffee trinken, ein schönes Lied hören, ein Stück Kuchen essen, etc .....

## 9 Die Visualisierung

### Verstehen helfen & Erinnern steigern!

Das Sichtbarmachen von Kommunikationsinhalten wird "Visualisierung" genannt. Jede Grafik, jedes Foto und jede Zeichnung unterstützt die Zuhörer beim Verstehensprozess.

### WEITERE VORTEILE

#### Übersichtlichkeit

- der rote Faden ist für die Zuhörer jeder Zeit ersichtlich
- schwierige Sachverhalte sind durch optische Unterstützung leichter zu vermitteln
- Zusammenhänge werden leichter erkennbar
- zentrale Aussagen hervorheben, sie werden dadurch besser erfasst
- Behaltens-Erleichterung
- visualisierte Inhalte wirken als Gedächtnisstütze
- Rechte u. linke Gehirnhälfte werden gleichermaßen stimuliert

#### Beteiligung

- Die Aufmerksamkeit wird gesteigert, Zuhörer folgen dem Vortrag aktiver
- Zu-spät-Kommer können leichter einsteigen
- Redeaufwand verkürzen: aussagekräftige Bilder machen lange Erklärungen überflüssig (1 Bild sagt mehr als 1000 Worte)

#### Praxis-Tipps:

Beim Essen gilt: „Das Auge isst mit!“ – genauso bei Präsentationen.

Liebevolle Zeichnungen, eine schöne Schrift, kleine Skizzen, Bilder etc. geben jedem Vortrag einen ästhetisch ansprechenden Rahmen.

- arbeite mit Farben - Motto: farbig ja, bunt nein!
- nutze eine gut lesbare Schrift (mit Beamer an Wand testen!)
- freie, unbeschriebene Flächen dienen als Strukturgeber und helfen dem Zuhörer bzw. Zuschauer bei der Orientierung
- verwende Symbole. Selbst die einfachsten Strichmännchen unterstützen die Wirkung der Rede bzw. Inhalte

## MEDIENEINSATZ

Der Einsatz von Präsentationsmedien soll den Präsentierenden weder verdrängen noch ersetzen - sondern unterstützen!

**Setze Medien wie Make-up ein. Sie sollen unterstreichen und nicht überdecken.**

Für jeden Einsatzzweck das passende Medium. Bei der Wahl des richtigen Mediums sollten Faktoren wie Gruppengröße, technische Rahmenbedingungen, Inhalt und Zielgruppe berücksichtigt werden. Die Medien werden hier mit Ihren Stärken und Schwächen vorgestellt.

### FlipChart

Die Blätter können entweder vor der Präsentation oder auch spontan währenddessen beschriftet werden. Das fördert den sukzessiven Aufbau der Informationen sowie eine Zusammenarbeit mit der Gruppe. Das Flipchart ist vor allem im Business-Umfeld sehr verbreitet und damit eine gute Übung fürs spätere Berufsleben.

#### Vorteile

- sowohl vorgefertigte Blätter als auch spontaner Entstehungsprozess am Flipchart mit den Teilnehmern möglich
- sukzessiver Aufbau von Info möglich
- flexibel und erweiterbar
- Gruppe kann Bild selbst erarbeiten
- einfache Handhabung
- vergleichsweise geringer Platzbedarf
- transportierbar und im Raum flexibel aufstellbar

#### Nachteile

- Platzbedarf beim Transport
- vergleichsweise teures Papier
- relativ kleine Fläche zum Beschriften (nicht für sehr große Räume geeignet)

#### Praxis-Tipps:

- für alle sichtbar aufstellen
- keine Sätze! Stattdessen Schlüsselwörter verwenden
- nicht mehr als 7 Zeilen pro Blatt
- deutlich, groß und nicht zu eng schreiben
- Farben verwenden (blau/grün für Überschriften, rot nur für Markierungen)
- entweder sprechen ODER schreiben (nicht gleichzeitig)

## Whiteboard / Tafel

In Schulungsräumen, egal ob Universität oder Fortbildungszentrum, gibt es manchmal noch die klassische Tafel. Oft existiert stattdessen ein Whiteboard. Die magnetische Oberfläche eröffnet zusätzliche Möglichkeiten.

### Vorteile

- spontan einsetzbar
- als Klebe- oder Magnetfläche verwendbar
- farbige Darstellung möglich
- ökologisch unbedenklich

### Nachteile

- nicht wischfest
- Gefahr, zur Tafel zu sprechen
- vollgeschriebene Tafeln müssen abgewischt werden
- feste Montage erzwingt bestimmte Sitzordnung

## Pinwand

Meist bespannt man die Pinwand zuvor mit Packpapier, so kann sie gleichzeitig auch als Leinwand eingesetzt werden. Neben den vielseitigen Einsatzmöglichkeiten, bietet die Pinwand die Möglichkeit eines sukzessiven Aufbaus der Informationen und der Abbildung komplexer Zusammenhänge.

### Vorteile

- mehr Platz als Flipchart, sukzessive Erarbeitung von Aussagen möglich, Elemente vorbereitet und/oder spontan einsetzbar
- Überschaubarkeit, Ordnung (komplexe Zusammenhänge abbildbar)
- flexibles Umhängen der Karten möglich
- Thema/Information für alle (dauerhaft) sichtbar
- Ergebnisse der Teilnehmer aus einer Gruppenarbeit lassen sich von den Teilnehmern hier besonders gut darstellen/präsentieren

### Nachteile

- Transport von Pinwänden (oft sperrig bis unmöglich)
- hoher Papierverbrauch

### Praxis-Tipps:

- Eine Karte pro Aussage
- Druckschrift verwenden
- Stichworte statt Sätze
- Maximal 4 Farben pro Plakat

## Beamer & PowerPoint

Die Verwendung birgt einige Gefahren, die von den wenigsten Rednern erkannt werden. In der Regel wird die Vorbereitungszeit für eine überdurchschnittliche Präsentation unterschätzt. Wirklich gute PowerPoint-Präsentationen finden sich deshalb nicht besonders häufig. Die Standard-Präsentation ist die Regel – an der Uni und im Firmenalltag.

### Vorteile

- Multimediale Einbindung von Videos und Sounds möglich
- bis kurz vor Beginn des Vortrags sind leichte Veränderung/Ergänzungen möglich
- Grafiken, Internet-Abbildungen und Farben möglich
- Fernsehstimmung: Publikum ist es gewohnt und mag es

### Nachteile

- Gefahr dass Referent in Hintergrund tritt, die gesamte Aufmerksamkeit der Blicke „hängt“ an der Wand
- eingeschränkte Bewegungsmöglichkeit des Redners durch den „Projektionskegel“
- als Konsequenz kann eine Distanz zu den Zuhörern entstehen
- Gefahr des Technikversagens, Ausweichprogramm notwendig (aufwendig!!!)
- dadurch erhöhte Gefahr, dass Zuhörer „einschlafen“
- laute Beamer stören (ggf. die unbewusste Konzentrationsfähigkeit)
- Der Ablauf ist festgelegt und nahezu unveränderbar
- extrem hoher Vorbereitungsaufwand
- technisch anspruchsvoll

### Was die Zuschauer an PowerPoint-Präsentationen am meisten nervt

- Wenn der Vortragende den Text der Folien vorliest
- Wenn der Text zu klein ist
- Wenn ganze Sätze statt Stichworten gebraucht werden
- Wenn die Farben ungünstig gewählt und wenig kontrastreich sind
- Wenn die Schrift zu sehr animiert ist
- Wenn die dargestellten Diagramme und Charts zu vollgestopft sind
- Wenn statt vielen Bildern nur viel Text erscheint

### Praxis-Tipps:

- keine selbsterklärenden Folien!
- nicht mehr als ca. 8 Zeilen pro Folie
- Stichwörter (notfalls kurze Aussagen)
- für Animationen & Effekte gilt: „Weniger ist mehr!“
- pro Kernaussage eine Folie verwenden,
- Präsentation zwischendurch ausblenden (“B“-Taste = black), um die Aufmerksamkeit wieder auf den Sprecher zu ziehen
- Einzelne Folien können direkt angewählt werden (Nummer+Enter)
- lesbare Schriften mit großer Zeichenbreite verwenden (Schriftgröße 44 für Überschriften, 28 für Unterpunkte)

## Overheadprojektor und Folien

Zugegeben, Tageslichtprojektorfolien sind nicht besonders hip, die Möglichkeiten können es je nach Einsatz allerdings durchaus sein. Die Folien werden über den Kopf des Redners hinweg - daher auch der Name - auf eine Leinwand projiziert

### Vorteile

- 100% vorbereitet oder von Hand während des Vortrags erstellbar
- leichte Herstellung von Folien (daheim mit Drucker...fertig!)
- als Handout lieferbar
- beliebiger Farbeinsatz möglich
- geeignet für große Gruppen
- Bilder / Diagramme können auf Folien kopiert werden

### Nachteile

- Gefahr der „Folienschlacht“ (zu viele Folien)
- oft wird eine zu kleine Schrift verwendet
- oft schlechte Sicht auf Referenten
- Tendenz, zu viele Folien einzusetzen, daher Gefahr der Übersättigung
- technisches Versagen möglich
- geeignete weiße Projektionsfläche oder Leinwand
- Nebengeräusche (Lüfter)
- je nach Lichtstärke Verdunkelungsproblem

### Tipps zur Gestaltung

- Titelfolie mit Thema und Name
- Inhalts-/Übersichts-Folie
- als Faustregel: 4 Minuten pro Folie
- einheitliche Gestaltung der Folien
- ausreichend große; gut lesbare Schrift (20+)
- farbige Folien mittels Tintenstrahldrucker
- max. Zeilen pro DIN-A4 Folie: 15 bei Hoch- /11 bei Quer-Format.
- ausreichend freier Platz (Drittel pro Seite)

### Praxis-Tipps:

- Folien im Querformat verwenden
- Folie darf nicht selbsterklärend sein (soll keine Lesestunde werden!)
- kurze Vorbereitung auf den Inhalt der neuen Folie
- Folien wechseln und kurz wirken lassen (Schweigen!)
- Folie explizit erklären
- Orientierung erleichtern durch gelegentliches Zeigen der Inhaltsfolie

## Literatur- und Quellenhinweise



### RHETORIK – DIE KUNST ZU ÜBERZEUGEN UND SICH DURCHZUSETZEN

Cornelia Dietrich, Cornelsen, Berlin 2005.

Übersichtliches und gut strukturiertes Rhetorik-Taschenbuch dessen Inhalte vom Informieren bis hin zum Überzeugen, Lenken und Durchsetzen reichen.

**FAZIT:** *kleiner & feiner Rhetorik-Ratgeber im Pocket-Format*



### ZEN ODER DIE KUNST DER PRÄSENTATION

Garry Reynolds, Addison-Wesley, Deutsche Ausgabe München 2008.

Mit vielen Ideen und Möglichkeiten rund um die Präsentation – mit besonderem Augenmerk auf PowerPoint-Präsentationen.

**FAZIT:** *Ein besonderes Buch mit zahlreichen Anregungen und schönen Bildern, das uns aus der Welt der 0815-Präsentationen herausführen möchte.*



### RHETORIK UND PRÄSENTATION IN DER BERUFSSCHULE (MIT DVD)

Wolfgang Endres/Moritz Küffner, Beltz-Verlag, Weinheim 2008

Kompetenter Rhetorik- und Präsentationsratgeber als Methoden-Magazin mit zahlreichen Übungen. Zusätzliche wertvolle Inputs eines Experten-Teams und z. B. Stimmübungen bietet die beiliegende DVD.

**FAZIT:** *Entwickelt für Lehrprofis und deren Zuhörer. Nützlich für alle, die mit Buch & DVD auf ein höheres Kommunikations-Niveau gelangen wollen.*



### VOM LAMPENFIEBER ZUR VORFREUDE: SICHER UND SOUVERÄN AUFTRETEN

Irmtraud Tarr, Asanger-Verlag, 2004

Eine Fülle von praktischen Übungen verringert Lampenfieber und Bühnen- bzw. Versagensangst und lässt öffentliches Agieren, Reden, Präsentieren, Moderieren sowie Musizieren in kleiner und großer Runde zu einem freudebesetzten Erlebnis für Amateure und Profis werden.

**FAZIT:** *Speziell empfehlenswert für Redner mit Lampenfieber-Problemen.*



### ICH REDE: KOMMUNIKATIONSFALLEN UND WIE MAN SIE UMGEHT (CD)

Isabel Garcia, Sessel Books, 2009

Besonders geeignet für diejenigen, die viel reden und präsentieren müssen. Das Programm ist sehr übersichtlich aufgebaut.

**FAZIT:** *Eines der besten Hörbücher zum Thema Rhetorik.*