
CAS Typografie

Dozierender:

Marcel Wattenhofer
Rottrottenweg 10
5313 Klingnau
marcel.wattenhofer@
zhdk.ch
079 293 99 76

Grundlagen

Vorbemerkungen

Entscheidend für einen überzeugenden Auftritt ist deine eigene Haltung. Ein klares Rollenverständnis als Fachperson ist dafür unabdinglich. Die innere Haltung bestimmt die äussere Haltung – und umgekehrt. Verbale Kommunikation ist eine der besten Möglichkeiten, Informationen zu teilen – also „mit-zuteilen“. Beim Lernen und Üben jeglicher Fähigkeiten und Fertigkeiten gilt immer folgender Grundsatz: Nimm nichts weg, füge nur hinzu! Das heisst: Aus Erfahrung gut funktionierende Techniken ja nicht weglassen, sondern lediglich durch andere, ebenfalls funktionierende, ergänzen.

Definition von Kommunikation

Kommunikation ist der Austausch von Information. Umgekehrt formuliert ist also jeder Austausch von Information Kommunikation, sei dieser Austausch nun bewusst oder unbewusst, beabsichtigt oder unbeabsichtigt, erfolgreich oder erfolglos. Paul Watzlawick, Kommunikationspsychologe, hat mit anderen zusammen den folgenden Grundsatz geprägt:

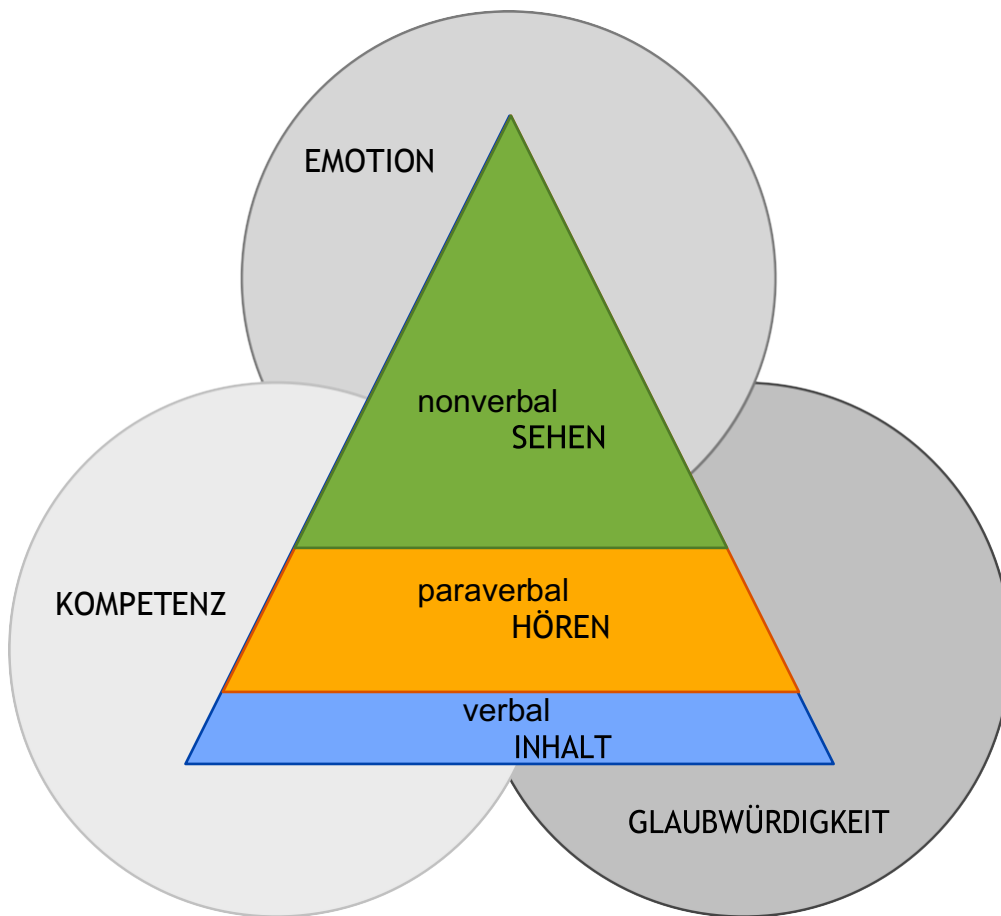
„Man kann nicht nicht kommunizieren.“

Grundsätzlich gilt:

- Sich selber sein! Unsicherheiten integrieren, authentisch bleiben
- Auftreten & Präsentieren ist in jedem Fall ein Beziehungsgeschäft
- Entscheidend sind Anfang und Schluss einer Präsentation
- Die eigene Lust am Thema überzeugt am meisten
- Die Rahmenbedingungen (das sogenannte Setting) so weit wie möglich positiv beeinflussen
- Inhaltliche, körperliche und mentale Fitness sind unabdingbar
- Freie Körperhaltung, natürlicher Atemfluss
- Kontakt zum Plenum (Blickkontakt)
- Lebendige Mimik und Gestik
- Senden und Empfangen zugleich
- Jede Reaktion des Plenums ist Feedback. Auch sogenannte Misserfolge
- Lautstärke anpassen
- Deutliche Artikulation
- Redetempo eher zu langsam als zu schnell, vor allem am Anfang
- Freies Vortragen mit Gedächtnisstützen, kein Ablesen oder auswendiges Vortragen

Auftreten heisst Sprechen, Sprechen heisst Überzeugen, Überzeugen heisst Begeistern.

Kommunikationspyramide (EKG)



Glaubwürdigkeit: Selber glauben, was du sagst. Dir selber treu bleiben (Authentizität).

Kompetenz: Wissen, wovon du sprichst.
Fachkompetenz überzeugt jedoch nur in Verbindung mit Sozialkompetenz.
Nur wer mit seinem Publikum in Beziehung geht, kann überzeugen.

Emotion: **Erscheinung, Energie, Erotik** > Synonyme für Lust
In guter Beziehung zu sich selbst, dem Publikum und dem Inhalt stehen.
Sinnlich und lustvoll vermitteln.



The messenger is the message

Von Information zur Präsentation

Gegenüberstellung

	Information	Präsentation
Inhalt	Vollständig, detailliert	Ausgewählt, reduziert, vereinfacht
Bezug	Sachlich, objektiv, nüchtern, emotionslos	Persönlicher Bezug, klare Ich-Botschaft, emotional
Aufbau	Linear, oft chronologisch	Dramaturgisch aufgebaut
Form	Vorzugsweise schriftlich	Vorzugsweise Liveauftritt
Sprache	Schriftliche Sprache, komplexe Satzstrukturen	Kurze und einfache Sätze, Hauptsätze
Absicht	Informieren, legitimieren	Überzeugen, anregen, begeistern

Um aus Information eine Präsentation zu generieren, musst du zuerst die wichtigsten Themenbereiche auswählen und gewichten. Eine Präsentation ist somit nie vollständig. **Reduce to the max:** Zu viel Information macht das Gesagte gleichwertig. Die Themen müssen adressatengerecht ausgewählt werden.

Es ist in der Vorbereitung wichtig zu wissen, in welcher Rolle und zu wem du sprichst. Noch wichtiger ist es, die Absicht zu verschärfen: Nur wenn du das Publikum zu einer klaren Handlung auffordern willst =sogenannte call to action (Calling ID), hast du genügend Überzeugungskraft. Nur informieren oder etwas zeigen genügt nicht.

Formuliere eine einfache und prägnante Kernbotschaft, variiere und wiederhole diese mehrmals während der Präsentation.

(Auf jeden Fall immer die KB als Satzsatz platzieren à la: «Das Beste kommt zum Schluss» (=sogenannter Zielsatz).

Übersetze deine Kernbotschaft in einfache Bilder, bildhafte Vergleiche oder Analogien. (unser Hirn liebt szenische, bildhafte Wahrnehmungen)

Hab den Mut, klare, unmissverständliche Ich-Botschaften zu senden.

Persönliche Beispiele, Anekdoten und Geschichten (=STORYTELLING!) eignen sich sehr gut, den Präsentationsgegenstand zu emotionalisieren.

Klare Absicht und Botschaft formulieren

Absicht

Weshalb sprichst du zu deinem Publikum? Was willst du mit deiner Präsentation auslösen? Die Absicht kann sowohl implizit als auch explizit vermittelt werden. Je nach Kontext ist eine deutliche Ansprache wichtig, in anderen Fällen eine subtile Botschaft sinnvoller.

Botschaft

Welche/s Argument/e führst du an, um deine Absicht zu erreichen? Achtung: **Weniger ist mehr!** Auch eine Botschaft kann implizit oder explizit sein. Du ist oft das Hauptargument.

Kernbotschaft (KB)

Kern der Botschaft in einer kurzen, prägnanten und zugespitzten Form, an die du sich gut erinnern kann. Du hat oft appellativen Charakter. Die Formulierung muss dem Inhalt, der Situation und dem Zielpublikum angepasst werden. Eine sehr explizite Form ist der **Slogan** – aber auch hier muss der Kontext passen.

Vorgehen

1. Formuliere deine klare Absicht. Mache dir zuerst bewusst, was du erreichen willst.
2. Anschliessend bestimme deine Botschaft. Dabei gibt es zwei Möglichkeiten:
 - a. Du überlegst dir zuerst die Botschaft, dann erarbeitest Du die Präsentation.
 - b. Du beginnst mit dem Entwurf deiner Präsentation und entwickelst parallel dazu deine Botschaft.

Die Wege sind verschieden, führen aber zum selben, wichtigen Ziel: Vor der Präsentation genau zu wissen, was Du sagen willst.

3. Reduziere deine Botschaft noch einmal auf die Kernbotschaft.
4. Idealerweise platzierst du deine Kernbotschaft dreimal: am Anfang, in der Mitte und am Schluss deiner Präsentation. Variierst du sie sprachlich, wirkst du weniger redundant und penetrant.

Beispiele

Absicht: Zuhörer:innen von Sparmassnahmen überzeugen.
Botschaft: Für das Überleben unseres Betriebs müssen wir sparen.
Kernbotschaft: Sparen ist überlebensnotwendig!

Absicht: Publikum zu einer aktiven Mitarbeit bewegen.
Botschaft: Ihr Mitmachen bringt unserer Abteilung Erfolg.
Kernbotschaft: Mitmachen lohnt sich!

Absicht: Publikum von einer neuen Idee begeistern.
Botschaft: Die Idee XYZ ist frech und mehrheitsfähig.
Kernbotschaft: Etwas Mehrheitsfähigeres (oder Frecheres, Mutigeres...) gibt es nicht!

Präzise Bilder finden

Bilder haben gegenüber abstrakter Ausdrucksweise einen grossen Vorteil: Sie sprechen nicht nur den Kopf, sondern auch den Bauch an und bleiben so besser haften. Damit Bilder funktionieren, müssen sie präzise und passend sein. Wenn Du mehrere Bilder innerhalb einer Präsentation brauchst, müssen diese konsistent sein, das bedeutet, am besten innerhalb derselben Bilderwelt angesiedelt sein.

Am stärksten sind selbst kreierte Bilder. Doch wie (er)findest du diese?
Hilfreich ist folgende Vorgehensweise:

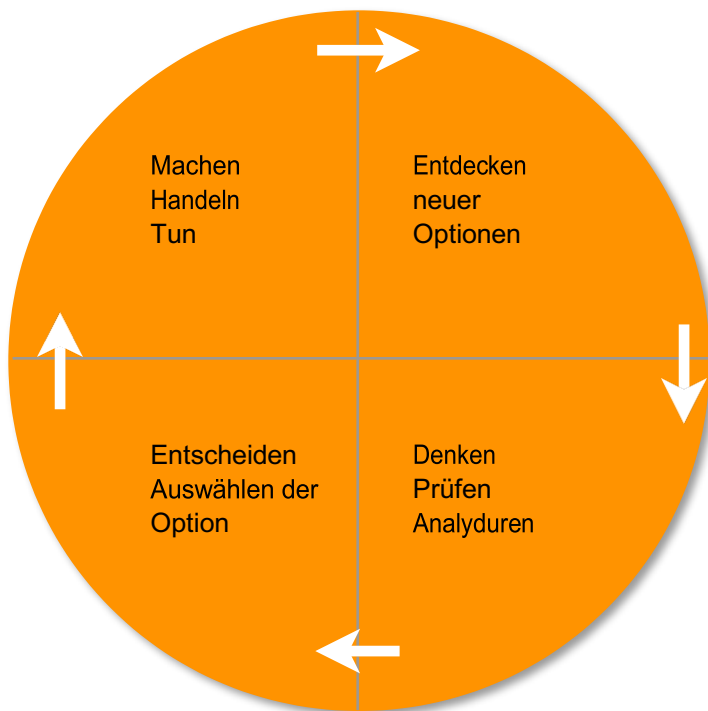
- 1. Sachargument formulieren:** Welches ist die Kernaussage, für die du ein Bild suchst?
Beispiel: Die Schweizerische Rettungsflugwacht (Rega) mit Sitz in der Schweiz rettet weltweit aus der Luft. Sie kann so schnelle Hilfe an jeder Lage, in jeder Höhe leisten.
- 2. Allgemeinaussage herausdestillieren:** Suche die entscheidenden Details in deinen Aussagen.
Beispiel: Etwas, das präzise ortet, weltweit schnell vor Ort ist und professionell rettet.
- 3. Triggersatz sagen:** Wiederhole immer wieder laut deine Allgemeinaussage als „Triggersatz“.
„Das ist doch genau so, wie wenn...“, das ist doch genau so, wie wenn...“ Das führt oft zu Assoziationen, Ideen und Bildern. Übertreiben ist erlaubt!
- 4. Einfälle notieren:** Schreibe alles auf, was dir einfällt.
In unserem Beispiel: Wie eine Fledermaus; wie ein Scheinwerfer in der schwarzen Nacht; präzise und zuverlässig wie ein Schweizer Uhrwerk; wie ein Habicht mit Samariterausbildung; wie ein rettender Engel mit GPS; wie ein schweizerischer Batman; wie...
- 5. Überprüfen:**
Manchmal stimmt die Logik des Bildes nicht ganz oder es trifft den Kern nicht. Oft findest du dann heraus, dass der erste oder der zweite Schritt nicht präzise genug ausgearbeitet ist. Das bedeutet, dass du nochmals dorthin zurück musst.

Lizenzfreie Bilddatenbanken

Als Inspiration für eigene Bilder eignen sich auch reale Bilder. Voraussetzung für eine erfolgreiche Suche von professionellen Bildern sind präzise formulierte Stichworte. Anhand dieser (tags) findest du auf folgenden Datenbanken eine grosse Auswahl an professionellen Bildern, die zumeist lizenzfrei genutzt werden können. Aber Achtung: Nicht bei allen zur Verfügung stehenden Bildern gelten die gleichen Richtlinien.

- Stockxchange: <http://www.sxc.hu>
 - Photocase: <http://photocase.com>
 - Pinterest: <http://pinterest.com>
-

Verhaltensänderung



Formel für Veränderung (nach R.B. Dilts):



Interferenzen = interne Saboteure

1. Form: «Ich will keine Veränderung»
2. Form: «Ich weiss nicht wie ich mich verändern kann»
3. Form: «Ich gebe mir nur unrealistische Chancen zur Veränderung»

Authentizität / Kongruenz

Definition:

Authentisch (oder kongruent) ist jemand dann, wenn die Person sich nach aussen hin so gibt, wie ihr innerlich zumute ist. Das heisst: Einerseits stimmen die drei Persönlichkeitsbereiche Inneres Erleben, Bewusstsein und Kommunikation überein, andererseits der verbale, der paraverbale und der nonverbale Ausdruck.

Optimale Authentizität

Authentisch oder kongruent zu kommunizieren bedeutet nicht, pausenlos über seine Befindlichkeit zu reden. Du sprichst von selektiver oder optimaler Authentizität. Maximale Authentizität kann zerstören. Entscheidend ist die Stimmigkeit: Deine Kommunikation ist dann stimmig, wenn Du ausdrückst, was «in der Luft liegt».

Es gilt generell zu unterscheiden zwischen Privatem und Persönlichem. Das Private hat in der Regel keinen Platz in einer Präsentation, Persönliches wie grosse Verletzungen usw. hingegen schon. Die Abgrenzung ist eine Gratwanderung und deinem Fingerspitzengefühl überlassen.

Auswirkungen:

Je kongruenter Du kommunizierst, desto klarer bist du zu verstehen und desto mehr Vertrauen entsteht. Inkongruente Kommunikation bewirkt Misstrauen und Unsicherheit.

- Je kongruenter du kommunizierst, desto weniger braucht dein Gegenüber „auf der Hut zu sein“.
- Wer nicht auf der Hut sein muss, kann zuhören.
- Wem zugehört wird, diese Person fühlt sich verstanden.
- Wer sich verstanden fühlt, kann positive Wertschätzung äussern.
- Wer positive Wertschätzung erfährt, kann kongruenter kommunizieren.

Voraussetzungen:

- Persönlich:

Um authentisch kommunizieren zu können, brauchst du ein Mindestmass an Selbstwertgefühl.

Je mehr du dich mit dir selbst ausgesöhnt und deine Schattenseiten akzeptierst und je weniger du es „allen recht machen willst“, desto kongruenter wirkst du auf dein Gegenüber.

- Institutionell (und gesellschaftlich):

Je mehr eine Institution (eine Gesellschaft) auf Kooperation statt auf Rivalität aufbaut, desto mehr kann sich Authentizität entwickeln. Ein offizieller Appell zur Zusammenarbeit ist allerdings wirkungslos, wenn die Beteiligten einem inoffiziellen Appell zur „Gegeneinander-Arbeit“ unterliegen.

Rollenbilder

Damit deine Gesprächs- oder Verkaufs-Partner:innen dich klar und eindeutig einordnen können, ist es wichtig, ihnen mit einer klaren **Haltung** gegenüberzutreten. Dies setzt voraus, dass du ein klares Bild deines Berufs- und Rollenverständnisses entwickelst.

Ich sehe mich u.a. als:

- Fachperson: Ich weiss was ich kann und stelle mein Fachwissen zur Verfügung
- Stellvertreter:in: Ich stehe für das Image einer angesehenen Institution
- Verantwortliche Person: Ich übernehme Verantwortung für Duen und Kapital
- Pacemaker:in: Ich etabliere einen Rhythmus, ein Tempo
- Bestimmer:in: Ich definiere oder selektioniere die Arbeitsschwerpunkte
- Psycholog:in: Ich weiss, wie mit Widerstand umzugehen ist
- Vorbild: Mein Engagement und meine Haltung sind vorbildhaft
- Trendsetter:in: Ich etabliere eine angenehme Arbeitsatmosphäre
- Zuhörer:in: Ich höre zuerst genau zu, erst dann mache ich mir meine Meinung
- Wissensvermittler:in: Ich gebe mein Wissen als Fachperson weiter
-
-
-

Feedback nehmen & geben

- Auf Positives achten
anschaulich und differenziert zurückmelden.
- In Ich-Aussagen sprechen
mit dem Bewusstsein: Ich sage mehr über mich als über den anderen.
- Beobachtetes Verhalten beschreiben
konkret und wertfrei.
- Wirkungen beschreiben
auf emotionaler und sachlicher Ebene.
- Vorschläge für Veränderungsmöglichkeiten
unterbreiten, aber nicht aufzwingen.
- Feedback-NehmerIn direkt ansprechen
und anschauen – wie geht es meinem Gegenüber mit meiner Rückmeldung?

Feedback-nimm-Regeln

- Sich innerlich öffnen
für die Wahrnehmung der anderen (Verteidigungshaltung vermeiden)
 - Genau Zuhören
bei Unklarheit nachfragen
 - Verstehen und nicht Rechtfertigen
 - Aufnehmen und selbst entscheiden
reflektieren und selbst entscheiden, was ich wirklich verändern will
 - Sich bedanken
mindestens innerlich
-

Präsentationsstruktur

Einstieg: Alles – nur nicht 08/15

- Aktuelle Begebenheit/Beobachtung kurz vor der Lektion
- Persönliche Geschichte
- Gegenstand
- Bild
- Vergleich, Metapher
- Mit dem Schluss beginnen
- Provokation, Irritation
- Tätigkeit, „Machen“
- Geschenk

Oder auch:

- Karikatur
- Filmausschnitt, Interview, Kurzstatements ab Band
- Textausschnitt
- Zitat
- Rätsel, Geheimnis

Ein guter Einstieg:

- Schafft den Kontakt zum Publikum
 - Prägt die Atmosphäre und den Rhythmus
 - Schafft eine erhöhte Aufmerksamkeit
 - Passt zu mir und zum Anlass
 - Ist mutig und überraschend
 - Löst in mir die akute Lust aus, genau so und nur so anzufangen
 - Schafft den Boden für eine gelungene Gesamtdramaturgie
 - Etabliert einen Begriffskosmos
 - Etabliert einen roten Faden
 - Und: serviert fast immer einen guten Schluss auf dem Tablett
-

Hauptteil

- Den Kontakt (Blick, Konzentration, Bewegung im Raum) zum Plenum nicht mehr abbrechen lassen
- Einfache und klare Sätze, verständlich bleiben
- Innere Bilder (auf allen Sinneskanälen) des Gesprochenen produzieren
- Gut und klar gliedern, Gedanken ordnen
- Kurz und prägnant formulieren
- Positive Formulierungen verwenden: negative Gedanken können nicht unmittelbar verarbeitet werden.
- Zusätzliche Reizmittel einbauen
- Pausen
- Gliederung: Mit einem klar erkennbaren Aufbau verschaffe ich mir und meinem Publikum Übersicht.

Der Hauptteil behandelt das eigentliche Thema und wird seinerseits vorzugsweise in ca. drei Schwerpunkte (Unterpunkte) aufgeteilt.

Abschluss

Inhaltlich:

- Das Ende ankündigen
- Geschichte abschließen, Fäden zusammenführen
- Zusammenfassung wenn möglich visualisieren
- Kernbotschaft wiederholen
- «Take home message» formulieren (je knapper, desto besser)
- Weiterführende Aufgaben ans Plenum formulieren
- Schlusssatz oder Schlussaktion genau planen (aufschreiben)
- Wenn es sich anbietet und Sinn macht: Bogen/Rahmen zum Anfang schliessen

Der Abschluss paraverbal und nonverbal:

- Noch einmal guten Bodenkontakt herstellen
 - Präzise, entschiedene Geste signalisiert den Schluss (z.B. Papier zusammenfalten, Geräte ausschalten, usw.)
 - Applaus des Plenums mit Blick zu ihnen entgegennehmen (bei grösserem Plenum auch verneigen)
 - Abgang bewusst gestalten
-

Rhetorik

Definition

Gegenstand der Rhetorik (griechisch: „die Redekunst“) war in der Antike die Kunst der freien, öffentlichen Rede. Aufgabe der Rhetorik als eine „Kunst der Überredung“ war es, die Möglichkeiten zu erforschen und die Mittel bereitzustellen, um eine Gemeinsamkeit zwischen Redner und Zuhörern herzustellen, auf deren Basis es möglich ist, eine subjektive Überzeugung allgemein zu machen.

Rhetorische Tipps:

- Sprich in der Gegenwart
- Vermeide Nebensätze
- Zitiere immer wörtlich in direkter Rede
- Streiche Satzverbindung mit „und“ ersatzlos
- Verwende keine Passivformulierungen
- Lass nichtssagenden Worthülsen weg
- Ersetze Fachbegriffe durch verständliche, deutsche Begriffe
- Benutze einfache und bildhafte Wörter
- Vermeide relativierende Ausdrücke wie «eigentlich», «eventuell», «ein wenig»

Rhetorische Tricks

- Starte und lande mit dem gleichen, rhetorischen Element
- Lasse alle einleitenden Floskeln weg – komm sofort zum Punkt
- Erzähle nicht in chronologischer Abfolge
- Überspringe, lass Unwichtiges weg
- Sage – wann immer möglich – die Wahrheit
- Erzeuge Spannung durch Unerwartetes
- Ende mit einem Höhepunkt, einer Schlusspointe

Wirkungsweisen einer Rede

conciliare et delectare: gewinnen, erfreuen flectere et movere: rühren, bewegen
docere et probare: belehren, argumentieren

Status

Der Begriff Status stammt aus der Soziologie. Status kann umschrieben werden mit Dominanzverhalten. Es geht nicht um den gesellschaftlichen Status, sondern um den persönlichen Status in der Kommunikation. Hoch- und Tiefstatus werden durch Signale auf allen zur Verfügung stehenden Medien und Kanälen vermittelt und wahrgenommen. Gemäss Beobachtung der Soziologie spielt der Du in jeder Kommunikationssituation mit seinem Status. Obwohl wir alle sowohl das Hochstatus- als auch das Tiefstatus-Spielen kennen und beherrschen, hat jede und jeder ein bevorzugtes Spiel: Entweder das Hochstatus-Spiel oder das Tiefstatus-Spiel.

Beispiel:

Keith Johnstone, Improvisationslehrer und Erfinder des Theatersports, hat den Begriff in die Theaterarbeit integriert. Zur Erläuterung des Begriffs beschreibt Johnstone in seinem Buch «Theater und Improvisation» drei Lehrpersonen seiner Schulzeit:

A war sehr streng und furchteinflössend – unbeliebt.

B verhielt sich der Klasse gegenüber unterwürfig, verlor oft die Kontrolle des Geschehens – und war unbeliebt.

C konnte mit den Schüler:innen herumalbern, hatte zwei Minuten später aber wieder die Kontrolle über die Klasse.

In Status-Begriffen gesprochen:

A war ein zwanghafter Hochstatus-Spieler

B spielte fixiert Tiefstatus.

C war Status-Expert:in: und konnte den eigenen Status heben und senken, je nach Situation. Wie sich zeigt, ist vor allem die Fixierung auf eine Statuspräferenz schwierig.

Drei Dinge sind für das Auftreten im Zusammenhang mit dem Thema Status entscheidend:

1. Der Status (resp. die Statusunterschiede und -spiele) beeinflusst massgeblich jede Kommunikation.
2. Zum Sprechen vor Publikum gehört Hochstatus. Vermitteln Präsentierende Tiefstatus, irritieren du damit das Publikum und lenken vom Inhalt ab. Bei längeren Präsentationen darf und soll das Plenum allerdings durchaus kurzzeitig den Hochstatus übernehmen. Dies erlaubt der präsentierenden Person eine Verschnaufpause.
3. Das bewusste Spielen mit dem Status ist trainierbar.

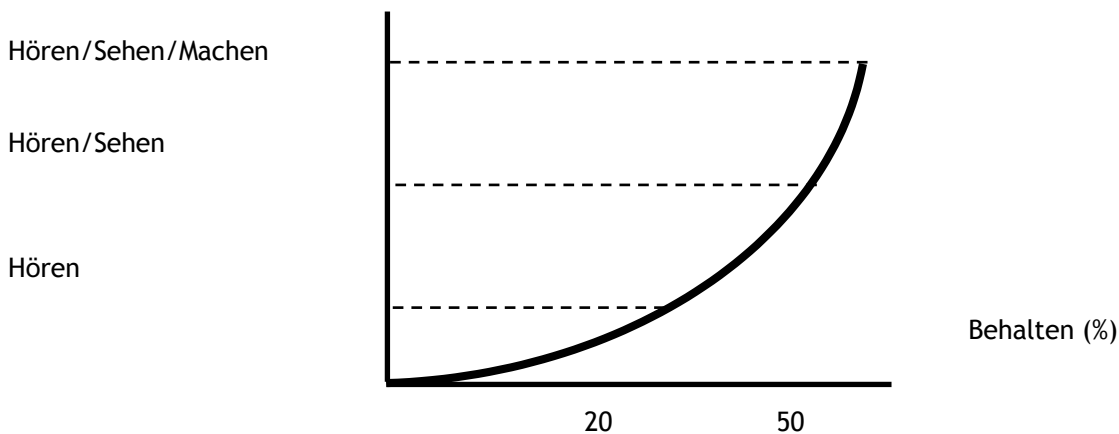
Fazit:

Status in der Kommunikation ist etwas Dynamisches, etwas, was sich «tun» lässt – im Gegensatz zum sozialen oder hierarchischen Status, der meist unbeweglich und zementiert ist.

Behaltensquote

Wenn du bei deinem Publikum in Erinnerung bleiben möchtest, hast du verschiedene Möglichkeiten. Je nach Inhalt und persönlichem Repertoire eignen sich die einen mehr als die anderen. Hier einige Vorschläge:

- Unerwarteter, überraschender Einstieg ins Thema
- Spannende Bildauswahl in guter Qualität, einprägsame Grafiken und Sprachbilder
- Begriffskosmos ausloten (Z.B. Eigenschaften eines frischen Apfels auf den Präsentationsgegenstand übertragen) > roter Faden etablieren
- Keine Angst vor Wiederholungen (Essenz zum Schluss noch einmal festhalten)
- Emotionen einbringen: Vor allem in der Sprachmodulation wahrnehmbar
- Eigenaktivität des Publikums aktivieren
- Elefanten setzen: Einzelne Fixpunkte klar hervorheben (visuell und akustisch) und Pausen setzen
- Persönliche Geschichte erzählen, die mit einem zentralen Aspekt verknüpft werden kann
- Anker setzen: Z.B. einen sinnvollen Gegenstand, der symbolisch für den Projektinhalt steht
- Mut zur Vereinfachung: K.I.S.S. = Keep it short and simple



Checkliste Auftritt

Vorbereitung am Arbeitsplatz oder Zuhause:

- Welches ist dein Fokus in einem Satz? Schreibe diesen Satz auf.
- Welches ist deine Key Message in einem Satz? Schreibe diesen Satz auf.
- Welches sind deine Beispiele oder Geschichten? Schreibe Stichworte auf.
- Welches ist ein prägnanter Einstieg? Welche Atmosphäre willst du erzeugen?
- Welches ist ein Schluss der hängen bleibt? (Vermutlich deine Key Message)

Wie steht es mit deinen Ressourcen?

Energie: Bist du fit? Hast du genügend getrunken? Wie hoch ist dein Zuckerspiegel?

Emotion: Wie steht es mit deiner Überzeugung, wie mit deiner Lust?

Erscheinung: Bist du situationsgerecht angezogen?

Test

- Probe deinen Auftritt unbedingt mit einer Kolleg:in oder einer Teampartner:in.
- Integriere Feedback in deinen Auftritt, frage allenfalls eine Teamkolleg:in.

Countdown

3. Bin ich wirklich präsent, hier und jetzt?
2. Will ich wirklich überzeugen, nicht nur informieren?
1. Ausatmen, entspannen, mit Publikum Kontakt aufnehmen,



Sprechen

Das Wichtigste in Kürze

Auftreten und Sprechen live vor Studierenden basiert auf drei Ebenen: der verbalen Ebene (Inhalt), der para- verbalen Ebene (alles was ich höre) und der nonverbalen Ebene (alles was ich sehe). Wenn wir die Wirkung von Kommunikation untersuchen (z.B. über Behaltensquoten), dann zeigt sich, dass nur etwa 10% der Wahrnehmung auf den verbalen (inhaltlichen) Anteil eines Live-Auftritts entfallen. Viel entscheidender sind die paraverbalen (30%) und die nonverbalen (> 60%) Wahrnehmungskanäle. Der Inhalt ist jedoch nach wie vor wichtig: Er ist die Basis, das Fundament meiner Präsentation. Die zentrale Frage lautet somit: Wie kann ich in die paraverbalen und nonverbalen Teile investieren?

Paraverbal: Testlauf mit Publikum, ruhiger Atem, bewusst laut und deutlich sprechen, Pausen setzen, Absicht verschärfen, klaren Fokus setzen, frei sprechen!

Nonverbal: Der Blickkontakt ist entscheidend. Sehen allein reicht jedoch noch nicht. Ich muss zu meinem Publikum so rasch als möglich eine Beziehung aufbauen. Lust haben oder Lust zur Verfügung stellen ist wichtig. Was fasziniert mich selber am Thema? Wie kann ich möglichst viel Energie zur Verfügung stellen?

Ich muss überzeugen wollen! Dieser Entscheid steuert meinen Gestus und damit meine Sprachmodulation. Erst wenn ich genug fokussiert bin auf diejenigen Kernpunkte eines Projektes, die für meine Adressat:innen von zentraler Wichtigkeit sind, kann ich lustvoll überzeugen.

Die Dramaturgie ist entscheidend. Anfang und Schluss sind von grosser Bedeutung und korrespondieren im Idealfall zusammen (Klammer). Bildhafte Vergleiche, Metaphern oder ansprechende Visualisierungen helfen bei der Übersetzung meines komplexen Sachthemas in eine einfache und verständliche Sprache. Die Bilder sind gleichzeitig Anker für meine zentralen Kernbotschaften. Dramaturgie heisst aber auch Spannung erzeugen. Auftreten und Sprechen vor Studierenden hat somit immer auch einen Unterhaltungsaspekt. Die Mittel aber immer dem Thema, dem Publikum und vor allem den persönlichen Möglichkeiten entsprechend wählen und einsetzen.

Die wichtigsten Schritte vor der Präsentation

Vorbereitung am Arbeitsplatz oder zu Hause:

- Welches ist deine Key Message in einem Satz? Schreibe diesen Satz auf.
- Welches sind deine Beispiele oder Geschichten? Schreibe Stichworte auf.
- Was ist mein prägnanter Einstieg, was mein prägnanter Schluss?

Wie steht es mit meinen Ressourcen?

- Energie: Bin ich fit? Habe ich genug getrunken? Wie hoch ist mein Zuckerspiegel?
- Emotion: Wie steht es mit meiner Betroffenheit, mit meiner Überzeugung?
- Erscheinung: Bin ich situationsgerecht angezogen? Habe ich Lust auf diesen Auftritt?

Countdown unmittelbar vor dem Unterricht

3. Bin ich wirklich präsent, hier und jetzt?
2. Will ich wirklich überzeugen, nicht nur informieren?
1. Ausatmen, entspannen, mit Studierenden Kontakt aufnehmen



Starten, Sprechen,Überzeugen!
