



Die Hochschule in Deggendorf

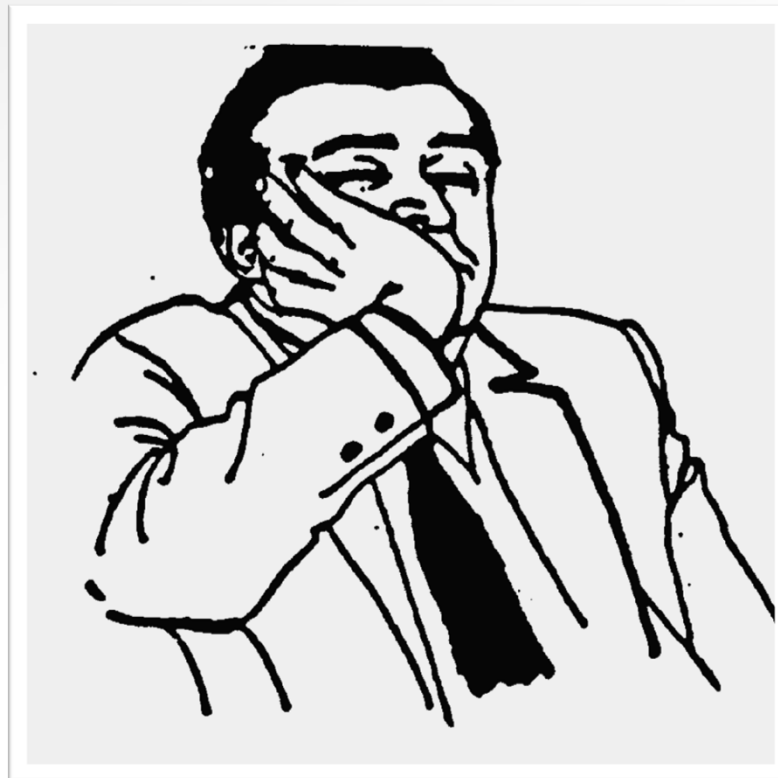
Matthias Ennen – Kommunikation & Rhetorik

Unter Kommunikation versteht man

- das Senden und Empfangen von Informationen zwischen Lebewesen
- Das Senden geschieht durch Zeichen, wie Sprache, Körpersprache, Bilder und Schrift
- Die Botschaften müssen zum vollständigen Empfang sowohl wahrgenommen als auch verstanden werden
- Durch die Haltung des Körpers, das Verhalten eines Menschen, seine Gestik und Mimik werden Informationen vermittelt, die auf einen bestimmten Sachverhalt schließen lassen

Kommunikationsmöglichkeit

Was sehen Sie?



Man kann nicht nicht kommunizieren!

Wahrnehmungsgrundsätze



**Hab
Sonne im
Herzen**

Fazit:

Wahrnehmung ist träge / selektiv / begrenzt

Wahrnehmungsgrundsätze

Salzburger

Münsterländer

Niederländer

Enterbender

Benebelter

Hinsterbender

Fazit:

Wahrnehmung ist schematisch / blockiert /eingegrenzt

Wahrnehmungsgrundsätze

Benennen Sie bitte schnell hintereinander (bitte aufschreiben):

Ein Werkzeug Hammer

Ein Musikinstrument Geige

Eine Farbe Rot

Eine Blume Rose

Fazit:
Wahrnehmung ist schematisch / vorgeprägt

Wahrnehmung

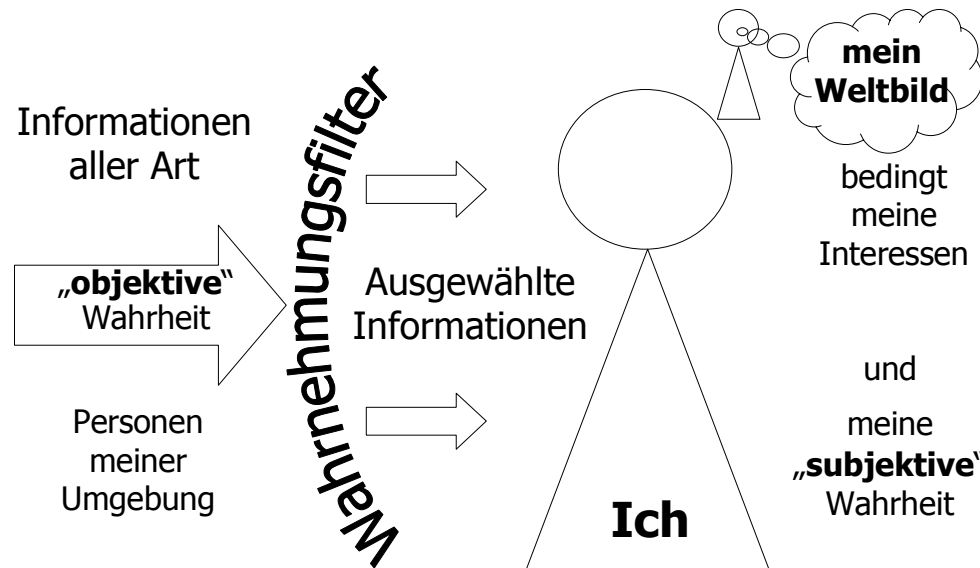
Merken Sie sich bitte folgende Begriffe (20 sec.):

Tisch	Stift
Kotelett	Auto
Rasenmäher	Reifen
Taschenrechner	Kaffee
Ei	Dreieck
Brötchen	Zigarette
Butter	Zahnpasta
Sumatra-Tiger	Sonne
Leiter	Uhr
Decke	Stuhl

Fazit:

Wahrnehmung ist subjektiv / durch visuelle Reize gesteuert / kann mit logischen Verknüpfungen gesteigert werden / Ungewöhnliches bleibt länger haften (Sumatra-Tiger) / Anfang und Ende bleibt haften

Wahrnehmungsfilter



Wir Menschen und vor allem unser Gehirn ist nicht dazu geschaffen, alle Informationen, die uns Tag für Tag, Sekunde für Sekunde begegnen, aufzunehmen geschweige denn zu verarbeiten. Wir nehmen immer eine Selektion vor, die durch unseren Wahrnehmungsfilter gesteuert wird. Zum Teil ist für die Beschaffenheit unseres Filters unser Hausmeister (oder Videothekar) verantwortlich. Was wir tatsächlich „wahr“-nehmen hängt häufig von unseren Vorerfahrungen und von unseren individuellen Hintergründen ab. Die Vorgänge in der Wahrnehmung bei sich und auch bei anderen zu kennen, ist daher der erste Schritt für eine erfolgreiche Kommunikation. Wenn ich die Mechanismen der Wahrnehmung bei mir und bei anderen kenne, kann ich Kommunikation zielgerichtet gestalten und beeinflussen (Achtung: Ohne Gewähr!).

Wahrnehmung - Drei Schritte in der Wahrnehmung

			Gesteuert durch:
	Aufnahme	Individuell Selektiv Begrenzt Träge	Interesse und Energie
	Verarbeitung	Schematisch Geprägt von „Vor-Urteilen“ Größtenteils unbewusst Bildhafte Verarbeitung	Interesse und Nutzen
	Haftung	Das Erste Das Letzte Außergewöhnliches Zusammenhängendes	Interesse und Betroffenheit

Die Tendenz zur guten Gestalt

Der Mensch ...

- möchte seine Umwelt möglichst geordnet und einfach wahrnehmen (schematisch, in sein eigenes Bild passend);
- übersieht kleinere Unregelmäßigkeiten (stören nur);
- verstärkt größere Unregelmäßigkeiten (bauscht auf);
- nimmt umso eher Verfälschungen vor, je ungünstiger die Wahrnehmungsbedingungen sind.

Mechanismen in der Wahrnehmung

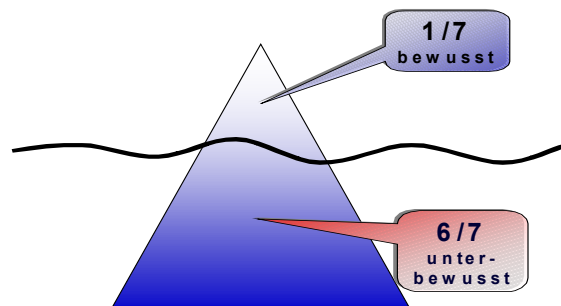
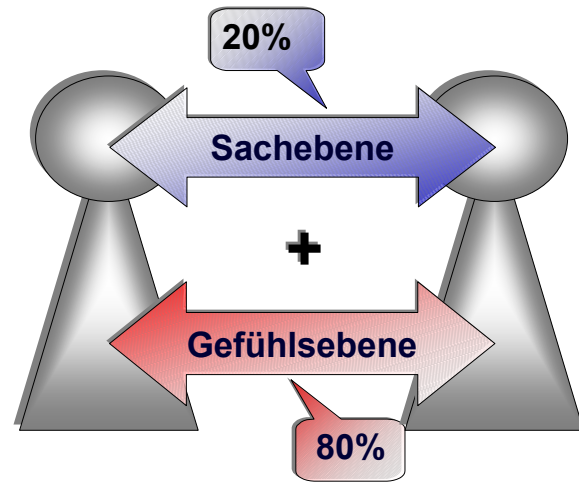
Zusammenfassung der Ergebnisse und Erkenntnisse:

- Wahrnehmung ist immer subjektiv.
- Wahrnehmung arbeitet bei visuellen Reizen schneller und umfangreicher.
- Was am Anfang oder am Ende steht, bleibt haften.
- Ungewöhnliches bleibt länger haften (Sumatra-Tiger).
- Jedes Individuum arbeitet mit eigenen visuelle und logischen Verknüpfungen.
- Die Wahrnehmung ist geprägt von „Vor-Urteilen“ (Gesicht alte/junge Frau).
- Die Wahrnehmung ist selektiv: Jeder behält etwas anderes.
- Das eigene Interesse steuert die Wahrnehmung (Urlaub/Hunger).
- Die Wahrnehmung arbeitet nach dem Prinzip der freien Assoziation.
- Jeder hat seinen eigenen „Film“ im Kopf (Bewertung aufgrund weniger Informationen).

Fazit zur Wahrnehmung

- Eigene Sackgassen und Vorlieben in der Wahrnehmung kennen!
- Wenn andere etwas anderes sehen als ich, muss das nicht zwangsläufig böser Wille sein!
- KKP (kurz, knapp, präzise)
- Alles allen Sinnen!
- Sich häufiger über Feedback absichern in der Kommunikation!

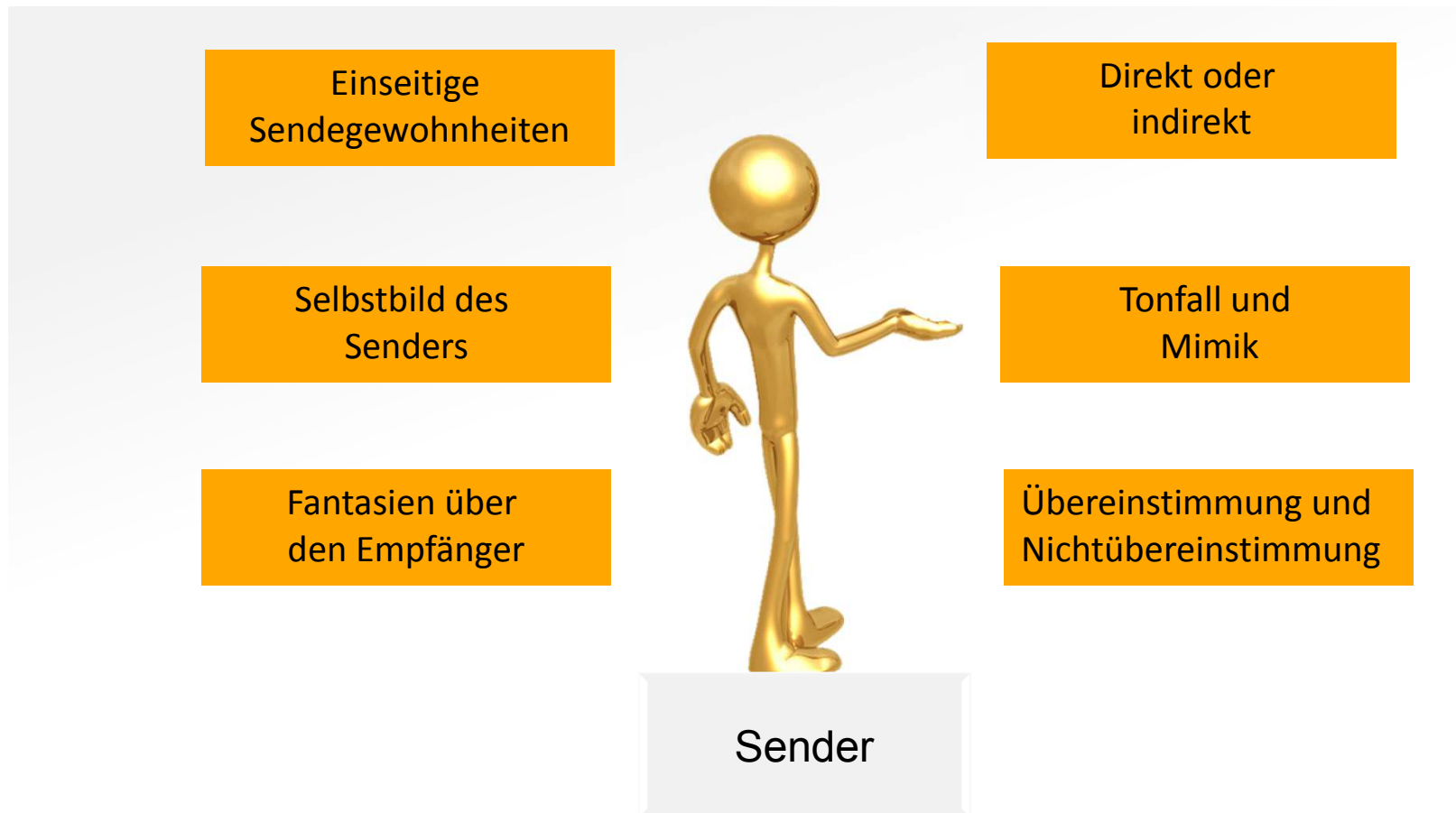
Das „einfache“ Kommunikationsmodell



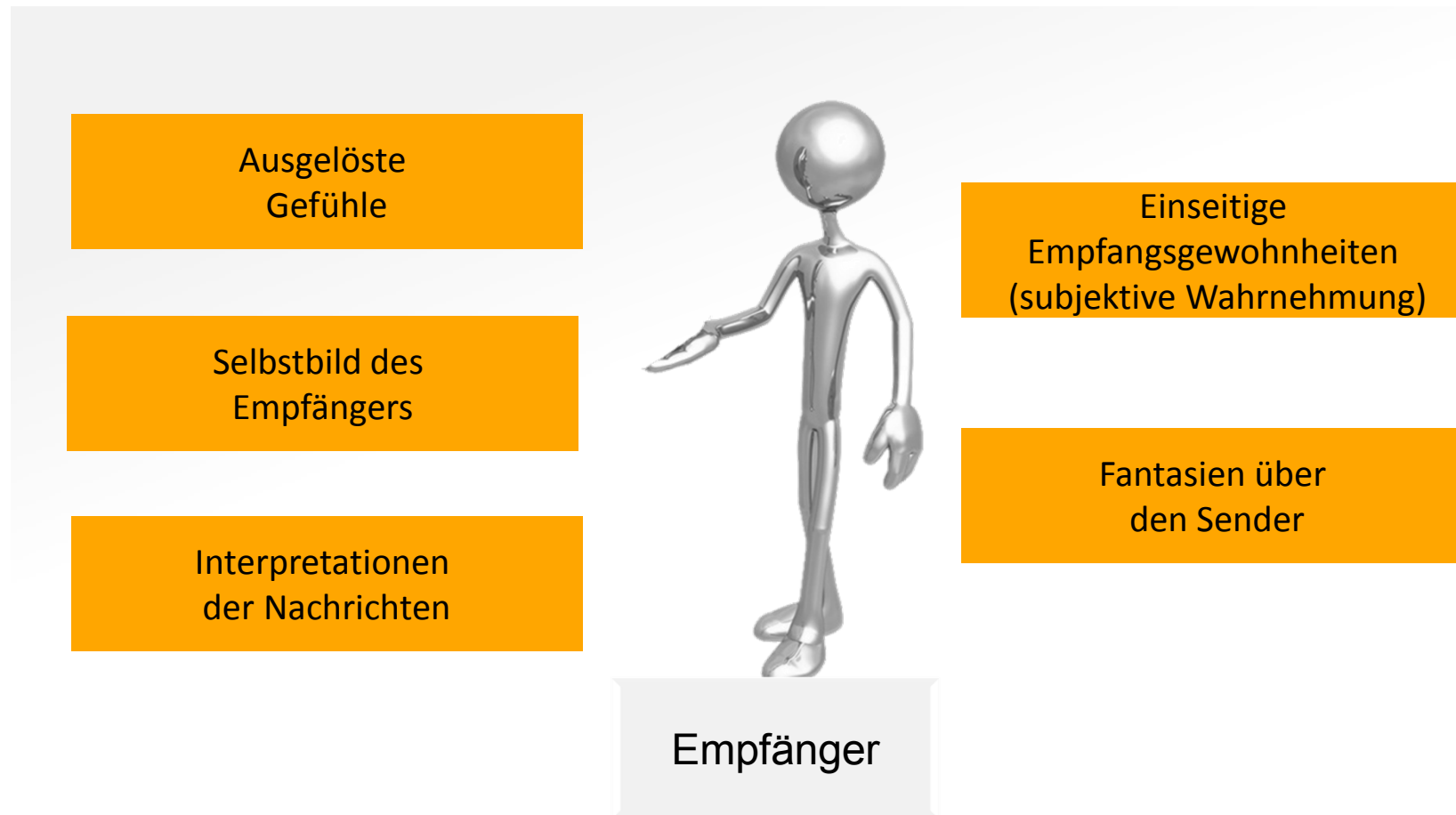
Die Kommunikationsaxiome (nach Watzlawick)

- **Gefühl geht vor Verstand**
Was der Bauch nicht will, lässt der Kopf nur schwer herein.
- **Man kann nicht nicht kommunizieren**
Wir kommunizieren immer; ob wir es wollen, oder nicht.
- **Es gibt offene und verdeckte Kommunikation**
Wir benutzen bewusst und / oder unbewusst unterschiedliche Codes.
- **Es gibt verbale und nonverbale Kommunikation**
Das Nonverbale (wie wir etwas `rüberbringen) ist oftmals schneller und unmittelbarer als die Wortwahl (das, was wir sagen).
- **Die Hierarchie bestimmt die Kommunikation**
Die Art und Weise, wie wir kommunizieren, wird durch unsere hierarchische Stellung beeinflusst.

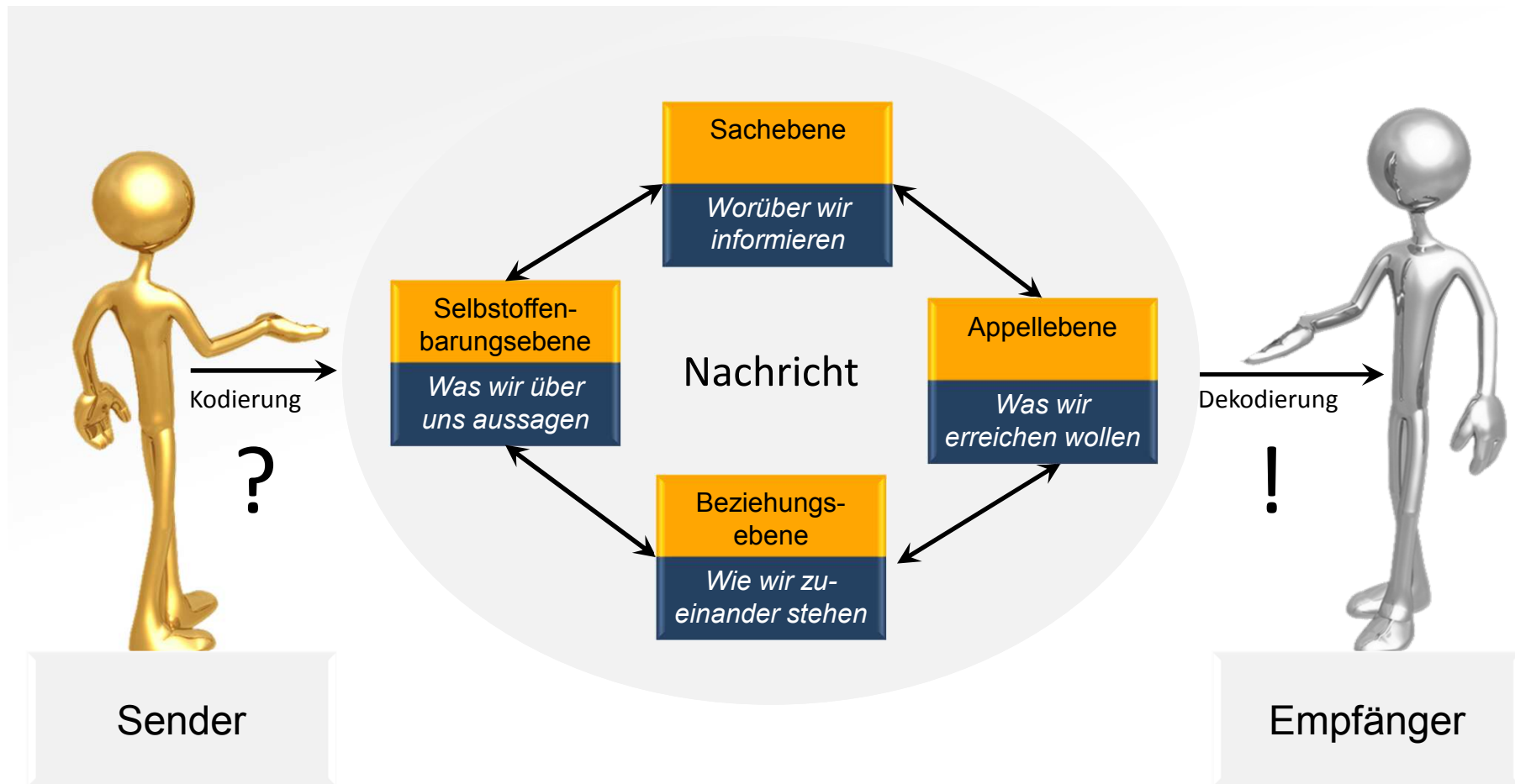
Sendebestandteile



Empfangsbestandteile

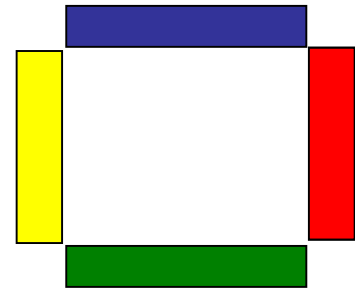


Die vier Seiten einer Nachricht



Die vier Seiten einer Nachricht

Quelle: Friedemann Schulz von Thun, „Miteinander reden“, Band 1

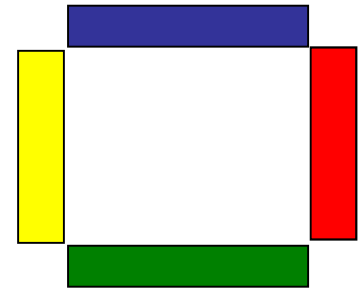


- Das Modell des Nachrichtenquadrats arbeitet mit einer leicht verständlichen Metapher: In einer Kommunikationssituation spricht ein Sender grundsätzlich und immer mit vier „Schnäbeln“, während ein Empfänger immer mit vier „Ohren“ hört. Fragt also jemand „nach dem Grünen in der Suppe“, ist diese Komplexität quasi naturgegeben, wird im Alltag allerdings selten bewusst analysiert und offen angesprochen. Die Qualität eines Gespräches hängt häufig davon ab, in welcher Weise die vier Botschaften zusammenwirken. Sie können Störungen hervorrufen, aber auch Klarheit schaffen.
- **Sender**
- Wenn ich als Person eine Mitteilung mache, schwingen gleichzeitig **vier Bedeutungsebenen** mit:
- **Sachebene:** Was ich sachlich beitrage, Informationen zu einem Thema.
- **Selbstkundgabeebene:** Was ich von mir zu erkennen gebe, was mich innerlich bewegt. Stimmungen, Befindlichkeiten, Normen, Werte.
- **Beziehungsebene:** Was ich von Dir halte und wie ich zu Dir stehe.
- **Appellebene:** Was ich Dir rate und wozu ich Dich bewegen möchte.



Die vier Seiten einer Nachricht - der Klassiker

Quelle: Friedemann Schulz von Thun, „Miteinander reden“, Band 1



**Sender sagt: "Was ist denn das
Grüne in der Suppe?"**

Empfänger hört...

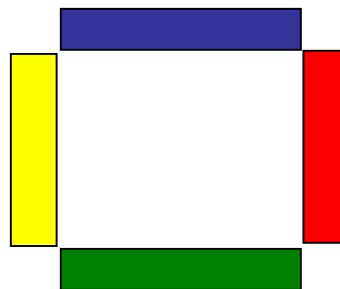
- **Sach-Schnabel:** Da ist was Grünes!
- **Selbstkundgabe-Schnabel:** Ich weiß nicht, was es ist.
- **Beziehungs-Schnabel:** Du wirst es wissen.
- **Appell-Schnabel:** Sag mir, was es ist.

- **Sach-Schnabel:** Da ist was Grünes!
- **Selbstkundgabe-Schnabel:** Mir schmeckt das nicht.
- **Beziehungs-Schnabel:** Du kannst nicht kochen.
- **Appell-Schnabel:** Lass nächstes Mal das Grüne weg.

Die vier Seiten einer Nachricht

Quelle: Friedemann Schulz von Thun, „Miteinander reden“, Band 1

- Im Arbeitsalltag (und manchmal nicht nur da) ist nun die **Reflexion** und **bewusste Gestaltung der eigenen Kommunikation** besonders gefordert. Wichtige Botschaften können von mir gezielt und mit hoher Wirksamkeit gesendet werden, je nachdem, worauf es mir ankommt und was ich erreichen möchte. Gute Selbstbeobachtung, präzises Gespür und vor allem das Feedback von anderen helfen mir in der weiteren Entwicklung dieser Kompetenz.
- Insbesondere für die **Vorbereitung von wichtigen Gesprächen** kann das „Vier-Seiten-Modell“ hilfreich sein. Ich kann durch meine Selbstreflexion genauer definieren, was ich auf den Ebenen Sachbotschaft, Selbstoffenbarung, Appell, Beziehungsbotschaft ausdrücken will, um mein Wirkungsspektrum im Gespräch zu erhöhen.



Der vierohrige Empfänger

Was ist das
für einer?
Was ist mit ihm?

Wie redet der
eigentlich mit mir?
Wen glaubt er vor
sich zu haben?



Wie ist
der Sachverhalt
zu verstehen?

Was soll ich tun,
denken, fühlen
auf Grund seiner
Mitteilung?

Prophylaxe in der Kommunikation

- Botschaften „KKP“ (kurz, knapp, präzise) und visuell angereichert senden.
- Zur Vermeidung von Missverständnissen in der Wahrnehmung: „Ich sehe/höre...Ich interpretiere/ergänze...Ich finde...“
- Den Teil der Botschaft ausdrücklich formulieren, auf den es ganz besonders ankommt.
- Offenlegen, was verstanden worden ist und nachfragen, ob es auch so gemeint war.
- Bei emotionalem Schlagabtausch: Keine Sachlichkeit einfordern, Gefahr einer „U-Boot Schlacht“. Besser das Problem offen ansprechen und um Klärung bitten.
- Sich nach dem System „Lorenz“ (nächste Seite) verhalten

Kausalkette „Lorenz“

Gedacht ist nicht gesagt

Gesagt ist nicht gehört

Gehört ist nicht verstanden

Verstanden ist nicht einverstanden

Einverstanden ist nicht angewandt

Angewandt ist nicht beibehalten

Aktives Zuhören

Aktives Zuhören ist eine wichtige Kommunikationsform, die

- Missverständnisse sofort aus dem Weg räumt
- das Gefühl des Verstandenwerdens und Angenommensein vermittelt,
- Aufmerksamkeit und Einfühlungsvermögen fördert
- das eigentlich Gemeinte klarer macht.

Vorgehensweise:

1. Durch Rückfragen klären, ob das Anliegen richtig verstanden wurde (paraphrasieren)
2. Die eigentliche Botschaft des Gesagten herausarbeiten
3. Eine positive Formulierung für das Gehörte finden
4. Zum Weiterdenken und – reden auffordern!

Aktives Zuhören

- Aktives Zuhören ist anders als alltägliches hören. Ziel ist es dabei, Informationen über den Gesprächspartner zu erhalten und genau zu verstehen, was der andere sagen möchte.
- Aktiv zuhören bedeutet, während des Zuhörens nicht bereits die eigene nächste Äußerung innerlich vorzubereiten. Mehr beim anderen, als bei sich sein.
- Versuchen Sie es mit...
- **Zurückhalten:** Um andere richtig zu verstehen, braucht es Geduld.
- **Reformulieren:** In eigenen Worten wiedergeben, was der Sprecher gesagt hat.
- **Deuten:** Eigene Interpretation der vermuteten, vom Sender nicht ausgesprochenen Absicht äußern.
- **Zuwenden:** Körperachse so drehen, dass man sich in die Augen sehen kann.
- **Bestärken:** Nicken, lächeln, „aha“, „tatsächlich“, ...
- **Nachfragen:** „Was genau...“, „habe ich Sie richtig verstanden...?“

Fragetechniken 1

Offene Fragestellungen

Merkmal	Wirkung	Beispiel
Die offene Frage beginnt mit einem Fragewort. Sie gibt dem Gesprächspartner die Möglichkeit, seine Meinungen, Vorstellungen und Probleme offen und ausführlich zu erläutern	<ul style="list-style-type: none"> ▪ großer Informationsgehalt ▪ Partnerschaftlicher Dialog ▪ Erhöhung der gegenseitigen Akzeptanz 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Was meinen Sie dazu? ▪ Wie sehen Sie die Sachlage? ▪ Wie können wir das Problem angehen?

Geschlossene Fragestellungen

Merkmal	Wirkung	Beispiel
Geschlossenen Fragen beginnen häufig mit einem Verb und lassen nur die Antwortmöglichkeiten ja oder nein zu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Geringer Informationsgehalt ▪ „Verhörsituation“ ▪ Keine Erhöhung der gegenseitigen Akzeptanz 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sind Sie mit der Lösung einverstanden? ▪ Ist die Aktion endlich erledigt?

Fragetechniken 2

Suggestivfragen

Merkmal	Wirkung	Beispiel
Suggestivfragen beginnen mit einem Verb. Sie lassen kaum Antwortmöglichkeiten zu, bzw. suggerieren vorgegebene Antworten	<ul style="list-style-type: none">▪ Fragestellung beinhaltet bereits die Antwort▪ Kein Freiraum für eigene Meinung	<ul style="list-style-type: none">▪ Sind Sie nicht auch der Meinung, dass...▪ Sind Sie mit der Lösung einverstanden?

Rangierfragen

Merkmal	Wirkung	Beispiel
Rangierfragen beginnen mit einem Verb oder einem Fragewort	<ul style="list-style-type: none">▪ Das Gespräch wird auf das Wesentliche reduziert▪ Ein bestimmter Focus wird gesetzt	<ul style="list-style-type: none">▪ Wollen wir nicht erst einmal über diesen Punkt reden?

Fragetechniken 3

Spiegelungsfrage

Merkmal	Wirkung	Beispiel
Spiegelungsfragen beginnen mit einem Verb oder Fragewort. Dabei wird das bereits gesagte in Frageform gespiegelt. (paraphrasieren)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bekundung von Anteilnahme ▪ Signal des gegenseitigen Verstehens ▪ Klärung des Missverständnisses 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wenn ich Sie richtig verstehe...? ▪ Sie halten es für denkbar, dass ...?

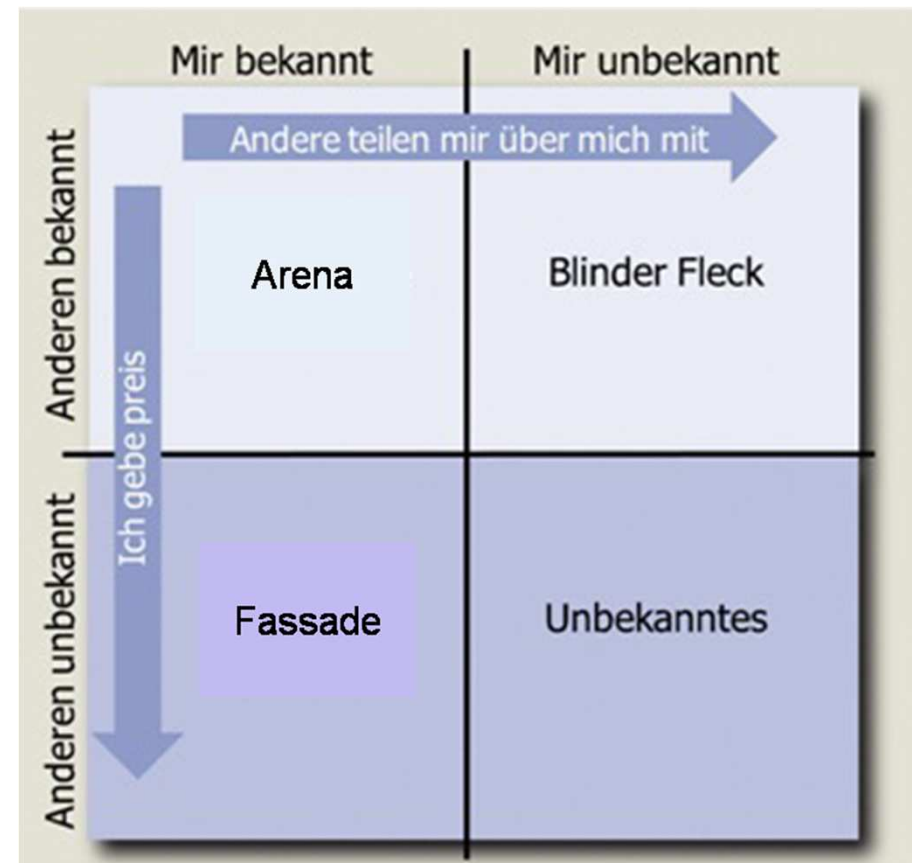
Sondierende Fragen

Merkmal	Wirkung	Beispiel
Sondierungsfragen beginnen mit einem Fragewort oder Verb. Manchmal sind sie als Aufforderungen getarnt.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gibt einem Gesprächsgegenstand eine Richtung. ▪ Vertieft bestimmte Themen ▪ Focussiert eine Sichtweise 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Was genau war die Ursache dafür? ▪ Und wie ging es dann weiter? ▪ Erzählen Sie davon!

Feedback – Johari-Fenster

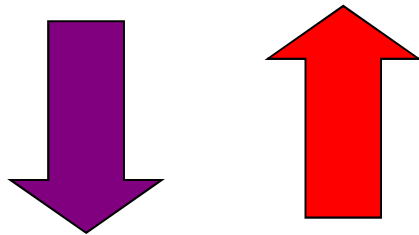
Feedbackregeln

- Beschreiben, nicht bewerten („Ich erlebe Dich ungeduldig...“)
- Konkret, nicht allgemein „Wenn Du unter Zeitdruck gerätst“
- Klar und genau formuliert „...Du unterbrichst mich dann häufiger“)
- Zur rechten Zeit
- Ich – Botschaften verwenden.



Der Dreiklang (zur Entschleunigung)

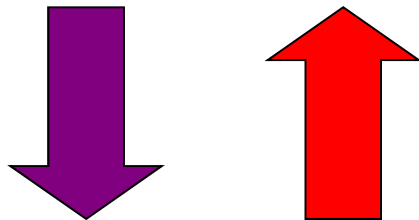
1. ***Ich sehe*** (höre, rieche ...) ... → sinnliche Aufnahme



Problem: subjektive Wahrnehmung

Lösung: bewusster Wahrnehmen

2. ***Ich interpretiere*** ...



→ Verarbeitung, Interpretation

Problem: Fehlinterpretationen

Lösung: Rückkoppeln, Absichern

.....

3. ***Ich finde*** ...

→ Bewertung, Empfindung

Problem: Es knallt!

Lösung: „Zurück zur Badstrasse“

Der Dreiklang als Prophylaxe in der Kommunikation

Der Dreiklang ist eine Möglichkeit, die **Kommunikation zu „entschleunigen“**. Statt gleich ein ungefiltertes vorschnelles Feedback auf eine empfangene Nachricht zu geben, kann durch den Dreiklang eine vorgenommene Interpretation abgesichert werden. Durch die Schilderung meiner Wahrnehmung und die Offenlegung meiner Interpretation (inklusive der Absicherung, ob ich damit richtig liege) kann mein Gegenüber anschließend meine Interpretation bestätigen oder korrigieren („Nee, das habe ich so nicht gemeint!“).

Die Bewertung (ich finde ...) kann ich dann immer noch vornehmen.

Diese Entschleunigung trägt zur Prophylaxe in der Kommunikation bei (Vorbeugung von Missverständnissen und Konflikten) und ist besonders in bedeutsamen und schwierigen Situationen empfehlenswert.

Rhetorik - Begriffserklärung

- Griechisch für Redekunst. Kunst der freien und/oder öffentlichen Rede
- Erforscht die Möglichkeiten und stellt die Mittel bereit zur Identifikation zwischen Redner und Zuhörer
- Identifikation = Herstellung einer Gemeinsamkeit
- ermöglicht als Basis eine subjektive Meinung allgemein zu machen (Persuasion)
- Sie wird verstanden als eine argumentative Technik (oder Kunstfertigkeit; griech. *téchne*), die von allen Menschen - intuitiv oder professionell - gebraucht wird. (Wikipedia)
- Die Rhetorik wird definiert als die Fähigkeit, "das Überzeugende, das jeder Sache innewohnt, zu erkennen,, und...
- ... "Überzeugendes und scheinbar Überzeugendes", "Wahrheit und der Wahrheit Nahekommendes" zu jedem beliebigen Gegenstand aufzufinden (*heuresis*), zu ordnen und sprachlich geschickt zu gestalten.

Rhetorik

Die Rhetorik begreift die Redefähigkeit als eine Naturanlage des Menschen, die durch Kunst und Wissen sowie durch Erfahrung und Übung vervollkommnet werden kann.

Zum Einstieg

- Rhetorik als Fähigkeit der überzeugenden Rede ist erlernbar.
- Ähnlich wie ein Sportler, kann ein Mensch durch viel Fleiß, Übung und Praxis seine rhetorische Fitness trainieren.
- Die rhetorischen Grundfertigkeiten sind:
 - die argumentative Schärfe
 - Der souveräne Auftritt
 - Die sprachliche Gewandtheit
- Und: ähnlich wie Leistungssportler gerne in Teams trainieren, um sich gegenseitig anzuspornen und zu motivieren, können wir hier die Gruppe zu lernen nutzen.

System der Rhetorik

Wenn wir von der angewandten Rhetorik sprechen, dann sprechen wir von:

- Produktionsstadien einer Rede
- Redegattungen
- Redeteile
- Wirkungsweisen einer Rede
- Monolog und Dialog

Topik – die Fundorte für die Rede

- Findekunst, die es erleichtern soll, auf die richtigen Gedanken zu kommen
- Topi = Orte, wo die Argumente zu finden sind
- Verschiedene «Fundort» - Klassifizierungen z.B. nach:
 - Quintilian (Personen- und Sachaspekte)
 - Aristoteles (Deduktion und Induktion)
 - Deduktion: Konklusion auf Basis verschiedener Prämissen. «Wenn die Prämissen stimmen, kann die Konklusion nicht falsch sein.»
 - Induktion: Von Einzelnen zum Allgemeinen.

Topik – die Fundorte für die Rede (2)

- Fundorte zur Person (Beispiele):
 - Familie/ Geschlecht, Nationalität, Alter, Ausbildung, Physiognomie, Schicksal, soziale Stellung, Charakter, Beruf, Vorgeschichte (Ruf), Namen/ Spitznamen

- Fundorte zur Sache (Beispiele):
 - Ursachen, Ort, Zeit, Umstände

Produktionsstadien einer Rede

- Fünf Schritte von der Idee bis zum Vortrag (*officia oratoris* bzw. *rhethorices partes*):
 - inventio (das Auffinden der Gedanken)
 - Topik (System von Suchkategorien)
 - dispositio (das Anordnen der Gedanken, Gliederung)
 - elocutio (Einkleidung der Gedanken in Worte)
 - Tropen
 - Figuren
 - Dreistillehre
 - memoria (Einprägen der Rede)
 - pronuntiatio / actio (Vortrag, stimmliche, mimische und gestische Mittel)

Wie entsteht eine Rede?

Der Ablauf(in normalen Worten):

1. Grundüberlegungen zur Redesituation
2. Finden des passenden Themas
3. Gezielte Anordnung des Themas
4. Ausformulieren der Rede – Übungen
5. Vorbereitung des Manuskripts
6. Einstudieren der Rede
7. Der richtige Auftritt

Redegattungen

Seit Aristoteles gibt es drei klassische Redegattungen:

- Gerichtsrede (vergangenheitsorientiert)
- Beratungsrede; politische Entscheidungsrede (zukunftsorientiert)
- Lob- und Festrede (gegenwartsorientiert, Publikum bleibt passiv)

Redeteile

- Einleitung: Der Redner versucht, das Wohlwollen des Publikums zu erlangen und seine Aufmerksamkeit sicherzustellen.
- Erzählung: Darauf folgt eine Schilderung des Sachverhaltes, um den es geht; bei der Gerichtsrede wird hier der Fall erzählt.
- Beweisführung: Der eigentlich argumentierende Teil der Rede, in dem der Redner für die Glaubwürdigkeit seiner Sache argumentiert. Kann auch die Widerlegung der gegnerischen Argumente umfassen.
- Redeschluss: Hier kann z.B. noch einmal an die Emotionen des Publikums appelliert werden.

Redetipps nach Aristoteles

- 1. Aufmerksamkeit wecken!**
- 2. Thema nennen!**
- 3. Gefühl ansprechen!**
- 4. Verstand ansprechen!**
- 5. Schluss!**

Redetipps des Aristoteles:

Aufmerksamkeit wecken!

- Mit einer Behauptung aufrütteln
- Mit einem aktuellen Aufhänger das Ohr der Zuhörer öffnen
- Mit einem humorvollen Einstieg das Eis brechen
- Mit einem persönlichen Erlebnis Authentizität und Interesse am Thema wecken
- Mit einem historischen Rückblick die Bedeutung des Themas herausheben
- Mit einer rhetorischen Frage die Zuhörer zum Nachdenken anregen
- Mit einer kurzen Anekdote zum Thema führen
- Mit einem griffigen Zitat zum Thema führen
- Etwas zeigen, das zum Thema passt
- Mit Schweigen Spannung und Aufmerksamkeit erzeugen

Redetipps des Aristoteles:

Thema nennen!

- Sollte sich harmonisch aus dem Punkt „Aufmerksamkeit“ ergeben
- Der Zuhörer muss klar erkennen können, zu welchem Thema gesprochen wird
- Bei Sachthemen ist es oft sinnvoll, einen kurzen Überblick über die einzelnen Gliederungspunkte zu geben
- Diese Übersicht darf aber nicht zu lang sein, bzw. es darf nicht zu lange darüber gesprochen werden

Redetipps des Aristoteles:

Gefühl ansprechen!

- Eine Rede ist dann besonders wirkungsvoll und erfolgreich, wenn der ganze Mensch, auch das Herz und Gefühl und nicht nur der Kopf, angesprochen wird.
- Vermeidung des unpersönlichen „man“: Mit „Wir/Sie/Ihr“ die Zuhörer einbeziehen
- Anschaulichkeit herstellen durch Bilder, Beispiele, Vergleiche.....
- Mit rhetorischen Fragen die Teilnehmer zum Nachdenken anregen
- Befehle vermeiden wie: „Sie müssen das so machen!“
- Kleiden Sie solche Aussagen in Fragen oder Vorschläge!

Redetipps des Aristoteles:

Verstand ansprechen!

1. Eine gute „Unterhaltungs-Show“ reicht nicht! Ein guter Vortrag überzeugt erst mit inhaltlicher Substanz!
2. Die eigentliche Vortragssubstanz besteht in einer rationalen, logisch und fachlich substantziellen Argumentation
3. Diese fachliche Argumentation ist mit gut aufbereiteten Fakten, Zahlen, Belegen zu untermauern:

Redetipps des Aristoteles:

Vortragsschluss!

- Ein guter Schluss ist entscheidend für den Erfolg einer Rede
- Mit einem Bogen zur Einleitung den Vortrag abschließen
- Der Schluss ist klar zu strukturieren und das Redeziel sollte wirksam unterstrichen werden

Tipps für einen guten Redeabschluss:

- Mit einem Appell/ einer Forderung enden
- Eine Bitte äußern
- Die Zielsetzung nochmals verdeutlichen
- Eine kurze, klare Zusammenfassung geben
- Einen Ausblick herstellen

Formtipps für den Redeabschluss:

- Kurz, laut und deutlich reden; sich nicht davonstehlen!
- Dem Zuhörer das Gefühl vermitteln, ich bin fertig und zufrieden!
- Klarer Blickkontakt zu den Zuhörern
- Souverän, langsam und sicheren Schrittes abtreten

Redetipps des Aristoteles:

Vortragsschluss!

- Der Blickkontakt mit den Zuhörern
- Mit dem Blickkontakt wird eine Verbindung zum Publikum hergestellt. Mit den Augen die Zuhörer einbeziehen, sie ansprechen, „fesseln“, erkennen wie sie reagieren, sie steuern und kontrollieren
- Blickkontakt zu Beginn erhöht Aufmerksamkeit und erzeugt Spannung
- Zuerst schauen, dann reden
- Blickkontakt zum Schluss vermittelt Zufriedenheit und Offenheit des Referenten
- Ohne Blickkontakt enden, ist wie eine Flucht

Redetipps des Aristoteles:

Vortragsschluss!

Technik des Blickkontakts:

- Den Blicken der Zuhörer nicht ausweichen
- Bestimmte Personen nicht zu häufig und intensiv fixieren
- „Hochrangige“ Personen nicht anders anschauen wie alle anderen Zuhörer
- Mit allen Zuhörern gleichen Blickkontakt pflegen
- Gleichmäßig nach rechts und links, vorne und hinten schauen; den Blick regelmäßig „schweifen“ lassen
- Nicht leer über die Menge schauen, sondern den einzelnen Personen kurz in die Augen schauen, sie aber nicht länger fixieren
- Disziplinlose Zuhörer fest anschauen
- Provozierende Zuhörer nicht anschauen
- Sind Sie nervös, schauen Sie zunächst gezielt die Personen an, die einen netten Gesichtsausdruck zeigen oder durch Nicken Zustimmung signalisieren

Die schnelle Redestruktur

Dispositio

- Eine Rede kann nur dann überzeugen, wenn sie einem roten Faden folgend eine gute und nachvollziehbare Struktur und Argumentation enthält.
- Ganz vereinfacht dargestellt, besteht eine Rede immer aus drei Teilen:
 - Einleitung, Hauptteil, Schluss
 - Jeder Teil verfolgt ein unterschiedliches Ziel:
- **Einleitung:** Kontakt zu den Zuhörern aufbauen und zum Thema hinführen.
- **Hauptteil:** Überzeugen mit einer schlagkräftigen Argumentation. Dazu sollten sie in ihrer Rede mind. 3 Argumente einbringen.
- **Schluss:** Die Rede abschließen und den letzten Zweifler im Publikum vom Anliegen überzeugen.

Achtung: diese Struktur macht nur für kurze Reden Sinn!

Die schnelle Redestruktur

Einleitung

- Als Einleitung kann man (fast) alles nutzen, was dem Zweck dient, die Aufmerksamkeit des Publikums zu bekommen.
- Drei mögliche Varianten sind: Vorspann, Aufhänger und Denkreiz.
- **Zum Vorspann:** kann ein Witz, eine nicht mit dem Thema der Rede zusammenhängende Anekdote oder ein Zitat sein.
- Zum **Aufhänger:** ein Punkt, der an die Lebenswirklichkeit der Zuhörer anknüpft:
 - wie z.B. einem aktuellen Zeitungsartikel,
 - die Schilderung eines aktuellen Mangels oder
 - ein Erlebnis, dass den Zuhörern und den Rednern gemein ist.
- Zum **Denkreiz:** ein möglichst direkter Einstieg in das Thema
 - Z.B. eine Fragestellung, die auf das Thema passt und direkt das Publikum einbezieht. „Sollen wir...?“

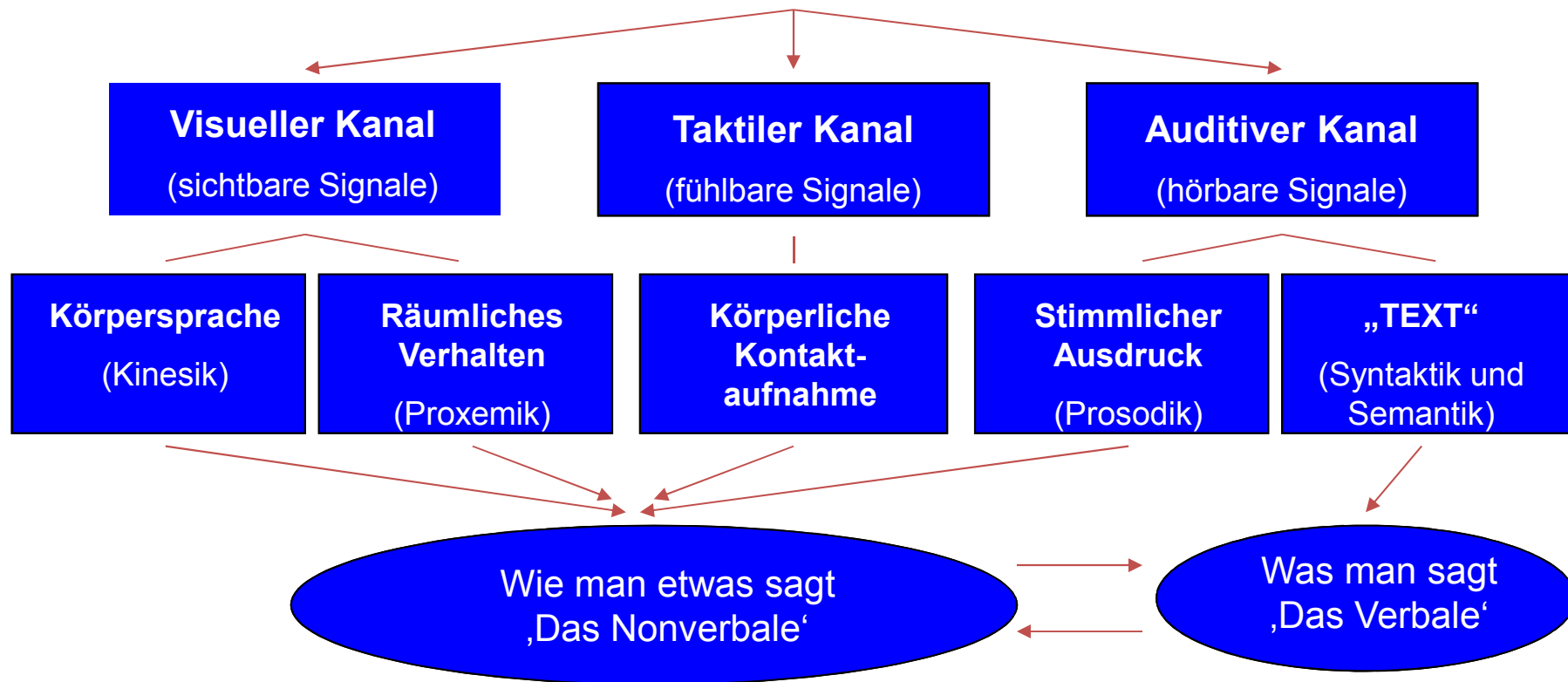
Achtung: verwenden Sie nicht immer dieselbe Einleitung, sondern wählen Sie immer einen situativ passenden Einstieg!

Die schnelle Redestruktur

Chronologische Gliederung

- Neben der Gliederung nach einzelnen Argumenten gibt es weitere Möglichkeiten, den Hauptteil zu strukturieren.
- Der chronologische Ablauf: früher (die Historie), heute (Status Quo), morgen (voraussichtliche Entwicklung).
- Der Kompromiss:
 - Position A: (die Maßnahme)
 - Position B: Gegen die Maßnahme
 - Neuer Weg: Kompromiss
- Darstellung einer geplanten Maßnahme in 5 Schritten:
 - Feststellung des Mangels im Status Quo.
 - Gewünschte Zukunft/ Ziel der Maßnahme
 - Erläuterung der Maßnahme, die zur gewünschten Zukunft führt
 - Darstellung der Vorteile
 - Werbende Zusammenfassung für den Antrag/ Appell zur Zustimmung

Beim Sprechen senden wir Signale auf verschiedenen Kanälen



Nonverbale und verbale Kommunikation bestimmen unser Miteinander-Sprechen

Der visuelle Eindruck prägt das ‚Bild‘, das man sich von einer Persönlichkeit macht

Visuelle Signale sind:

- Haltung
- Auftreten
- Gestik
- Mimik
- Blickkontakt

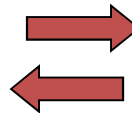


Hieraus schließt man auf:

- Sicherheit/ Unsicherheit
- Spannung /Gelöstheit
- Gesprächsbereitschaft
- Offenheit, Ehrlichkeit
- Engagiertes Zuhören
- Verslossenheit

Text und Sprechweise zusammen bestimmen den Grad der Verständlichkeit

- Je klarer die Gliederung erkennbar ist, um so mehr Fakten können behalten werden.
- Viele Hauptsätze und kurze Sätze erleichtern das Verstehen.
- Weniger Information kann mehr sein.



- Viele Stimmensenkungen am Ende von Gedanken und Sätzen vermitteln Sicherheit und Verständlichkeit.
- Der ‚Brustton der Überzeugung‘ ist auch der ‚Brustton verständlichen Informierens‘.
- Abwechslungsreiches Sprechen mit Pausen erhöht die Verständlichkeit.

Die drei wichtigsten Vortragsgrundsätze

Kurze Sätze und häufige
Stimmsenkungen erhöhen
die Verständlichkeit

Der ‚Brustton der
Überzeugung‘ ist auch der
‚Brustton der Information‘

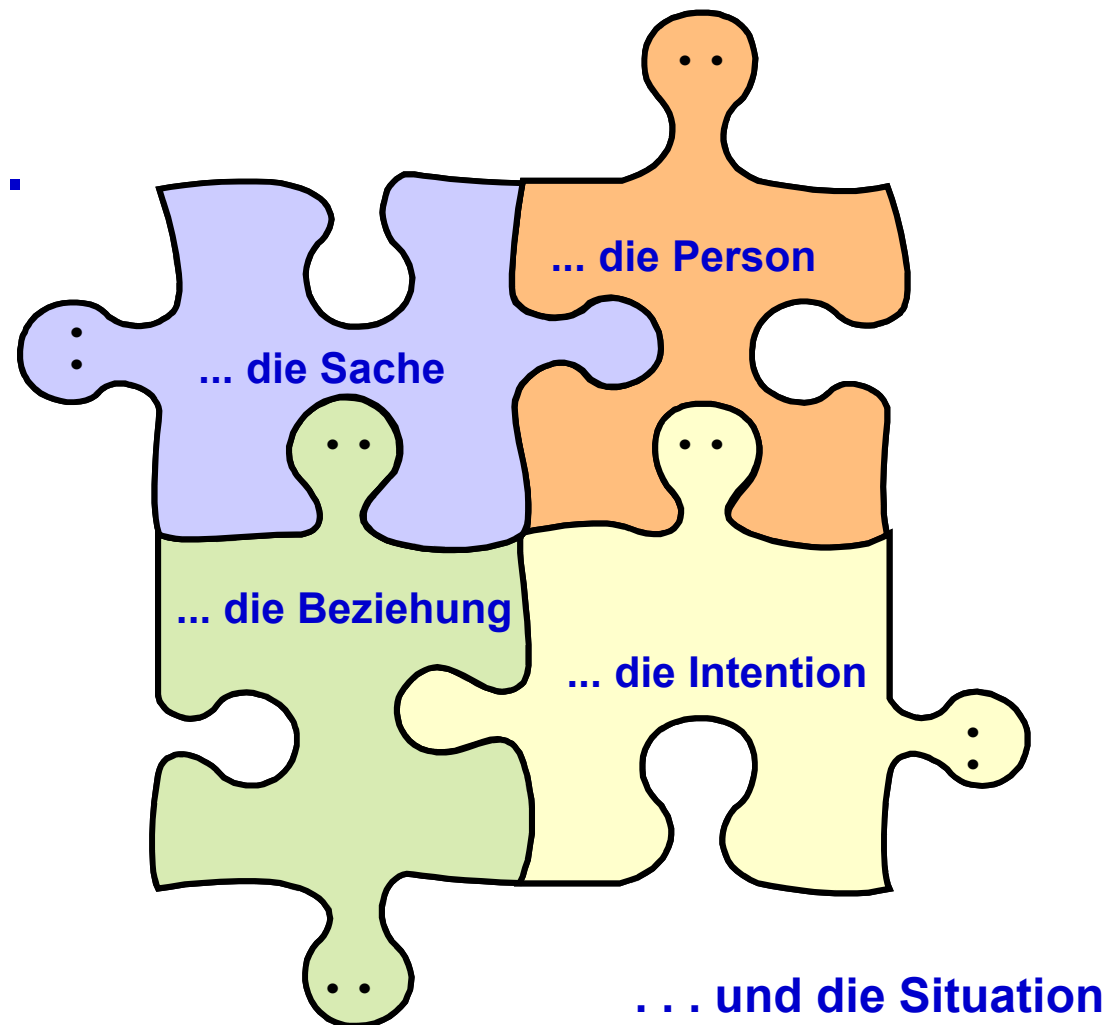
Zu schnell spricht nur, wer
keine Pausen macht



Mündliche Kommunikation verbindet Informationen über . . .

Kommunikation ist
vielschichtig.

Wenn jemand spricht,
sagt er nicht nur
,WAS' er sagt.



Visualisierung/Anschaulichkeit

- „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte!“ Der Mensch behält nach einer Faustregel
- 20 % dessen, was er hört
- 30 % dessen, was er sieht
- 50 % dessen, was hört und sieht
- Visuelle Darstellungen vermindern den Redeaufwand
- Formen visueller Darstellungen
- An der Tafel etwas zeichnen, entwickeln
- Flipchart
- Folien
- Anschauungsmaterial: Bitte nicht während des Vortrags austeilen, bzw. durch die Reihen gehen lassen

Die rhetorische Frage

- Rhetorische Fragen verlangen von den Zuhörern keine Antwort entweder weil die Antwort so offensichtlich und eindeutig ist, dass sie nicht mehr ausgesprochen werden muss oder weil der Redner die Antwort im Anschluss der Frage selbst geben wird.
- Rhetorische Fragen regen das Mitdenken an. Der Vortragende stellt die Frage und automatisch denkt jeder Zuhörer sich die Antwort dazu
- Nach einer rhetorischen Frage sollte eine kleine Sprechpause den Zuhörern Zeit zum Nachdenken geben.

Achtung:

- Dieses Mittel nicht zu häufig verwenden; die Zuhörer fühlen sich „verhöhnt“
- Witzbolde oder Verärgerte könnten eine Antwort in den Saal rufen

Die 10 goldenen Regeln für einen guten Vortrag

1. Bereiten Sie sich so gut vor, dass Sie auch im Krisen- und Notfall souverän die Sache im Griff behalten können
2. Probieren Sie alle Geräte und Medien vorher aus
3. Machen Sie eine Generalprobe und prüfen Sie dabei:
 1. Ob Ihnen die Formulierungen wirklich gut von den Lippen kommen
 2. Ob Sie die Medien sicher handhaben können
 3. Ob Ihre Vortragszeit richtig ist
4. Verhalten Sie sich natürlich. Vermeiden Sie auf jeden Fall „lustige Auflockerungen“ die nicht zu Ihrer Persönlichkeit passen
5. Fangen Sie frisch mit einem guten Eindruck an

Die 10 goldenen Regeln für einen guten Vortrag

6. Unterstützen Sie Ihre verbalen Botschaften immer auch visuell
7. Sorgen Sie am Schluss dafür, dass Ihre Kernaussagen noch einmal klar zur Geltung kommen
8. Halten Sie immer Blickkontakt zu allen Zuhörern
9. Prüfen Sie gleich zu Beginn, ob Sie von allen Plätzen gut zu hören und sehen sind
10. Denken Sie an den Merksatz von Martin Luther:

Trittforsch auf – Machs Maul auf – Hör bald auf