



S. Pöchtrager, C. Duenbostl, V. Kasperek-Koschatko,
J. A. Jungmair, C. Falkenberg, B. Blasl

Wir müssen reden ...

Über die Kunst der Kommunikation
analog und digital

Wir müssen reden ...

Über die Kunst der Kommunikation – analog und digital

Siegfried Pöchtrager, Christine Duenbostl, Vera Kasperek-Koschatko,
Julia Anna Jungmair, Christof Falkenberg, Bianca Blasl

Wir müssen reden ...

Über die Kunst der Kommunikation – analog und digital

facultas

Ao. Univ.-Prof. Dr. Siegfried Pöchtrager

DI Christine Duenbostl

DI Vera Kasperek-Koschatko, BEd

DI Julia Anna Jungmair, B.A. BEd

Christof Falkenberg, BA BA MSc

DI Bianca Blasl

Department für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Institut für Marketing und Innovation

Universität für Bodenkultur Wien

*Unser Dank gilt Brigitte Lichtenhofer-Wagner für ihren künstlerischen Beitrag
in Form von Illustrationen.*

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im
Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Copyright © 2021

Facultas Verlags- und Buchhandels AG, Wien, Austria

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und der Verbreitung
sowie der

Übersetzung, sind vorbehalten.

Umschlaggestaltung, Facultas Verlags- und Buchhandels AG

Umschlagbild: © Institut für Marketing & Innovation

Illustrationen: Brigitte Lichtenhofer-Wagner (S. 21, 25, 30, 41, 44, 48, 49, 62,
69, 75, 81, 84, 132, 138, 141, 145, 147, 149, 159, 181); Barbara Ecker (S. 13,
18, 21, 86, 88, 91, 95, 96, 99, 100, 104, 111, 123, 129, 135, 151, 153, 156, 163,
167)

Korrektur: Mag. Katharina Schindl, Wien

Druck: Finidr, Tschechien

ISBN [978-3-7089-2155-6](#) (Print)

ISBN 978-3-99111-447-5 (E-Pub)

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Einleitung

1.Erfolgsfaktor Persönlichkeit

Selbstsicherheit

Individualität, Authentizität und Glaubwürdigkeit

2.Kommunikation auf allen Ebenen

Drei ausgewählte Kommunikationsmodelle und die bedeutendsten Leitsätze der Kommunikation

Sender-Empfänger Modell nach Shannon und Weaver

Kommunikationsquadrat nach Schulz von Thun

55-38-7-Regel

Die fünf Axiome der Kommunikation nach Paul Watzlawick

Neuro-Linguistisches Programmieren (NLP)

Exkurs: Kommunikationsstrategien in der

Wertschöpfungskette Lebensmittel

Kommunikationswerkzeuge

Rhetorische Stilfiguren

Storytelling

Framing

Kommunizieren und Präsentieren digital

Von der Bedeutung und dem Nutzen digitaler Kommunikation

Social Media

Wege zur digitalen Kommunikationsstrategie

Umgang mit Kritik im Netz - von Shitstorm bis Community Management

3.Nicht zu unterschätzen: Vorbereitung eines Vortrags

Wer? - Anlass und Zielgruppe
Was? - Zeitrahmen und Zeitplanung
Wie? - Aufbau und Aktivierung
 Einleitung
 Hauptteil
 Schluss

4.Wir überlassen nichts dem Zufall: Die Präsentationsprobe

Erstellung von Notizen
Stichwortkarten
Präsentationsdurchlauf
Technik- und Wirkungscheck
Lampenfieber

5.Von Kopf bis Fuß: Ihr Auftreten

Mimik
Blickkontakt
Körpersprache und -haltung
Gestik
Kleidung

6.Unsere Werkzeuge: Atmung - Stimme - Sprache

Atmung
Stimme
Sprache

7.Nach dem Vortrag

Feedback
Diskussion
Umgang mit Konfliktsituationen
Konflikte lösen durch Verhandeln - das Harvard-Modell

8.Das Auge „hört“ mit: Die Präsentationsmedien

Einsatz von Präsentationsmedien und Visualisierung von
Inhalten

Flipchart

Pinnwand

Tafel/Whiteboard/interaktives Whiteboard

Beamer - Bildschirmpräsentation

Digitale Kollaborationswerkzeuge

 Online-Whiteboard

 Online-Pinnwand

 Echtzeit-Interaktionen

Appendix

Quellen

PERSONA (Vorlage)

Stichwortverzeichnis

Vorwort

*Mit Worten lässt sich trefflich streiten,
mit Worten ein System bereiten,
an Worte lässt sich trefflich glauben,
von einem Wort lässt sich kein Jota rauben.*

Johann Wolfgang von Goethe, Faust 1

Von Geburt an haben wir das Bedürfnis uns anderen mitzuteilen. Das Erlernen der Sprache ist ein wesentlicher Schritt im Leben eines jeden Menschen.

Besprechungen, Vorlesungen, Feedback, Kritik, Diskussionen und Konflikte gehören genauso zu unserem Alltag wie gesellige Unterhaltungen und Gespräche im Familien- und Freundeskreis.

Kommunikation ist ein zentraler Baustein unseres Lebens. Durch Kommunikation ist eine Interaktion mit anderen möglich und somit auch der wesentliche Austausch von Informationen und Emotionen.

Jeden Tag präsentieren wir uns aufs Neue. In unterschiedlichen Arten und Wegen der Kommunikation. Besonders die Bedeutung der sozialen Medien nimmt einen immer stärkeren Stellenwert in unserer Gesellschaft ein. Manchmal kommen wir allerdings auch in Situationen, wo uns die richtigen Worte fehlen, wir sprach- und fassungslos sind, den anderen leider nicht verstehen.

Dieses Buch vermittelt Ihnen die Grundlagen der Kommunikation und auch viele Tipps und Übungen für eine gelungene und angenehme Gesprächsführung. Ebenso sind hier wesentliche Tools beschrieben, die Ihnen eine perfekte Präsentation ermöglichen.

Somit können Sie andere mit Spaß und Freude über Ihre Themen gelungen informieren.

Ich wünsche Ihnen eine kurzweilige Zeit beim Lesen und viel Erfolg bei der Umsetzung der Möglichkeiten, die Ihnen diese Lektüre bietet.

Denn eines ist klar: „Wir müssen reden ...“

Mag. Gernot Hartmann
BBS - Rohrbach Berg

Einleitung

Sicheres Präsentieren und Kommunizieren gehören zur Grundausstattung. Egal, ob im Studium oder im Job, der Auftritt vor Publikum ist für viele von uns Alltag geworden. Rhetorik geistert als Schlagwort durch unsere Köpfe, doch was ist damit gemeint und was wird beim Thema Präsentation überhaupt von uns erwartet? Die Antwort darauf liefert Ihnen dieses Buch, doch eins gleich vorweg: um sicher und überzeugend aufzutreten bedarf es nicht nur theoretischem Wissen, es muss geübt werden. Hier gilt: nur durch Praxis wird man Profi!

Rhetorik bezeichnet die Lehre der wirkungsvollen Gestaltung einer Rede und Präsentationstechnik den persönlichen Vortrag einer strukturierten Folge von Gedanken unterstützt durch visuelle Hilfsmittel. Dabei hat die Rhetorik ihren Ursprung bereits in der Antike und schon damals war klar, man muss sein Publikum überzeugen. Doch mit ausgefeilten Reden allein erreichen Sie heute kaum jemanden mehr. Es geht auch darum, das Publikum zu unterhalten, um seine Aufmerksamkeit zu gewinnen und dabei die eigene Persönlichkeit zu zeigen. Unser Publikum ist mittlerweile an PC-Präsentationen gewöhnt. Wir alle kennen Vortragende, die ihre Foliensätze für sich sprechen lassen und bei denen wir mit dem Einschlafen kämpfen. Also unterstützen Sie Ihr Publikum mit strukturierten Präsentationen und einem vielfältigen Medieneinsatz. Präsentieren Sie anders, präsentieren Sie lebendig, seien Sie authentisch! Dieses Buch liefert Ihnen die Grundlagen dazu. Sie lernen die Grundzüge der analogen und digitalen Kommunikation, der Atmung, Stimme und Sprache kennen, um die verbale und

paraverbale Komponente Ihrer Präsentation zu optimieren. Sie erfahren vieles über die Strukturierung und Visualisierung Ihrer gesammelten Informationen und Erfahrungen, um das Publikum bestmöglich zu informieren und zu motivieren. Sie lesen über Körperhaltung, Blickkontakt und wie Sie Ihr Lampenfieber in den Griff bekommen können. Kurz gesagt, Sie bekommen zahlreiche Grundlagen für eine persönliche und überzeugende Präsentation in Job oder Studium verständlich vermittelt, Ihnen bleibt nur noch die Umsetzung. Haben Sie Spaß dabei!

1. Erfolgsfaktor Persönlichkeit

Erfolgreiche Vortragende haben einen ganz persönlichen Stil und setzen Mittel und Methoden ein, die genau zu ihnen passen. Diese Mittel und Methoden sind dabei genauso individuell wie jede/r Vortragende, denn erst durch Charakter und Individualität erhält Ihr Vortrag Persönlichkeit. Voraussetzung für die Entwicklung des persönlichen Vortragstils ist die genaue Kenntnis der eigenen Persönlichkeit. Dies ermöglicht die bestmögliche Aus- und Weiterbildung der individuellen Anlagen und Talente.

Daher die Einladung: Entdecken Sie sich selbst! Lernen Sie sich selbst, Ihre Einstellungen, Überzeugungen, Motivationen, Stärken und Schwächen kennen! Gerade die Reflexion der eigenen Fähigkeiten kommt meist viel zu kurz.

Während Ihrer Präsentation geben Sie Ihre Persönlichkeit ganzheitlich, in Form Ihrer verbalen und nonverbalen Sprache, preis. Mit dem authentischen Zusammenspiel dieser beiden Komponenten vermitteln Sie dem Publikum, dass Ihre innere und äußere Haltung miteinander im Einklang stehen. Wenn Sie als Vortragende/r offensichtlich etwas umgehen, überspielen bzw. verdecken, fällt das dem Publikum besonders auf. Selbst wenn es gut getäuscht wird, bleibt ein Gefühl der Unstimmigkeit. Denken Sie immer daran: **Authentizität und Ehrlichkeit währen am Längsten!**

Selbstsicherheit

Die Begriffe Selbstbewusstsein, Selbstsicherheit, Selbstvertrauen und Selbstwert werden gerne verwechselt oder synonym verwendet. Eine Differenzierung dieser Termini lohnt sich und schafft Klarheit durch den Fokus auf die feinen Unterschiede und großen Zusammenhänge.

Selbstsicherheit - sich selbst, seiner Stärken und Fähigkeiten sicher sein. Durch das Wissen und die Erprobung der eigenen Fähigkeiten gelangen Sie zu Sicherheit im Auftreten.

Sind Sie selbstsicher, wirken Sie in Ihrer Rede souverän. Um sich Ihrer selbst sicher sein zu können, benötigen Sie *Selbstbewusstsein*. Sind Sie sich Ihrer selbst bewusst, nehmen Sie sich selbst wahr. Das bedeutet, dass Sie sich Ihrer eigenen Stärken und Schwächen bewusst sind. Damit lernen Sie Ihre eigene Persönlichkeit noch besser kennen. Wenn Sie wissen, wer Sie sind und was Sie ausmacht, können Sie auf Ihre Stärken vertrauen. Sie gewinnen an *Selbstvertrauen*. Mit diesem Selbstvertrauen haben Sie die Zuversicht, der Zukunft - und Ihrer Rede - angstfrei und optimistisch begegnen zu können.

Die eigenen Stärken und Schwächen bewusst wahrzunehmen, erfordert eine neutrale, beobachtende Haltung. Gelingt Ihnen das nicht, spüren Sie in sich hinein, wie es um Ihren *Selbstwert* steht. Die Selbstwertschätzung umfasst positive wie negative Bewertungen der eigenen Person. Die Frage dazu lautet: „*Welchen Wert messe ich mir in Bezug auf eine bestimmte Aufgabe oder einen bestimmten Bereich meines Lebens bei?*“ Die Kunst besteht darin, den eigenen Selbstwert von anderen Meinungen abzugrenzen. Sozial geprägte, oft bis in die Kindheit zurückreichende Erfahrungen machen diese Übung durchaus zu einer Herausforderung. Je mehr positive Erfahrungen der Anerkennung wir in der Vergangenheit für unser authentisches Verhalten erhalten haben, desto leichter fällt uns die Selbstwertschätzung. Doch

Selbstwertschätzung will auch gelernt sein: Welchen Wert verdienen Sie? Auf welche persönlichen Erfolge und positiven Erfahrungen sind Sie stolz? Verinnerlichen Sie diese Erfolge und Erfahrungen und rufen Sie sich diese immer wieder ins Bewusstsein.

Was bedeutet das für Ihre Rede? Das Ziel „*Ich trete selbstsicher auf!*“ können Sie erreichen, wenn Sie sich Ihrer eigenen Wirkung in der Kommunikation bewusst sind. Neben diesem Wissen ist auch Ihre Grundeinstellung gegenüber Ihnen selbst, Ihren Mitmenschen und der Vortragssituation entscheidend. Ebenso müssen Sie von dem, was Sie zu sagen haben, überzeugt sein und Ihren eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten vertrauen. Wenn Sie selbstsicher agieren, bestimmt sprechen und auch in Stresssituationen ruhig bleiben, wirken Sie kompetent und glaubwürdig. Selbstbewusstsein vermitteln wir überwiegend durch unsere Körpersprache und Stimme – also Kopf hoch, eine aufrechte Haltung einnehmen und die Rede mit kräftiger Stimme eröffnen. Trainieren Sie sich dabei keine Gesten an, die Selbstsicherheit demonstrieren sollen. Stellen Sie Ihre Selbstsicherheit übertrieben und unnatürlich dar, errichten Sie damit eine Fassade, die Sie schnell überheblich wirken lassen kann.

Übung

Wann fühle ich mich selbstsicher?



Überlegen Sie, in welcher Umgebung bzw. Situation Sie sich sicher fühlen und ganz Sie selber sein können. Fühlen Sie in diese Situation hinein, überlegen Sie, was Sie daraus auch für Ihre Präsentation mitnehmen können. Vielleicht betrifft es Ihre Kleidung, Ihre Körperhaltung oder Ihre Stimmung. Notieren Sie sich Ihre besten Beispiele als Vorbereitung für Ihre Vortragssituation.

Um sich selbst zu akzeptieren und Selbstsicherheit zu entwickeln, muss jede/r Vortragende über die eigenen Stärken und Schwächen Bescheid wissen. Sie wissen, was Sie besonders gut können und wo Ihr Verbesserungspotenzial liegt. Arbeiten Sie an Kommunikationsschwächen und akzeptieren Sie sich dabei, wie Sie sind, vor allem bei Dingen, die Sie ohnehin nicht ändern können. Konzentrieren Sie sich nach dem Motto „*Stärken stärken*“ auf Ihre Stärken und bauen Sie diese weiter aus. Versuchen Sie dazu eine Selbsteinschätzung mittels eines Stärken- und Verbesserungsprofils.

Übung

Selbsteinschätzung Verbesserungsprofil



Stellen Sie sich im Vorfeld Ihrer nächsten Rede folgende Fragen und notieren Sie die Antworten.

- 1. Wo liegen Ihre Stärken bzw. Verbesserungspotenziale in einer Vortragssituation?*
- 2. Sind Sie in Hinblick auf Ihre Rede optimistisch und erfolgsorientiert oder dominieren Lampenfieber und die Angst vor Fehlern?*
- 3. Wie können Sie Ihre Stärken nutzen, um von einem „Fixed Mindset“ zu einem „Growth Mindset“ zu kommen?*
- 4. Wie wirken Sie auf Ihre ZuhörerInnen (sicher/unsicher – sympathisch/unsympathisch – überzeugend/zurückhaltend) und wie kommt diese Wirkung zustande? Bitten Sie eine Vertrauensperson um ehrliches und konstruktives Feedback.*
- 5. Lässt das inhaltliche Konzept Ihrer Präsentation einen klar strukturierten, roten Faden erkennen?*

6. *Mit welchen Ihrer Stärken schaffen Sie es, Ihre Zuhörer zu motivieren, zu überzeugen und zu begeistern?*
7. *Wie gehen Sie mit unangenehmen Fragen, Einwänden und offener Kritik um?*
8. *Wie professionell und kreativ wirkt Ihre vorbereitete Visualisierung in Hinblick auf Inhalt und Layout?*
9. *Wie agieren Sie bei technischen Störungen oder Pannen während Ihres Vortrages?*
10. *Was ist das Schlimmste, das tatsächlich passieren kann? Was ist das Worst-Case-Szenario und wie reagieren Sie in diesem Fall?*

Mit der sogenannten Anker-Methode können Sie Selbstbewusstsein „ankern“, indem Sie in schwierigen oder herausfordernden Situationen positive Gefühlszustände einfach abrufen. Diese Methode beruht auf der Reiz-Reaktions-Koppelung, d. h. ein bestimmter externer Reiz (Anker) löst eine interne Reaktion (z. B. einen positiven Gefühlszustand) aus.

Übung

Anker-Methode



Entspannen Sie sich und erzeugen Sie in sich ein starkes Gefühl von Selbstbewusstsein. Denken Sie an eine Situation, in der Sie sehr erfolgreich waren, sich sicher und selbstbewusst gefühlt haben und stolz auf sich waren. Fühlen Sie sich tief in diese Situation hinein. Wenn das Gefühl am intensivsten ist, setzen Sie eine bestimmte Geste - z. B. am rechten Ohr berühren oder den Ring am Finger drehen - und verbinden Sie diese Geste mit dem starken Gefühl in sich. Erfolgreiches Ankern erkennen Sie daran, dass zukünftig diese Geste ausreicht, um das Gefühl von

Selbstbewusstsein abzurufen. Oft ist es notwendig, das Anker regelmäßig zu wiederholen, um die gewünschte Emotion im Bedarfsfall sicher auslösen zu können. Wie so oft gilt auch hier: Übung macht den/die MeisterIn.

Individualität, Authentizität und Glaubwürdigkeit

Erlauben Sie Ihrem Publikum einen Blick hinter Ihre Fassade, geben Sie etwas von sich preis und zeigen Sie dadurch Ihre Persönlichkeit. Wichtig: Sie allein sind das Original - kopieren Sie keine KollegInnen, eifern Sie keinen Idealen nach. Entscheidend ist, dass es eine Übereinstimmung zwischen dem Erleben, dem Bewusstsein und natürlich der Kommunikation gibt.



Sprechen Sie nur über Inhalte, die Sie mit Überzeugung vertreten können. Denn je höher die Übereinstimmung zwischen Vortragendem/r und Vortrag ist, desto höher ist die Überzeugungskraft Ihrer Botschaft. Neben Ihrer Grundeinstellung zum Vortrag erkennt das Publikum Ihre Persönlichkeit auch an Ihrer individuellen Ausdrucksform.

Die Einleitung Ihres Vortrags eignet sich, um bereits zu Beginn Ihre Persönlichkeit gewinnbringend einzubringen. Haben Sie beispielsweise Humor, starten Sie mit einer pointierten Bemerkung oder einem thematisch passenden provokanten Scherz. Kreativität, Integrität und Ehrlichkeit sind weitere Charakteristika, die Sie humorvoll und spielerisch in Ihrer Präsentation zeigen können. Denken Sie daran: Sie haben Ihren ganz individuellen, unverwechselbaren Stil, der Ihren Vortrag einzigartig macht.

Glaubwürdigkeit

Individualität und Authentizität schaffen Glaubwürdigkeit und zahlen in Ihre Überzeugungskraft und Ihren Einfluss auf andere ein. Glaubwürdigkeit ist demnach ein entscheidender Erfolgsfaktor.

Glaubwürdigkeit beruht stets auf subjektiver Wahrnehmung und hängt davon ab, wie *vertrauenswürdig* und *kompetent* Sie von Ihrem Publikum empfunden werden. Weiters spielen *Merkmale Ihres Präsentationsstils*, wie Gestik, Mimik, Klangfarbe Ihrer Stimme, sowie Ihr äußeres *Erscheinungsbild* eine Rolle (*siehe auch Kapitel „Von Kopf bis Fuß - Körpersprache und -haltung“, S. 99*). Die *Präsenz* und *Wertschätzung*, die Sie Ihrem Publikum entgegenbringen, geben Ihrer Glaubwürdigkeit den letzten Feinschliff.

Vertrauenswürdigkeit

Ihr Auditorium vertraut Ihnen, wenn Sie ehrlich und aufrichtig kommunizieren, den Eindruck hinterlassen, sich um das Gemeinwohl zu bemühen und wenn Sie Freude ausstrahlen und diese weiterverbreiten. Zuverlässigkeit, Beständigkeit, Seriosität, Spontanität sowie Integrität (die Übereinstimmung von Reden und Taten) sind weitere

Eigenschaften, die Ihre Vertrauenswürdigkeit positiv beeinflussen.

Fachliche und inhaltliche Kompetenz

Eine erfolgreiche Rede beruht auf dem Zusammenspiel von persönlicher und inhaltlicher Kompetenz. Erstere resultiert aus Ihren rhetorischen Fähigkeiten und Fertigkeiten, die Sie bereits erworben haben bzw. in den weiteren Kapiteln vertiefen können. Ihre inhaltliche Kompetenz wird von Ihren ZuhörerInnen subjektiv wahrgenommen. Diese Wahrnehmung entsteht durch Ihr Können, Wissen oder Ihre Erfahrungen zu einem bestimmten Thema. Ihr Publikum wird hinterfragen, warum Sie zu einem Thema als ExpertIn ausgewählt wurden. Entsprechend den Antworten, die Sie geben, werden Sie als qualifiziert bzw. unqualifiziert eingestuft. Beziehen Sie sich daher auf bisherige Erfahrungen, weisen Sie diskret auf Auszeichnungen, Publikationen und Erfolge hin.

Tipp



Um die Ihnen zugesprochene Glaubwürdigkeit auch während des Vortrags zu behalten bzw. diesen Eindruck zu verstärken, beachten Sie Folgendes:

- ***Meiden Sie Widersprüche:*** Sachliche Widersprüche mindern Ihre Glaubwürdigkeit. Bereiten Sie sich sorgfältig vor und behalten Sie Ihr Vortragsziel im Auge, um Ihre Argumentationsketten und Ihre Botschaft zu vermitteln.
- ***Verwenden Sie Fachtermini:*** Passen Sie Ihr Vokabular immer an die Zielgruppe an. Gewisse Fachbegriffe sind je nach Thematik unvermeidbar. Sprechen Sie vor Laien,

achten Sie darauf, alle Fachbegriffe einfach zu erklären und ggf. zu visualisieren.

- **Seien Sie ehrlich:** Ihre ZuhörerInnen akzeptieren kleinere Wissenslücken. Wenn Ihr Publikum jedoch bemerkt, dass es in die Irre geführt wird oder größeres Wissen als Sie besitzt, haben Sie Ihre Glaubwürdigkeit verloren. Eine Imagekorrektur erfordert große Anstrengungen.

Präsenz

Ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten müssen für Sie jederzeit, v. a. in entscheidenden Situationen, abrufbar sein. Demnach richtet sich Ihre Präsenz nach der Energie und Kraft, die Sie in der Lage sind im entscheidenden Augenblick aufzubringen.

Für die volle Präsenz konzentrieren Sie sich auf den aktuellen Augenblick innerhalb Ihres Vortrags. Das Wichtigste in jedem Augenblick ist dabei Ihr Publikum!

Versuchen Sie Störfaktoren wie Gefühle von Unsicherheit, mangelndem Fachwissen oder fehlender Identifikation mit den Präsentationsinhalten auszuschalten. In jedem einzelnen Augenblick gehört Ihre volle Aufmerksamkeit dem Publikum.

Wie vermitteln Sie nun diese Präsenz? Seien Sie im Moment, seien Sie Teil Ihres Publikums, seien Sie Ihr Publikum.

Sie können das Publikum direkt ansprechen und miteinbeziehen (verbal). Sie können mit bewusstem Blickkontakt und gezielten Gestiken arbeiten (nonverbal). Sie können eine deutliche Artikulation, eine ausgeprägte Stimmmodulation, die Dynamik Ihrer Stimme und ein zielgruppenspezifisches Sprachniveau nutzen (paraverbal) (*siehe auch Kapitel „55-38-7-Regel“, S. 23*).

Wenn all das nichts hilft, bleibt noch Ihre Einstellung: Entscheiden Sie sich bewusst und aus vollem Herzen für Ihre Rede. „Aus vollem Herzen handeln“ bedeutet, aus voller Überzeugung hinter etwas zu stehen.

Wertschätzung

Die Wertschätzung, die Sie Ihrem Publikum entgegenbringen, ist Ausdruck Ihrer inneren Einstellung. Mit dieser inneren Einstellung, welche sich in Ihrer Mimik, Gestik und Wortwahl äußert, bauen Sie immer auch eine Beziehung zu Ihrem Publikum auf. Zeigen Sie Ihrem Publikum Ihre Akzeptanz und Anerkennung, um authentisch zu präsentieren, denn Abneigung und Arroganz werden sofort bemerkt.

Sie vermitteln Wertschätzung durch:

- **Zuwendung:** direkte Ansprache (Namen), Blickkontakt, Lächeln
- **Erkennbare Vorbereitung:** Gestaltung und Auswahl der Präsentationsmedien, zielgruppenspezifische Auswahl der Informationen und Beispiele
- **Sprache:** Wortwahl, Klarheit
- **Engagement:** Pünktlichkeit, Bemühungen gut gesehen und verstanden zu werden, Gestaltung des „Arbeitsplatzes“ (bspw. Sichtbarkeit der Medien), Kleidung (Anpassung; Möglichkeit sich als „FreundIn“ zu erkennen zu geben)

Zentrale Aspekte aus diesem Kapitel

- Persönlichkeit – finden Sie Ihren eigenen Präsentationsstil.

- Werden Sie sich Ihrer persönlichen Stärken und Schwächen bewusst.
- Fachliche Kompetenz und Vorbereitung - bereiten Sie sich bestmöglich auf einen Vortrag vor, sodass Sie Selbstsicherheit aus Ihrem Wissen schöpfen und auch das Publikum keine Zweifel an Ihrer Expertise hegen kann.
- Das Publikum spürt Unaufrichtigkeit - stehen Sie hinter dem, was Sie sagen!
- Präsenz - verpflichten Sie sich Ihrem Vortrag und Ihrem Thema und konzentrieren Sie währenddessen so gut wie möglich darauf.

2. Kommunikation auf allen Ebenen

Kommunikation beschreibt den Prozess der Mitteilung, den wechselseitigen Austausch von Gedanken, Meinungen, Wissen, Erfahrungen und Gefühlen sowie die Übertragung von Informationen und Nachrichten. Es handelt sich ganz allgemein um die zwischenmenschliche Interaktion mithilfe von Sprache oder Zeichen. Sie kommunizieren bei Ihrem Vortrag immer mit Ihrem Publikum, selbst wenn es Ihnen so vorkommt als hielten Sie einen Monolog.

Wie Sie wahrscheinlich wissen oder schon selbst erfahren haben, zeichnet einen guten Vortrag unter anderem die Interaktion mit dem Publikum aus (*siehe Kapitel „Von Kopf bis Fuß – Körpersprache und -haltung“, S. 99*). Zum einen folgt nach den meisten Vorträgen eine Diskussion mit dem Publikum, zum anderen nimmt auch die nonverbale Kommunikation einen bedeutenden Stellenwert ein. Der Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick bezeichnet sogar jede Form der menschlichen Interaktion als Kommunikation. Der Systemtheoretiker Niklas Luhmann geht sogar noch weiter: Kommunikation sei die zentrale, sämtliche (soziale) Systeme ermöglichende und erhaltende Operation.

Dies streicht auch deren lebensnotwendige Bedeutung heraus; rhetorische Kommunikation beinhaltet neben der **individuellen Funktion** (Selbstentfaltung) auch eine **soziale Funktion** (Gruppenolidarität) und eine **allgemeine Funktion** (Bewältigung von Konflikten). Der/die RednerIn steuert die Kommunikation und wählt die Informationen zielgruppenspezifisch aus. Ziel ist es, das Publikum zu begeistern sowie es dazu zu bewegen, etwas Bestimmtes zu tun, zu denken oder zu glauben.

Drei ausgewählte Kommunikationsmodelle und die bedeutendsten Leitsätze der Kommunikation

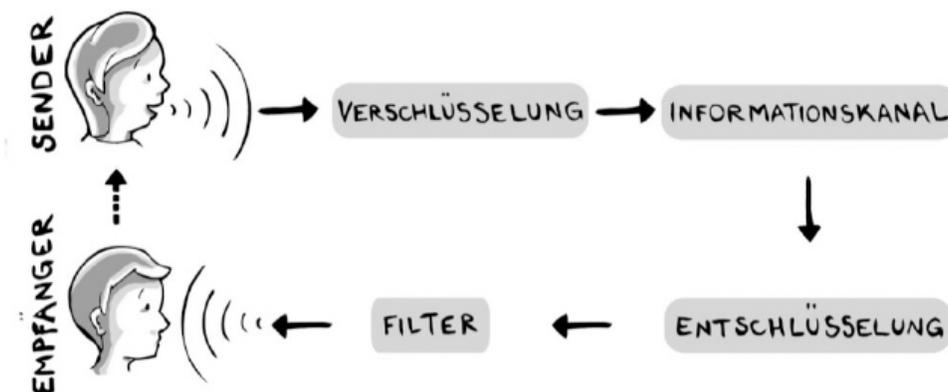
Im kommunikativen Prozess übermitteln zwei oder mehrere Personen Informationen. Sie fokussieren ihre Aufmerksamkeit aufeinander, agieren in Abhängigkeit von der Reaktion des Gegenübers und in Übereinstimmung mit der eigenen Verhaltensstrategie.

Grundsätzlich benötigt jede zwischenmenschliche Kommunikation

- eine/n SenderIn
- einen Kommunikationskanal (z. B. auditive oder visuelle Reize wie Sprache, Bilder, Schrift, Symbole oder Zeichen)
- eine/n EmpfängerIn

Da Menschen in der Rolle als SenderIn und EmpfängerIn miteinander agieren, kann Kommunikation nur stattfinden, wenn alle drei Elemente vorhanden sind.

Sender-Empfänger-Modell nach Shannon und Weaver



Kommunikation findet statt, wenn der/die SenderIn einen Reiz abgibt (z. B. eine Frage stellt), und der/die EmpfängerIn darauf eine Reaktion zeigt (z. B. zustimmend, ablehnend, fragend, zweifelnd, schweigend).

Bei diesem Prozess übermittelt **der/die SenderIn** Informationen in Form einer *Verschlüsselung* (kodierte Botschaft), bei der die Persönlichkeit, die Einstellung und das Wissen der sendenden Person eine Rolle spielen. Die verschlüsselte Botschaft kann dabei mündlich bzw. schriftlich über den *Informationskanal* (z. B. Sprache, Schrift, Zeichen, Mimik, Gesten) weitergegeben werden.

Die Botschaft wird nun **vom/von der EmpfängerIn** über den jeweiligen Informationskanal aufgenommen, und diese/r versucht, ihre Bedeutung zu entschlüsseln. Wichtig ist, dass hier immer, abhängig von Persönlichkeit, Einstellung und Wissen der/des EmpfängerIn eine Interpretation (*Filter*) stattfindet.

Verfügt die empfangende Person bspw. nicht über den gleichen Wortschatz wie die sendende, kann es zu *Störungen im Kommunikationsprozess* und damit zu Missverständnissen kommen, da die Botschaft nur teilweise aufgenommen bzw. fehlerhaft interpretiert wird. Zudem ist die Filterung der Information abhängig von der Beziehung zwischen den Kommunikationsbeteiligten, ihren Interessen oder ihrer Tagesverfassung.

Störungen im Kommunikationsprozess entstehen durch

- divergierendes Sprechverhalten (z. B. monotone, leise Sprechweise)
- falsches Zuhörverhalten (z. B. durch Ablenkung)
- falsches Erfassen des sachlichen oder emotionalen Gehalts der Aussage (siehe Kapitel „Kommunikationsquadrat nach Schulz von Thun“, S. 21)

- sprachliche Abstraktion durch unterschiedliche Deutungsrahmen (z. B. Tisch: Esstisch oder Schreibtisch, rund oder eckig etc.)
- emotionale Aufladung einzelner Wörter (z. B. aufgrund vorangegangener Erfahrungen)
- unterschiedliche Sprachebenen (z. B. „Fachsprache“ wird nicht verstanden, zudem haben viele Menschen Hemmungen, nachzufragen)

Wenn die Botschaft vom/von der EmpfängerIn zugeordnet wird, zeigt diese/r eine Reaktion. Eine Rückkopplungsschleife entsteht dann, wenn die empfangende Person auf die Botschaft der sendenden reagiert, also ebenfalls einen Reiz aussendet und somit zur sendenden Person wird.

Zusammengefasst liegt die Schwierigkeit der Kommunikation in der Annahme, dass SenderIn und EmpfängerIn einander verstehen und damit der Inhalt einer Aussage auf die gleiche Art vom/von der EmpfängerIn auf die Art „dekodiert“ wird, wie vom/von der SprecherIn beabsichtigt.

Mit den Worten von Paul Watzlawick:

„Wahr ist nicht, was A sagt, sondern was B versteht.“

Tipp



Seien Sie sich bei jedem Vortrag und jedem Gespräch bewusst: Der größte Fehler in der Kommunikation ist die Annahme, dass wir einander verstehen. Warum? Weil wir ständig interpretieren!



Stellen Sie sich einen Baum vor!

Wie sieht Ihr Baum aus?

Handelt es sich um einen prallen Apfelbaum mit dicken rotbackigen Früchten, um einen farbenfrohen Ahorn oder gleicht er eher einer melancholischen Trauerweide, die sich sanft im Wind wiegt?

Natürlich gibt es auf diese Frage keine richtige Antwort. Jeder Baum, der Ihnen (oder Ihrem Publikum) in den Sinn kommt, ist „richtig“.

Da haben Sie die „Störung im Kommunikationsprozess“!

Je detaillierter und klarer Ihre Beschreibung bzw. Ihre Aussage, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass das, was A sagt, auch das ist, was B versteht.

Dieses Beispiel zeigt klar, dass die Verantwortung für exakte Kommunikation immer bei Ihnen als SenderIn liegt. Die dahinterliegende Frage lautet: *„Wie kann ich mein Publikum in seiner Lebenswelt abholen, mich flexibel auf seine Welt einstellen und in ‚seiner‘ Sprache sprechen?“*

Tipp