



ST. VIRGIL^{SALZBURG}



wissen2go
5 Termine 2019
jeweils 07.30
bis 10.00 Uhr

BÜRGERMEISTER/ INNEN-BRUNCH

*Meine Rolle als Gemeindeoberhaupt –
Mediator / in – Redner / in – Sitzungsleiter / in*

Ein EuRegio-Kleinprojekt im Rahmen des Programms
Interreg V-A Österreich-Bayern 2014-2020. www.virgil.at

Seminar Bürgermeister, Bürgermeisterin als Redner und Rednerin

Körpersprache, Publikumsorientierung, Authentizität

Reden halten, die Ihr Publikum erreichen
Großveranstaltung, Bürgerversammlung, Grabrede
Körpersprache verstehen

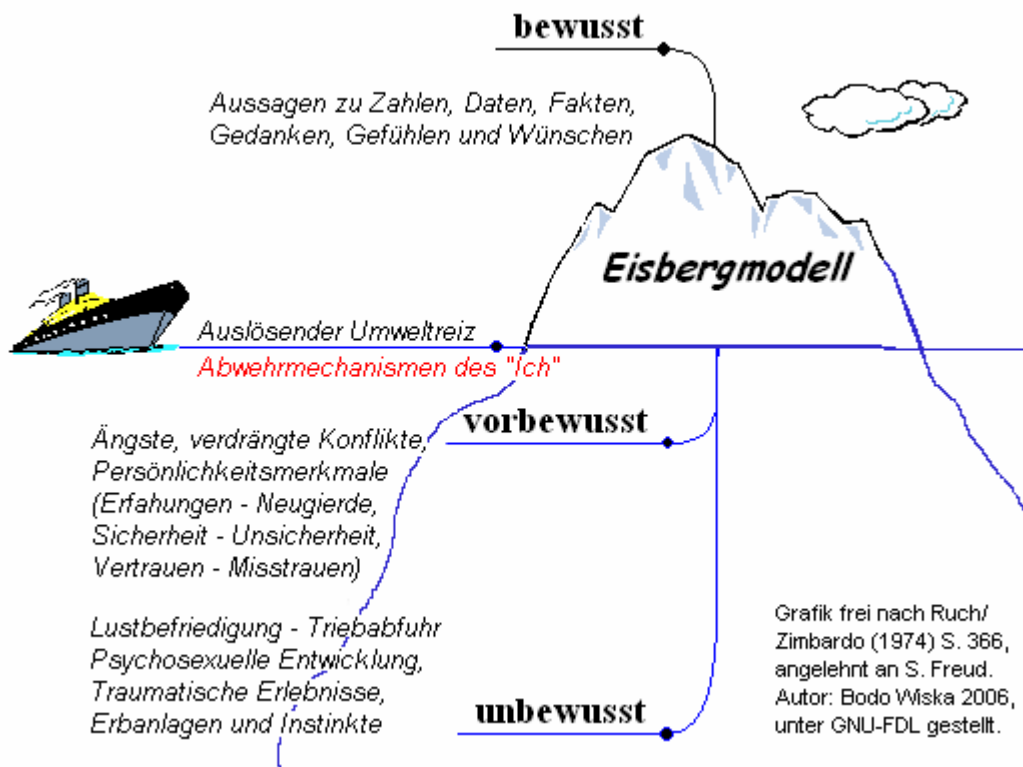
Sie Ihre Reden lebhaft und publikumsorientiert!

Das Eisbergmodell – Beziehungseben bedenken!	S. 3
Die Fähigkeit BürgerInnen zu verstehen	S. 5
Äussere und innere Haltung entscheidet	S. 6
Verständlichkeit	S. 8
Strategien zum sichern Auftreten	S. 9
Tipps für erfolgreiche Reden	S. 12
Stilmittel und Dramaturgie	S. 13
Struktur gibt Orientierung	S. 18

Das Eisbergmodell der Kommunikation

Politische Eisberge bedenken (z.B. Parteipolitik)

Wenn wir kommunizieren, konzentrieren wir uns auf das, was wir sagen oder schreiben - viel seltener darauf, wie wir es mitteilen. Wenn wir zuhören oder lesen, dann steht das Was und nicht das Wie im Brennpunkt unserer Aufmerksamkeit. Ein großer Teil der menschlichen Kommunikation verläuft unbewusst. Auch wenn wir uns auf der bewussten Ebene (scheinbar) verstehen, können unbewusste Prozesse zu Kommunikationsstörungen führen. Was Freud schon wusste, bestätigen moderne Kommunikationsforscher: Die bewusste Kommunikation ist nur die Spitze des Eisbergs. Im Reich des Unbewussten herrschen aber nicht nur Automatismen, die u. U. Kommunikationsstörungen hervorrufen. Hier laufen auch kreative Prozesse ab, die dann als "spontane" Einfälle oder Intuitionen in unser Bewusstsein treten und unsere Kommunikation bereichern.



Sach- und Beziehungsebene in der Kommunikation

Die Wirkung eines Menschen ist abhängig von:

55 % Körpersprache

38 % Stimme (sprecherische Ausdrucksmittel)

7 % Inhalt

Albert Mehrabian

Das Ankommen geht über die Beziehungsebene

Ohne die Bedeutung des Inhalts schmälern zu wollen: Meist ist die Beziehungsebene die Voraussetzung dafür, ob ein Inhalt "ankommt" oder nicht. Und darin liegt sicher ein Grundirrtum in der Kommunikation: Wir meinen immer wieder, wir können andere mit Argumenten überzeugen.

Obwohl wir immer wieder die Erfahrung machen, dass wir trotz guter Argumente uns nicht durchsetzen können, beachten wir im Ernstfall die Beziehungsebene zu wenig. Wenn unser/e Gesprächspartner/in auf unsere Vorschläge nicht eingeht, fahren wir meist mit noch mehr Vorschlägen auf; wir erschlagen unser Gegenüber förmlich mit unserer Argumentation. Oft merken wir zu spät, dass die Blockade in der Beziehung begründet ist, weshalb sie/er sich nicht auf unsere Inhalte einlassen will oder kann.

Unter zwischenmenschlicher Kommunikation verstehen wir den Austausch von Mitteilungen (Botschaften, Nachrichten) zwischen mindestens zwei Personen. Diese Mitteilungen sind in der Regel den Kategorien „Sachebene“, „Beziehungsebene“, „Selbstdarstellung“ und „Appell“ zuzuordnen. Sie werden durch die Verbalsprache, durch die Körpersprache sowie durch den Tonfall, Tonhöhe, Lautstärke, Sprachmelodie etc. mitgeteilt.

Ein Teil der Bedeutungen einer Botschaft wird bewusst hervorgebracht und wahrgenommen. Ein anderer Teil dieser Bedeutungen und Auswirkungen wird unbewusst erzeugt und wahrgenommen. Nur ein kleiner Teil der zwischenmenschlichen Kommunikation ist bewusst. Der größte Teil der Kommunikation wird also unbewusst gesteuert und wahrgenommen.

Die Fähigkeit BürgerInnen zu verstehen

Empathie – die Fähigkeit sich in andere hinein zu versetzen

Wahrnehmung

Eine der Grundlagen der zwischenmenschlichen Beziehungen ist die Wahrnehmung. Das Verhalten von Menschen wird zum Großteil davon bestimmt, wie sie ihre Umgebung und ihre Mitmenschen wahrnehmen. Jeder von uns nimmt notwendigerweise auswählend wahr.

Zuhören können

Aktiv Zuhören = Gefühle benennen

bedeutet ein einführendes Zuhören, bei dem man zu verstehen versucht, was die andere Person fühlt und zum Ausdruck bringen möchte. Beim aktiven Zuhören sollen über das Paraphrasieren hinaus die hinter einer Aussage liegenden Gefühle wahrgenommen, angenommen und ausgesprochen werden.

Verstehen

Verstehen ist ein spezifischer Vorgang der Integration einer Mitteilung in die Landkarte. Jeder Mensch versteht Mitteilungen in seiner ganz persönlichen Art, durch seine persönliche Brille.

Das Ergebnis von Kommunikation –
die gemeinsame Schöpfung der Welt

Äussere und innere Haltung entscheidet

Kategorien der Körpersprache

Äußere Erscheinung (Kleidung - Frisur - Schmuck – Statussymbole)
Körperhaltung und Bewegung (Stehen - Gehen - Sitzen – Kopfhaltung)
Gestik (Offenheit und Geschlossenheit - Hand - Finger)
Mimik (Augen - Mund - Stirn - Blickkontakt)
Abstand (Intimzone - persönliche Zone - soziale Zone - öffentliche Zone)
Sprechweise - Der Ton macht die Musik.
(Sprachrhythmus, Geschwindigkeit, Lautstärke und Deutlichkeit,
Sprachmelodie, Pausen, Lachen, Lautäußerungen)

Positive Körpersignale für Kompetenz, Sicherheit und Glaubwürdigkeit

Körperhaltung:

senkrecht, frontal, „zugewendet“
offen, nicht versteckt,
beidbeinig, fest - Standpunkt
erhobener Kopf - aber nicht hochnäsig

Arme und Hände:

Ruheposition seitlich hängend oder locker
die Hände auf Nabelhöhe ineinander legen
bildhafte Gesten - kein Gestikulieren im Sprachrhythmus
Bewegungen oberhalb der Gürtellinie und außerhalb des Brustkorbes
langsame, ruhige Bewegungen

Gesicht:

Gesicht zuwenden - kein „scheeler Blick“ aus den Augenwinkeln
Blickkontrolle: 3 - 5 Sekunden pro Person, freundliche Miene

Bewegungen:

Zielstrebige Ortsveränderungen, kein „Auf-und-Ab“
ruhiges Hantieren mit Hilfsmitteln,
kontrollierte Bewegungen
gelegentlicher „Frontenwechsel“ (an die Seite der Zuschauer)

Stimme:

Pausen - besonders während Bewegungen
langsames Sprechtempo
laute Stimme

Präsent sein

Genau jetzt sind Sie hier. Später sind Sie woanders!

Ist das so schwer zu verstehen? David Bader

Eine der wichtigsten Regeln beim Präsentieren ist, dass auch Sie stets präsent sein müssen. Ein guter Redner ist in der Lage, beim Publikum den Eindruck zu erwecken, dass er überglücklich sei, hier und jetzt vor diesen Personen sprechen zu dürfen. Er mag Lampenfieber haben – wie wir alle –, doch er ignoriert dieses Gefühl, um den Eindruck zu erwecken, „da zu sein“. Präsentieren Sie vor einem Publikum, müssen Sie Ihre Gedanken im Zaum halten. Denn so, wie Sie sich nicht mit einer Person unterhalten können, die geistig abwesend ist, können Sie Ihrem Publikum nichts präsentieren, wenn Sie mit Ihren Gedanken nicht bei der Sache sind.

Es ist eine Kunst aufmerksam zu sein!

Die Aufmerksamkeit sorgt dafür, dass Sie sich dieses speziellen Moments bewusst sind, ohne störende Nebengeräusche. Unser Leben ist hektisch und unsere Gedanken beschäftigen sich mit so vielen Themen. Beschenken Sie Ihr Publikum damit, dass Sie in diesem Moment exklusiv für sie da sind.

Selbst ein Teil davon

Ziel ist es, im Moment einer Rede selbst ein Teil davon zu sein. Am wirksamsten sind nicht spezielle Techniken, sondern durch die in der Sprache ausgedrückte Überzeugung das Publikum zu bewegen. Dazu muss man sowohl mit dem Thema als auch mit den Menschen, die zuhören sollten vertraut sein. Sie müssen Ihre Kernaussage glauben, um andere davon zu überzeugen!

Stellen Sie sich die Frage, was Ihr „Beitrag“ ist. Mit welchem Sinn wollen sie sprechen. Was möchten Sie bewirken?

Erkennen Sie, wann es Zeit zum Aufhören ist!

Sie können sich sicher an mehr als eine Rede erinnern, bei der es von Vorteil gewesen wäre, wenn sich der Vortragende an dieses Prinzip gehalten hätte. Lassen Sie Ihr Publikum in einem Zustand der fast vollständigen Zufriedenheit zurück. Es ist besser, wenn das Publikum den Eindruck hat, es hätte noch mehr vertragen können, als dass es sich erschlagen fühlt und froh ist, dass es endlich vorbei ist.

Verbindung mit dem Publikum herstellen

Gute Reden zeichnen sich dadurch aus, dass sie andere teilhaben lassen

Die Verbindung mit dem Publikum erfolgt sowohl auf intellektuelle als auch auf emotionale Art und Weise. Auch sind gute Reden ehrlich und gerade heraus. Gibt es die Verbindung zwischen Redner und Publikum nicht, kann auch keine Kommunikation stattfinden.

Reden sind keine Einbahnstraßen, nach dem Motto „Ich rede, Sie hören zu“. Vielmehr stellen solche Situationen wechselseitige Beziehungen dar. Es geht nicht um den Redner.

Es geht um's Publikum, und um die Aussage die zu vermitteln ist.

Rednerpulte und Podien stellen Hürden dar.

Möchte man autoritärer und mächtiger wirken und möchte man um jeden Preis wichtig wirken, so haben sie durchaus Berechtigung. Jedoch – Wie würden Sie reagieren, wenn Ihr Liebessänger auf der Bühne hinter einem Pult stünde?

Worauf Sie achten können

Ist Ihre Idee so wichtig, dass Sie darüber reden, müssen Sie Energie und Leidenschaft an den Tag legen. Für Langeweile gibt es nie eine Entschuldigung

Entfernen Sie alle Hindernisse, so dass Sie sich jederzeit völlig frei im Raum bewegen können.

Zen, oder die Kunst der Präsentation/Garr Reynolds 2008

Verständlichkeit

Wir machen im Wesentlichen vier Bereiche dafür verantwortlich, dass etwas "verständlich" klingt oder nicht. Im Folgenden sind diese vier Verständlichmacher und ihre Gegenspieler näher beschrieben.

Einfachheit – Kompliziertheit

Einfachheit ist wohl der wichtigste Verständlichmacher.

Kurze Sätze, bekannte Wörter, anschaulich

Gliederung, Ordnung - Unübersichtlichkeit

Seine Bedeutung wächst mit der Länge des Textes.

Gegliedert, folgerichtig, der Reihe nach, Wichtiges hervorheben

Kürze, Prägnanz - Weitschweifigkeit

Weitschweifigkeit ist seltener bei gedruckten Texten anzutreffen, häufig dagegen bei freier Rede. Jede einfache Botschaft wird mit zahlreichen Verzierungen und Begleiterklärungen zu einem kleinen Referat aufgebläht. Die Empfänger hören längst nicht mehr zu.

Knapp, nur das Wesentliche, kurz und bündig

Zusätzliche Stimulanz - keine zusätzliche Stimulanz

Was ist hier gemeint? Für jeden wichtigen Sachverhalt wird nach Beispielen aus der eigenen und der (vermuteten) Lebenswelt der Zuhörer- bzw. Leserschaft gesucht. Darüber hinaus ist es günstig, häufig sprachliche Bilder und Vergleiche zu verwenden.

Lebendig, interessant, persönlich

Vier Strategien zum sicheren Auftreten

Strategie 1:

Negative Fluchtenergie in positive Überzeugungskraft wandeln

Das Lampenfieber, die nervöse Energie, ist an sich ein gutes Zeichen: Ihr Körper funktioniert und ist bereit Sie durch Generalmobilisierung aller Kräfte beim Meistern der kritischen Situation zu unterstützen. Sie brauchen bloß Energie ein bisschen anders zu verteilen.

Der Schlüssel dazu heißt:

Füße betonieren - Energie nach oben!

Sie bleiben einfach ganz fest stehen - mit beiden Füßen und voller Sohle am Boden, die Füße etwa schulterbreit auseinander, den Körper aufgerichtet und dem Publikum frontal zugewendet.

Wenn wir das Energieventil unten verschließen, müssen wir aber gleichzeitig andere - positive - Energieventile aufmachen:

- bildhafte große Gesten;
- laute Stimme;
- kontrollierte Ortsveränderung

Nur wer sich selbst bewegt, kann andere bewegen!

Die kontrollierte Ortsveränderung ist die Ergänzung des etwas brutalen Rezeptes der fest betonierten Füße: Sie können, Sie sollen sich bewegen - aber nicht in nervösem, ziellosem Auf-und-ab-Wandern! Gehen Sie ruhig - zu einem Fragesteller hin, zur Tafel, zu einem Projektor oder, wenn Sie gerade über das Wetter sprechen, zu einem Fenster. Dazwischen aber bleiben Sie demonstrativ stehen und signalisieren „Standpunkt“.

Strategie 2:

Statt passiver visueller Überlastung aktive Blickkontakte!

Unsere Augen sind ein Informationskanal von ungeheurer Kapazität: Angeblich leiten sie 1,4 Millionen Informationen pro Sekunde an das Gehirn. Armes Gehirn, das ohnedies unter Stress steht! In dieser Situation müssen wir die Menge der visuellen Eindrücke reduzieren und unser Hirn vor Überlastung schützen. Der oft angepriesene „schweifende Blick über alle ZuhörerInnen hin“ macht Sie nervös, ohne Ihnen echte Kontakte zu vermitteln.

Unser Rezept heißt:

Blickkontrolle, einen nach dem anderen – einen ganzen Gedanken lang.

Strategie 3:

Visuelle Hilfsmittel benutzen - als Stichwortbringer und Zielpunkte!

Diese Strategie packt die Nervosität bei beiden Wurzeln: der (sachlichen) Unsicherheit und dem (emotionalen) Lampenfieber. Eine durchgehend visualisierte Präsentation ist vor allem die Garantie dafür, dass Ihre Gedanken verständlich sind und sichern Sie selbst vor einem „Blackout“. Sollten Sie wirklich einmal eine „Mattscheibe“ haben, dann brauchen Sie nur vorlesen, was auf Ihrem Bild drauf ist - offiziell für die Zuschauer, tatsächlich für sich selbst. Sobald Sie damit fertig sind, ist Ihre Mattscheibe vorbei. Visuelle Hilfsmittel sind aber auch hervorragende „Energieableiter“: Damit können Sie sich Wege einbauen (vom Projektor zur Leinwand, von einem Medium zum anderen) und Sie haben auch Zielpunkte für große Armbewegungen. Gleichzeitig sind diese großen Armbewegungen des Hinweisens und Blickführens Signale der Sicherheit, denn sie lassen den Körper größer, raumfüllender erscheinen.

Strategie 4:

Nur der Sichere kann sich Zeit nehmen - wer sich Zeit nimmt, wirkt sicher!

Schnelle, hektische Bewegungen, pausenloses Sprechen, erhöhtes Sprechtempo alles doppelt unproduktive Verhaltensweisen: sie wirken unsicher und machen nervös! Viele Vortragende sind von der fixen Idee besessen, dass jedes Atemholen vom Publikum als „Hänger“ interpretiert werden könnte. Oder dass wir mit Rücksicht auf die knappe Zeit unserer geschätzten ZuhörerInnen möglichst komprimiert und schnell vorzutragen hätten. Beobachten Sie den Sprechstil erfolgreicher RednerInnen - von deren Pausentechnik können wir viel lernen. Und auch die sogenannten „dynamischen Typen“ verstärken diese Dynamik durch bewusste Pausen. Signalisieren Sie daher, dass Sie Herr der Lage sind - auch wenn Ihnen anfangs ganz anders zumute ist.

Pausen brauchen Sie besonders in folgenden Situationen:

- zu Beginn Ihres Vortrages, vor dem ersten Satz;
- jedes Mal wenn Sie den Blick vom Publikum weg und auf die Leinwand richten;
- wenn Sie mit Unterlagen oder Geräten hantieren;
- wenn eine kleine Panne auftritt - wenn z.B. etwas zu Boden fällt und Sie es aufheben.

Tipps für erfolgreiche Reden

Die folgenden Empfehlungen betreffen ALLE Ihre Kommunikationssituationen - nicht nur die Rede

1. Tipp:

„DU“ statt „ICH“ - sprechen sie mehr davon, was die ZuschauerInnen sehen, hören, wissen wollen und weniger davon, was SIE zeigen, sagen, für wichtig halten.

2. Tipp:

„ICH“ gezielt verwenden
- sprechen Sie aber ruhig von sich, wenn das wichtig ist.

3. Tipp: Verwenden Sie einfache, aktive, positive Sätze!

4. Tipp: Wiederholung sichert Einprägung.

5. Tipp: Vorsicht bei Fachchinesisch!

6. Tipp: Sprechen Sie laut und langsam!!!

Kritische Phasen verbal meistern

1. Tipp:

Je wichtiger die Idee, desto wichtiger die Ankündigung: „die folgende Darstellung ist von zentraler Bedeutung für das Verständnis des Problems“.

2. Tipp:

Je wichtiger die Idee, desto wichtiger die Pause danach. Erfahrene Vortragende lassen entscheidende Tatsachen richtig „einsickern“, bevor sie zum nächsten Punkt weitergehen.

3. Tipp:

Ihre ZuhörerInnen sind gekommen, um von Ihnen etwas Neues, Interessantes, Wissenswertes zu erfahren; folgende Redewendungen sind daher tödlich: - „Es ist nicht viel, was ich Ihnen zu bieten habe...“ - „Die meisten Informationen betreffen Sie gar nicht.“

5. Tipp:

„Weichmacher“ vermeiden!

„Weichmacher“ sind Worte, Phrasen mit den sie einer Konfrontation ausweichen: -

Die Möglichkeitsform: „Das würde bedeuten...“ –

Die Leideform: „Es wurde festgestellt...“ –

Unpersönliche Konstruktionen: „Dazu kann man folgendes aussagen... –

Polsterwörter: „wahrscheinlich“, „vielleicht“, „möglicherweise“.

Stilmittel und Dramaturgie

Roter Faden

Überlegen Sie immer, wie Sie eine Rede beginnen und wie Sie sie beenden. Einstieg und Abschluss soll besonders sein. Alles dazwischen soll eine logische Folge haben.

Dramaturgisch sollten Sie Spannungsmomente einbauen!

Kärtchenmethode

Erstellen Sie zu Beginn der Vorbereitung einzelne Bausteine und schreiben Sie diese stichwortartig auf Moderationskärtchen.

„Einstieg: Wussten Sie schon...“,

„Thema: Budget...“,

„Thema: Finanzskandal...“,

„Abschluss: Frage...“,

„Vergleich mit Fussballmannschaft“,

„Geschichte über Politik im alten Rom“

Danach haben Sie die Möglichkeit die Rede mit all ihren Puzzleteilen so aufzubauen, dass sie einen logischen Sinn ergibt, dass ein Spannungsbogen entsteht.

Kopf – Herz – Bauch

Bauen Sie in Ihre Rede immer drei Bereiche ein:

Kopf – den sachlichen Teil – das Thema, bzw. Sie und das Thema

Herz – den Beziehungsteil – das Publikum, bzw. Sie und das Publikum

Bauch – den emotionalen Teil – der Redner, zeigen Sie sich

Metaphern

Sprechen Sie in Bildern. Finden Sie Vergleiche

„Die Zusammenarbeit in der Gemeinde erlebe ich manchmal wie ein gutes Fussballspiel...“

Rhetorische Frage

Stellen Sie eine Frage, die Sie dann selber beantworten. Arbeiten Sie hier bewusst mit Pausen.

„Wenn ich zurückblicke auf die Zeit in der das Feuerwehrhaus gebaut wurde, dann stellt sich mir immer wieder eine Frage – PAUSE –, Was bewegt Menschen dazu, neben Beruf und Familie so viel ihrer kostbaren Zeit in dieses Haus zu stecken?“ – PAUSE – Ich habe für mich eine mögliche Antwort gefunden....“

Mit Bildern arbeiten

Verwenden Sie eine bildhafte Sprache.

Bilder können vom Gehirn um vieles schneller und leichter verarbeitet werden, als Worte. Versuchen Sie dabei originell zu sein und nicht nur alte Bilder (Zahlenschungel, Den Wald vor Bäumen...), zu bedienen.

„Das sollte funktionieren, wie bei einem Boxenstop in der Formel 1“

„Dieser Zusammenhalt wirkt auf mich, als ob hier ein Netz gespannt wäre, wo jeder von Euch einen Faden hält“

Gegenstände verwenden

Nehmen Sie zu einem Vortrag einen Gegenstand mit, den Sie in ihre Rede einbauen. Ihr Publikum wird fasziniert sein!

- Einen Besen für *„Ein neuer Besen kehrt gut“*
- Ein Schmuckstück für *„Die Goldhaubengruppe ist wie ein Schmuckstück, das jede Prozession ziert“*
- Ein Fussball für *„Manchmal geht's einfach darum einander den Ball zuzuspielen“*

Systemische Frage

Versetzen Sie das Publikum in das Erleben und Denken eines Anderen.

„Angenommen Sie wären in der Situation der Schuldirektorin – PAUSE- was wäre Ihre erste Entscheidung?“

„Angenommen Sie wären für 2 Monate Bürgermeister – PAUSE – welche Prioritäten würden Sie setzen?“

Erzählen Sie eine Geschichte

„Es war an einem Dienstag Anfang Jänner. Nachmittag, nur wenige Menschen waren unterwegs. Am Himmel zeichnete sich bereits der nächste stürmische Schneeschauer aus Richtung Salzburg ab. Es waren nur noch wenige Tage bis zu einer Entscheidung, die unser Land prägen wird. In diesem Moment stellte ich mir, wie so oft in den letzten Tagen, die Frage: ‚Haben wir genug getan, um den Menschen eine Entscheidung so leicht wie möglich zu machen?‘... Pause....“

- Lassen Sie einen Film vor den Augen des Publikums ablaufen
- Sprechen Sie so einfach wie nur irgend möglich
- Bauen Sie Spannung auf und lassen Sie immer etwas im Ungewissen, bis zur Kernaussage
- Erzählen Sie auch von **Lernerfahrungen**. Wichtig dabei ist, dass die Fehlerentstehung spannend erzählt wird und Sie betonen, was Sie seither besser, anders machen.
- Erzählen Sie Geschichten, wo die Menschen sagen können **„Das hab ich nicht gewusst“** – passend zum Thema der Veranstaltung. In Zeiten von Internet ist die Recherche kein Problem mehr
- Erzählen Sie von wissenschaftlichen Experimenten zum Thema und schildern Sie den **Verlauf des Experiments**
- Erzählen Sie von **Ereignissen**, von menschlichem Handeln, von guten Taten, von geschichtlich Interessantem.. Menschen lieben Vorbilder, Zivilcourage, Menschlichkeit, Helden

Eigene Lebensregeln aus Zitaten

Menschen lieben weise Aussagen, Lebensregeln. Goethe, Laotse oder Buddha zu zitieren klingt oftmals altväterlich. Ihre Zuhörer lernen mehr über Sie kennen, wenn Sie Ihre eigenen Lebensregeln formulieren. Lebensregeln zu denen Sie stehen, die sich auf Ihre Erfahrung beziehen. Wie erleben Sie den Unterschied?

„Wie Laotse schon so treffend gesagt hat: ‚Auch ein langer Weg beginnt mit dem ersten Schritt‘“.

„Ich habe für mich etwas vom Leben gelernt: ‚Auch wenn Du einen langen Weg vor dir hast – geh einfach los!‘“.

Matthias Pöhm, Präsentieren Sie noch oder faszinieren Sie schon?, 2009

Vorwegnahmetechnik

Wenn Sie unangenehme Dinge vorzutragen oder mitzuteilen haben, wo Sie die Bedenken und Kritikpunkte der BürgerInnen bzw. des Publikums bereits kennen, dann nehmen Sie diesen Punkt in Ihrer Rede vorweg.

„Es ist mir völlig klar, dass viele von Ihnen den Kopf schütteln über dieses Vorgehen. Ich kann das sogar verstehen und nachvollziehen – PAUSE - Ich nutze hier und heute die Gelegenheit, um Ihnen zu beschreiben, wie es zu dieser Situation kam – PAUSE - Es war an einem Donnerstagabend. Ich kann mich gut daran erinnern, als ich am Weg zur Gemeindevorstandssitzung darüber nachgedacht habe.....“

In dem Sie die Bedenken der Menschen vorwegnehmen, vermitteln Sie ihren ZuhörerInnen, dass Sie sie verstehen. Sie zeigen auch, dass Sie sich Gedanken machen, was wohl diese Menschen bewegt und beschäftigt. Sie nehmen auch den KritikerInnen den Wind aus den Segeln. Diese Kritikpunkte kann nach Ihnen keiner mehr wirkungsvoll ins Spiel bringen.

Die Wahrheit bindet Aufmerksamkeit

Menschen von heute reagieren empfindlich auf Beschönigungen, Beschwichtigungen und Verharmlosungen. Das heißt nicht, dass man als RednerIn mit den Ängsten der Menschen spielen soll. Das bedeutet aber sehr wohl, dass klare Worte in Verbindung mit einem klaren Plan gut sind.

„Es ist richtig, dass auch wir im Jahr 2006 einen Schweizer Franken Kredit aufgenommen haben, und so auch im ersten Jahr positive Ergebnisse in der Höhe von erzielt haben – PAUSE - Es ist auch richtig, dass wir, bei aller Sorgfalt und Beratung durch ExpertInnen zu lange zugewartet haben. Das tut uns heute leid – PAUSE - Die nächsten Schritte in dieser Angelegenheit sind klar, beschlossen und notwendig. Erstens..... zweitens..... als dritten und wichtigen Schritt sehen wir.....“

Weg von Worthülsen

Es gibt Sätze, Worte die jeder kennt und keiner mehr hört

„Das alles tun wir, um das Leben in unserem Ort lebenswert zu erhalten“

„Mir geht es im Speziellen um Kinder und alte Menschen“

„Geht's der Wirtschaft gut, geht's den Menschen gut“

„flexibel“, „dynamisch“, „innovativ“, „bürgernah“,

und wo weiter und so fort

Das hört sich leer und verbraucht an und regt niemanden dazu an nachzudenken, neue Gedanken zu entdecken, etwas zu hinterfragen, SIE neu zu sehen.

Solche Sätze und Worte haben keine Wirkung!

Versuchen Sie mit Stilmitteln (siehe Skript), aber vor allem mit bildhafter Sprache, mit maßgeschneiderten Alltagsbeispielen die Menschen zu erreichen, die hier und heute sitzen.

Vermeiden Sie Fachvokabular und Abkürzungen

Alle Branchen haben nichtssagende Fachausdrücke, die meist eine Einladung sind, sich als Zuhörer frühzeitig aus einem Vortrag zu verabschieden.

Was in der IT-Branche „Router“, „Spider“, „IP-Adresse“ und „User Interface“ ist, das ist in der Gemeindepolitik „GAF“, „REK“, „freie Budgetspitze“ und „Derivatgeschäft“.

Sie sollen so reden, dass man ohne Energieaufwand zuhören kann.

„Es wäre tragisch, wenn Gemeinden, die weniger Betriebe, jedoch mehr landschaftliche Reize haben, keine Schule haben könnten. Deswegen gibt es hier eine Regelung vom Land, die hier für Ausgleich sorgt.“

„Ihr kennt sicher Gemeinden, wo man Gewerbegebiet und Zentrum kaum unterscheiden kann. Links und rechts reihen sich immer dieselben Geschäfte aneinander – kein Dorf ohne eigenen Drogeriemarkt, oder? Ein gut durchdachtes Konzept, dass UNS das nicht passiert, liegt mir deswegen am Herzen.“

Struktur gibt Orientierung

Dreisatz

IST Zustand

1. Was ist?

Ausgehen vom Ist-Zustand, nicht von den noch zu entwickelnden Zielvorstellungen. Eventuell kurze Begründung dieses Zustandes.

SOLL Zustand

2. Was soll sein?

Darlegen der Zielvorstellung, aber hier nicht stehen bleiben.

DER WEG

3. Wie komme ich dorthin?

Wie kann ich das erreichen oder verhindern?

Lösungsmöglichkeiten aufzeigen. Bei einer Rede mündet das meist in einem Antrag oder einem Appell.

Fünfsatz zur Argumentation

Planung:

1. Planungsschritt : Zwecksatz

Was will ich sagen, erreichen?

2. Planungsschritt: Begründung

Was spricht dafür, dagegen? Welche Beispiele passen zu meinem Publikum?

3. Planungsschritt: Situationsbezogener Einstieg

Welcher Einstieg ist passend (Bild, Zitat, Vergleich, Statistische Zahl)

Argumentation:

Die Argumentation selbst wird dann schließlich in einer anderen Reihenfolge vorgetragen:

5-Satz:

1. Warum rede ich?

- Ich sage, was mein Thema mit den Zuhörern zu tun hat

2. Wie ist die Situation?

- Ich beschreibe, wie eine Situation aussieht, eventuell auch, wie es dazu kommen konnte

3. Was soll erreicht werden?

- Ich beschreibe, was ich erreicht sehen will, wie eine veränderte, verbesserte Situation aussehen soll.

4. Wie kann es erreicht werden?

- Ich sage mit welchen Maßnahmen, meiner Meinung nach, dieses Ziel erreicht wäre

5. Das will ich von Euch?

- Ich sage, was die Zuhörenden persönlich tun können, damit das angestrebte Ziel wirklich erreicht wird.

Das Gesprächsdreieck

Vom ICH über das DU zum ES

Ich –

Wie stehe ich dazu? Was lässt mich authentisch wirken? Was hat das mit mir zu tun? Was habe ich in diesem Zusammenhang schon erlebt, erfahren?

DU –

Wie denkt mein/e Zuhörer/in, mein Publikum darüber? Was verbinden sie damit? Wo liegen die Bedürfnisse und Wünsche? Welche Vorteile, welchen Nutzen hat/habe sie daraus? Was, an dieser Thematik berührt sie?

ES –

Was ist inhaltlich zu bedenken, zu sagen? Worauf soll es hinauslaufen? Was sind wichtige Informationen?

GLOBE – Was spielt noch mit?

Humor, Anekdoten, Bilder, Verständlichkeit, einen Bogen spannen, Einstieg und Ende, ein Höhepunkt, Spannung, die Körperhaltung, das Timing.....

Gesprächsdreieck (Ruth Cohn, TZI)

