

ÜBERZEUGEND

Wie bereite ich eine Rede oder Präsentation vor?

Meist steht der Termin eines Vortrages lange vorher fest. Bereits wenn man den Auftrag erhält, beginnt man sich Gedanken zu machen, wer die Zuhörer wohl sind und was man ihnen alles sagen möchte. Oft fehlt aber die Zeit für eine umfassende Vorbereitung. Dann ist man gezwungen, einen Weg zu finden, wie man sich innerhalb weniger Minuten trotzdem optimal vorbereiten kann. Mit den hier dargelegten Gedankengängen kann man sich nach einiger Übung im Extremfall innerhalb weniger Minuten – etwa auf dem Weg zum Veranstaltungsort – vorbereiten. Geht man streng nach der logischen Folge diese Überlegungen durch (siehe Kasten) wird die Rede in Struktur und Ablauf viel zielgerichteter sein.

AUTOR: HARRY HOLZHEU

Ganz wichtig sind die ersten beiden Schritte: Analyse der Zielgruppe und Formulieren von Ziel und Hauptbotschaft. Je besser die Zielgruppe bekannt ist, desto persönlicher kann man jede ZuhörerIn und jeden Zuhörer ansprechen. Das Ziel einer Rede, eines Vortrages oder einer Präsentation sollte im Voraus sehr klar formuliert werden. Wenn

es eine Überzeugungsrede sein soll, genügt „Näherbringen“, „Vorstellen“ oder „Informieren“ nicht, was immer auch für ein Inhalt übermittelt wird. Da ist es unabdingbar, sich vorher zu fragen, was man durch die Rede verändern will. Steht das einmal fest, ergibt auch gleich schon der Satzsatz der Rede, der im Idealfall ein Appell sein muss.

Wenn sich der Redner oder die Rednerin dem Schluss der Rede nähert, kann er oder sie sagen: „Ich fasse zusammen!“. Alle frohlocken: „Jetzt kann es nicht mehr lange dauern!“. Es darf auch nicht mehr lange dauern, denn jetzt drängt es sich auf, die wichtigsten Argumente noch einmal zu wiederholen: „Das war ein wichtiger Punkt und dieses Zweite auch und noch dieses Dritte, und deshalb fordere ich Sie auf, meine Damen und Herren: Gehet hin und tuet also!“.

Ist ein Appell nicht möglich, sollte mindestens ein persönliches Bekenntnis ausgesprochen werden: „... und aus diesen Gründen bin ich vollkommen davon überzeugt, dass diese Lösung für uns ideal ist!“.

ZUM AUTOR



Harry Holzheu (Tel. 044 481 88 54, E-Mail: harry@holzheu.ch) ist einer der bekanntesten Verkaufs- und Kommunikationstrainer der Schweiz, Deutschlands und Österreichs. Unter anderem hat er in seiner Laufbahn Führungskräfte und Mitarbeiter in Unternehmen wie ABB, Novartis, Winterthur Versicherungen und vielen KMU trainiert.

PRAXIS - TIPPS

Reden optimal vorbereiten mit Harry Holzheu®

Analyse der Zielgruppe

- Was sind es für Menschen?
Alt, jung, Intellektuelle, Arbeiter?
- Welche Sprache ist angemessen:
anspruchsvoll, gediegen und gepflegt
oder eher einfach, gar mit einem
Schuss Primitivität?
- Was interessiert sie? Was weniger?
Was gar nicht?
- Gibt es etwas, was sie momentan
beschäftigt oder erfreut?
- Was ist für die Zuhörer wichtig?
- Kann ich ihnen für etwas danken?

Ziel und Hauptbotschaft der Rede

- Was ist mein Hauptziel?
- Was möchte ich bewegen, verändern?
- Was sollen meine Zuhörer nach meinem
Vortrag anders machen?
- Welche unmittelbaren Sofortwirkungen
will ich auslösen?
- Wie ist mein Schlusssatz?
(Appell oder persönliches Bekenntnis)

Fragen an mich selbst

- Was bedeutet mir das Thema,
über das ich rede, ganz persönlich?
- Worauf kommt es mir mit meiner
Rede besonders an?
- Was fasziniert mich am Thema,
das ich behandle, ganz besonders?
- Gibt es etwas, was mich beschäftigt,
stört oder ärgert am Thema?
- Was ist mir am wichtigsten,
was ist mein besonderes Anliegen?
- Gibt es ein persönliches Erlebnis,
das zum Inhalt dieser Rede passt?

Material sammeln

- Wie komme ich zu den Bausteinen
für diese Rede (wer hilft mir dabei)?
- Was sind meine wichtigsten Thesen
und Argumente?
- Wie begründe ich sie (Beispiele, per-
sönliche Erlebnisse)?

Strukturieren

- Einleitung – Schilderung des Sach-
verhalts – Thesen – Begründung
dieser Thesen – Zusammenfassung –
Schlusssatz
- Wo bringe ich rhetorische Fragen an
(zur Einleitung, zu Beginn jedes neuen
Abschnitts)?

Visualisieren

- Ich gehe die PowerPoint-Präsentation
kritisch durch
- Ich streiche alle unnötigen Slides und
Schaubilder
- Ich überlege mir, was nicht unbedingt
während des Vortrags gezeigt werden
muss, jedoch als Hand-out für die
Zuhörer geeignet ist
- Ich beschränke die Folien auf einige
wenige Sequenzen, um Zeit zum freien
Reden zu gewinnen, mindestens am
Anfang und am Schluss

Emotionale Ich-Aussagen

(Gefühlsausdrücke)

Zu welchen Aussagen kann ich noch
z. B. anfügen:

- „Es liegt mir viel daran“,
- „Da habe ich ein gutes Gefühl“,
- „Da bin ich stolz darauf“,
- „Das macht mich zuversichtlich“, oder:
- „Da habe ich ein schlechtes Gefühl“,
- „Das beschäftigt mich“,
- „Das macht mir besonders zu schaffen“,
- „Das macht mir Sorgen“ usw.?

Streamlining

- Wo bin ich zu ausführlich?
Wo wiederhole ich mich?
- Welche Aussagen verwirren die Zuhörer?
- Welche Aussagen lenken von meiner
Hauptbotschaft ab und führen nicht
zum Ziel meiner Rede?
- Sind Abfolge und Struktur logisch
(gibt es einen „Flow“)?

Mit Beispielen begründen

Beim Sammeln von Argumenten sollten un-
bedingt Beispiele gesucht werden, die sich
eignen, die aufgestellten Thesen zu begrün-
den. Es gibt fast nichts Stärkeres als z. B.:
„... genau das habe ich im folgenden Erlebnis
erfahren ...“. Die Leute wollen Geschichten
hören und keine Abläufe durchgehen. Sie
wollen nicht belehrt und instruiert, sondern
unterhalten und wacherüttelt werden. Das
erreicht man am besten mit persönlich erleb-
ten Beispielen.

PowerPoint-Präsentationen sind sehr popu-
lär, aber mit dem Zeigen und Erklären von
Bildern kann man nicht viel bewegen und
man tritt als Persönlichkeit kaum in Erschei-
nung. Es muss kritisch überprüft werden,
welche Folien als Dokumentation abgegeben
und welche aus der Präsentation überhaupt
gezeigt werden müssen. Ideal wäre es, völlig
frei zu reden, so kann viel mehr Spannung
erzielt werden. Wenn unbedingt Folien ge-
zeigt werden müssen, sollte das erst nach
einer Eröffnung mit freier Rede erfolgen und
der Schlussteil der Rede sollte wiederum frei
von gezeigten Folien bleiben.

Nur so kann Feuer und Power in die Rede hi-
neinkommen. Mit eigenen Gefühlsausdrücken
kann noch zusätzliche Überzeugungskraft
erzeugt werden. Gute Redner wie Bill Clinton
sagen häufig z. B.: „Das macht mich glück-
lich“, „da habe ich ein gutes Gefühl“, „das
ärgert mich besonders“ oder „das schockiert
mich“ usw.

Der letzte Schliff

Der letzte, aber sehr wichtige Punkt ist das
Streamlining. Ein letztes Mal gedanklich
oder anhand des Stichwortmanuskriptes
noch einmal alles durchzugehen, verhindert
Wiederholungen, langweilige Details und
ein Überziehen der vorgegebenen Redezeit.

Eine absolute Voraussetzung ist immer, dass
man das Thema beherrscht, worüber man
redet. So kommen die Inhalte „von innen
heraus“ ganz von selbst und „es redet von
alleine“. Die hier empfohlene Vorbereitung
gibt dem Ganzen den Rahmen, die wirksame
Form und eine zielgerichtete Wirkung. ♦