

FIT FOR LIFE

SOZIALE KOMPETENZ

www.corporateconsult.net



Inhaltsverzeichnis

1	Kommunikation - was ist das?	3
1.1	Kommunikation in der Theorie	3
1.2	1949: Sender-Empfänger Modell	3
1.3	1969: Sach- und Beziehungsebene	4
1.4	1977: 4 Seiten einer Nachricht	5
1.5	1982: Wirkung von Kommunikation	9
1.6	1988: TALK Modell	11
1.7	Wissensrätsel	14
2	Persönlichkeitsanalyse - Wer bin ich eigentlich?	15
2.1	Übung: Selbst-/Fremdwahrnehmung	15
3	Präsentation – Wie mache ich das?	17
3.1	Vorbereitung auf eine Präsentation	17
3.2	Aufbau einer Präsentation	18
3.2.1	Überzeugungspräsentation	19
3.3	technische Hilfsmittel - Präsentationsmedien	21
3.3.1	Tafel	22
3.3.2	Flipchart	23
3.3.3	Pinnwand	24
3.3.4	Overhead-Folien	24
3.3.5	Laptop und Beamer	25
3.4	Die eigentliche Präsentation	26
4	Anhang	29

Hallo, herzlich willkommen bei der Planung deiner unmittelbaren Zukunft!

In wenigen Monaten ist es so weit, und ein neuer Lebensabschnitt beginnt: dein Berufsleben.

Wir, das Team von Corporate Consult, möchten dir mit diesem Skriptum den Start ins Berufsleben erleichtern und dir dabei helfen, eine sichere und erfolgreiche Karriere zu gestalten.

Dieses Skriptum ist dazu gedacht, den Besuch unseres Seminars weiter zu vertiefen und noch tiefergehende Fragen ausreichend zu beantworten.

Du kannst dieses Skriptum von Anfang bis zum Schluss lesen, je nach Interesse auch die Kapitel querlesen, oder einfach deinen Fragen folgend, die entsprechenden Kapitel aus dem Inhaltsverzeichnis auswählen und durcharbeiten.

Wir haben dir viele Übungen zusammengestellt, anhand derer du wesentliche Schritte zur Vorbereitung deines erfolgreichen Berufslebens gezielt üben und schriftlich zusammenfassen kannst. So ist eine gezielte Vorbereitung auf dein erwachsenes Leben bestens gewährleistet.

Wenn du Fragen zum Skriptum hast, deine Bewerbungsunterlagen vor dem Versand kurz durchchecken lassen möchtest oder einfach nur mit uns über deine oder unsere Erfahrungen deines neuen Lebensabschnittes sprechen möchtest: melde dich einfach per Mail oder Telefon (Kontaktdaten findest du am Ende des Skriptums oder in der Fußzeile auf jeder Seite), wir helfen dir gerne weiter.

Also dann, lass uns loslegen: let's get fit 4 life!

Viel Spaß beim Lesen und Erarbeiten deiner ersten Schritte im Berufsleben wünscht dir das Team von Corporate Consult.



Corporate Consult | Unternehmensberatung
Mittererstraße 18, 3108 St. Pölten

Hotline: (+43 2742) 20 242
Fax (+43 2242) 20 242-15
www.corporateconsult.net

1 Kommunikation - was ist das?

Sicherlich hast du schon viel über Kommunikation gelesen oder gehört. Sicherlich machst du es tagtäglich, entweder mit dir selbst, mit deinen Freunden oder Freundinnen, mit deinen Eltern, mit deinen Lehrern oder mit anderen Menschen. Manchmal stellst du dir auch die Frage: „Warum versteht er oder sie mich nicht? Wie soll ich es sagen?“

Wie konkret Kommunikation abläuft und wie ich meine Kommunikation beeinflussen kann, zeigen dir die nächsten Seiten.

1.1 Kommunikation in der Theorie

Der Begriff „Kommunikation“ stammt aus dem Lateinischen und bedeutet "Austausch, Verständigung; Übermittlung und Vermittlung von Wissen".

Im weiteren Sinne sind damit alle Prozesse der Übertragung von Nachrichten oder Informationen gemeint, die durch Zeichen aller Art unter Lebewesen, womit sowohl Menschen als auch Tiere und Pflanzen gemeint sind, und/oder technische Einrichtungen, wie Maschinen, vermittelt werden. Die Vermittlung funktioniert über biologische, psychische, soziale und andere Informationsvermittlungssysteme.

Der Grundvorgang der zwischenmenschlichen Kommunikation ist im Prinzip schnell und einfach beschrieben. Da ist ein Sender, der etwas mitteilen möchte. Er verschlüsselt sein Anliegen in erkennbare Zeichen (= Codierung) - wir nennen das, was er von sich gibt, seine Nachricht.

Dem Empfänger obliegt es, dieses wahrnehmbare Gebilde zu entschlüsseln. In der Regel stimmen gesendete und empfangene Nachricht leidlich überein, so dass eine Verständigung stattgefunden hat.

Dennoch treten häufig Störungen bzw. Probleme auf.

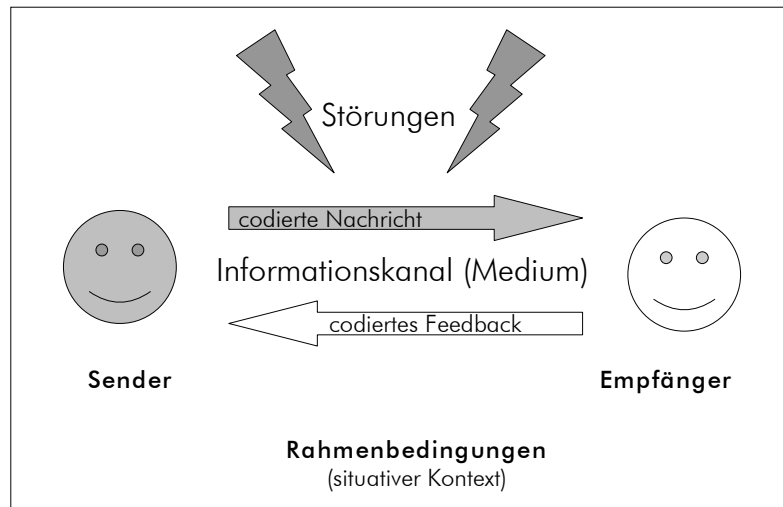
1.2 1949: Sender-Empfänger Modell

Das ist das wohl bekannteste und auch im Bereich der Psychologie oft zitierte Modell der Kommunikation und stammt von Shannon & Weaver.

Es entstand 1949 anfänglich als ein rein technisch orientiertes Modell. Das ursprüngliche Ziel bestand darin, ein Modell für die optimale Kommunikation an die amerikanische Armee zu liefern.

Nach Shannon und Weaver muss eine Kommunikation sechs Elemente enthalten:

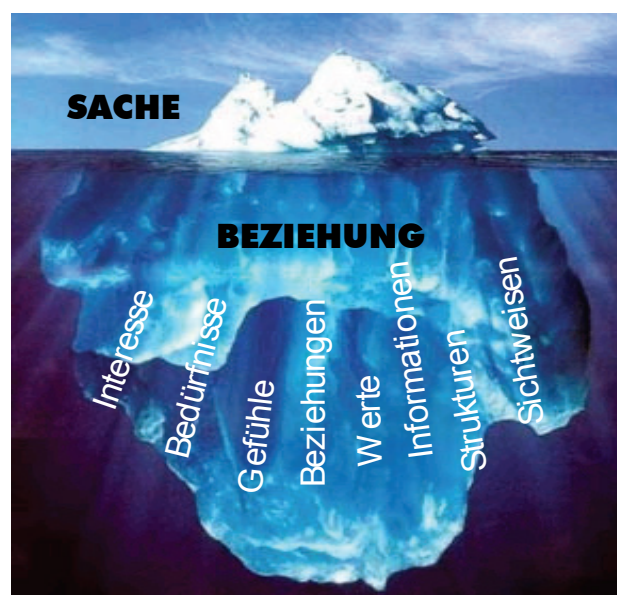
- die **Informationsquelle**,
- die **Verschlüsselung**,
- die **Nachricht**,
- den **Kanal**,
- die **Entschlüsselung**
- und den **Empfänger**.



Wie du siehst bzw. liest befinden wir uns auf einer Zeitreise, ähnlich wie Marty McFly in „Zurück in die Zukunft“, nur schauen wir uns die Kommunikationstheorien genauer an.

1.3 1969: Sach- und Beziehungsebene

Unsere nächste Station, erst zwanzig Jahre (1969) später stellte Paul Watzlawick fest, dass Kommunikation immer einen rationalen und eine emotionalen Inhalt hat.



Der emotionale Anteil besitzt ein sehr großes Gewicht, ist aber nicht sichtbar! Er wirkt wie ein Eisberg, der nur den Inhalt, die Spitze des Eisberges zeigt.

Emotionale Ungereimtheiten werden durch rationale Argumente verdeckt! Ist die Beziehungsebene gestört, wirkt sich das auf die Inhaltsebene aus.

☞ **Hier gleich ein paar Tipps für deine Kommunikationspraxis:**

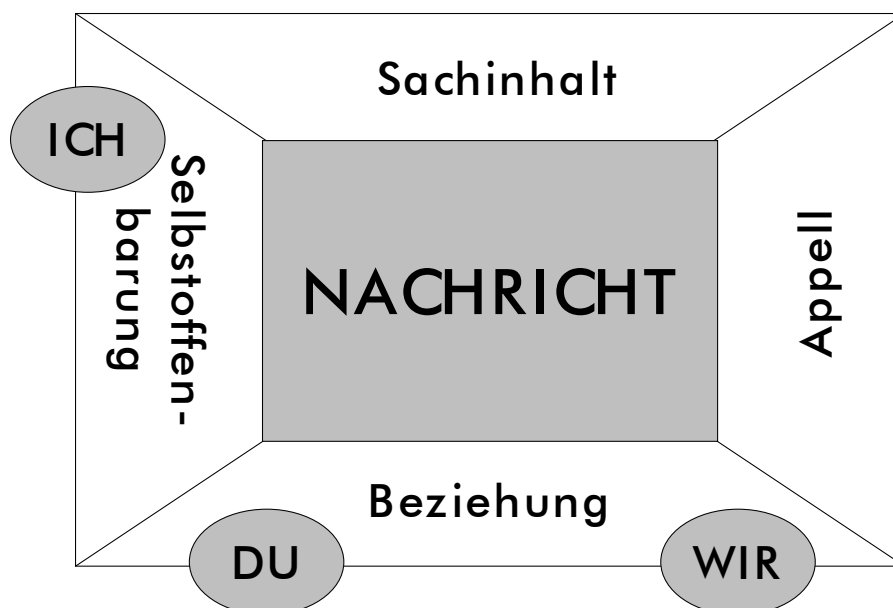
- Versuche auf der Sachebene zu bleiben, auch wenn die Diskussion noch so hitzig wird!
- Trenne in Konflikten, Streitereien stets die Person von der Sache, um die es geht! Bei der Person rutschen wir gerne in die Beziehungsebene ab.



In unserer Zeitreise vergeht nun etwas mehr Zeit, genauer gesagt landen wir im Jahr 1977, in dem Jahr wo Friedemann Schulz von Thun, der Sach- und Beziehungsseite der Kommunikation, eine dritte und vierte Seite dazugestellt hat.

1.4 1977: 4 Seiten einer Nachricht

Folgende Grafik soll dir helfen:



Schauen wir uns eine Nachricht genau an. Jede Nachricht enthält ein ganzes Paket mit vielen verschiedenen Botschaften und das macht den Vorgang der zwischenmenschlichen Kommunikation so kompliziert und störanfällig, aber auch so aufregend und spannend.

Um die Vielfalt der Botschaften, die in einer Nachricht stecken, ordnen zu können, kann man vier seelisch bedeutsame Seiten an ihr unterscheiden.

Diese vier Seiten kann man am besten an einem einfachen Alltagsbeispiel untersuchen: Der Mann (= Sender) sagt zu seiner am Steuer sitzenden Frau (= Empfänger):



Was steckt alles drin in dieser Nachricht, was hat der Sender (bewusst oder unbewusst) hineingesteckt, und was kann die Empfängerin ihr entnehmen?

1. Sachinhalt: worüber ich informiere

Zunächst enthält die Nachricht eine Sachinformation. Wir erfahren etwas über den Zustand der Ampel - sie steht auf grün. Man könnte nun annehmen, dass das ja das wesentliche an der zwischenmenschlichen Kommunikation sei - eben eine Sachinformation zu vermitteln. Dann wäre die Sache wohl eher unproblematisch. Aber ...

2. Selbstoffenbarung: was ich von mir selbst kundgebe

In jeder Nachricht stecken auch Botschaften über den Sender. Wir erfahren, dass er offenbar deutschsprachig und vermutlich farbtüchtig, überhaupt, dass er wach und innerlich dabei ist. Ferner, dass er es vielleicht eilig hat usw. (Ich-Botschaft). Allgemein gesagt: In jeder Nachricht steckt ein Stück Selbstoffenbarung des Senders, wobei damit sowohl die gewollte Selbstdarstellung als auch die unfreiwillige Selbstenthüllung einzuschließen ist.

3. Beziehung: was ich von dir halte und wie wir zueinander stehen

Aus der Nachricht geht ferner hervor, wie der Sender zum Empfänger steht, was er von ihm hält. Oft zeigt sich dies in der gewählten Formulierung, im Tonfall und anderen nicht sprachlichen Begleitsignalen. Für diese Seite der Nachricht hat der Empfänger ein besonders empfindliches Ohr, denn hier fühlt er sich als Person in bestimmter Weise behandelt (oder misshandelt).

In unserem Beispiel gibt der Mann durch seinen Hinweis vielleicht zu erkennen, dass er seiner Frau nicht recht zutraut, ohne seine Hilfe den Wagen optimal zu fahren. Möglicherweise wehrt sich die Frau gegen diese „Bevormundung“ und antwortet barsch: „Fährst du oder fahre ich?“ - wohlgemerkt: ihre Ablehnung richtet sich in diesem Fall nicht gegen den Sachinhalt (dem wird sie zustimmen!), sondern ihre Ablehnung richtet sich gegen die empfangene Beziehungsbotschaft. Allgemein gesprochen: Eine Nachricht senden heißt auch immer, zu dem Angesprochenen eine bestimmte Art von Beziehung auszudrücken.

Streng genommen ist dieser Aspekt natürlich ein spezieller Teil der Selbstoffenbarung. Jedoch wollen wir den Beziehungsaspekt als davon unterschiedlich behandeln, weil die psychologische Situation des Empfängers verschieden ist: Beim Empfang der Selbstoffenbarung ist er ein nicht selbst betroffener Diagnostiker (was sagt mir deine Äußerung über dich aus - d.h., er kann das einfach zur Kenntnis nehmen und seine Schlüsse daraus ziehen), beim Empfang der Beziehungsseite ist er aber selbst „betroffen“, und zwar oft im doppelten Sinn dieses Wortes.

Genau genommen sind auf der Beziehungsseite der Nachricht nämlich zwei Arten von Botschaften versammelt: zum einen solche, aus denen hervorgeht, was der Sender vom Empfänger hält (Du-Botschaft, z.B.: „du hast ...“), zum anderen auch eine Botschaft darüber, wie der Sender die Beziehung zwischen sich und dem Empfänger sieht (Wir-Botschaft).

Die Du-Botschaft in dem Beispiel könnte etwa bedeuten: du bist beim Autofahren hilfsbedürftig. Die Wir-Botschaft könnte sein: Wir haben eine solche Beziehung zueinander, dass ich dir immer sagen muss, was du beim Autofahren tun musst und ich nehme an, dass du das auch akzeptierst.

Freilich kann es sein, dass der Empfänger mit dieser Beziehungsdefinition nicht einverstanden ist, die Frage für deplatziert und zudringlich hält. Und so können wir nicht selten erleben, dass zwei Gesprächspartner ein Kräfte zehrendes Tauziehen um die Definition ihrer Beziehung veranstalten.

4. Appell: wozu ich dich veranlassen möchte

Kaum etwas wird nur so gesagt - fast alle Nachrichten haben die Funktion, den Empfänger zu etwas zu veranlassen. In diesem Beispiel vielleicht, mehr aufs Gas zu steigen. Dieser Versuch, Einfluss zu nehmen, kann mehr oder minder offen oder versteckt sein - im letzteren Falle sprechen wir von Manipulation.

Der manipulierende Sender scheut sich nicht, auch die anderen drei Seiten der Nachricht in den Dienst der Appellwirkung zu stellen. Die Berichterstattung auf der Sachseite ist dann einseitig und tendenziös, die Selbstdarstellung ist darauf

ausgerichtet. beim Empfänger bestimmte Wirkung zu erzielen (z. B. Gefühle der Bewunderung oder Hilfsbereitschaft), und auch die Botschaften auf der Beziehungsseite mögen von dem heimlichen Ziel bestimmt sein, den anderen bei Laune zu halten (etwa durch unterwürfiges Verhalten oder durch Komplimente).

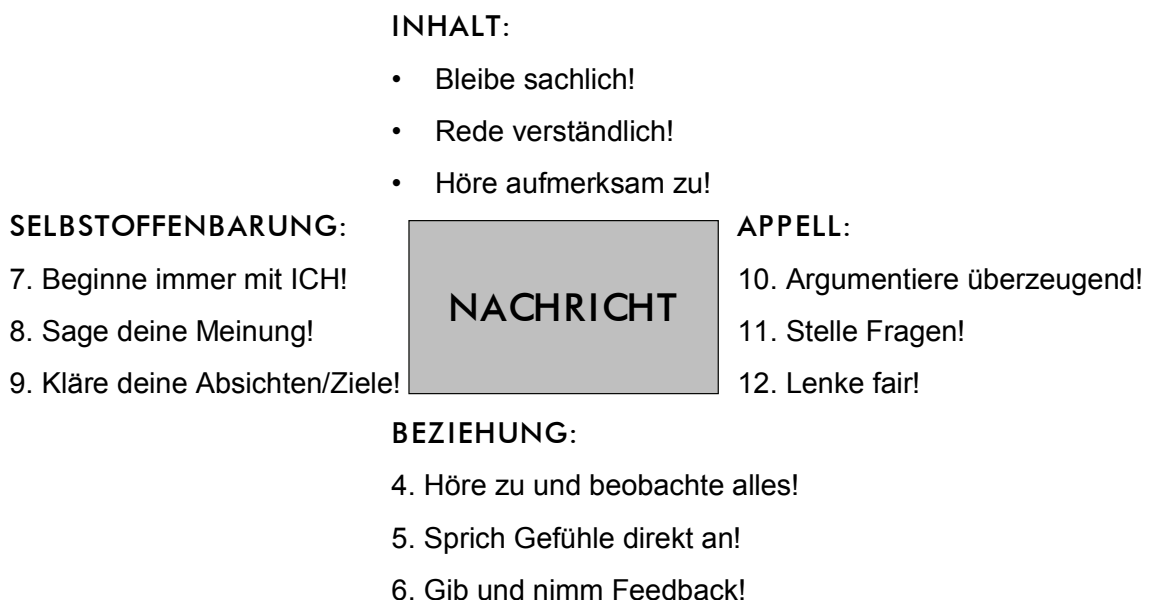
Wenn Sach-, Selbstoffenbarungs- und Beziehungsseite auf die Wirkungsverbesserung der Appellseite ausgerichtet werden, werden sie funktionalisiert, d. h. sie spiegeln nicht wider, was ist, sondern werden als Mittel zur Zielerreichung eingesetzt.

Der Appellaspekt ist vom Beziehungsaspekt zu unterscheiden, denn mit dem gleichen Appell können sich ganz unterschiedliche Beziehungsbotschaften verbinden. In unserem Beispiel mag die Frau den Appell an sich vernünftig finden, aber empfindlich auf die Bevormundung reagieren. Oder umgekehrt könnte sie den Appell für unvernünftig halten (ich sollte nicht mehr als 60 fahren), aber es ganz in Ordnung finden, dass der Mann ihr in dieser Weise Vorschläge zur Fahrweise macht.

Du siehst, nun wird das einfache Wort Kommunikation, schon sehr komplex und schwierig.

Damit du auch konkrete Hilfestellung in deiner Kommunikation bekommst, schaue dir folgendes Schema genau an.

☞ **Du findest Tipps, wie du mit den jeweiligen Seiten umgehen kannst:**



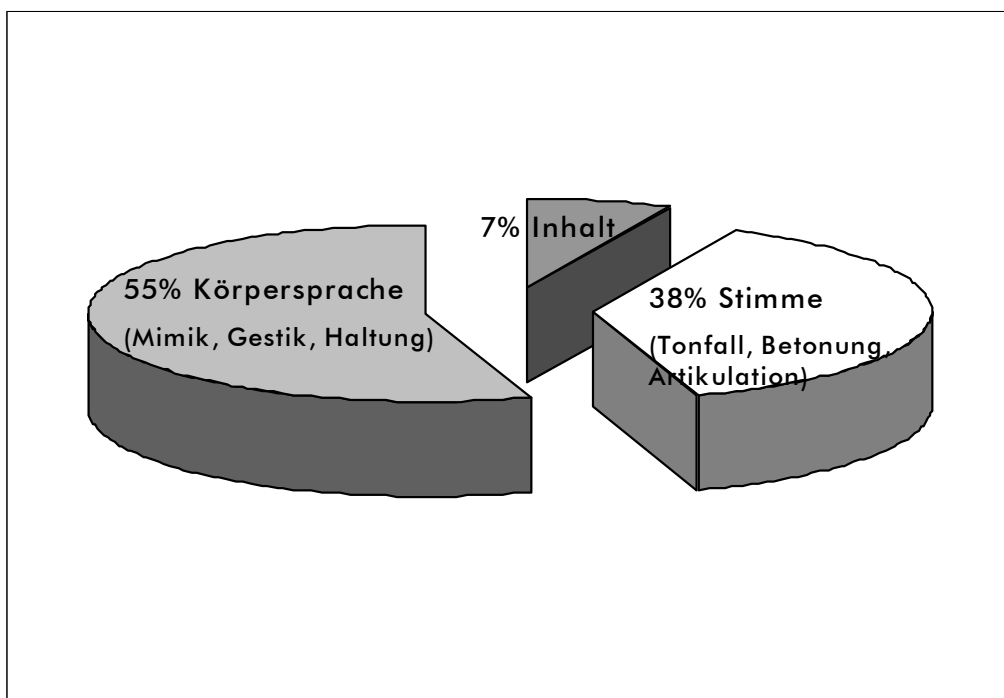


Nach diesem etwas längeren Aufenthalt im Jahre 1977, lass uns schnell die nächste Station ansteuern. Wir steuern das Jahr 1982 an.

1.5 1982: Wirkung von Kommunikation

Unter dem Titel „Silent Messages“ veröffentlichte der amerikanische Psychologe Albert Mehrabian Forschungsergebnisse zur Wirkung unserer Kommunikation. Seine Zahlen dazu sind ziemlich verblüffend:

Du hast recht, es kommt nicht so sehr darauf an, WAS du sagst (= Inhalt), sondern vor allem WIE (= Stimme; du kennst sicher das Sprichwort: „Der Ton macht die Musik!“ und Körpersprache) du es sagst.



☞ **An dieser Stelle möchte ich dir gleich Tipps mitgeben:**

Tipps zur Mimik

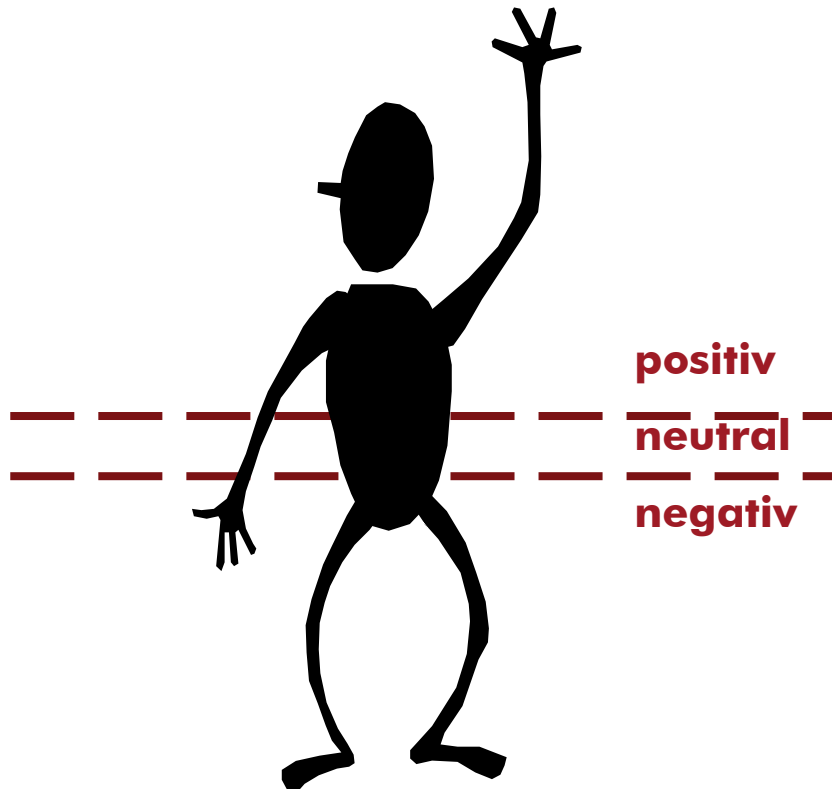
- ☺ Halte einen offenen und freundlichen Blickkontakt, sieh' vor allem in die Augen deines Gegenübers bzw. in die Augen deines Publikums, das wirkt überzeugend, selbstsicher und interessiert.

- ☹ Blicke aus dem Fenster oder am Gesprächspartner / Publikum vorbei sind Anzeichen von Fluchtgedanken und werden als Unsicherheit interpretiert.

Tipps zur Gestik

Arm-, Hand- und Fingergesten werden in der Kommunikation in hohem Maße eingesetzt. Besonders Handgesten liefern oft wertvolle Hinweise auf den inneren Gemütszustand.

Berücksichtige bei der Gestik folgende Zonen am Körper und deren Wirkung:



- ☺ Verwende daher eine natürliche, zu deiner Persönlichkeit passende Gestik, die vor dem Körper gezeigt wird.
- ☹ Folgende Handbewegungen zeigen von Nervosität und Unsicherheit, deshalb solltest du sie vermeiden: Zupfen am Ohrläppchen, Spielen mit den Händen, Kratzen und Zupfen an der Kleidung, angespannte und verkrampfte Haltung der Hände.

Tipps zur Körperhaltung

Körperhaltung und Sitzweise verraten, ob du entspannt oder innerlich stark erregt bist. Außerdem kann daraus deine Einstellung gegenüber einer anderen Person abgelesen werden.

- ☺ Achte deshalb auf eine offene, freundliche und selbstsichere Haltung. Stell dich auf beide Beine und öffne die Füße ca. schulterbreit (= Selbstbewusstsein), lege die Hände in deine Körpermitte (siehe oben). Diese Haltung wird auch als rhetorische Grundhaltung bezeichnet.

Tipps zur Stimme

*„Es kommt nicht so sehr darauf an,
was du sagst, sondern wie du es sagst.“*

Das “WIE” hängt ab von:

- ☞ der Lautstärke
- ☞ der Stimmmelodie
- ☞ dem Tempo
- ☞ der Tonhöhe
- ☞ deiner Pausentechnik.

Kurz gesagt, solltest du folgendes beachten:

- ☺ Sprich laut, deutlich, langsam und vor allem ruhig, ohne monoton zu werden.
- ☺ Setze Pausen, um dir selbst Zeit zum Überlegen zu verschaffen und dem Zuhörer das Verstehen zu erleichtern.
- ☺ Deine Stimme sollte klar, deutlich und bestimmt sein.



Nach dieser sehr aufschlussreichen Station auf unserer Zeitreise, werden wir noch eine letzte Station, ansteuern. Auf geht's ins Jahr 1988 zu Oswald Neuberger.

1.6 1988: TALK Modell

Das TALK Modell behauptet – in Anlehnung an das 4 Seiten einer Nachricht Modell von Schulz v. Thun - dass jede Kommunikation analytisch in vier miteinander vernetzte Elemente zerlegt werden kann, somit auch differenziert in seinen Einzelausprägungen erkannt und damit gesteuert werden kann, ohne dass dabei die Ganzheitlichkeit von Kommunikation verloren geht.

Im Mittelpunkt Neuberger's Ausführungen steht der Begriff der Metakommunikation, der den Kommunikationspartnern helfen soll, sich über die einzelnen Aspekte der Kommunikation auszutauschen.

Exkurs Metakommunikation:

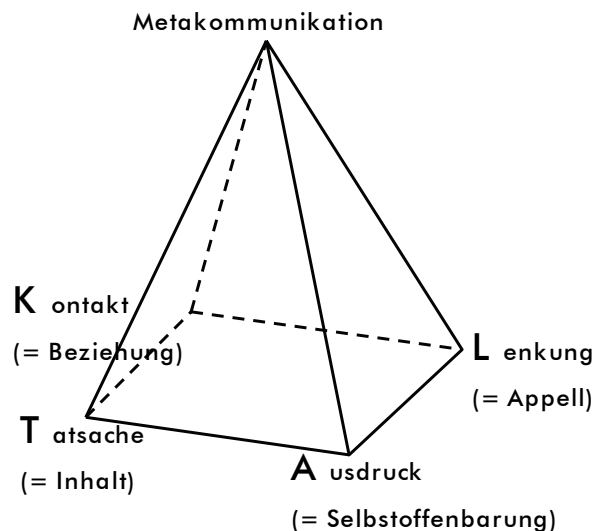
Frei übersetzt heißt Meta-Kommunikation „reden über die Kommunikation“.

Bei der Metakommunikation geht es um eine Auseinandersetzung über die Art, wie z.B. zwei Menschen im Gespräch miteinander umgehen, d.h. über die Art, wie die

gesendeten Nachrichten gemeint und die empfangenen Nachrichten entschlüsselt werden, und wie die beiden Menschen darauf reagiert haben.

In etwas abgewandelter Form kennst du sicher Gespräche mit deinen Freunden über diverse Gespräche mit anderen Personen.

Auch hier wieder eine grafische Darstellung des Modells:



Tatsachen

Unter Tatsachen versteht Neuberger das Reden über „objektive und reale“ Inhalte. Im Mittelpunkt steht dabei Informationsvermittlung von Sachverhalten, Ziel- und Zweckzusammenhängen, Planungsvorhaben, etc.

Ausdruck

Ausdruck meint die Selbstdarstellung des Kommunikators bzw. die Art und Weise, wie ihn der Kommunikationspartner wahrnehmen soll. Diese Art der Kommunikation ist beeinflusst durch unser Selbstbild (unbewusste Motive) aber auch durch die Einschätzung des Kommunikationspartners hinsichtlich seiner möglichen Reaktion auf uns („Ich denke, dass du denkst...“)

Der Ausdruck wird vor allem über die Stimme (38% bei Mehrabian durch Lautstärke, Modulation, Betonungen, Tempo, etc.), zum größten Teil aber durch die Körpersprache, die nonverbale Kommunikation gesteuert.

Lenkung

Unter Lenkung versteht Neuberger die im Gespräch bekundete Absicht, den Kommunikationspartner zu bestimmten Verhaltensweisen oder Meinungen zu bringen. Mittel dabei sind zum Teil Tatsachen (Motivation, Selektion der mitgeteilten Sachinformation) oder im Ausdrucksbereich (Körpersprache, z.B. Drohgebärden, Freundlichkeit) angesiedelt.

Kontakt

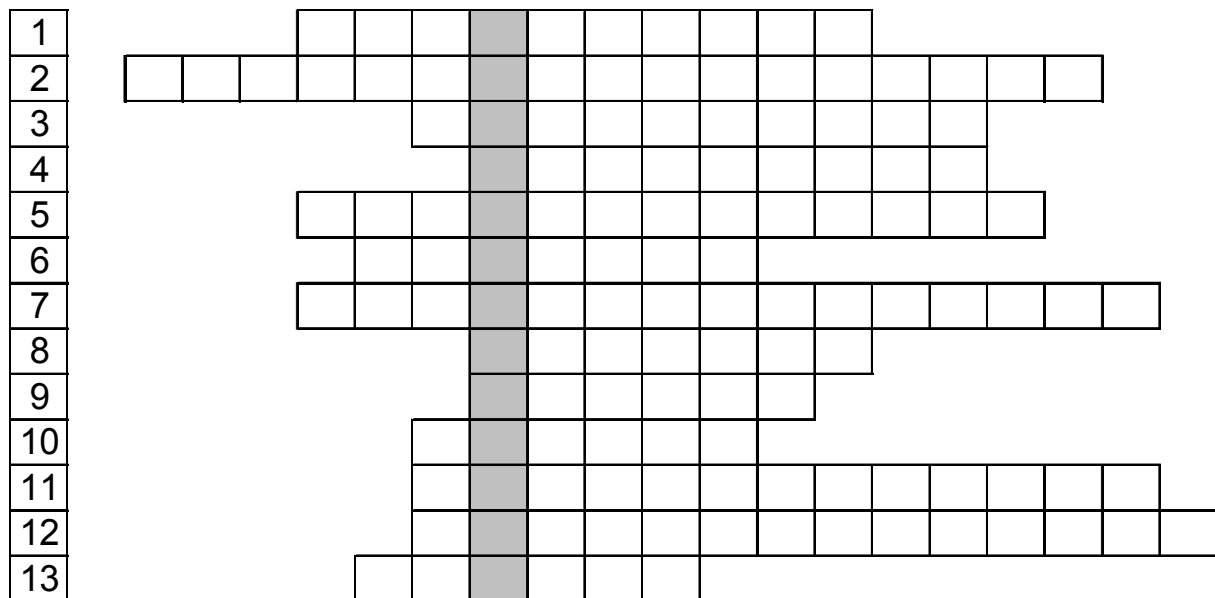
Darunter wird die Gesprächsatmosphäre als zentraler Aspekt der Beziehungskomponente von Kommunikation verstanden. Dieser Aspekt der Kommunikation hat die wechselseitige Wahrnehmung und Einschätzung (Rollenzuteilung) der Kommunikationspartner zum Gegenstand.



Damit endet unsere gemeinsame Reise durch die Zeit und wir kommen zurück in die Gegenwart.

1.7 Wissensrätsel

1. Welches Kommunikationsmodell entstand 1988?
2. Nenne eine Seite der 4-Seiten einer Nachricht?
3. und 13. Die Enden des Shannon – Weaver – Modells?
4. Wer entwickelte 1982 die nächste Kommunikationstheorie?
5. Wer studierte bereits 1977 Kommunikation von 4 Seiten?
6. Nenne einen Eckpunkt des TALK-Modells?
7. Welche Ebenen benennt Watzlawick?
8. einen weiteren Eckpunkt des TALK-Modells?
9. noch einen Eckpunkt des TALK-Modells?
10. Was wirkt zu 38% in der Kommunikation?
11. Wie nennt man das Modell von Watzlawick?
12. Was wirkt zu 55% in der Kommunikation?



Bevor wir uns mit den Grundsätzen der Präsentation beschäftigen, darf ich zu einem Abstecher zum Thema Persönlichkeitsentwicklung einladen.

2 Persönlichkeitsanalyse - Wer bin ich eigentlich?

Tatsächlich ist es eines der größten Probleme, dass wir nicht mehr wissen wer wir eigentlich sind. Sei mal ehrlich, kannst du spontan mindestens fünf deiner absoluten Stärken, hier sind Charaktereigenschaften gemeint, aufzählen?

Um dir bei deiner Selbstfindung zu unterstützen findest du im Folgenden eine Übung, die einfach und schnell durchzuführen ist. Viel Spaß dabei!

2.1 Übung: Selbst-/Fremdwahrnehmung

Anleitung:

1. **Schritt:** Führe eine Selbsteinschätzung durch! In dieser Übung ist Spontaneität gefragt, also kreuze die Adjektive an, die auf dich zutreffen.
2. **Schritt:** Lass' dich von deiner Freundin, deinem Freund einschätzen und verwende beim Ankreuzen eine jeweils verschiedene Farbe.
3. **Schritt:** Vergleiche deine Selbsteinschätzung mit der Fremdeinstufung deines Freundes und diskutiere sie danach ausführlich.

Bitte vergewissere dich, dass du kein Eigenschaftspaar ausgelassen hast und verbinde die angekreuzten Kreise, du erhältst so dein Persönlichkeitsprofil, das du mit der Fremdeinschätzung deines Freundes vergleichen kannst. Na, wie weit weicht die Einstufung durch deinen Freund von deiner Selbsteinschätzung ab? Wer hat Recht?

ziellos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	zielstrebig
unselbständig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	selbständig
schlampig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	ordnungsliebend
lahm	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	energisch
unzuverlässig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	zuverlässig
faul	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	fleißig
inkonsequent	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	konsequent
kraftlos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	beharrlich
uninteressiert	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	erfinderisch
besonnen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	draufgängerisch
unpünktlich	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	pünktlich
intolerant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	verständnisvoll
unentschlossen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	entschlossen
unsicher	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	sicher
entscheidungsängstlich	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	entscheidungsfreudig
ideenlos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	kreativ
begeisterungslos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	begeisterungsfähig
einseitig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	flexibel
ungeduldig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	geduldig
analytisch	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	emotional
schüchtern	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	kontaktfreudig
schnell aufgebend	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	ausdauernd
unausgeglichen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	ausgeglichen
wenig belastbar	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	belastbar
intolerant	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	aufgeschlossen
ruhig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	lebhaft
gutgläubig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	misstrauisch
ernst	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	lustig
kritisch	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	nachsichtig
angespannt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	gelassen
sorglos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	gewissenhaft
selbstbehauptend	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	unterordnend
abhängig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	unabhängig
selbstbeherrscht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	wechselhaft
selbstsicher	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	scheu
unbeherrscht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	diszipliniert
anpassungsbereit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	eigenwillig

3 Präsentation – Wie mache ich das?

3.1 Vorbereitung auf eine Präsentation

Stell dir bitte folgende Fragen:

- Welches Ziel verfolgst du mit deinem Vortrag/Präsentation? Was willst du persönlich erreichen? Was soll dein Publikum mitnehmen?
- Welche Zielgruppe sprichst du an?
- Welche „Sprache“ verwendest du?
- Hast du für eine bildhafte und lebhafte Darstellung einiger Punkte gesorgt?
- Besitzt du genügend Hintergrund - Information über dein Präsentationsthema?
- Funktionieren die technischen Hilfsmittel und kannst du sie bedienen?
- Welche Sitzordnung wählst du für dein Publikum?
- Bist du auf etwaige Fragen vorbereitet?

Beachte für deine Vorbereitungszeit folgende Richtlinien:

- Pro Minute Präsentation liegt die Vorbereitungszeit zwischen 5 und 30 Minuten.
- Beachte: Je kürzer deine Präsentation, desto kritischer ist die Vorbereitung.

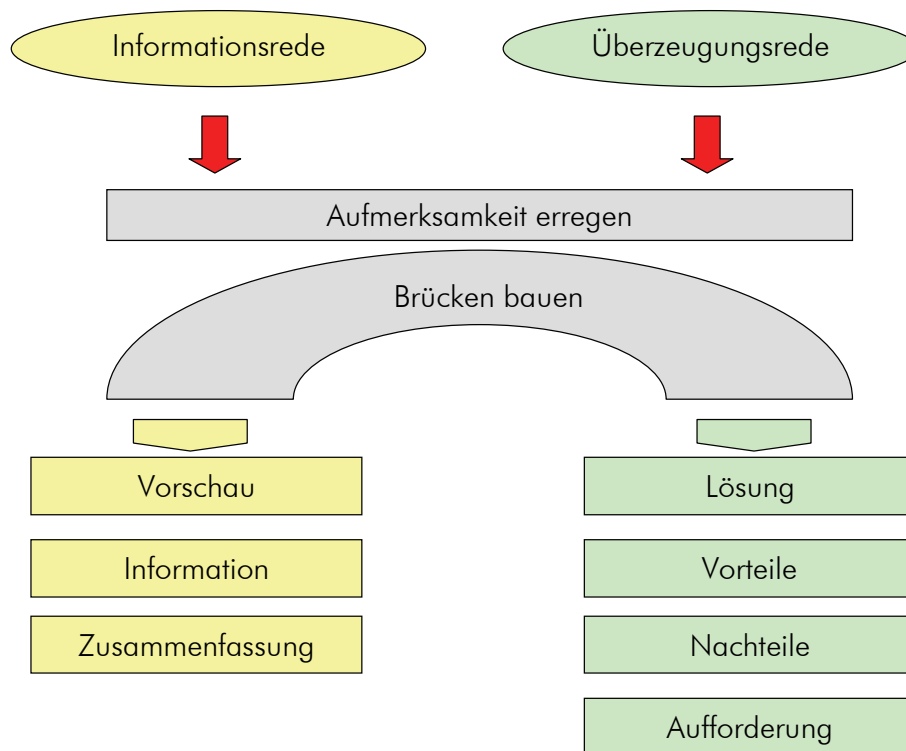
Voltaire sagte dazu:

*„Verzeiht, dass ich Euch einen langen Brief schreibe,
aber für einen kurzen habe ich keine Zeit.“*

3.2 Aufbau einer Präsentation

Beim Aufbau einer Präsentation solltest du grundsätzlich unterscheiden, ob du das Publikum über einen Sachverhalt informieren möchtest, oder ob du das Publikum von einer Handlungsweise überzeugen willst.

Dementsprechend gibt es zwei verschiedene Varianten für den Aufbau einer Präsentation:



3.2.1. Informationspräsentation

a) Wie kannst du Aufmerksamkeit erregen?

- Präsentation von Aufsehen erregenden Fakten, Schlagzeilen
- Einbringen einer persönlichen Erfahrung, Geschichte
- Stellen einer provokativen Frage
- Gemeinsamkeiten zwischen dir und Publikum finden („verbünden“)

b) Wie kannst du Brücken bauen?

- Erzeuge bei den Zuhörern das Gefühl, dass die kommende Information für sie „lebenswichtig“ ist. Der Zuhörer braucht die Information, um z.B. seinen Job korrekt ausführen zu können.
- Bringe ein Beispiel für ein Problem oder eine riskante Situation, die mit deiner vorgetragenen Information bewältigt werden kann.

c) Wie gibst du eine Vorschau?

Sage zu Beginn der Präsentation, worüber du sprechen wirst, damit sich die Zuhörer darauf einstellen können. Nenne die Hauptpunkte deiner Präsentation. Dadurch wissen die Teilnehmer vorher und auch während der Präsentation, welche Themen noch behandelt werden und an welchem Punkt des Vortrages du dich gerade befindest. Halte jedoch dann im Vortrag auch die vorgegebene Gliederung ein!

d) Wie gestalte ich den Informationsteil?

Dieser Teil ist sozusagen das Herzstück deiner Präsentation. Jetzt präsentierst du deine Fakten, Überlegungen, Standpunkte und Schlussfolgerungen. Versuche haben gezeigt, dass Zuhörer leichter Fakten behalten, wenn man eine Dreiteilung vornimmt. Wenn es sich also machen lässt, versuche, solch eine Organisation des Inhaltes vorzunehmen.

Beispiel: Erläutere ein Thema aus drei verschiedenen Sichtweisen, z.B. Sozialleistungen eines Unternehmens aus individueller Sicht, aus Sicht von einzelnen Abteilungen und aus Sicht des Gesamtunternehmens.

e) Was geschieht bei der Zusammenfassung?

Fasse zum Schluss nochmals die wichtigsten Inhalte bzw. Schlussfolgerungen zusammen - das hilft dem Publikum, sich länger an das Gesagte zu erinnern.

3.2.1 Überzeugungspräsentation

Eine Überzeugungspräsentation sollte hingegen ein wenig anders gegliedert sein. Hier gilt es ja, das Publikum von Inhalten zu überzeugen, gegen die es gewisse Vorbehalte hat. Ein Teil der Überzeugungsarbeit liegt darin, dass der Vortragende mögliche Gegenargumente vorwegnimmt und schon im Vorhinein entkräftet.

a) Wie kann ich hier Aufmerksamkeit erregen?

- Präsentation von Aufsehen erregenden Fakten, Schlagzeilen
- Einbringen einer persönlichen Erfahrung, Geschichte
- Stellen einer provokativen Frage
- Gemeinsamkeiten zwischen dir und Publikum finden („verbünden“)

b) Wie kann ich die „Brücken bauen“ bzw. das Problem definieren?

Dieser Punkt weicht inhaltlich etwas von der Informations-Präsentation ab. In der Überzeugungs-Präsentation gilt es in diesem Teil, das Problem, die Sachlage oder den Konflikt anzusprechen, zu dem du dann im nächsten Teil der Präsentation eine Lösung liefern wirst.

Das Problem muss dem Zuhörer als relevant und bedeutend erscheinen, damit sich das weitere Zuhören „für ihn lohnt“.

Beispiele:

- Problem aufzeigen
- Alltags-Beispiel aus dem Problemkreis erläutern
- Zukunft schildern, wenn das Problem ungelöst bleibt
- Anekdote oder persönliche Erfahrung zum Thema schildern

c) Wie kann ich die Lösung präsentieren?

Nun zeigst du eine Lösung für das zuvor genannte Problem auf, die implementiert werden sollte. Das Publikum soll die Lösung vollkommen verstehen, inklusive Umsetzung, Zeitvorgabe und damit verbundene Kosten. Untermauere deine Lösung – wenn möglich – mit Zahlen, Fakten und Vergleichsstudien. Auch hier gilt wieder, dass der Inhalt, wenn es sinnvoll ist, in drei Schritte gegliedert werden soll, um die Merkfähigkeit beim Publikum zu verbessern.

Beispiele:

- Problem – Grund – Lösung: Dabei nennst du nochmals kurz das Problem, zeigt dann den Grund dafür auf und präsentiert dann die Lösung. An diese Denkweise der logischen Analyse ist unser Gehirn gewöhnt und so fällt es den Zuhörern leichter, deinen Gedanken zu folgen.
- Vergleiche – Abgrenzung – Schlussfolgerung: Bei dieser Abfolge zeigst du zuerst Parallelen zu ähnlichen Lösungsansätzen in anderen Projekten auf. Dann grenzt du die spezifischen Details ab und leitest schließlich daraus Erkenntnisse für deine spezielle Lösung ab.

d) Wie du Vorteile aufzeigen kannst?

Dieser Schritt streicht nochmals die Vorteile der dargestellten Lösung heraus, wobei Effekte auf den Einzelnen, die Gruppe und das Unternehmen unterschieden werden können. Es kann auch der wünschenswerte zukünftige Zustand, wenn die Lösung einmal implementiert ist, beschrieben werden.

e) Wie ich Bedenken zerstreuen und Nachteile entkräften kann?

Dieser sehr wichtige Punkt der Präsentation ist deine Chance, Bedenken des Publikums schon im Vorhinein zu zerstreuen. Überlege, welche Bedenken und Argumente deine Zuhörer bringen werden, und versuche, dafür Antworten vorzubereiten. Nenne dann selbst einige fragliche Faktoren und entkräufte diese

- durch Vergleiche mit vorhergegangenen Projekten oder
- mit Studien, Zahlen, Fakten oder

- zeige, dass die Nachteile bei Nichtbearbeitung des Problems bei weitem die Unannehmlichkeiten der Veränderung übertreffen.

Bei Fragen und Kritik aus dem Publikum solltest du auf jeden Fall aufmerksam zuhören und dem Fragenden das Gefühl vermitteln, dass du den Einwand ernst nimmst. Sodann argumentiere sachlich mit ihm und nimm seinen Einwand nicht persönlich.

f) Wie gestalte ich die Zusammenfassung und die Handlungsaufforderung?

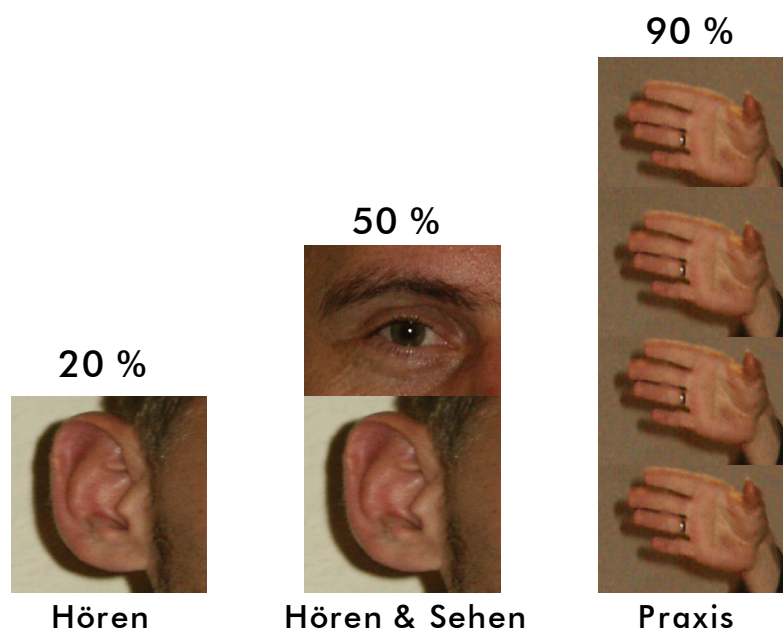
Fasse zum Schluss nochmals deine Präsentation zusammen, wobei das Hauptgewicht auf der von dir vorgeschlagenen Lösung liegt. Mache zum Schluss klar, was du nun vom Publikum erwartest, bzw. wie du dir die weitere Vorgangsweise vorstellst (nächster Gesprächstermin, Bindungsfrist für dein Angebot, etc.).

3.3 technische Hilfsmittel - Präsentationsmedien

Um deine Fakten, Informationen nicht nur verbal deinem Publikum zu präsentieren, verwende ein technisches Hilfsmittel. In der Fachsprache spricht man von „Visualisierung“.

Visualisieren bedeutet, „etwas optisch so betonen und herausstellen, dass es Aufmerksamkeit erregt“ oder auch „Ideen in ein Bild umsetzen“.

Warum brauchen wir Menschen diese Visualisierung? Wissenschaftliche Untersuchungen haben ergeben, dass der Mensch ein „Augentier“ ist. Die Sinnesaufnahme von Informationen zum Gehirn geschieht zu 83% durch das Auge und zu 11% durch das Gehör. Schmecken, Riechen und Fühlen spielen mit durchschnittlich je 2% eine geringere Rolle.



Das Merken und Lernen dieser Informationen verhält sich dabei folgendermaßen: präsentierst du nur Text, dann können sich deine Zuhörer allenfalls 20% des Gesagten merken. Die Kombination zwischen Sehen und Hören steigert das schon auf 50%. Erst wenn die Zuhörer zu Teilnehmern werden, d.h. das Gesagte auch noch praktisch umsetzen können (z.B.: durch Übungen), können 90% behalten werden!

Du kannst zwischen folgenden Medien wählen:

- Tafel
- Flip-Chart
- Pinnwand
- OH-Folien
- Power Point Präsentation.

Für welches du dich entscheidest, obliegt deiner Präferenz (mit welchem Medium arbeitest du lieber?), dem Thema und schlussendlich auch der Raumausstattung.

Im folgendem findest du einen kurzen Überblick über die wichtigsten Grundsätze des jeweiligen Mediums.

3.3.1 Tafel

In deiner Schulzeit war bzw. ist die „grüne“ Tafel Standard. Heute werden dort auch zusätzlich die weißen Tafeln eingesetzt, die so genannten „White-Boards“.

Die grüne Tafel wird mit weißer Kreide beschrieben. Ein großer Nachteil ist aber, dass diese vorher ordentlich geputzt sein muss.

Die weiße Tafel wird mit speziellen Stiften (Board-Marker) beschrieben, da sich diese trocken abwischen lassen.

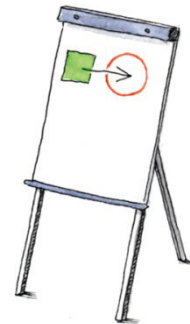
Beide Tafeln können bei der Entwicklung von Ideen, Notieren von Gedanken und Skizzieren von kleineren Grafiken, Bildern oder Abläufen verwendet werden. Achte jedoch auf deine Schriftgröße und generelle gute Lesbarkeit.

Da die Tafeln immer wieder abgewischt werden müssen, sind sie nur für Momentaufnahmen geeignet. Setze dieses Medium also nur für „Kurzinfos“ ein. Für ähnliche, gleiche oder immer wiederkehrende Informationen benutze besser ein Flipchart.

3.3.2 Flipchart

Das Flipchart ist ein auf einem Gestell befestigter großer Papierblock, dessen Blätter nach oben umgeschlagen werden können.

„Flip“ bedeutet eigentlich Drehen, Überwerfen, und „Chart“ grafische Darstellung von Zahlenreihen.



Die Vorteile des Flipchart sind folgende: das Papier ist kostengünstig und du kannst jederzeit Änderungen oder Aktualisierungen anbringen. Es eignet sich vor allem für spontane Präsentationen bzw. Erklärungen und es bedarf keiner zusätzlichen Abdunkelung des Raumes.

Für die Gestaltung von Flips gelten folgende Gestaltungskriterien:

- Schrift: schreibe in dichter Druckschrift, wobei die Kleinbuchstaben 2/3 des Großbuchstaben sein sollen.
- Farben: verwende diese durchgehend, d.h. vom ersten bis zum letzten Flip (= gleiches Layout)
- Verwende die Farben laut folgender Aufzählung:
- Schwarz: für Grafiken, Symbole, Diagramme, Zeichnungen
- Blau: für den Text
- Rot oder grün: für Hervorhebungen, Überschriften
- TIPP: mach dir mit Bleistift ev. Notizen auf dem Flip, diese sind für das Publikum unsichtbar!
- Schreibe nicht zu viel Information auf ein Flip, beschränke dich auf mind. 5 bis max. 9 Zeilen.
- Verwende Symbole, denn „ein Bild sagt mehr als tausend Worte“.

Standardisierte Symbole:      + -- €

Nicht standardisierte Symbole:   ?   ★ 

3.3.3 Pinnwand

Zur Pinnwand gehören verschiedene Materialien wie große Papierbogen, verschiedenfarbige Karten, Kreise, dicke Stifte, Klebepunkte. Diese werden Moderationsmaterialien genannt. Du kannst diese in einen speziellen Moderationskoffer aufbewahren.

Das richtige Arbeiten mit diesen Materialien erfordert eine Schulung und natürlich Übung. Achte darauf, nicht zu viele Farben und Formen auf einer Pinnwand zu verwenden, das irritiert die Zuhörer.

Im Wesentlichen gelten für die Beschriftung die gleichen Regeln wie für das Flipchart.

3.3.4 Overhead-Folien

Das Allroundtalent schlechthin. Du benötigst dafür Folien, die du entweder vor Ort beschriften kannst oder zu Hause am PC mittels Power Point von Microsoft oder Freelance Graphics von Lotus vorbereiten kannst.



☛ **Bitte beachte: nicht die Masse, sondern die Klasse der Folien macht eine gute Präsentation aus!**

Die Vorteile der Folien: sie sind schnell, einfach und billig herzustellen. Das Gerät ist technisch ausgereift, einfach und sicher.

Die Nachteile sind: du bist abhängig von der Technik (Strom) und es verleitet zum Sprechen mit dem Projektor, der Projektion (Wand) und zum Verstellen der Sicht auf das projizierte Bild.

Auch hier einige Empfehlungen für die Gestaltung von Folien:

- Wähle unbedingt das Querformat und lasse auch einen angemessenen Rand frei.
- Auch hier nicht zu viel Information auf eine Folie (max. 7 +/- 2 Zeilen) schreiben.
- Die Schriftgröße muss gut lesbar sein (Power Point min. 24 od. 28 Punkt)
TIPP: Lege die Folie zum Lesetest vor dir auf den Boden. Wenn du den Text aus stehender Position lesen kannst, ist die Buchstabengröße für die meisten Vortragsräume groß genug gewählt.
- Verwende serifenlose Schriften (z.B.: Arial, Tahoma, Futura-Book,...) denn sie sind besser lesbar als Schriften mit Serifen (z.B.: Times New Roman, ...), diese werden im Zeitungs- und Buchdruck verwendet.

- Die Lesbarkeit von Kopien muss ebenso gewährleistet sein, da meist als Handout hergegeben.
- Ein Bild (Symbol, Grafik, Zeichnung,...) sagt mehr tausend Worte.
- Verwendung von Farben (max. 3-4 Farben pro Folie):

gelernte Farbencodes beachten („rote“ und „schwarze“ Zahlen)

starke Farben dosieren

Wirkung der Farben:

Rot: aggressiv, emotional, gefährlich, aktiv,....

Grün: korrekt, erfahren, beständig, Natur,

Blau: wichtig, edel, seriös, ausgewogen,

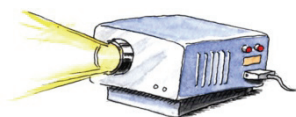
Gelb: warm, harmonisch, ausgleichend, ...

- Plane mind. 3 Minuten Sprechzeit pro Folie ein, damit wird auch dem Publikum genügend Zeit zum Lesen bzw. Abschreiben gegeben.
- Beim Folienaufbau beachte die natürliche Blickfolge: von links nach rechts und von oben nach unten.

Empfehlung für die Folien-Präsentation mit dem OH-Projektor:

- Schalte das Gerät erst ein, wenn du es brauchst und aus, wenn du es nicht mehr brauchst („Vampire Effekt“).
- Versuche nicht im Bild zu stehen, dass das Publikum ungehindert auf die Bildfläche blicken kann.
- Versteck dich nicht hinter dem Projektor.
- Versuche einen „weichen“ Folienübergang (ohne Blendung zwischendurch) zu gewährleisten, d.h. lege die nächste Folie auf die vorhergehende darauf und ziehe erst dann die untere Folie weg.
- Kontrolliere zwischendurch, ob der gesamte Text der Folie auch auf der Wand gut sichtbar und lesbar ist.
- Ein Abstelltisch neben dem Projektor kann helfen, die Reihenfolge der Folien nicht durcheinander zu bringen.

3.3.5 Laptop und Beamer



Die Vorteile sind: kostengünstig und rasch in der Herstellung, Änderungen und Aktualisierungen sind auch in letzter Minute möglich. Es wirkt modern und technisch perfekt.

Die Nachteile: du bist der Technik ausgeliefert. Für Notfälle nimm immer einen entsprechenden Foliensatz mit, dass du auch darauf zurückgreifen kannst. Die Präsentation erfordert halbverdunkelte Räume, d.h. bei längerer Dauer besteht die Gefahr der Übermüdung des Publikums.

Empfehlungen für die Gestaltung von Bullet Charts (= Folien):

- Beschränke dich auf eine maximal zwei Schriftarten je Präsentation.
- Auch hier serifenlose Schrift wählen (siehe auch unter OH-Folien).
- Schriftgröße: Überschriften 36-44pt, Textpunkte 24-28pt
- Wähle ein einheitliches Layout bei allen Bullet Charts.
- Farben: nicht zu viele Farben verwenden => „weniger ist oft mehr!"; beste Lesbarkeit erreichst du mit Schwarz auf hellem Hintergrund (z.B.: weiß, helle Gelbtöne, usw.) weitere gute Kontraste mit: Zartgelb oder –grün auf Schwarz; Weiß oder Gelb auf Dunkelblau, Blau auf Weiß.
- Vorsicht bei allen Rot-Grün-Kombinationen (6% der männlichen Bevölkerung ist rot-grün-farbenblind)
- Hintergrund: - dunkel, vollflächig: wirkt exklusiv, wertvoll;
- klar: wirkt sachlicher, faktischer;
- Symbole: sparsam einsetzen, auf Aussage achten!
- EIN Gedanke = EIN Animationsschritt!
- Natürliche Richtungen beachten und diese auch durchgehend verwenden.

Für die Power Point Präsentation gelten im Wesentlichen die gleichen Grundsätze wie für die OH-Folien.

3.4 Die eigentliche Präsentation

Du hast mit viel Mühe Vorbereitungen getroffen, dir Gedanken über Ziele und deine Gruppe gemacht. Du hast Folien oder eine Bildschirmshow am Computer erstellt, Flipcharts geschrieben.

Und bald geht´s los! In deinem Bauch kribbelt es und du hast vielleicht schon weiche Knie. Du kennst diese Gedanken? Dieses Gefühl? Dieses Lampenfieber? Oder lässt es dich völlig kalt?

Der Begriff „Lampenfieber“ kommt aus dem Theater. Bei Vorstellungen wird künstlich mit Lampen gelehntet und so wird es mitunter sehr warm. Die Künstler kommen dadurch ins Schwitzen, als ob sie Fieber hätten.



Lampenfieber hat verhaltensbiologische Ursachen. In der Vorzeit bedeuteten erhöhter Herzschlag, Verzicht auf Nahrungsaufnahme und höchste nervliche Anspannung eine Chance zum Überleben. Wurden wir zum Beispiel von einem wilden Tier angegriffen, dann halfen uns diese Reaktionen, schnell zu reagieren und bei Bedarf zu flüchten. Heute gibt es kaum noch Situationen, wo diese Flucht angebracht ist. Letztendlich sind es ja „nur“ psychische Faktoren, die unser Herz „rasen“ lassen.

Eine der größten Ängste der Menschheit besteht im Reden vor Publikum!

Wie gehe ich damit um?

Es gibt einige hilfreiche Tipps für den Umgang mit Lampenfieber. Hier einige davon:

- Atme ruhig durch die Nase tief ein (in den Bauch) und über die Nase aus.
- Stell dir vor dem geistigen Auge das Publikum in Unterhosen vor.
- Mach vorher nochmals Bewegung. So kannst du überschüssige Energien abbauen. Aber Vorsicht, nicht verausgaben, damit du nicht ins Schwitzen kommst.
- Wende Entspannungstechniken, wie zum Beispiel Autogenes Training, Qi Gong, progressive Muskelentspannung, uvm. an.
- Schenk dir vorher noch im Spiegel ein Lächeln, das wirkt positiv auf deine Stimmung.
- Such dir auch während der Präsentation einen Sympathieträger im Publikum, der dir ein Lächeln schenkt.

Wenn du noch Fragen zu den behandelten Themen hast oder weitere Informationen im speziellen, oder Persönlichkeitsbildung und Training brauchst, dann besuch' uns einfach auf unser Homepage www.corporateconsult.net oder melde dich online unter office@corporateconsult.net, wir sind gerne bereit, dir alle möglichen Infos zur Verfügung zu stellen.

Also dann, noch viel Spaß im Leben und toi, toi, toi für deine Präsentationen und deine Referate, all das wünscht dir

Dr. Markus Rimser
Geschäftsführer Corporate Consult
e-mail: markus.rimser@corporateconsult.net



Corporate Consult
Unternehmensberatung | Lebensberatung | Seminarorganisation
Mittererstrasse 18
3108 St. Pölten - Wagram
Hotline: (+43 2742) 20 242
Fax (+43 2742) 20 242-15
www.corporateconsult.net

4 Anhang

Auflösung:

1				T	A	L	K	M	O	D	E	L	L						
2	S	E	L	B	S	T	O	F	F	E	N	B	A	R	U	N	G		
3						E	M	P	F	A	E	N	G	E	R				
4							M	E	H	R	A	B	I	A	N				
5			S	C	H	U	L	Z	V	O	N	T	H	U	N				
6				L	E	N	K	U	N	G									
7			B	E	Z	I	E	H	U	N	G	S	E	B	E	N	E		
8						K	O	N	T	A	K	T							
9						A	P	P	E	L	L								
10					S	T	I	M	M	E									
11					E	I	S	B	E	R	G	M	O	D	E	L	L		
12					K	O	E	R	P	E	R	S	P	R	A	C	H	E	
13				S	E	N	D	E	R										