



Rhetorik für Vorträge, Präsentationen und Verhandlungen

*Wenn Sie selbst nicht brennen, können Sie
niemanden anzünden!*

Überzeugen, den Anderen gewinnen und motivieren, können wir nur dann, wenn wir mit jeder Faser unseres Körpers unsere Botschaften transportieren. Viele Redner konzentrieren sich nicht nur in der Vorbereitung, sondern auch während ihres Vortrages ausschließlich auf die Argumente. Und diese alleine

wirken selten. Sie sind notwendig, damit die andere Seite das Anliegen nachvollziehen und überprüfen kann. Die Entscheidung fällt jedoch emotional und dafür brauchen wir Stimmung. Lesen

Sie hier die 7 Regeln, die Sie beachten sollten.

Regel Nr. 1: Zeigen Sie, dass Sie von Ihrer Sache überzeugt sind

Dazu gehört Ihre Körpersprache, wie die Körperspannung (negative Beispiele sind hier viele Diskussionsteilnehmer in Fernsehtalks), der Blickkontakt, die Mimik und die Gestik. Dies wird durch unsere Stimme, (sie zeigt Dynamik und Energie) unterstützt (Persönliche Wirkung entsteht zu ca. 50 % durch die Körpersprache, zu 30 % durch die Stimme und nur zu 10 - 15 % durch den Inhalt.).

Regel Nr. 2: Das Thema und das Ziel formulieren

Wir möchten schnell wissen, um was es bei einem Vortrag geht, weshalb in allen Lehrbüchern zu erfahren ist, dass wir dem Zuhörer schnell in das Thema oder die Problemstellung einführen sollen. Findet dies nicht statt, passiert folgendes: Sie kennen sicherlich aus der eigenen Erfahrung Situationen, in denen jemand Anderes redet und sie schnell die Motivation am Thema oder der Person verlieren, weil sie nicht wissen um was es geht. Einer der Gründe ist, dass zwar in vielen Gesprächen das Thema, nicht aber das Ziel genannt wird.

Beispiel: Thema: „In den nächsten 10 Minuten präsentiere ich Ihnen die Leistungsfähigkeit der Dienstleistung X.“

Hier stellt sich jedoch die Frage: Was ist das Ziel? Denn der Zuhörer stellt sich sofort die Frage: Warum soll ich mir dies anhören? Was habe ich davon?

Mit dem Ziel wird deutlich gemacht, worauf die Präsentation hinzielt und welchen Nutzen der Zuhörer hat.

Beispiele:

1. Thema und Ziel: *„In den nächsten 10 Minuten präsentiere ich Ihnen die Leistungsfähigkeit der Dienstleitung X, damit Sie für sich prüfen können, in welcher Form sie davon profitieren können.“*
2. *„Wir beschäftigen uns schon längere Zeit mit der Frage, ob wir uns für eine Systemumstellung entscheiden sollen (Thema). Ich möchte Ihnen darstellen, was für eine Umstellung spricht und welche Konsequenzen dies für uns im Vertrieb hat (Ziel).“*

Regel Nr. 3: Konzentrieren Sie sich mit Ihren Argumenten auf die Kernpunkte

Die meisten Fragestellungen lassen sich auf wenige Argumente reduzieren, was dem Zuhörer hilft, sich zu konzentrieren und motiviert zu bleiben. Es ist überzeugender, drei bis fünf gewichtige Argumente zu nennen, als möglichst viele Einzelaspekte zu berücksichtigen. Kündigen Sie diese Argumente vorher an, um dem Zuhörer/Gesprächspartner einen roten Faden zu bieten und ihn an der Stange zu halten. Nichts Schlimmeres (in den meisten Fällen) als zu sehr ins Detail zu gehen und ausschweifend zu werden.

Präsentieren Sie Ihre Argumente in einer sinnvollen / logischen Reihenfolge.

Beispiel: *„Es gibt drei gute Gründe, warum wir uns für die Systemumstellung entscheiden sollen. Der erste zentrale Grund ist ... Darüber hinaus ..., und drittens spricht dafür, dass ...“*

* Siehe unten: Was versteht man unter einem Argument?

Regel Nr. 4: Verwenden Sie Appelle und fordern Sie Ihre Gesprächspartner / Zuhörer zum mitdenken auf

Nach der Präsentation Ihrer Argumente, fordern Sie Ihre Zuhörer zum Mitdenken auf, in dem Sie z.B. rhetorische Fragen stellen oder Zukunftsbilder entwickeln. Wichtig ist, dass bei Ihren Gesprächspartnern keine Passivität entsteht, da die Aufmerksamkeit sonst schnell schwindet. Wichtig ist *während* Ihres Vortrages auch, dass Sie keine Diskussion beginnen, da sonst Ihre Präsentation schnell zerredet wird. Diskutiert wird im Anschluss!

Beispiel: *„Stellen Sie sich vor, wie mühsames es immer ist, wenn ...“; „Vergleichen Sie die Einsparungen, die wir nur alleine mit X gemacht haben“; „Prüfen Sie, ob Sie ...“*

Regel Nr. 5: Haben Sie immer mindestens ein Reserveargument

Grundsatz: *„Verschleiße nicht Dein ganzes Pulver!“*

Wir brauchen immer noch Reserveargumente um dadurch die persönliche Wirkung und Überzeugungskraft zu steigern. Zum einen, weil Sie dadurch die eigene Kompetenz unterstreichen und zum anderen, falls Sie bemerken, dass eines ihrer Argumente auf wenig Gegenliebe stößt.

Regel Nr. 6: Zwei „Ich-Aussagen“ einfügen

Vertrauen, Überzeugungskraft und Glaubwürdigkeit setzt etwas Persönliches voraus. Ohne einen persönlichen Eindruck von jemandem zu bekommen, entsteht bei einer guten Argumentation zwar der Eindruck der fachlichen Kompetenz, aber kein Vertrauen und Ihr Beitrag wirkt wenig überzeugend.

Beispiel: *„Ich persönlich bin der Überzeugung ...“; „Nach meiner Erfahrung sieht es so aus, dass...“*

Regel Nr. 7: Fordern Sie Ihr „Publikum“ am Ende zur einer Handlung auf

Letztendlich ist es das Ziel jeder Präsentation, dass sich Ihre Zuhörer in eine bestimmte Richtung bewegen sollen. Sie sollen aktiviert werden und gezielt etwas tun. Z.B. eine Entscheidung treffen, sich festlegen oder in ein bis dahin unangenehmes Thema einsteigen ...

Deshalb müssen am Ende Formulierungen stehen wie. *„Unterstützen Sie deshalb ...“; „Haben Sie den Mut ...“; Und deshalb appelliere ich an Sie, lassen Sie uns gemeinsam ...“*

*** Was wird unter einem Argument verstanden?**

Der Begriff „Argument“ kommt aus dem Lateinischen und steht für "Beweisgrund" oder "Beweismittel" und dient dazu, eine eigene Behauptung zu untermauern.

Es wird aber immer wieder der Fehler gemacht, dass ein Argument mit einer Behauptung verwechselt wird. Diese ist jedoch nur der erste Teil eines Argumentes.

Ein Argument besteht immer aus drei Teilen.

Teil 1: Behauptung/Idee:

Teil 2: Beleg (Zusatzinformation, warum dies der Zuhörer glauben kann?)

Teil 3: Schlussfolgerung / Appell (daher ..., deswegen ... , also ... , somit ..., folglich ...)

Beispiel:

Teil 1 - Behauptung: Die Anzahl der bei der Polizei gemeldeten Straftaten von Jugendlichen steigt ständig an.

Teil 2 - Beleg: Entsprechend Informationen des BKA waren im Jahre 2009 13 % der Straftäter jünger als 21 Jahre. Heute sind es 17%.

Teil 3 - Schlussfolgerung: Deshalb ist es notwendig, dass die Betreuung von Kindern und Jugendlichen deutlich verbessert wird.

Es ist möglich, eine Behauptung mit mehreren Belegen zu untermauern, um dann mit einer Schlussfolgerung abzuschließen.

Tipps für Sie persönlich

- Entscheiden Sie sich für einen der obigen Punkte und trainieren Sie diesen im Alltag, solange bis Sie diesen fast im Schlaf beherrschen.
- Entscheiden Sie sich dann einen weiteren Punkt zu üben.
- Besser einen Punkt konsequent lernen, als sich zu viel vorzunehmen.

Dr. Albrecht Müllerschön
Inhaber der Unternehmensberatung müllerschön
Berater, Trainer, Coach

Tel: 0049 (0) 7477 – 151 105
info@muellerschoen-focus.de
www.muellerschoen-focus.de

Keywords:

Pitch, Redner, Redegewandtheit, Redekunst, Präsentation, Verhandlungsführung, Verkaufsgespräch, Vortrag, Umgang mit Angriffen, präsentieren, Überzeugungstechniken, Schlagfertigkeit, Positionierung, Kommunikation