

Ihr Logo

Kommunikation und Präsentation für Auszubildende

SEMINARVERANSTALTUNG

LESERKOPPEL



*Musterunternehmen
Deutschland AG*

(Logo Ihres Auftraggebers)

Musterunternehmen Deutschland AG

(Firmenbezeichnung Ihres Auftraggebers)

Datum

(Datum der Seminarveranstaltung)

- **Musterunternehmen**
- Musterstraße 1
- 12345 Musterstadt

- **Telefon:** +49 123 123456
- **Telefax:** +49 123 123457

- **http://www.trainplan.de**
- **E-Mail:** mail@trainplan.de

LESERPROBE

Das vorliegende Skript ist Bestandteil der Seminarkonzepte TRAINPLAN®, welche nur mit einer gültigen Lizenzierung/Firmierung vom jeweiligen Lizenznehmer verwendet werden dürfen. Eine gültige Lizenzierung beinhaltet die Vervielfältigung und Weitergabe dieses Teilnehmerskriptes, jedoch nur an Seminar- und Schulungsteilnehmer des Lizenznehmers. Der Lizenznehmer ist verpflichtet, den nachfolgenden Text auf dieser Seite beim Vervielfältigen weder zu verändern oder zu löschen, so dass dieser Hinweis in jedem vervielfältigten Skript erhalten bleibt.

Alle Rechte vorbehalten incl. der fotomechanischen Wiedergabe und der Speicherung in elektronischen Medien. Kein Teil dieses Werkes sowie der dazugehörigen Bestandteile darf in irgendeiner Weise (Druck, Fotokopie, Mikrofilm etc.) ohne schriftliche Genehmigung oder gültige Lizenz des Herausgebers reproduziert, vervielfältigt oder anderweitig privat oder gewerblich verwertet werden.

Bei der Zusammenstellung dieses Werkes wurde mit größter Sorgfalt vorgegangen. Trotzdem können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden. Der Herausgeber kann daher für evtl. Fehler und die daraus resultierenden Folgen weder eine juristische Verantwortung noch irgendeine Haftung übernehmen. Verbesserungsvorschläge und Hinweise nehmen wir gerne unter redaktion@trainplan.de entgegen.

In diesem Werk aufgeführte Hardware- und Softwarebezeichnungen sind in der Regel eingetragene Warenzeichen oder sollten als solche betrachtet werden.

© TRAINPLAN® – Bildungsmedien und Verlagsprodukte

TRAINPLAN® ist ein eingetragenes Warenzeichen der SCHMITT Wirtschaftsberatungsgesellschaft mbH

Inhaltsverzeichnis

Rhetorik – Was ist das überhaupt?	5
Die Grundlagen der Kommunikation	6
Ebenen der Kommunikation	8
Jede Kommunikation erfolgt auf zwei Ebenen!.....	9
Die verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten	10
Das Kommunikationsmittel Sprache	10
Übung: Verwandeln Sie Ihren „passiven“ Wortschatz in einen „aktiven“.....	12
Wortwahl, Satzbau und Aussprache	13
Demonstrationen durch Bild- und Präsentationsmaterial	14
Selbstmordwörter und Reizwörter	15
Vermeiden Sie Selbstmordwörter!.....	15
Reizwörter unbedingt vermeiden!	15
Beispiele für Reizformulierungen.....	16
Negatives positiv ausdrücken	17
Übung 1: Positive Ausdrucksweise.....	18
Übung 2: Positive Ausdrucksweise.....	20
Sprache und Wirkung	21
Die vier Seiten einer Nachricht	21
Die vier Arten der Wahrnehmung	24
Methoden der Gesprächssteuerung	27
Die Gesprächssteuerung	27
Sprachliche Instrumente	28
Die Fragetechnik	32
Aktiv Hinhören	34
Das Gleichgewicht in der Gesprächsführung	34
Kontrolle und Feedback	36
Wie Sie mit Einwänden umgehen	37
Abfangformulierungen zur Einwandbehandlung	38
Umwandlung eines Einwands in Zustimmung.....	38
Faire und unfaire Dialektik.....	39
Aufbau und Ablauf einer Rede	41
Der Aufbau einer Rede.....	41
Checkliste: Strukturierung und Aufbau einer Rede	44
Checkliste: Aufbau eines Manuskriptes	45
Übungsblatt: Redevorbereitung/Redeaufbau	46
Checkliste: Technische Vorbereitung einer Rede.....	47
Zehn Tipps für Ihre persönliche Vorbereitung	48
Der Ablauf einer Rede	49
Drei verschiedene Arten, seine Gestik einzusetzen:	50
Mut zur Rede	51
Wie Sie Ihre Redeangst abbauen	51
Stress abbauen - Sicherheit aufbauen.....	52
Sieben Ventile zum Stress-Abbau	53
Die sieben Hauptsünden des Redners oder: So verlieren Sie immer	55
Beobachtungsbogen	56
Kommunikationsmittel Körpersprache - Erscheinung - Auftreten	58
Einige ausgewählte Elemente der Körpersprache	59
Checkliste 1: Körpersprache und Bedeutung	61
Checkliste 2: Körpersprache und Bedeutung	62
Die drei wichtigsten Elemente angewandter Körpersprache.....	63
Körpersprache, Raum und Distanzzonen	64

Präsentation	65
Präsentieren und Visualisieren	65
Aufbau und Vorbereitung einer Präsentation.....	65
Tipps für die Eröffnung	67
Tipps für den Hauptteil	68
Checkliste: Teilnehmer motivieren	69
Checkliste: Teilnehmer aktivieren.....	70
Tipps für den Abschluss	71
Organisation einer Präsentation	72
Die räumliche Organisation.....	72
Checkliste: Veranstaltungsraum bei Präsentationen	73
Visualisierung / Medieneinsatz	74
Tipps zur Gestaltung von Overhead-Folien und Präsentationen	76
Praktische Tipps zur Durchführung von Reden und Präsentationen	78
Tipps zur Förderung der Konzentration	78
Tipps zum Umgang mit Medien	79
Flipchart und Pinnwand.....	79
Overhead- und andere Projektoren	79
Anhang: Sprechtraining für eine deutliche Aussprache	80
Übungen für Gesten und ausdrucksvolles Sprechen.....	82
Tages-Clearing	83

RHETORIK – WAS IST DAS ÜBERHAUPT?

Die Rhetorik stammt ursprünglich aus dem antiken Griechenland und gilt als „die Kunst zu reden“. Der Begriff bezeichnet heute sowohl die Fähigkeit, An- und Absichten überzeugend zu vertreten, um so das Denken und Handeln anderer zu beeinflussen, als auch die Theorie bzw. Wissenschaft dieser Kunst.

Neben der eigentlichen Redefähigkeit umfasst die Rhetorik auch diverse Teildisziplinen, wie etwa die Dialektik („die Kunst zu überzeugen“) oder die Deutung und den korrekten Einsatz der Körpersprache – Dinge, die einen guten Redner ausmachen.

„Die Kunst zu reden“

LESEPROBE

DIE GRUNDLAGEN DER KOMMUNIKATION

Die Kommunikation von Mensch zu Mensch wird auch in Zukunft von großer Bedeutung sein. Das Wissen, welche Einzelfaktoren kommunikationsrelevant sind und welche Wirkung sie auf den Menschen haben, ist von großer Bedeutung.

Untersuchungen haben gezeigt, dass die akustischen, visuellen und kinästhetischen (erfühlbaren) Signale von Menschen in folgender Rangordnung im Gedächtnis behalten werden:

- für das Gelesene ca. 10 %
- für das Gehörte ca. 20 %
- für das Gesehene ca. 30 %
- für das Gefühlte ca. 70 % - 90 %

In der Wahrnehmung dieser Signale gibt es individuelle Unterschiede.

„Wahrnehmung ist das, was wir für „wahr“ nehmen.“

Reinhard K. Sprenger

Dieses Zitat von Reinhard K. Sprenger verdeutlicht, dass der Dialog mit dem Partner zum Ausgangspunkt des Gesprächs gemacht werden muss. Voraussetzung ist, zunächst den bevorzugten Kommunikationskanal herauszufinden. Es werden **visuell, akustisch** und **kinästhetisch orientierte Wahrnehmungstypen** unterschieden. Ein erfolgreicher Kommunikationsprozess ist nur möglich, wenn das primäre Kommunikationssystem des Gesprächspartners erkannt und genutzt wird.

Nur dann kann eine Anpassung/Angleichung der Gesprächspartner mit allen kommunikativen Mitteln (Sprache, Gestik, Mimik) erfolgen.



Wahrnehmungstypen

In den folgenden Kapiteln werden Grundlagen erläutert, die es ermöglichen Kommunikationsschwierigkeiten zu erkennen, um so gezielt zu kommunizieren.

In der Kommunikation versteht sich die **Neuro-Linguistische Programmierung** als Modell, mit dem Kommunikationsprozesse bewusst analysiert, geplant und gestaltet werden können. Ziel der Neuro-Linguistischen Programmierung (NLP) ist es, die Signale des Unterbewusstseins zu analysieren und damit den Einfluss der Kommunikation auf das menschliche Verhalten und seine Lernfähigkeit zu erkennen. Psychologisch erklärbare Kommunikationsschwierigkeiten sind mit NLP zu identifizieren und zu überwinden: Es werden bewusste und unbewusste Handlungen strukturiert und Methoden abgeleitet, die es ermöglichen, besser und eindeutiger zu kommunizieren.

Logik, Psychologie, Dialektik und Rhetorik sind die Instrumente, um die Erkenntnisse aus der NLP anwenden zu können. Die optimale Kombination ermöglicht es, die Vorstellungen und Gefühle des jeweiligen Gesprächspartners richtig zu deuten.

Um das Verhalten auf den Partner ausstimmern und eindeutig kommunizieren zu können, ist die Harmonisierung folgender Bereiche Voraussetzung:

- Sprache, Wortschatz und Satzbau
- Stimme und Sprechweise
- Körpersprache und Erscheinungsbild

„Worte repräsentieren nicht die Wirklichkeit.“

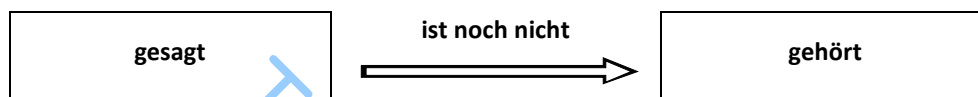
Korzybski

Dieses Zitat von **Korzybski** verdeutlicht den Grundgedanken der **Neuro-Linguistischen Programmierung (NLP)**. In den folgenden Abschnitten wird auf die Faktoren eingegangen, die die verbale und nonverbale Kommunikation bestimmen.

Ebenen der Kommunikation

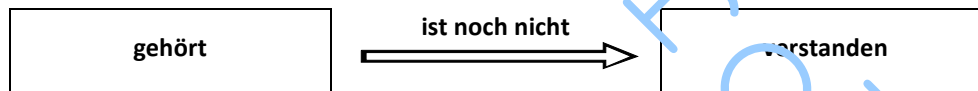
Kommunikation erfolgt generell in mehreren Schritten, wobei die nachfolgenden Schritte immer auf den vorhergegangenen aufbauen.

Der erste Schritt der Kommunikation beginnt mit dem **Äußern einer Mitteilung**. Dabei ist darauf zu achten, dass der **Gesprächspartner** auch **tatsächlich hört**, was ihm mitgeteilt werden soll. Grafisch veranschaulicht bedeutet dies:

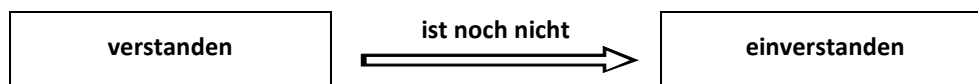


Der zweite Kommunikationsschritt beginnt damit, dass der **Gesprächspartner vernommen hat**, was ihm mitgeteilt werden sollte. Das **bedeutet nicht**, dass er **auch verstanden hat**, was ihm gerade mitgeteilt wurde. Vielleicht liegt ein Missverständnis vor, oder der Gesprächspartner war gerade mit seinen Gedanken nicht bei der Sache.

Im Normalfall gibt ein Gesprächspartner **dem anderen Feedback**, um anzuzeigen, **dass er verstanden**, bzw. nicht verstanden hat. Das kann durch ein Nicken oder eine Gegenfrage geschehen. Graphisch veranschaulicht bedeutet dies:



Es folgt der dritte Kommunikationsschritt. Der Gesprächspartner hat **gehört und verstanden**, was ihm mitgeteilt wurde. Daraus ergibt sich jedoch **nicht automatisch**, dass er **dem auch zustimmt**, denn:



Jede Kommunikation erfolgt auf zwei Ebenen!

Zusammenhang zwischen Psychologie und Kommunikation

Die Kommunikation ist in unserer Gesellschaft ein oft verwendetes Schlagwort, selten ist aber das wirkliche Miteinandersprechen, der Dialog, gemeint. Aus den Lerntheorien ist bekannt, dass alle Informationen gespeichert werden und dann das bewusste und unterbewusste Verhalten beeinflussen.

Der echte, offene Dialog ist vom menschlichen Verhalten abhängig, von den Vorstellungen und Meinungen, die Personen voneinander haben oder glauben zu haben. Bei einer Kontaktaufnahme, Kommunikation, treten Gesprächspartner deshalb auf zwei Ebenen in eine Beziehung. Während auf der verstandesmäßigen Ebene ein reiner Austausch von rationalen Informationen erfolgt, entstehen auf der emotionalen Ebene Gefühle, die zu negativen oder positiven Reaktionen bei einem Gesprächspartner führen können.

Durch diese verbale und nonverbale Kommunikation wird die emotionale Gesprächsatmosphäre bestimmt. Damit wird die Grundlage für Vertrauen und Sympathie geschaffen.

Erkenntnisse aus der Transaktionsanalyse, die die zwischenmenschliche Kommunikation untersucht, können wertvolle Hinweise liefern, denn „was man sagt und wie man es sagt, ist ausschlaggebend für das Handeln“. Diese Zusammenhänge werden in folgender Kommunikationssystematik deutlich:



Die verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten

Das Kommunikationsmittel Sprache

Es gibt wahrscheinlich in keinem anderen Bereich so viele Missverständnisse wie in der Sprache. Gesprächspartner gehen grundsätzlich von der Überzeugung aus, dass sie wissen, was jedes einzelne Wort für jeden bedeutet: Dabei beachten sie nicht, dass es viele Wörter gibt, die mehrdeutig sind und dass bestimmten Wörtern eine spezifische, persönliche Bedeutung zugeordnet werden kann.

Anschauliche Beispiele hierfür sind Wörter wie Geld, Macht und Vertrauen, die in ihrer Bedeutung variieren, je nachdem, ob eine spezifische Situation oder der in der Gesellschaft festgelegte Begriff gemeint ist.

In manchen Bereichen ist eine Verallgemeinerung notwendig, um vom Partner verstanden zu werden, besonders bei wissenschaftlichen, technischen Produkten, die ein detailliertes Grundwissen voraussetzen.

Durch bewusstes und unbewusstes Verallgemeinern können Informationen unterdrückt oder entstellt werden, so dass Kommunikationsverluste die Folge sind. Diese entstehen ebenfalls, wenn sich durch unpräzise Sprache inhaltliche Aussagen sinngemäß ändern.