

davon, was Ihre Zuhörer sagen würden, wenn Sie Ihnen beim Vorbereiten wirklich über die Schulter gucken könnten.

### Ihr Publikum lässt sich in drei Gruppen einteilen:

1. Da sind zunächst die Spezialisten. Die wissen bereits fast alles über Ihr Thema. Deshalb müssen Sie sich fragen, was wirklich neu ist für diese Gruppe. Nur das sind für sie interessante Informationen.
2. Die zweite Gruppe sind die Halbwissenden. Die müssen Sie mit Vorsicht behandeln. Oft bluffen sie, um ihr Halbwissen zu verschleiern. Für diese Gruppe darf die Information nicht zu tief ins Detail gehen.
3. Die Menschen der dritten Gruppe haben von Ihrem Thema keine Ahnung. Sie sind sehr bald überfordert und lassen Sie das dann spüren, indem sie sich verweigern.

Oft haben Sie alle drei Gruppen unter Ihren Zuhörern. Und nicht selten gehören zur dritten Gruppe die Entscheidungsträger. Das ist kein Vorwurf. Denn je höher jemand Verantwortung trägt, desto weniger kann und darf er sich in Details verlieren. Er muss den Blick für das Ganze behalten.

Wichtig: Gehen Sie nach der Geleitzugtheorie vor. Die Geschwindigkeit muss sich nach dem langsamsten Schiff im Verband richten, sonst fällt der Geleitzug auseinander und wird angreifbar.





## Anregungen von Bismarck

Bismarck galt als guter und vor allem sehr schlagfertiger Redner. Bevor er in den Reichstag ging, hat er sich erst einmal zu Hause hingesetzt, hat eine schriftliche Ausarbeitung gemacht und schrieb dann in dicken fetten Buchstaben darüber: *„Was wünscht sich zur Zeit die Opposition?“* Tagelang hat er sich dann überlegt, was sich die Opposition zurzeit wünscht.

Als er damit fertig war, machte er eine zweite schriftliche Ausarbeitung und darüber schrieb er: *„Was wirft mir die Opposition zur Zeit vor?“* Und dabei war er noch genauer, noch penibler. Tagelang schrieb er auf, was ihm die Opposition wohl alles vorzuwerfen habe. Am Tage der Debatte saß er dann seelenruhig in seinem Stuhl und hörte den Reden der Opposition zu. Dann stand er auf. Und konterte. Und wie er konterte. Alle staunten über seine Schlagfertigkeit. Dabei war Bismarck gar nicht so schlagfertig. Warum konnte er in dieser besonderen Situation so gut kontern? Weil er sich vorbereitet hatte. Weil er sich genau überlegt hatte: Wer sind meine Zuhörer?

Ich stelle in meinen Seminaren gerne die Frage: *„Was darf man in einem Vortrag keinesfalls aus dem Auge verlieren?“* Meistens kommt dann die Antwort: *„Das Thema.“* Sie hätten doch, lieber Leser, hoffentlich nicht genauso geantwortet? Denn natürlich ist die Antwort falsch. Nicht das Thema muss für Sie das Wichtigste sein, sondern die Zuhörer! Ja, Sie haben richtig gelesen. Der Zuhörer ist die Schlüsselfigur Ihrer Rede. Er ist es, dessen Gedanken Sie mit Ihrem Vortrag verändern wollen. Er ist es, dem Sie zu neuen Einsichten verhelfen wollen. Er ist es, den Sie zu einem anderen Verhalten bewegen möchten. Ob Ihnen das gelingt, hängt ganz davon ab, wie flexibel Sie sich auf ihn einstellen, wie Sie ihn ansprechen.

**Beispiel:** Sie halten eine Powerpoint-Präsentation über Ihr Urlaubsland.

Vor einer Gruppe von Campingfreunden wird sie völlig anders ausfallen als vor einer Versammlung von Lehrern.

Vor einem Hausfrauenverein werden Sie anders sprechen müssen als vor Studenten und Schülern.

Die Naturfreunde und Wanderer erwarten andere Informationen als die historisch Interessierten.

Der Schwerpunkt Ihrer Schilderungen (einschließlich der Auswahl der Folien) richtet sich also völlig nach der Zusammensetzung des Publikums. So kann es durchaus sein, dass Sie dreimal über dasselbe Thema reden und dreimal einen anderen Vortrag halten.



Von Henry Ford, Gründer der Ford Motor Company, bekannt als glänzender Redner, stammt der Satz: „Bevor ich in einen Vortrag oder in eine Verhandlung gehe, verwende ich zwei Drittel meiner Vorbereitungszeit, um mich mit meinen Zuhörern zu beschäftigen und nur ein Drittel, um Stoff zu sammeln.“

## Checkliste

Die folgenden Fragen sollen Ihnen helfen, adressatenorientiert zu reden, d. h. sich optimal auf Ihre Zuhörer einzustellen. Welche berufliche und gesellschaftliche Position haben meine Zuhörer?

- Wie ist ihr Bildungsstand?
- Wie sieht die Altersstruktur aus?
- Was erwarten sie von mir?
- Mit welchen Vorurteilen muss ich rechnen?
- Wofür interessieren sie sich besonders?
- Welche Fachausdrücke und Fremdwörter darf ich ihnen zumuten?
- Was wissen sie schon?
- Gibt es einen Meinungsführer?
- Was könnten sie mich fragen?
- Was werden sie mir wohl vorwerfen?
- Wo haben wir Gemeinsamkeiten?

Versuchen Sie auf diese Fragen so viele Antworten wie möglich zu bekommen. Sie werden Ihnen – wie bei einem Mosaik – ein recht genaues Bild von Ihrem Publikum liefern. Wenn es dann am Tag der Rede vor Ihnen sitzt,

