

# PR & I

## Script zum Vortrag

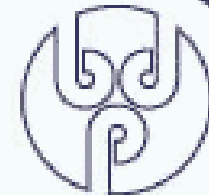
### **Psychologische Themen und Ihr erfolgreicher Auftritt**

Techniken, Tricks und Feinheiten für die gelungene Rede

Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen  
Landesgruppe Schleswig-Holstein

März 2015

Berufsverband  
Deutscher  
Psychologinnen  
und Psychologen



### Wie viele Zuhörer/innen kommen?

### Versetzen Sie sich als Redner/in in Ihr Publikum!

- Wen habe ich vor mir?
- Wie sind die Leute eingestellt?
- Was interessiert die Leute?

### Redeziel und die Hauptbotschaft

Überlegen Sie sich, welche Fragen Ihre Zuhörer/innen durch Ihren Vortrag beantwortet haben möchten.

### Fragen an sich selbst:

- Was bedeutet es mir?
- Worauf kommt es mir am meisten an?
- Was gefällt / missfällt mir daran?
- Was empfinde ich bei?

### Weglassen:

- Was die Zuhörer/innen schon wissen
- Was die Zuhörer/innen kaum interessiert

## **Werden Sie sich klar darüber, welche Rede Sie halten wollen:**

### **Informative Rede:**

Publikum soll auf den neuesten Wissensstand zu einem Themengebiet gebracht werden.

Ihr Stil: sachlich argumentativ.

Aber: Humor ist nicht verboten!

Rede-Dauer: maximal 45 Minuten.

### *Dankesreden, Laudationes:*

*Bestimmte Personen werden hervorgehoben, maximal 15 Minuten (lieber kürzer).*

### *Unterhaltende Rede:*

*Bsp.: Tischreden mit auflockerndem Charakter. beschwingt und leger, maximal 5 Minuten.*

### *Grußworte:*

*Als prominenter Gast beehren Sie ein Fest oder eine Feier und stellen das Besondere heraus. Rede-Dauer: 3 bis 5 Minuten.*

### *Festrede:*

*Sie setzen das Glanzlicht der Veranstaltung. Alle warten gespannt auf Ihren Vortrag. Spannend und geistreich erzählen. Maximal 30 Minuten.*

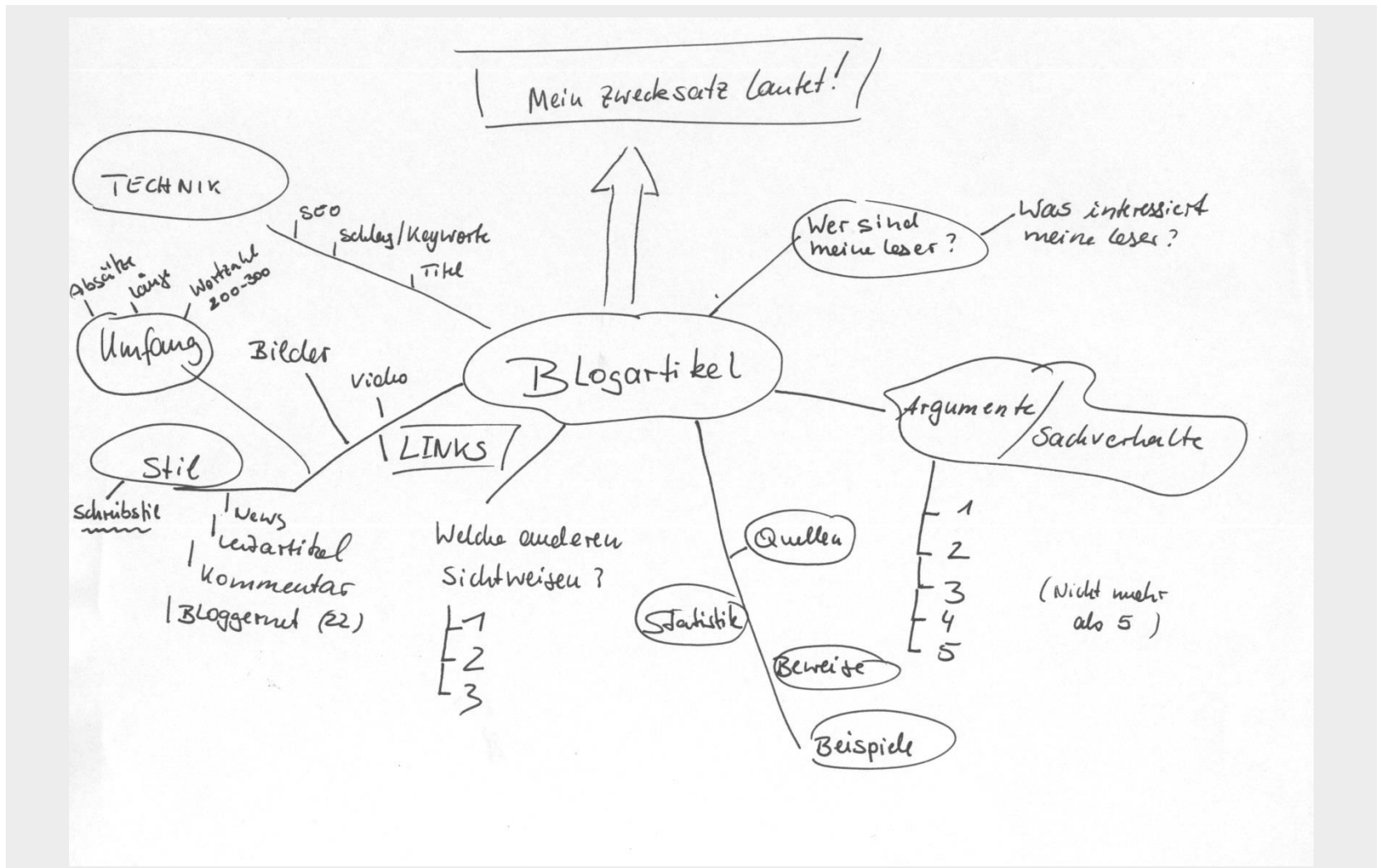
## Der Aufbau einer Rede

## Stichpunkte sammeln (Mind Map)

Schreiben Sie alle wichtigen Punkte auf, und ordnen Sie diese nach logischem Zusammenhang. So bauen Sie sehr schnell eine systematisch strukturierte Gliederung auf, die argumentativ logisch ist.

# PR & I

## Mind Map Artikel schreiben



Wie komme ich zu einer sinnvollen Gliederung?

Stichpunkte ordnen und  
die Rede in drei Teile gliedern!

### ■ Einleitung

Begrüßen - Titel und Thema - Ziel - Gliederung

### ■ Hauptteil / Mittelteil

Fakten - Berichte - Meinungen - Argumente -  
Schlussfolgerung

### ■ Schluss

Zusammenfassung - Perspektive - Dank -  
Handlungsaufforderung



## Gängige Modelle

### Fünfsatz-Modell:

- Einleitung
- Darstellung der Fakten
- Argumentation
- Folgerungen „Conclusio“
- Schluss

### A-I-D-A –Modell:

- A** umerksamkeit wecken
- I** nteresse hervorrufen
- D** efinieren des Grundgedankens
- A** bschluss

#### Quellen:

Feuerbacher, Bernd: Fachwissen prägnant vortragen. Sauer Verlag GmbH, Heidelberg 1990 (2. Aufl.), S. 27-40

Dr. Klaus-Dieter Ziep: Lerngerecht unterrichten - erfolgreich präsentieren, Gäufelden 2002

Manfred Kienpointner: Vernünftig argumentieren, Rowohlt, Reinbek bei Hamburg 1996

Was sie beinhaltet:

- Die Begrüßung
- Die persönliche Vorstellung/ wer redet?
- Die Benennung des Themas
- Wozu wird die (offizielle) Rede gehalten?  
Zielstellung, was erreicht werden soll.
- Die kurze Hinführung zum Thema, eventuell noch  
der eigene Bezug.

Inhalte werden mit Dramaturgie plausibel gemacht

- ◆ Die wichtigsten Argumente an den Anfang und an den Schluss!!!
- ◆ Eine logische Reihenfolge weiterer Argumente in Stufen, in kleinen, überschaubaren Teilzielen
- ◆ Problematisieren – ent – wickeln – Alternativen aufzeigen – Konsequenzen (Stationen abschreiten)
- ◆ Anschaulichkeit durch Beispiele (aus Ihrer Praxis) und Vergleiche / Umfragen herstellen
- ◆ Durch humorvolle Bemerkungen auflockern

**Der Hauptteil kann eine ganz eigene Gliederung besitzen:**

**Vom "En Gros" zum "Detail"**

**Beispiel:**

Die Wohngruppe psychisch kranker Jugendlicher unternimmt hin und wieder gemeinsame Aktivitäten. „Welche Bedeutung hat in diesem Zusammenhang ein gemeinsamer Ausflug?“)

**Vom "Detail" zum "En Gros"**

**Beispiel:**

Wenig Unterstützung durch die Gemeinde für den Tröglitzer Bürgermeister.  
Er ist zurückgetreten, weil Neonazis gegen ihn und seine Familie hetzen.  
Der Grund: Sein Engagement für Flüchtlinge.

- Bürgermeister und Lokalpolitiker werden öfter zu Zielscheibe rechtsextremer Angriffe.
- Wie stark ist rechtes Gedankengut in der Bevölkerung verhaftet? Etc...

## Schluss

- Die Ergebnisse (Erkenntnisstufen) werden kurz zusammengefasst, dabei erfolgt eine Konzentration auf das Wesentliche.
- Aussichten – Ausblicke
- Forderungen daraus: (Katalog abfeuern:)
  1. Forderung
  2. Forderung
  3. Forderung
  4. Aufforderung zur Tat
  5. Sofort!
- Der Applaus gilt dem Schlusssatz

## Rede versus Artikel

### Rede

Dramaturgie wird aufgebaut!

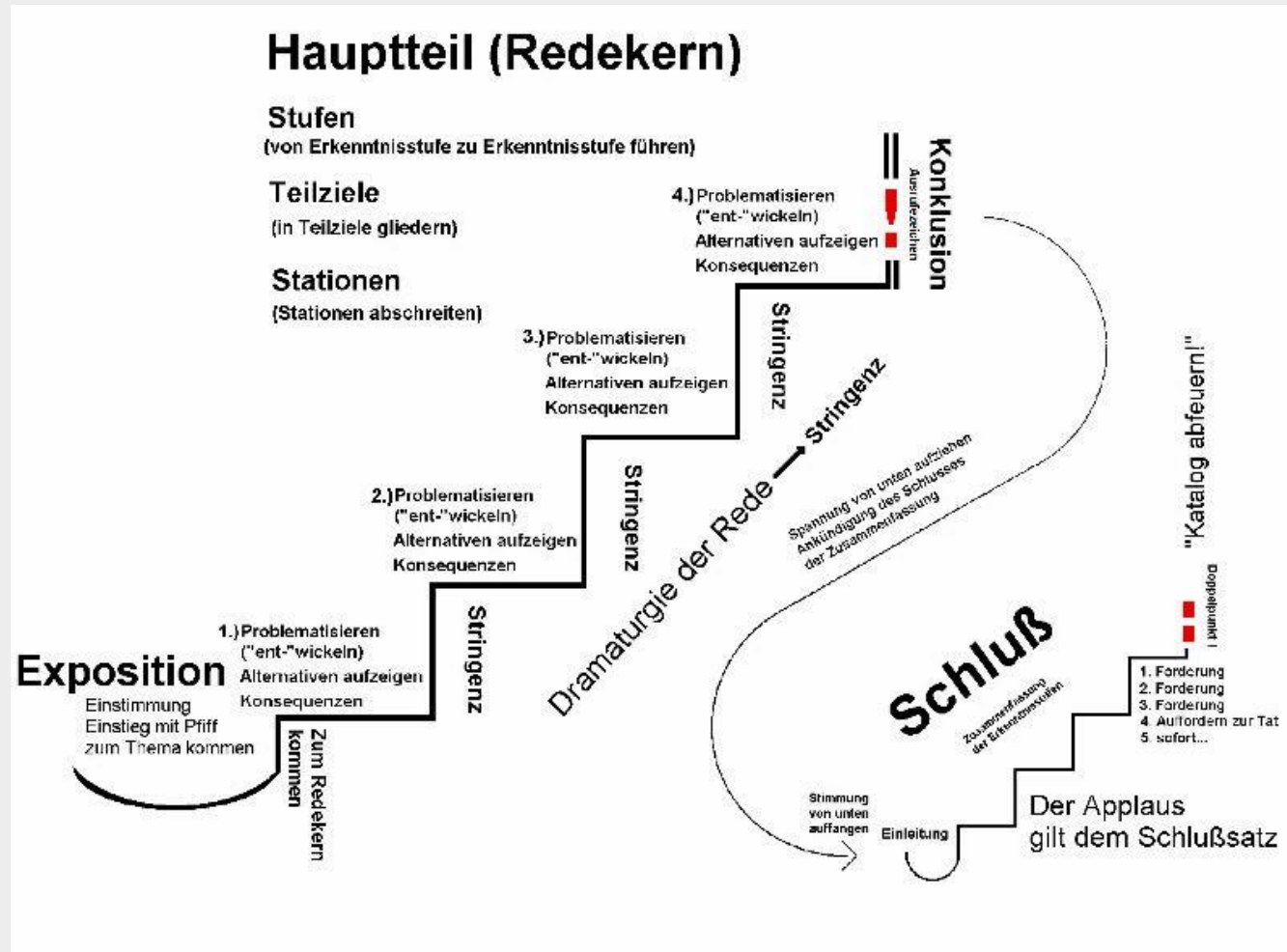
Das Wichtigste in der Mitte.

Aber auch: Starker Anfang, starkes Ende!

### Artikel

Das Wichtigste am Anfang!

Das Unwichtige...



## Die äußere Form einer Rede



*Rede von Herr/Frau xxxx  
zur Veranstaltung :  
am 29. Mai 2014  
in der xxx -Akademie in: Ort  
Redezeit: etwa 15 Minuten*

- Gliederung AIDA -Modell
  1. Begrüßung und Einführung / **A** ufmmerksamkeit wecken
  2. Was konnten wir bisher erreichen? / **I** nteresse hervorrufen
  3. Wo besteht Handlungsbedarf? / **D** efinieren des Grundgedankens
  4. Ausblick. / **A** bschluss
- Zeilenabstand 1,5 geschrieben
- Absätze / Gliederungsebenen maßvoll
- Breiter Rand (für spätere Anmerkungen)
- Einseitig bedruckt
- 14 Punkt Arial
- Seitenzahlen

## Die „innere“ Form einer professionellen Rede

1. Kurze Sätze – die Rede wird klarer.
2. Klares verständliches Deutsch.
3. Reden Sie wie Sie sprechen, nicht wie Sie schreiben! Formulierung im Perfekt – entspricht der Alltagssprache.
4. Wiederholen und betonen Sie Wichtiges. Das Gesagte bleibt besser hängen.
5. Formulieren Sie mit aktiven und anschaulichen Verben! (er rannte!)
6. Drücken sie sich so genau wie möglich aus: Nicht Baum sondern Eiche
7. Zerlegen Sie umfangreiche Satzgefüge in mehrere Hauptsätze.
8. Zahlen in Maßen: mehr als die Hälfte, das Doppelte, oder beim Datum: nächsten Donnerstag, in genau einer Woche... nicht am 29. März!
9. Setzen Sie Pausen!
10. Anreize: Bilder, Grafiken, Töne, Filme, etc. (sofern sie wirklich einen Mehrwert haben)

1. „Man“ – Indefinitpronomen: Benennen Sie das Subjekt so konkret wie möglich
2. „Im Rahmen von“, „durchführen“ und „stattfinden“
3. Amtssprache : Wörter mit den Endungen –ung, -heit, -keit (Nominalstil)
4. Passiv-Konstruktionen, sofern sie durchgängig verwendet werden
5. Ebenso Partizipialkonstruktionen: „Alle für Ihren Einsatz zu berücksichtigenden Faktoren...“
6. Zusammengehörige Wörter nicht trennen:  
Artikel und Substantiv, zusammengesetzte Verben (eingeben, abschließen, zustellen), Subjekt und Prädikat
7. :
8. Fremdwörter bzw. Fachsprache und wenn diese erläutern
9. Schachtelsätze
10. Phrasen / Geplänkel / Floskeln: Ich begrüße zunächst die Anwesenden, wie Sie ja alle bereits wissen
10. Die feminine Form der Sprache einsetzen: „Ich bin Psychologin, Journalistin, Moderatorin...“

- Überarbeiten Sie Ihren Text am Schluss
- Lesen Sie Ihre Rede laut
- Suchen Sie Synonyme
- Sorgen Sie für Schreibatmosphäre (z.B. Ruhe)
- Schreibpausen einlegen, spazieren gehen...
- Suchen Sie Bilder (Kino im Kopf)
- Leser/in beim Schreiben im Blick haben
- Korrigieren / notieren Sie auf dem Blatt Papier
- Mut zum eigenen Stil

## Lampenfieber

Bereiten Sie sich gut vor, Das beste Mittel gegen übermäßige Nervosität!

Beruhigende Getränke sind besser als Alkohol.

Alleine vor die Tür ins Freie treten, ein wenig die Füße vertreten...

Körper abklopfen lockert und verringert das Lampenfieber.

Lang gezogene, klare Vokale singen sind das Beste Mittel gegen Lampenfieber. das indische OM,

Humor: Nicht zu vergessen: Lachen entspannt! Nicht nur Sie, sondern auch das Publikum.

## Äußere Bedingungen, die Ihrer Rede einen positiven Rahmen geben

- Kommen Sie rechtzeitig vor Beginn des Redebeitrages in den Raum.
- Suchen Sie Ihre/n Ansprechpartner/in.
- Werden Sie vertraut mit Raum, Technik und Menschen.
- Sorgen Sie dafür, dass alle Bedingungen stimmen (Glas, Wasser, Beamer, PC, Ihre PowerPoint...).
- Wenn Ihnen kein Platz zugewiesen wird: Suchen Sie sich einen Platz aus.
- Vergewissern Sie sich nochmals, wie viel Zeit Sie zur Verfügung haben.



## Stimme – Körper – Mimik und Gestik

## Die Stimme (Artikulation)

drückt die Persönlichkeit der Rednerin / des Redners aus

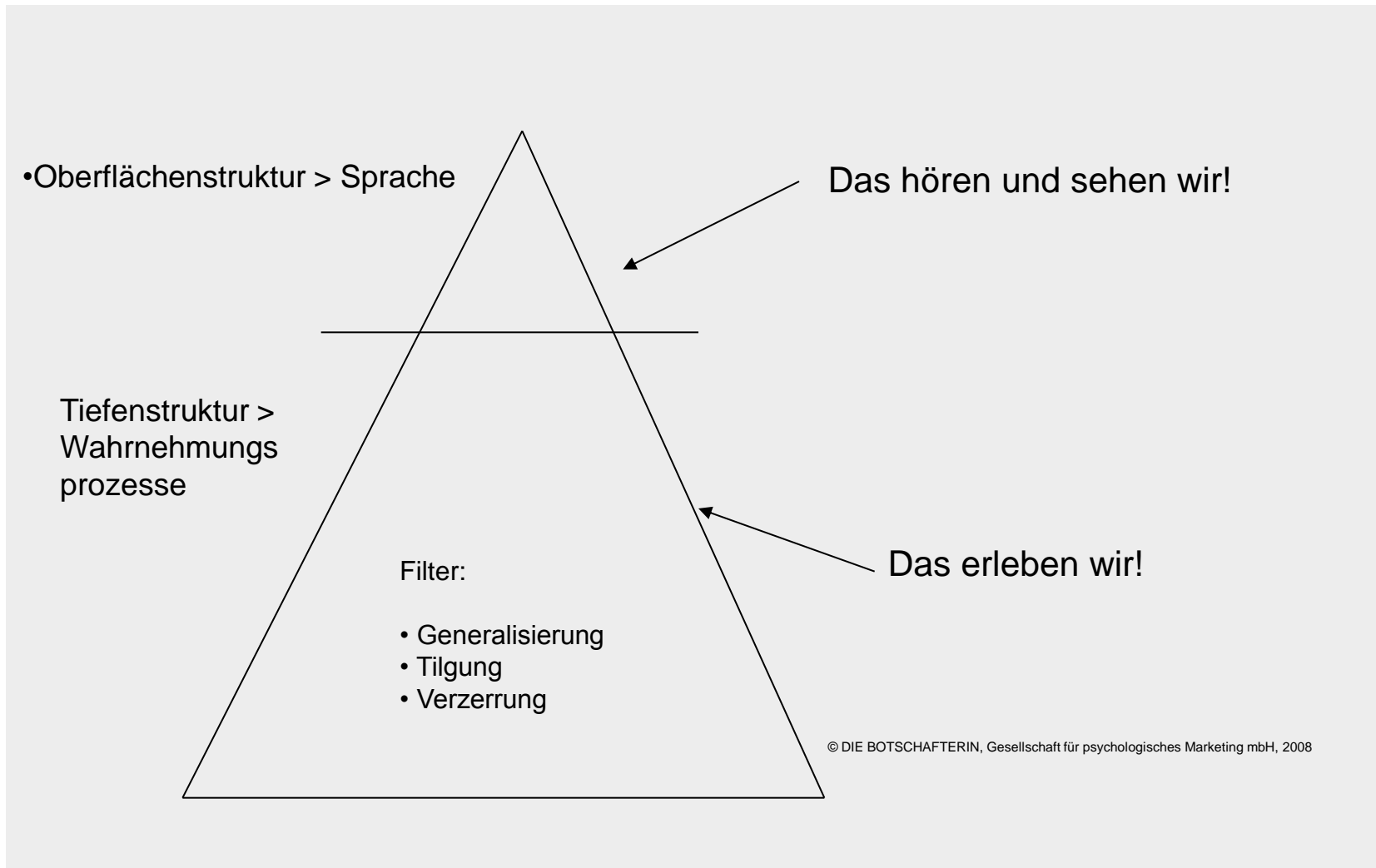
Sympathische Stimme = gute Voraussetzung

Sie offenbart den Gemütszustand der Rednerin / des Redners.

## Schwierige Wörter

Ständiges Wiederholen hilft nicht

- Regisseur
- Übung der Sprecherziehung:  
ersetzt „e“ Vokale wie beim Singen einmal mit allen  
Vokalen: a, e, i, o, u, ö, ü



## Sachebene – Beziehungsebene

### **Jeder Satz den wir sagen hat zwei Ebenen**

Paul Watzlawick, Kommunikationswissenschaftler, Psychotherapeut, Philosoph und Autor...1921 – 2007

**Der Inhaltsaspekt** bezeichnet die Sachebene des Gesprächs / der Rede.

**Der Beziehungsaspekt** beschreibt das Verhältnis der Beteiligten zueinander.

Ganz wunderbar zeigt das der kleine Film von  
Loriots Frühstücksei auf „youtube“

## **Der letzte Eindruck bleibt ...**

Die letzten Sätze sind die, die Ihren Zuhörern am ehesten im Ohr bleiben werden.

Der Schluss muss ein strategischer Höhepunkt sein und den ganzen Redebeitrag noch einmal übertreffen. Dazu gibt es einige Anregungen:

- 1. Fordern Sie die Zuhörer zur Tat auf!**
- 2. Beenden Sie Ihre Rede positiv!**
- 3. Schlagen Sie einen Bogen zum Anfang!.**
- 4. Geben Sie einen Ausblick in die Zukunft!**

### Trugschluss

davon auszugehen, dass die meisten Menschen die paar Fremdwörter oder Anglizismen in meinem Vortrag oder meinem Interview schon verstehen.

Viele oft vermeintlich einfache Werbesprüche wurden wieder ins Deutsche zurück übersetzt:

Mac Donalds z.Bsp.: I love it – Ich liebe es

# PR & I

Ich freue mich, wenn Sie künftig

- Beschwingt an eine Rede dran gehen,
- Fürs Hören schreiben!
- Ihr gesundes Lampenfieber positiv verwenden!
- Reden mit anderen Augen sehen und mit anderen Ohren hören!
- Bei Ihren Hörer/innen das „Kino im Kopf“ auslösen!
- Sich wie eine Königin / ein König vor Ihrem Publikum präsentieren

Ich wünsche Ihnen dazu viel Erfolg!



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

**MONIKA WEIß**

PR- MANAGEMENT &  
INTERVIEWTRAINING

[monika.weiss@moweiss.de](mailto:monika.weiss@moweiss.de)