

Prof. Dr. Bernd Fittkau (Hamburg/Berlin)

Einige Anmerkungen zu ...

**„Authentizität“ und „Verständlichkeit“
für (GWÖ-) ReferentInnen**

Referenten-Schulung (2), Schign 04./05.10.2012

Warum mein Beitrag hier?

- „Auftrag“ von Maria: Absprache auf dem Hintergrund **meiner Erfahrungen/Expertise** (Bild rechts):
- Ich bin seit über 40 J. **Kommunikations-& Führungs-Trainer** und vermittele die „Theorie und Praxis der Verständigung“.
- Bild links: Die „Olympischen“ **Wettbewerbs-Werte** („schneller-weiter-höher“) finde ich zunehmend problematisch (auch wegen Überforderungs-/Doping-Zwang und Burn Out-Gefahren) – trotz Sublimierungs-Möglichkeiten von „Aggressions-Potentialen“ (Oberflächen-Interpretation)
Wettbewerbs-Motive: > „Kampfgeist“ um begrenzte Ressourcen (z.B. Macht)
> Pubertäres Befreiungstreiben aus tradit. Progr. d. Anpassung

1972:

... weil die Schulen
uns nicht wollten



1960:

Deutscher Jugend-Mannschafts-
Meister im 5-Kampf

→ „Generalistischer Einzelkämpfer im Team“

FK-Trainer für die Direktoren der Deutschen BP
(gem. mit F. Schulz von Thun, unserem dort be-
gründeten *Kommunikationspsychologie*-“Papstes“)

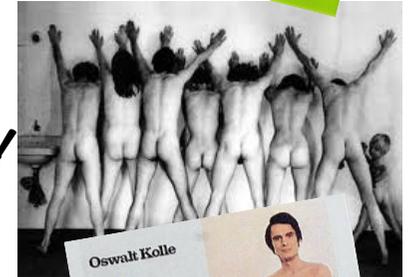


Meine „68-er“-Werte als „50+-er“ *):

Da geht noch 'was!

Wir haben ...

- ... den „**Rock and Roll**“ erfunden
- ... uns von den faschistischen Haltungen unserer Elterngeneration distanziert und haben der **Demokratisierung** gedient
- ... die **Friedensbewegung** stark gemacht: „*Make Love – not War!*“
- ... die **Ökobewegung** politisch erfolgreich gemacht
- ... die **Frauenemanzipation** voran getrieben
- ... die **Sexualmoral liberalisiert** („Pille sei Dank“)
- ... die Balance zwischen ‚**Produktivität und Menschlichkeit**‘ in der Gesellschaft verbessert • • **HEUTE: „GWÖ“ für Demokratie-Rechte** (gegen die Finanz-Re-Feudalis.-Tendenzen der Regierenden)



- (1) „**Wir wollen keinen Seniorenteller!**“ (SozHilfe macht impotent: „**If You don't use it, You loose it**“ --> „**Hirn-Plastizitäts-Training!**“ (Hirnforschungs-Ergebnis: „**Begeisterung und Neugierde aktiviert das dopaminerge System**“)
- (2) Und wir haben jetzt die Möglichkeit, **politische Mehrheiten** zu bilden für eine sinnstiftende Integration der „**50+ -Generation**“ (2010-2020: ca. 50% der Wahlberechtigten) mit ihrem **demokratischen Engagement** ... mit Synergie-Potenzialen mit den **20% politisch engagierten jungen Erwachsenen** (Ihr hier!)

*) „(Meta-)Generation“ der Geburtenjahrgänge 1938-1958/1967 mit einem verbindenden Erfahrungshintergrund (siehe „50+ Studie“)
© Prof. Dr. Bernd Fittkau, Hamburg

Zwei (plus 3) Grundüberlegungen für (GWÖ-)Referenten

→ (1) Neurobiologisch-konstruktivistische Grunderkenntnis:

„Die Bedeutung einer Botschaft bestimmt immer der Empfänger (!) – nicht der Sender“



Als etwas martialische Herausforderung formuliert: *„Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler“* – natürlich ist GWÖ mehr als ein „Wurm“.

- ...eine **narzisstische Kränkung** für jeden Referenten mit seinem Sendungsbewusstsein und Goodwill
- ...und **eine Entlastung**: Wenn ein Empfänger seine Vorurteile oder Kritik (z.B. gegen GWÖ) bestätigen will, wird ihm das gelingen (egal welche Kopfstände ich als ReferentIn mache)
- ...dennoch müssen wir **an unsere Selbstwirksamkeit glauben**, damit wir überzeugt handeln können



→ (2) Es ist also die wohlwollende Beziehung der Empfänger zum Referenten, die uns als Referenten erfolgreich macht! → Frage: „Wie kann ich als Referent eine Beziehung zum Publikum „wohlwollend“ gestalten?“

→ Indem ich die drei anderen Kommunikations-Ebenen (neben der

- „**Beziehung**“) gleichermaßen berücksichtige:
- „**Selbstoffenbarung**“: Glaubwürdigkeit durch pers. **Authentizität & GWÖ-Werte** leben
 - „**Sachinhalt**“: Gute Sachargumente & (Allgemein-)**Verständlichkeit**
- „**Appell**“: „**Sog**“ erzeugen und wenig (moralischen) Druck (erzeugt meist Reaktanzen)



... eine ganz alte Folie mit unserem „Kommunikations-Modell“

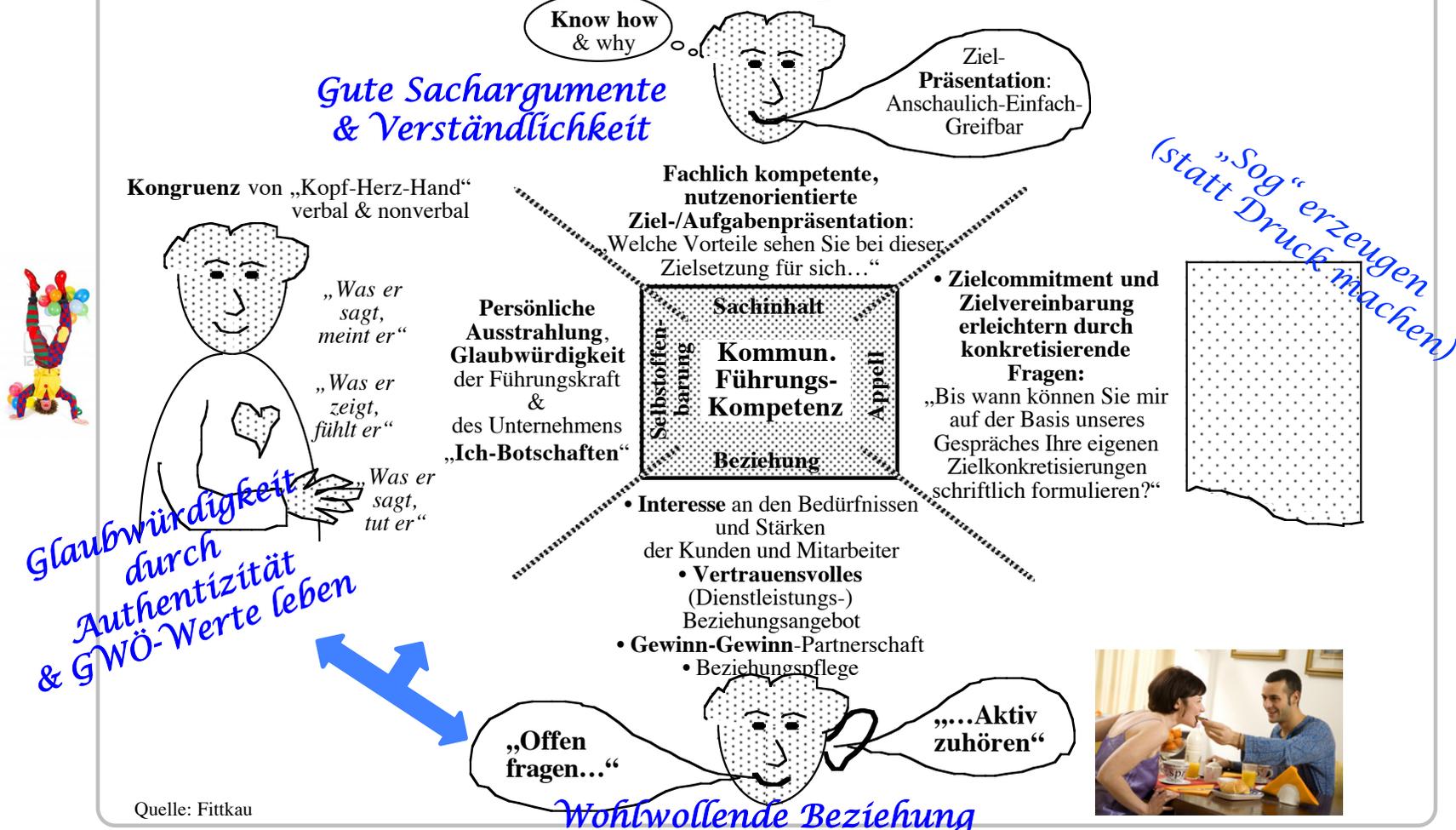
Sender



Empfänger



Vier Seiten der Führungs-Kommunikation



Quelle: Fittkau

© Prof.Dr.Bernd Fittkau (mtt - 28.09.2012): „Vier Seiten der Führungs-Kommunikation“

Was kann meine „Authentizität/Glaubwürdigkeit“ verbessern – und damit die Beziehung zu meinen Zuhörern?



„Echtheit“, „Kongruenz“, „Ehrlichkeit“,
„Ausstrahlung“, „Charisma“, ...



- *Ich bedanke mich für die Möglichkeit, hier einen Beitrag leisten zu können („Rollen-Authentizität“ als „höflicher Gast“ – ohne zu „schleimen“)*
- *Ich sage, warum gerade ich, gerade jetzt, gerade hier, gerade zu diesem Thema etwas sagen darf und möchte: Mein persönlicher Lebens-/Vergangenheits-Bezug zum Thema, zu den einladenden Personen, zu meinen Zukunfts-Wünschen etc.*
- *Ich öffne mich damit ein wenig als Person (und mache mich (an-)greifbar!) (ggf. auch mit Sorgen, Fragen, Schwächen, Grenzen, Fehlern, ...)*
- *Emotional ansprechend ist immer eine persönliche Geschichte, Anekdote, die mich emotional mit dem Thema konfrontiert hat*
 - *Es kann auch hilfreich sein, eine passende „Lehrgeschichte“, Parabel, Märchen, etc. vorzutragen ...*

• Was noch?

-
-

GWÖ-Werte – auch im Vortrag leben



Wertekrise: Ewiges Wachstum?



**„Wer in einer begrenzten Welt
an unbegrenztes
exponentielles Wachstum
glaubt, ist entweder ein
Idiot oder ein Ökonom.“**

Kenneth Boulding,

(US-Ökonom, 30 Ehrendoktor-Würden)

Zötlac

CHRISTIAN FELDER

Gemeinwohl-Werte = Beziehungswerte+:

- Kooperation, Partnerschaftlichkeit
- Wertschätzung, Hilfsbereitschaft
 - Vertrauen, Transparenz
 - Fairness, Gerechtigkeit
- Gemeineigentum („commons“) pflegen

Was noch?

•

Zwei Papiere zur „Verständlichkeit“

Welches ist verständlicher?

Informieren

Die 4 Aspekte der Verständlichkeit

Gliederung

- schaffen Sie den Überblick
- halten Sie den roten Faden sichtbar
- heben Sie die Schwerpunkte hervor
- unterscheiden Sie Wichtiges von Unwichtigem
- wahren Sie die Übersichtlichkeit

Einfachheit

- bleiben Sie konkret
- verwenden Sie bekannte Wörter
- erklären Sie Fachwörter
- verwenden Sie kurze Sätze
- benutzen Sie einen einfachen Satzbau

Kürze und Prägnanz

- bleiben Sie bei der Sache
- schweifen Sie nicht ab
- beschränken Sie sich auf das Wesentliche
- konzentrieren Sie sich auf das Ziel

Stimulanz

- haben Sie Humor
- sprechen Sie das Gefühl an
- verwenden Sie anschauliche und treffende Beispiele
- unterstützen Sie Ihre Aussagen durch sparsame und deutliche Gestik, eindeutige bildhafte Beispiele
- modulieren Sie Ihre Stimme
- sorgen Sie für Abwechslung

Die Vier / Fünf Verständlichmacher

Das Hamburger Verständlichkeitskonzept nach Schulz von Thun, Tausch, Langer 1969-1974

Wie Sie bei ihren Zuhörern+ Lesern treffsicher ankommen!

<p>1. Einfachheit</p> 	<p><i>Macht es so einfach wie möglich! (Einstein)</i></p> <p>Einfache Sätze! Hauptsätze ohne Verschachtelungen oder Satzkonstruktionen. Sätze sollten nicht länger als 20 Wörter sein.</p> <p>Wenn die Wahl besteht, geben sie Wörter mit weniger Silben den Vorzug.</p> <p>Nominalisierungen vermeiden – lieber Verben und treffende Adjektive gebrauchen.</p> <p>Keine bzw. wenige Fremdwörter verwenden. Fachwörter nur dort einsetzen, wo es notwendig ist und sie vom Zuhörer/Leser verstanden werden. Abkürzungen erklären, wenn sie nicht allgemein bekannt sind.</p>
<p>2. Gliederung</p> 	<p><i>Den Roten Faden deutlich machen!</i></p> <p>Jeder Vortrag/Text braucht eine erkennbare Struktur (Gliederung). Besonders wichtige Aussagen klar herausstellen, z.B. durch Betonung, Hervorhebung und Wiederholung.</p> <p>Gedanken die zusammen gehören in Absätzen zusammenfassen. Bei einem Vortrag gezielt Pausen einsetzen – so entstehen gesprochene Absätze.</p> <p>Es hilft manchmal, Thema chronologisch dazustellen. Ein Roter Faden wird auch dadurch deutlich, wen Sie vom Allgemeinen zum Speziellen vorgehen.</p>
<p>3. Kürze</p> 	<p><i>Weniger ist Mehr! (Ludwig Mies van der Rohe)</i></p> <p>Beantworten Sie sich die Frage: „Was müssen die Zuhörer/Leser auf jeden Fall mitnehmen?“ Wie viel ist verdaubar: Denken Sie an die 7-Plus-Minus-2-Regel.</p> <p>Lassen Sie Nebensächlichkeiten weg. Verwenden Sie Wiederholungen sparsam und nur dort wo Sie etwas deutlich machen möchten.</p> <p>Wichtiges gehen auf eine Textseite: One-Page-Only-Prinzip</p>
<p>4. Stimulans</p> 	<p><i>Die Informationen zum Anfassen machen!</i></p> <p>Bauen Sie Graphiken, Bilder, Farben in Ihre Text ein. Metapher (Gleichnisse), Vergleiche und persönliche Erfahrungen sind sprachliche Bilder und sollten in keiner Rede fehlen.</p> <p>Verwenden Sie kräftige Argumente. (Behauptung + Beweis)</p> <p>Sprechen Sie die Zuhörer direkt an (Sie/Du, Wie kann ich Ihnen helfen?). Zeigen Sie den Zuhörern/Lesern den Nutzen, den sie haben können. Stellen Sie rhetorische Fragen.</p>
<p>5. Der Redner</p> 	<p><i>Bei Vorträgen sind Sie „Der Fünfte Verständlichmacher“</i></p> <p>Halten Sie Blickkontakt. Setzen Sie die Stimme gezielt ein (Artikulation + Modulation). Achten Sie auf Mimik, Gestik und Körpersprache.</p> <p>Auf den Stichwortzettel gehören nur Wörter. Sätze behindern die freie Rede und Ihnen schlafen die Zuhörer unter der Hand ein.</p> <p>70:20:10-Regel (70 % Person, 20 % Sprache, 10 % Inhalt)</p>

... meine GWÖ-Motivation:
„Ich will nicht als Idiot sterben ...“

*„Alter spielt keine Rolle ...
außer man ist Rotwein“*



Danke für Eure Aufmerksamkeit!

Was haltet Ihr von einer kurzen gemeinsamen Gesangs-Pause?

- *Motto: „Wo man singt, da lass Dich ruhig nieder ...“*



- *Gemeinwohl im Zentrum*
- *Mitgefühl mit allen Wesen*
- *Ich bin und bleibe auch ein Kind von Mutter Erde*
- *.....*



CD (2): „Der Fluss geht auf die Reise ...“

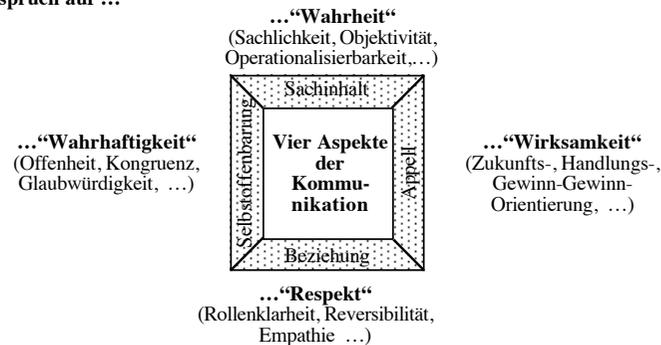
*„Der Fluss geht auf die Reise, stetig und leise,
Der Fluss geht auf die Reise, die Reise zum Meer.
Mutter Erde trage mich, dein Kind bin und bleibe ich,
Mutter Erde trage mich, trag mich zum Meer“*

„Kommunikations-Ethik“ & Referenten-Dilemma

Kommunikations-Ethik und -Ideale

(1) Maximen:

Anspruch auf ...



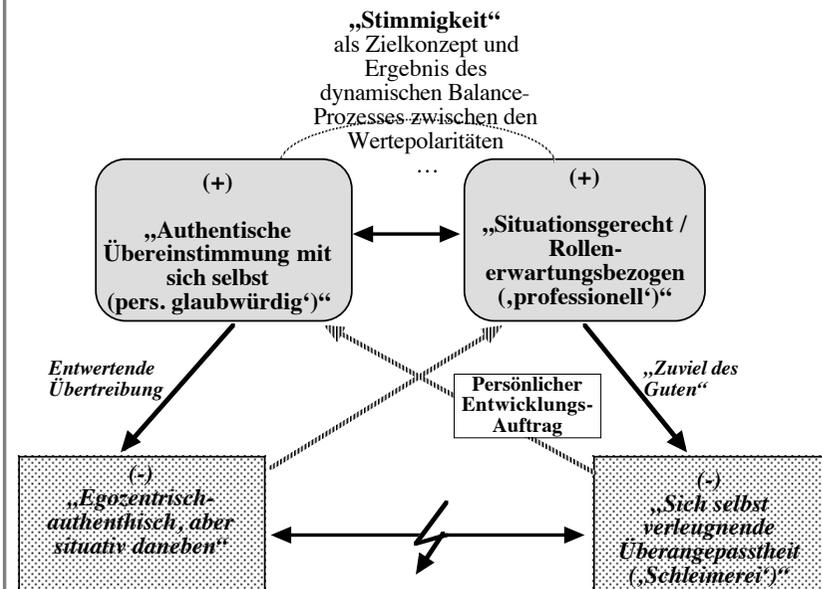
... insgesamt:

Anspruch auf ... „Stimmigkeit“

(2) Ideale Dialog-Prinzipien (nach Ulich 1981):

1. Beteiligung aller Betroffenen (authentisches Einbringen aller Bedürfnisse und Wertungen)
2. Argumentative Einigung (Konsensstreben)
3. Chancengleichheit (Verhandlungsmacht aller Beteiligten sollte möglichst gleich sein)
4. Zwanglosigkeit (Verzicht auf Sanktions-Drohung, Erpressung)
5. Unbeschränkte Information (Informationen sind allen Beteiligten zugänglich)
6. Argumentative Kompetenz (Fähigkeit aller zur vernünftigen Argumentation)
7. Rationale Motivation („Wille zur Vernunft“, Gegenargumente anhören, unvoreingenommen prüfen und konsensorientiert integrieren)

Werte- und Entwicklungs-Trapez zum „Authentizitäts-Professionalitäts-Dilemma“



Quelle: Schulz von Thun

© Prof.Dr.Bernd Fittkau (mtt - 28.09.2012): „Werte-Trapez zum Stimmigkeits-Dilemma“

© Prof.Dr.Bernd Fittkau (mtt - 28.09.2012): „Kommunikations-Ethik und -Ideale“