KOMM-NATURA.AT

Kommunikation und Partizipation in Schutzgebieten

Seminar 1 in Vorau, Stmk., 4. + 5. Dezember 2013

Protokoll

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete.

LE 07-13 Entwicklung für den Ländlichen Raum

lebensministerium.at

Inhaltsverzeichnis

Tag 1

Ergebnisse der Gruppenarbeiten **4**

Tag 2

Senden und Empfangen von Botschaften 22

Die vier Seiten einer Botschaft 22

Die vier Ohren 27

Reaktionen auf empfangene Botschaften 29

Der Vortrag 30

Vor dem Vortrag… (die Vorbereitung) 30

In Bildern sprechen 31

Power Point Präsentation 32

Zwei bewährte Methoden für eine Vortragsstruktur 34

Ich halte den Vortrag… 35

Teilnehmer einer Gesprächsrunde 37

Partizipative Methodenvorschläge 42

Das Projekt "Komm-Natura" 47

Ziel des KOMM-Natura Seminares war es, neugierig auf die anderen Akteure im Schutzgebiet zu werden. Wie denken sie, was beschäftigt sie, was sind ihre drängendsten Probleme, was ihre kleinen Freuden des Alltags.

Das KOMM-Seminar will anregen, sich ein Stück weit in sein Gegenüber hinein zu fühlen, um die Motivation für das jeweilige Handeln zu erkennen. Auch wenn wir vom gleichen Schutzgebiet reden hat doch jede Berufsgruppe eine andere Sicht darauf, wie der Idealzustand sein soll. Selbst auf scheinbar eindeutigen Bildern von Landschaften springen uns unterschiedliche Dinge ins Auge und bewerten wir Bildinformationen nach unseren Wertvorstellungen.

Im zweiten Teil des Seminars wurde in Gruppen von den TeilnehmerInnen die Sicht der Anderen erfragt. Die Erklärungen der jeweiligen Berufsgruppe zu den verschiedensten Themen bildeten die Basis für Aufträge an die beiden Zeichner Nina Dietrich (www.illustration.at) und Geert Gratama (www.geertgratama.nl), die daraus Bilder malten. Die nachfolgend angeführten Zeichnungen sollen mit einem Augenzwinkern so manche Seite der verschiedenen Akteure in Schutzgebieten noch einmal so richtig bewusst machen.

Eine Auswahl von Zeichnungen wird im Herbst in der Broschüre „Die Sicht der Anderen“ erscheinen. Darin werden die Ergebnisse der Seminare und von Einzelinterviews wiedergegeben. Sie soll ein Nachschlagewerk für ein besseres Verständnis im Naturschutz sein.

Die Bilder können zu redaktionellen Zwecken unter Angabe des jeweiligen Zeichners und dem Nachsatz „www.komm-natura.at“ frei genutzt werden (z.B. © Nina Dietrich, www.komm-natura.at). Jede gewerbliche Nutzung bedarf der Genehmigung durch suske consulting www.suske.at.

Weiter Informationen zu KOMM-Natura unter www.komm-natura.at oder bei Johannes Maurer, johannes.maurer@suske.at, 01/957 63 06.

Schöne Grüße

Johannes Maurer

Berufsgruppe: Behörden

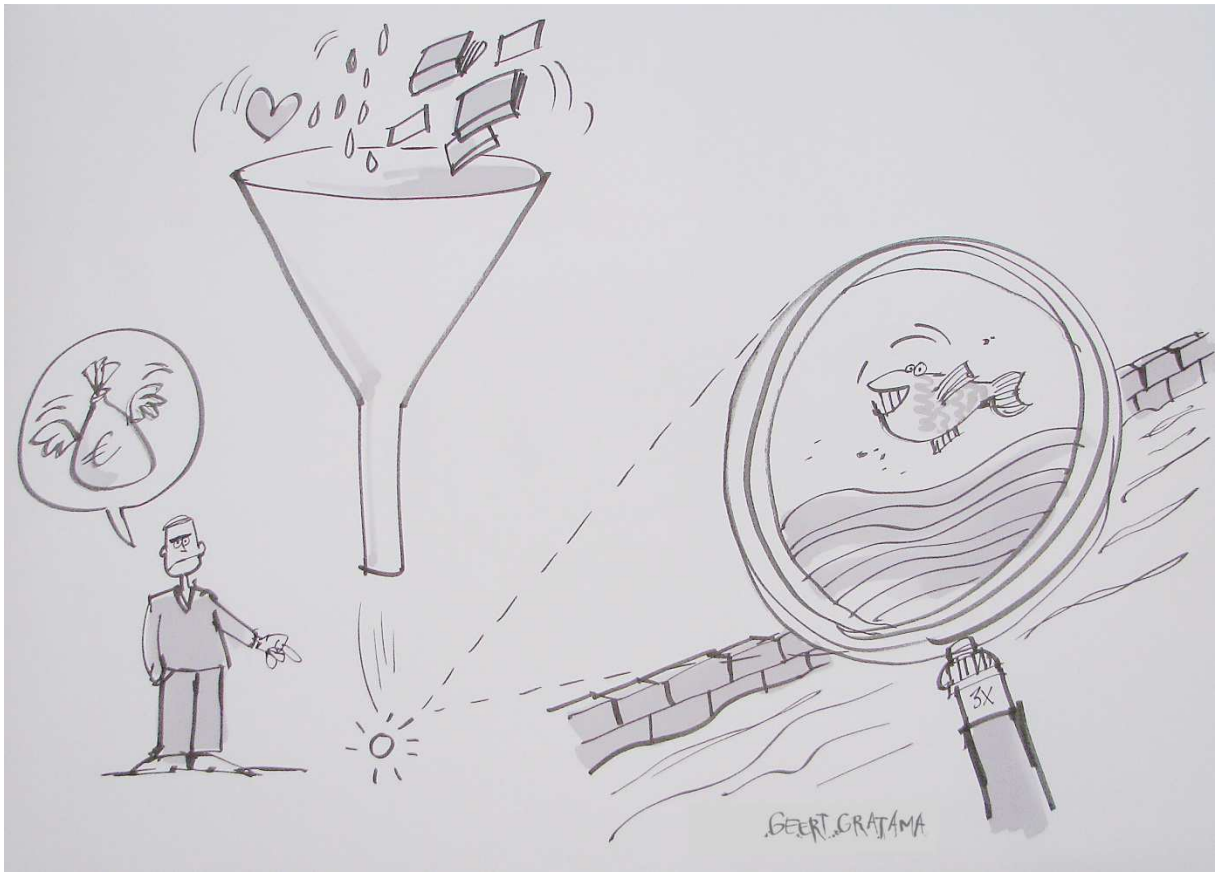
Titel: **Drahtseilakt**

Berufsgruppe: Behörden

Titel: **Vom Bauern bis zum Wanderer, das Sagen hat ein anderer…**

Berufsgruppe: Büros

Titel: **Naturschutz auf den Punkt gebracht**



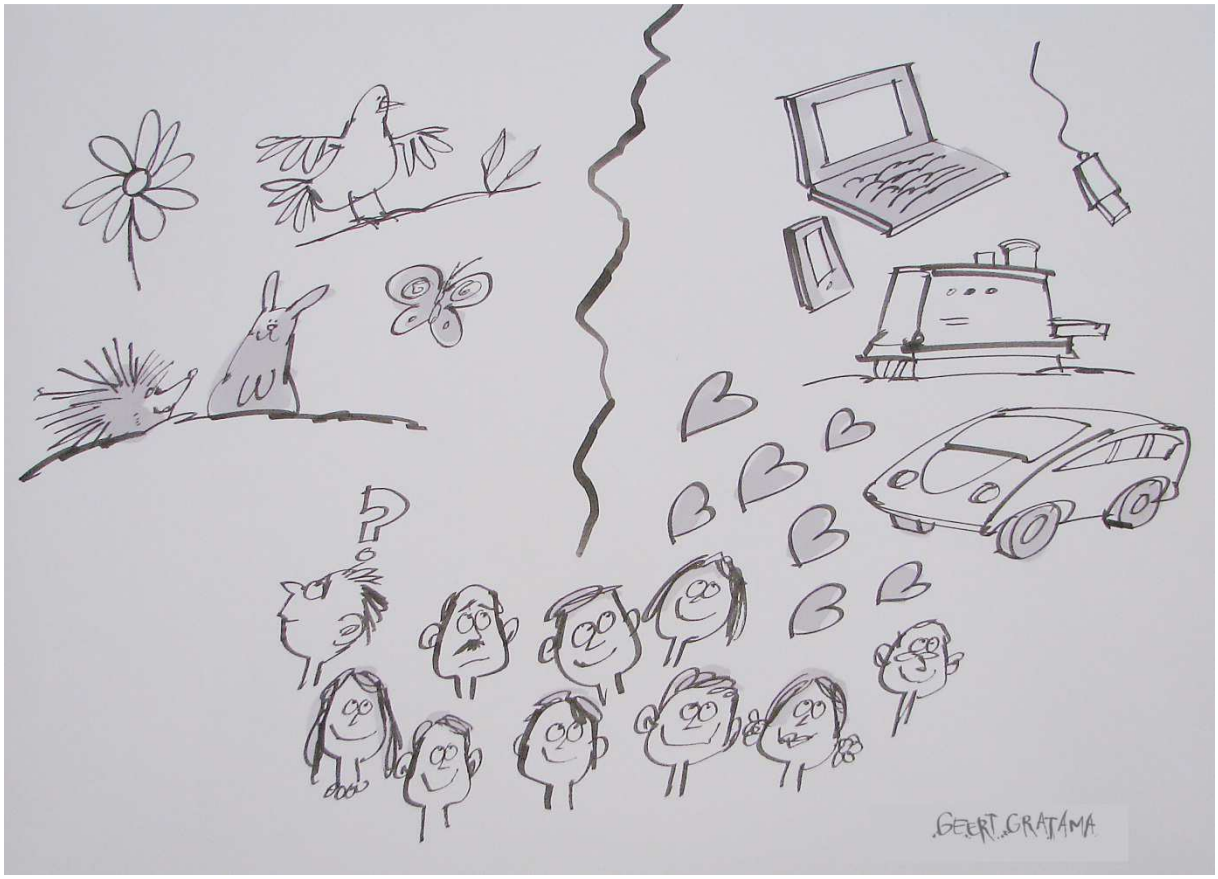
Anmerkungen: Die Naturschutzbüros bringen viel Herzblut, Hirnschmalz und komplexes Wissen in die Projektplanung ein. Diese Planung auf den Punkt gebracht wird von außen vielfach nur als großer Kostenfaktor gesehen. In der Umsetzung zeigt sich die positive Wirkung auf die belebte Natur.

Vorgeschlagene Änderungen am Bild:

- „Hirnschmalz“ in den Trichter
- Herzblut
- Fisch schwimmt in einem jetzt rückgebauten Fluss, der sonst hart verbaut ist.

Berufsgruppe: Büros

Titel: **Verschobene Wertigkeiten**



Anmerkungen: Der Stellenwert der Arbeit von Planungsbüros ist vergleichbar mit der Wertigkeit, die die Gesellschaft verschiedenen Bereichen zuweist. Wohin fliegen die Herzen – zur Technik, zur Natur, ….?

Berufsgruppe: Forstwirtschaft

Titel: **Ängste der Forstwirtschaft vor Einschränkungen in den Schutzgebieten Natura 2000**

Berufsgruppe: Jagd

Titel: **Traditionelle, naturverbundene Form der Nahrungsaufnahme**

Anmerkungen: Jagd bedeutet:

- Naturerlebnis
- Nachhaltigkeit
- wirtschaftlicher Faktor
- gesellschaftlicher Zusammenhalt in gelebtem Brauchtum
- Konsensfindung zwischen Wild und Wald

Vorschläge für Änderungen:

Karikatur in der Mitte klein, rundherum Naturerlebnis (Bäume, Sonnenaufgang), wirtschaftlicher Faktor (Geld), gesellschaftlicher Zusammenhalt – Brauchtum (Stammtisch mit Jägern und Hut) und Konsensfindung (Waage mit Rehbock und Bäumen).

Berufsgruppe: Jäger

Titel: **Um den Jäger geht's rund**

Anmerkungen: Einflussfaktoren auf die Jagd: Behörde, Landwirtschaft, Tourismus, nicht jagende Bevölkerung, Wildbestand.

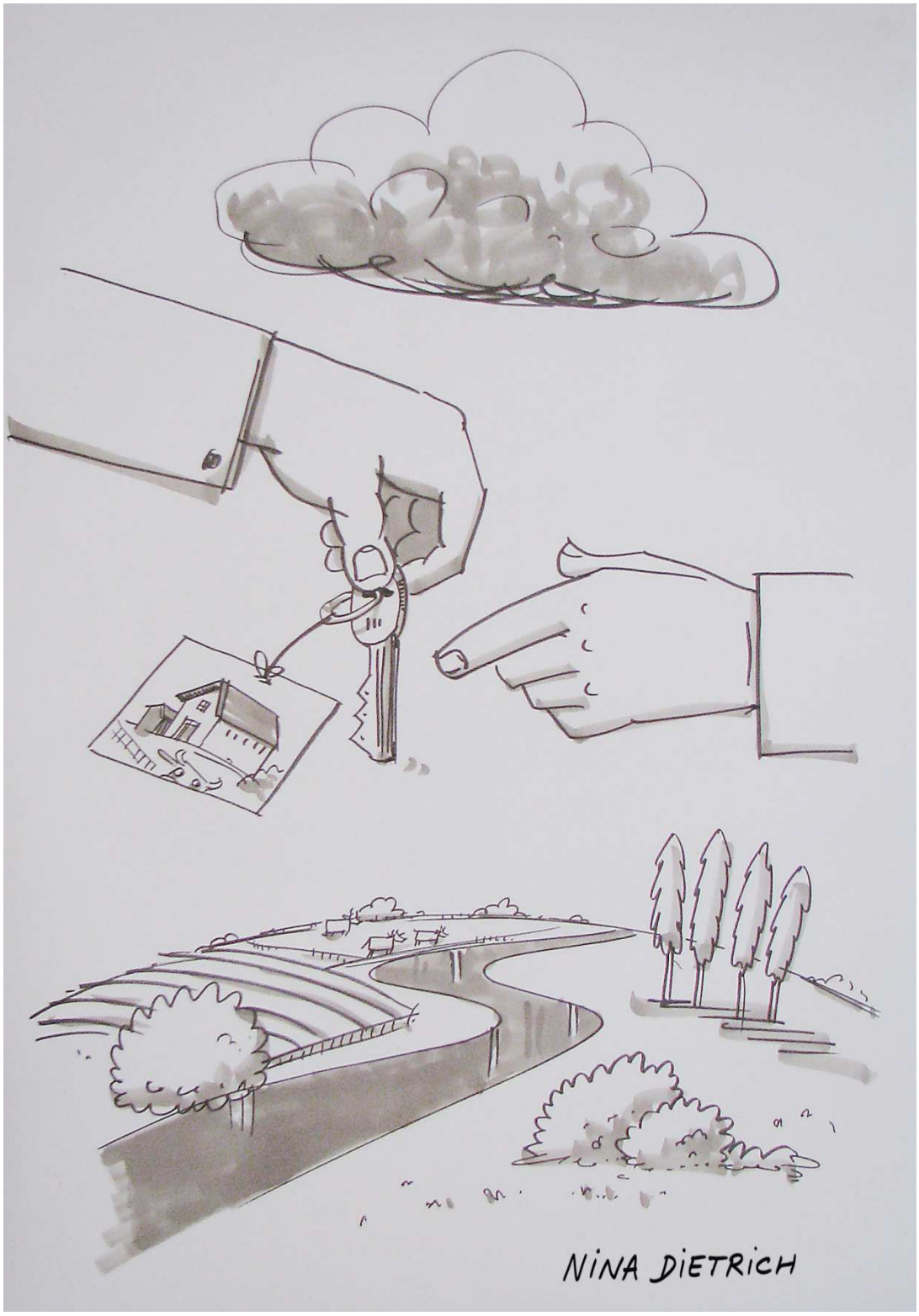
Berufsgruppe: Landwirtschaft

Titel: **Die gestützte Lisa**

Anmerkungen: Zu viel Förderungen kriegt's ihr, bekommen wir zu hören. Und das soll uns nicht STÖREN?

Berufsgruppe: Landwirtschaft

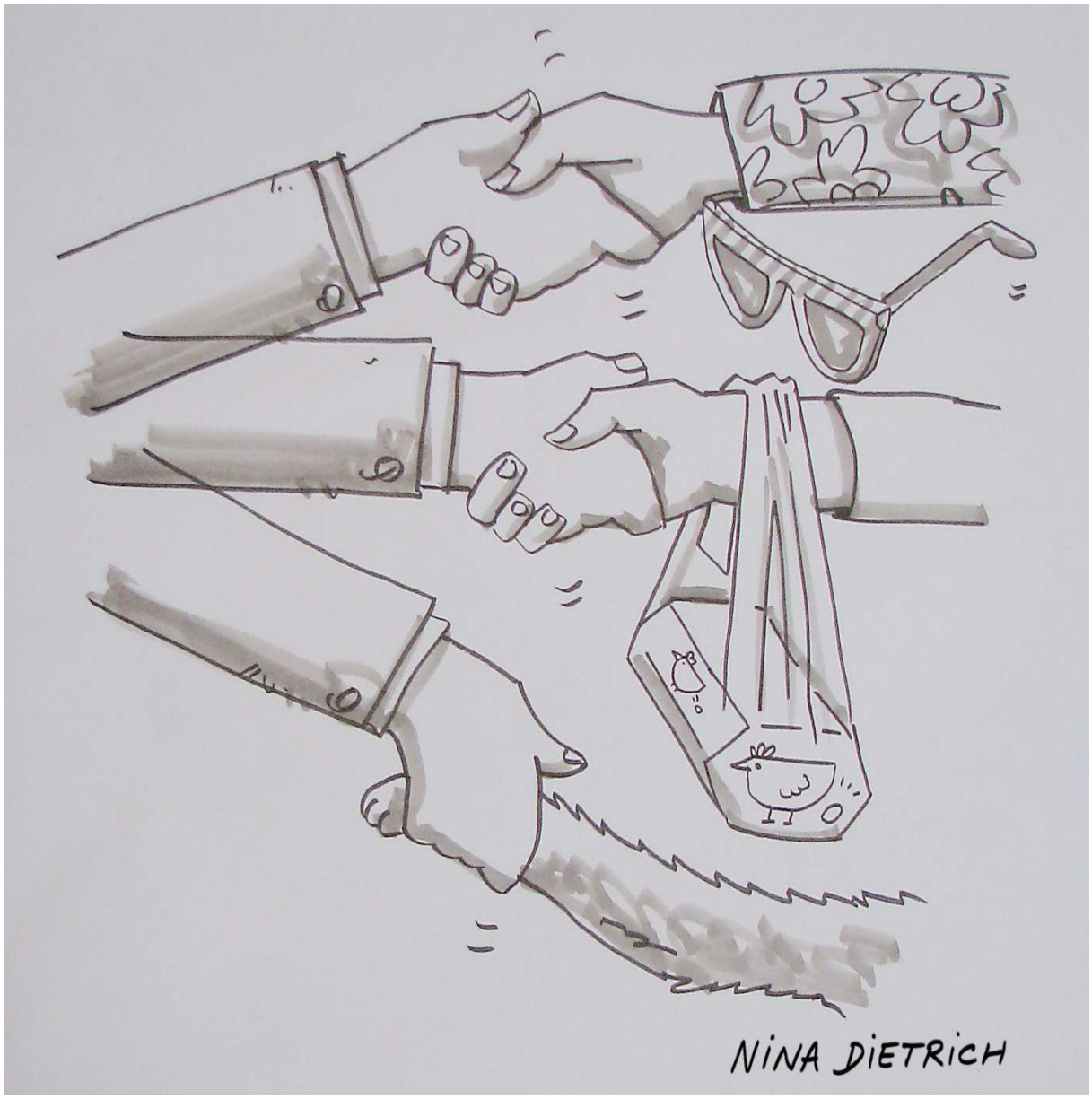
Titel: **Verantwortung**



Anmerkungen: Damit alle in Zukunft gut könne leben, sollt's uns auch in Zukunft geben.

Berufsgruppe: Landwirtschaft

Titel: **Der Landwirt, ein verlässlicher Partner**



Berufsgruppe: Berg- und Naturwacht

Titel: **Faulenzen oder Arbeiten**

Anmerkungen: Während andere in ihrem Urlaub „faulenzen“, verbringt jeder Berg- und Naturwächter über 5 Wochen pro Jahr ehrenamtlich und unentgeltlich mit Arbeit für NATUR & UMWELTSCHUTZ!

Vorschläge für Änderungen:

Das Bild stellt einen Blumenpflücker da! Unser Anliegen ist aber das Beschützen von Natur und Umwelt. Also entweder beschützende Hände und/oder „Amtskappe“ mit Wappen.

Berufsgruppe: Berg- und Naturwacht

Titel: **Was wir sind und wie wir wahrgenommen werden**

Anmerkungen: Wir wollen: schützen, pflegen, aufklären
Oft werden wir: belächelt, ignoriert, beschimpft, herabgewürdigt, bedroht
Und dann denkt man schon manchmal…

Berufsgruppe: NGO's

Titel: **Naturschutz - Immer am Bettelstab und trotzdem erfolgreich!**

Berufsgruppe: NGO's

Titel: **Interdisziplinäres Arbeiten: Alle ziehen an einem Strang aber aus unterschiedlichen Gründen.**

Änderungsvorschläge:

- negativer Gesichtsausdruck ist nicht gut
- freudige Zusammenarbeit wer besser (Aufbau)
- Bauer denkt an „Ernte"
- Vorwärtsbewegung statt Seilziehen
- Auf Block: Vielfalt

Berufsgruppe: NGO's

Titel: **Die Stärke der NGO's: Mit vereinten Kräften auf breiter Basis Visionen verwirklichen!**

Berufsgruppe: Schutzgebietsbetreuer

Titel: **Gemeinsam statt einsam!**

Anmerkungen: Ich habe eine Lösung, vielleicht passt sie zum Problem. Im gemeinsamen Lebensraum sollen wir auch gemeinsam reden.

Berufsgruppe: Schutzgebietsbetreuer

Titel: **Die Gebietsbetreuer können mit allen Interessensgruppen gut kommunizieren!**

2. Seminartag

VERMITTELN UND PRÄSENTIEREN

Wolfgang Suske
www.suske.at

Senden und Empfangen von Botschaften

„Man kann nicht *nicht* kommunizieren!“ (Paul Watzlawick)

Sobald sich zwei Personen gegenseitig wahrnehmen, kommunizieren sie miteinander. Jedes Verhalten hat kommunikativen Charakter - wir kommunizieren auch *unbewusst*.
Botschaften haben einen *sprachlichen* und einen *nicht-sprachlichen Anteil* (meist Beziehungsebene). Es gibt auch Botschaften, die nur aus nicht-sprachlichen Ebenen bestehen: Schweigen, Weinen, Lachen,…

Die vier Seiten einer Botschaft

Das „Kommunikationsquadrat“/“Vier-Ohren-Modell” (Schulz von Thun), beschreibt die Ebenen der zwischenmenschlichen Kommunikation. Es besagt, dass jede unserer Äußerungen folgende vier Botschaften enthält:

1. **Sachinformation**: Worüber ich mein Gegenüber informiere (Fakten, Sachverhalte)
   → sollte *klar* und *verständlich* sein

2. **Beziehungsaspekt**: Was ich von meinem Gegenüber und *unserer Beziehung* halte
   →sollte *wertschätzend* sein

3. **Selbstoffenbarung**: Was ich von *meiner Persönlichkeit* zu erkennen gebe
   → sollte *ehrlich* sein,“ Ich-Botschaften”

4. **Appellaspekt:** Wozu ich mein Gegenüber veranlassen möchte
   → sollte *direkt* sein

Es gibt also neben der Sachebene *drei Beziehungsebenen*. Diese kommen vor allem über Mimik, Gestik, Tonfall und die Art der Formulierung zum Ausdruck.

Beispiel:

„Du, da vorne ist grün!“

1. „Die Ampel ist grün“ - *Sachebene*
2. „Du brauchst meine Hilfe!“ - *Beziehungsebene*
3. „Ich habe es eilig“ - *Selbstoffenbarungsebene*
4. „Gib Gas!“ - *Appel*

Die gesendete Nachricht wurde von der Empfängerin in etwa so entschlüsselt:

„Eigentlich bin ich der, der hinter dem Steuer sitzen sollte!“

Sowohl der Sender, als auch der Empfänger sind für die Qualität der Kommunikation verantwortlich. *Die unmissverständliche Kommunikation ist der Idealfall, aber nicht die Regel.*

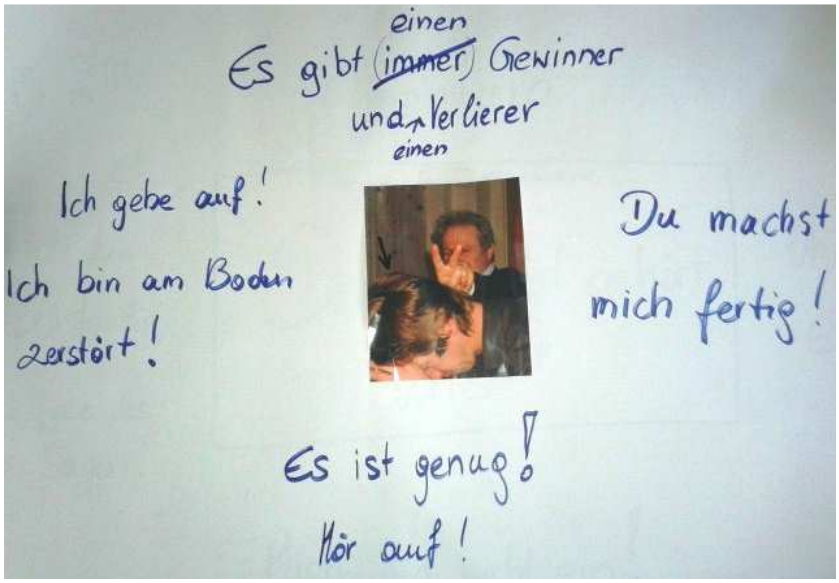
Botschaften können betreffend der vier Ebenen *stimmig* (Sachebene stimmt mit der Beziehungsebene überein) oder *unstimmig* sein (Sach- und Beziehungsebene stimmen nicht überein).

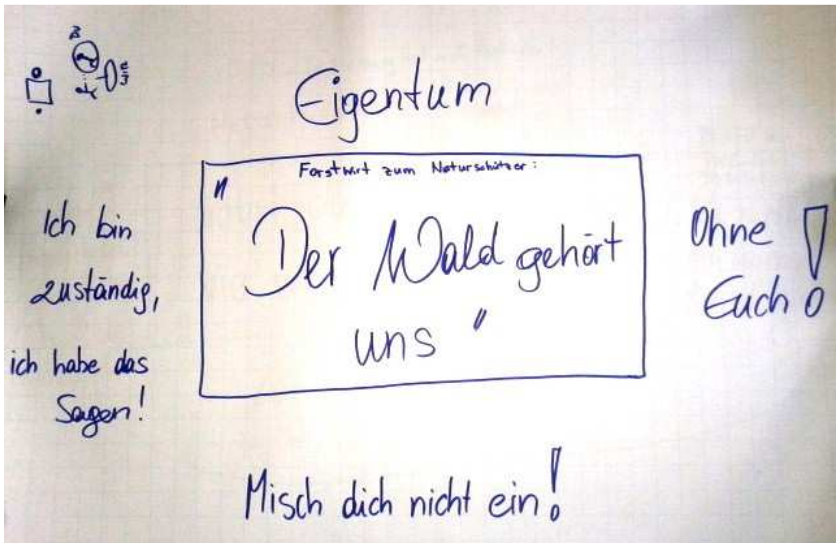
> Wirkung von stimmigen Botschaften:
Nachrichten sind in sich stimmig, wenn *alle Signale auf allen Ebenen* kompatibel sind. Idealerweise reagiert auch der Empfänger dementsprechend stimmig.

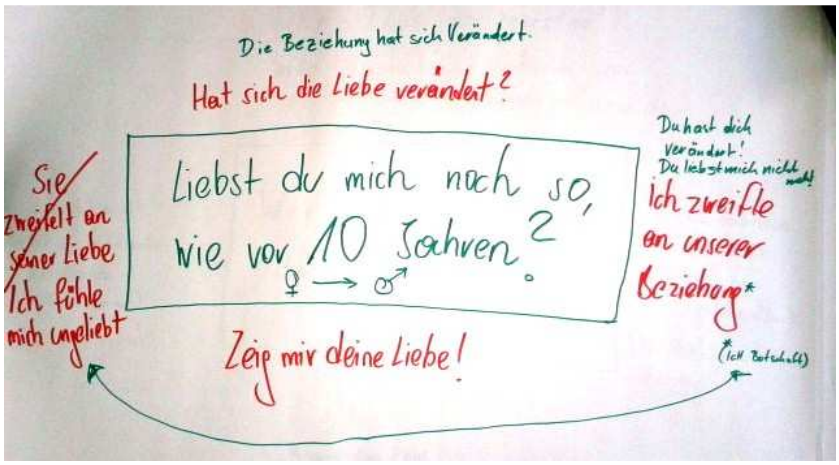
> Wirkung von unstimmigen Botschaften:
Der Sender drückt sich unklar aus, für den Empfänger wird es schwierig - er hat zu entscheiden, was eigentlich vermittelt werden soll.
Ein Vorteil von unstimmigen Nachrichten für den Sender ist, dass er sich nicht festlegen muss und seine Botschaften im Nachhinein dementieren kann.

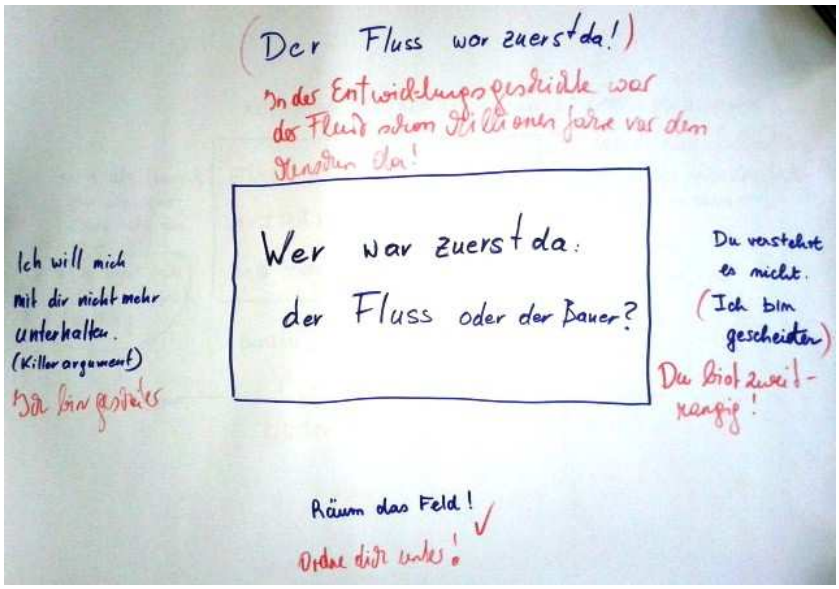
z.B.: „Das hab ich so nicht gesagt“ (aber trotzdem gesendet!)

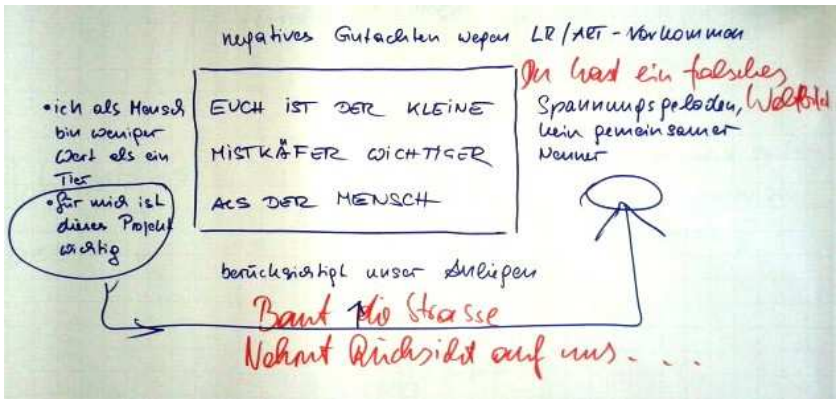
Beispiele vom Seminar:

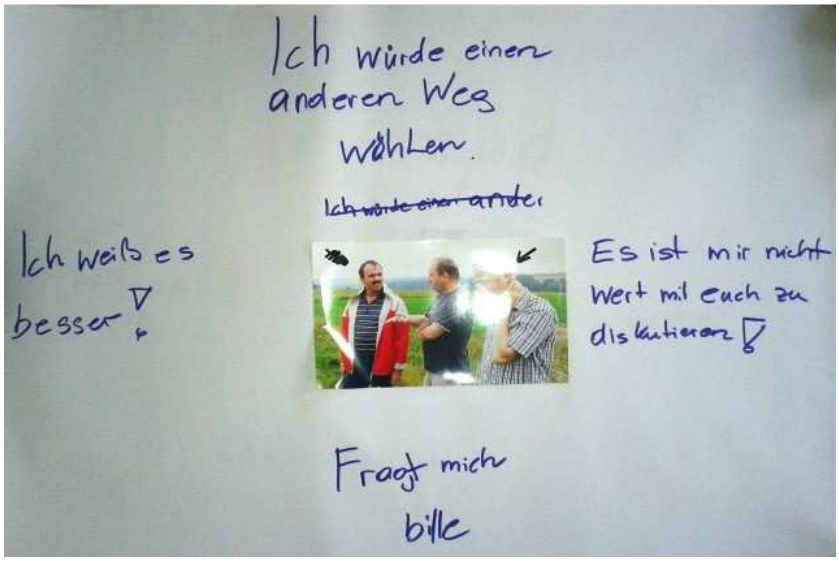


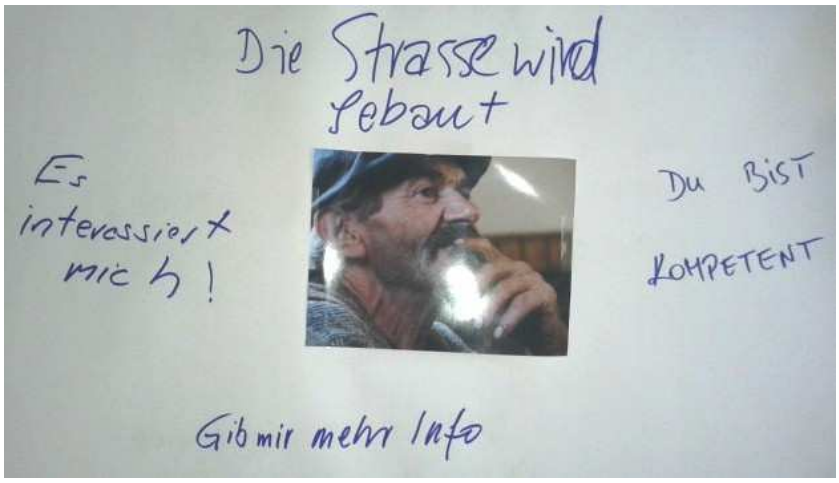





(Der Fluss war zuerst da!)
In der Entwicklungsgeschichte war der Fluss schon Millionen Jahre vor dem Menschen da!
Wer war zuerst da:
der Fluss oder der Bauer?
Ich will mich mit dir nicht mehr unterhalten.
(Killerargument)
Du bist gestorben
Du verstehst es nicht.
(Ich bin gescheiter)
Du bist zweitrangig!
Räum das Feld!
Ordne dich unter!


negatives Gutachten wegen LR/AET-Vorkommen
EUCH IST DER KLEINE MISTKÄFER WICHTIGER ALS DER MENSCH
• ich als Mensch bin weniger wert als ein Tier
• für mich ist dieses Projekt wichtig
Du hast ein falsches Spannungsgebiet, kein gemeinsamer Nenner
berücksichtigt unser Anliegen
Baut die Strasse
Nehmt Rücksicht auf uns . . .


Ich würde einen anderen Weg wählen.
Ich würde einen anderen
Ich weiß es besser!
Es ist mir nicht wert mit euch zu diskutieren
Fragt mich bitte


Die Strasse wird
gebaut
Es
interessiert
mich!
Du bist
KOMPETENT
Gib mir mehr Info

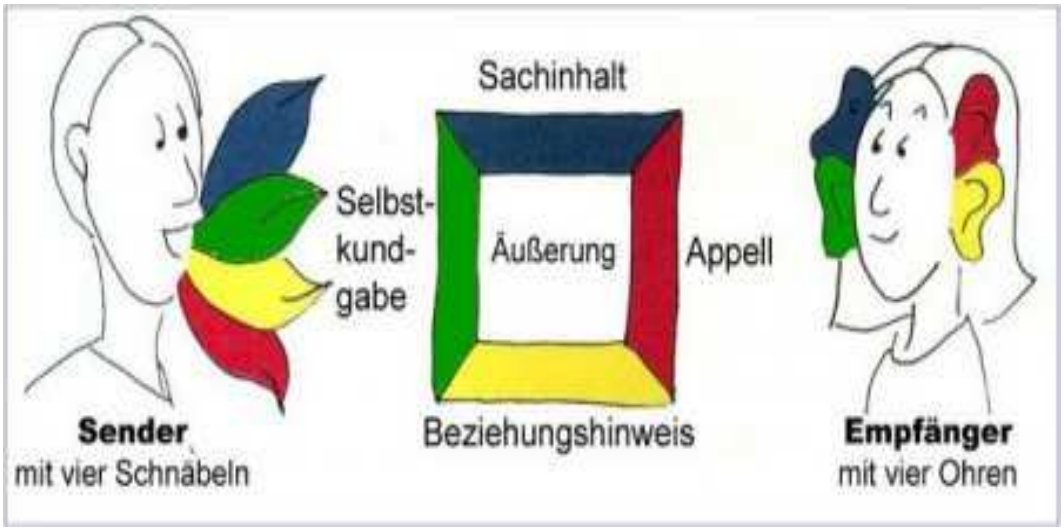
In einer Diskussion ist einer
der Sieger u. einer der Verlierer.
Ich bin in dieser
Diskussion der
Sieger!
Ihr habt
verloren
Geht das endlich ein!

Die vier Ohren

Für die Moderation ist nicht nur das authentische Senden eigener Botschaften wichtig. Ganz besondere Bedeutung hat auch die Art und Weise, *wie* Botschaften der TeilnehmerInnen wahrgenommen werden - und wie mit ihnen umgegangen wird. Ein paar generelle Anregungen:

- Denk nicht, währen der Andere noch spricht, über Deine Antwort nach, sondern konzentriere Dich voll und ganz auf seine Aussage
- Berücksichtige immer alle vier Ebenen!
- Höre aufmerksam zu!
- Achte auf deine eigenen Botschaften! Ziel ist ein konstruktives Arbeitsklima
- Achte auf klare, unverschlüsselte Botschaften!
- Konflikte sollten angesprochen werden - Unausgesprochenes belastet die Kommunikation!
- Transparenz und Authentizität beugen Missverständnissen vor!

Eine Äußerung entstammt also nicht nur den "vier Schnäbeln" des *Senders*, sie trifft auch auf die "vier Ohren" des *Empfängers*:



Sachohr: „Wie ist der Inhalt zu verstehen?"

- Betont die Inhaltsebene, lässt die Beziehungsebene unberührt.
- *Positiv* bei Zielkonflikten.
- *Negativ:* Manchmal entstehen unnötige Sachkonflikte, weil das eigentliche Problem ganz woanders liegt.

Beispiel: Lehrer zum Schüler, der während der Stunde Kaugummi kaut: „Meinst du nicht, dass Kaugummikauen ungesund ist?“ Schüler: „Nein, es ist sogar gesund für die Zähne, das habe ich gelesen!“

> Wichtig für die Moderation:

- *Den Sachverhalt klar und verständlich bringen.*
- bei Konflikten: klare Abgrenzung von Sach- und Beziehungsebene
- Ist eine Information für das aktuelle Thema *relevant oder irrelevant*?
- Ist eine Information für das aktuelle Thema *hinlänglich?* (sind die angeführten Sachhinweise ausreichend, oder muss vieles zusätzlich bedacht werden?

Beziehungsohr: „Wie redet er/sie mit mir?“

- Positiv: Selbstkritische Auseinandersetzung
- Negativ: In allem die Beziehung heraushören. Man fühlt sich leicht angegriffen, nimmt alles persönlich („er sagt was über <u>mich</u>), fühlt sich beschuldigt, ist mit sich sehr kritisch, etc.

Beispiel: Trainer „Das hast du gut gemacht!“
Sportlerin: „Das sagen Sie nur, um mich zu trösten!“

> Wichtig für die Moderation:

- Neutrale Formulierungen verwenden, keine wertenden Aussagen
- bei Konflikten: Ansprechen, klare Abgrenzung von Sach- und Beziehungsebene
- Unausgesprochenes belastet Kommunikation!

Selbstoffenbarungsohr: „Was sagt mir mein Gegenüber über sich?“

- Positiv: gesunder Mechanismus, vor allem bei Anklagen, Vorwürfen, etc. wichtig - man kann einen Menschen verstehen, ohne sich selbst einzubeziehen; sich in das Gegenüber einfühlen.
- Negativ: Immunisierung durch Verlust des Beziehungsohres; Ablegen in eine Schublade - kann schnell zu einem voreiligen Psychologisieren führen.

Beispiel: „Das tun sie ja nur, weil sie aufgrund ihrer Kindheit nicht mit dem Leben fertig werden!“

> Wichtig für die Moderation:

- Ansprechen und verdeutlichen: „aktives Zuhören“ = wertfreies Zuhören und Einfühlung in den anderen
- Dem Sender Rückmeldung geben wie die Botschaft wahrgenommen wurde
- Den hartnäckigen „AusfragerInnen“ in einer Gesprächsrunde kannst Du ihre Fragen einfach zurückstellen: „Das ist eine interessante Frage, Herr Nervig, was sind denn Ihre Erfahrungen diesbezüglich?“
- Ich-Botschaften können Konflikte entschärfen!

Appellohr: „Ich möchte es allen recht machen“
- Positiv: die Bedürfnisse des Anderen wahrnehmen
- Negativ: überall Apelle verspüren. Ich *muss* was machen

Beispiel: das Kind zu seiner Mutter: „Das Essen war aber gut!“ Die Mutter hört: „Bring mir noch eine Portion!“

Wichtig für die Moderation:
- Ansprechen, verdeutlichen: „aktives Zuhören“ = wertfreies Zuhören

Reaktionen auf empfangene Botschaften

<u>3 Empfangsvorgänge:</u>

1. Wahrnehmen (hören, sehen,…)
2. Interpretieren: Wahrgenommenes wird mit Bedeutung versehen → unvollständig gesendete Botschaften werden vom Empfänger oft mit eigenen Einschätzungen vervollständigt!
3. Fühlen

Eine Reaktion hat also sehr starke Anteile vom Empfänger selbst! Die „Saat der Nachricht“ trifft auf den „Boden des Empfängers“ *oder* zwei harmlose chemische Stoffe treffen aufeinander → Explosion?? → wenn der Empfänger überraschend unverständlich auf die Botschaft reagiert hat eine psychochemische Reaktion stattgefunden!

→ Diese Reaktionen soll man nicht „ausschalten“, aber sich dessen bewusst sein!!
→ Innere Klarheit und Bewusstsein sind wichtig für Kommunikation!

Empfohlene Literatur:
Friedemann Schulz von Thun:
Miteinander reden: Störungen und Klärungen. Psychologie der zwischenmenschlichen Kommunikation.

Der Vortrag

Vor dem Vortrag… (die Vorbereitung)

- ✓ Überlege in Deiner Vorbereitung: *was ist eigentlich meine Botschaft*? Versuche sie in einem Satz zusammenzufassen: Was willst Du Deinem Publikum vermitteln? *Ein Vortrag ohne Botschaft ist wie Gulasch ohne Saft.*

- ✓ *Mach Dir im Vorfeld Gedanken über Dein Publikum*. Was könnte es interessieren? Was könnte es langweilen? Was könnte es animieren?

- ✓ Investiere Zeit in Deinen *ersten und Deinen letzten Satz*. Auch wenn es dann im Vortrag anders kommt, als geplant – lerne Deinen Anfang und Dein Ende auswendig. Dann weißt Du, wo Du hin willst und bist lockerer.

- ✓ *Alle lieben Bilder. Alle lieben Geschichten. Jeder merkt sich Bilder und Geschichten. Nutze das!* Und bedenke: Weil sie so unter die Haut gehen, müssen sie punktgenau passen. Es gibt nichts Peinlicheres als ein schlechtes Beispiel oder einen schlechten Vergleich.

- ✓ Beende Deinen Vortrag nicht mit „Danke für Ihre Aufmerksamkeit“. Besser sind *konkrete Informationen* (z.B. Deine Kontaktdaten, Homepage) oder ein *netter Abschlusskommentar* (z.B. was Du Deinen ZuhörerInnen wünschst).

In Bildern sprechen

Unser Bewusstsein gleicht einem Eisberg: Die Spitze bildet das *logische Verständnis* (ca. 10%), dessen Speicherfähigkeit sehr begrenzt ist.

Der große Teil unter dem Wasser entspricht dem *Unterbewusstsein* (ca. 90%!). Dieses speichert Informationen langfristig, über bildhafte Eindrücke und Gefühle.

In den meisten Vorträgen wird hauptsächlich das logische Verständnis angesprochen. Da diese Informationen oft zu abstrakt sind, gelangen sie entweder *gar nicht oder nur mit sehr viel Energieaufwand* ins Unterbewusstsein und werden rasch wieder vergessen.

z.B.: „Unsere Berufsgruppe muss ihre Kommunikationskompetenz optimieren."

Die größte Wirkung auf die ZuhörerInnen haben **Bilder** - sie gelangen direkt ins Unterbewusstsein.

Das heißt für Dich: **Je anschaulicher und konkreter Du Dich ausdrückst, umso besser!**

- ✓ Ersetze Umschreibungen durch konkrete Zahlen
  z.B.: statt „Kostenersparnis": *„ Sie sparen 4000€ im Jahr"*
  statt „Zeitverlust" – „Ihnen bleiben zwei Stunden weniger am Tag"
  statt „längerer Weg" – „Sie haben einen Umweg von vier Kilometern"

- ✓ Ersetze Hauptwörter durch Verben
  z.B.: statt „Weggang", „Hilfe", „Handlung" – „weggehen", „helfen", „handeln"

- ✓ Ersetze Fachbegriffe durch anschauliche Ausdrücke (auch bei Fachpublikum!)
  z.B.: statt „Der Patient litt an einem Myokardinfarkt" - „Der Patient hatte eine Herzattacke."

- ✓ Vermeide unglaubhafte Modebegriffe!
  z.B.: „teamorientiert", „dynamisch", „effektiv", „prozessorientiert", „Kernkompetenz"

- ✓ Vermeide vage Ausdrücke und „Weichmacher"
  z.B." vielleicht", „eigentlich", „ich würde gerne", „ein bisschen"

„Wer ein Gleichnis findet, hat immer Recht."
Mit einem guten Gleichnis kannst Du ein Bild erzeugen, das im Unterbewusstsein seine volle Wirkung entfaltet. Du kannst ein Argument untermauern, es aber auch völlig entkräften. Die Frage ist nur noch - Wie kommt man auf Gleichnisse? Dazu gibt es folgende Übung: Überleg Dir ein Argument, das Du durch ein Gleichnis untermauern möchtest. Verwende folgenden Satzanfang, um Dein Hirn anzuregen, passende Vergleiche aus dem Alltag auszuspucken:

„Das ist genauso, als wenn…."
„Das ist dasselbe wie…"

z.B.: „Wenn Sie einmal etwas gelernt haben und Sie praktizieren es längere Zeit nicht, dann kommen Sie mit wenig Mühe wieder hinein.
Das ist genauso, als wenn Sie einen Vogel fangen und in einen Käfig sperren. Auch wenn Sie ihn Jahre später freilassen, kann er sofort wieder fliegen."

Du kannst in Deinem Vortrag auch **große Zahlen klein und kleine Zahlen groß erscheinen lassen**, indem Du die entsprechenden *Vergleichszahlen* gegenüberstellst. Die Vergleichszahl soll immer zuerst genannt werden, dann erst Deine Zahl. Dadurch erreichst Du mehr Spannung.

z.B.: Wenn Du die Kosten für Dein Projekt möglichst niedrig erscheinen lassen wollen, stell Ihnen einen Vergleichspreis gegenüber, der höher ist.

Du kannst Zahlen aber auch durch *Multiplikation oder Division* groß oder klein erscheinen lassen: z.B.: Ein Jahresabonnement einer Zeitung kostet 200€/ Jahr. Um den Preis niedriger erscheinen zu lassen, rechne vor, dass es pro Tag nur 60 Cent kostet.

Power Point Präsentation

Eine Powerpoint- Präsentation gehört mittlerweile fast zwingend zum Vortrag dazu. Die folgenden Tipps helfen Dir, Deinen Vortrag wirkungsvoll durch die PP-Präsentation zu unterstreichen:

Generell:
- DU stehst im Mittelpunkt und nicht die Powerpoint-Präsentation! Sie dient lediglich als ergänzender Hintergrund deines Vortrags.
- Für Folienanzahl und -texte gilt: Weniger ist mehr! (1 Folie = ca. 2 Minuten)
- Abdecken ist besser, als alles sofort zu zeigen. Eine Grafik/ Folie solltest du immer zeitgleich mit ihrer Einblendung erläutern
- Handzeichnungen und Handschriftliches ziehen mehr Aufmerksamkeit auf sich, als perfekte Grafiken und wirken sympathisch!

Ein paar Tipps …

- Verwende Bilder! Ein gutes Bild sagt mehr als viele Folien!
- Achte bei den Folien auf eine *übersichtliche Gliederung* und wenig Text
- Verwende *Stichwörter* statt vollständigen Sätzen - die ZuhörerInnen werden zum Mitdenken angeregt, schweifen nicht so leicht ab.
- Achte auf einen spannungserzeugenden dramaturgischen Aufbau: *Mitreißender Einstieg* (z.B. Bild, ein Zitat, eine Frage); *Trockene Passagen* lass nach Möglichkeit ganz weg, oder halte sie möglichst kurz und zeig zwischendurch gute Bilder; Hol die ZuhörerInnen *zum Abschluss* noch einmal „ins Boot", z.B. durch eine auf sie zugeschnittene Abschlussbemerkung oder ein passendes Bild.
- Präsentiere Zahlen und Fakten möglichst einfach und anschaulich und vor allem *erkläre sie!* (Diagramme, Tabellen)
- Präsentiere Ergebnisse und Schlussfolgerungen schrittweise und beziehe die ZuhörerInnen aktiv ein - frag sie z.B. nach ihren Einschätzungen.

Verzichte auf …

- Eine einleitende Überblicksfolie, in der Du bereits Deinen ganzen Vortrag „verrätst"- die Spannung geht dadurch verloren (wie bei einem Krimi, bei dem am Anfang der Mörder verraten wird).
- Selbsterklärende Folien mit fertig ausformulierten Sätzen – sie fördern passives „sich berieseln lassen."
- Logos, Tagungstitel, deinen Namen, Datum, etc. – das alles überfrachtet die Folien unnötig und niemand ist interessiert, diese Information den ganzen Vortrag lang zu bekommen. (Name und Titel am Anfang, Logo zum Schluss)
- Die Verwendung von ausschließlich Textfolien - baue *immer* auch Bilder ein!
- erklärende Texte auf den Bildfolien – Bilder sollten sich von selber erklären oder durch dich!
- Eine abschließende „Danke für Ihre Aufmerksamkeit – Folie". Dafür musst Du dich nicht bedanken, bei so einer gelungenen Präsentation! ☺ Besser sind nützliche Informationen - z.B. Deine Kontaktdaten, ein Wunsch, ein Dank für die Einladung, oder ähnliches.

Zwei bewährte Methoden für eine Vortragsstruktur

Im Folgenden findest Du zwei Vorschläge, die Dir helfen, eigene Ideen für den Aufbau Deines Vortrages zu finden. Halte Dich nicht strikt an diese Gerüste - Du kannst sie kombinieren, mit deinen eigenen Ideen ergänzen, oder natürlich auch so verwenden, wie sie angegeben sind..

AIDA – Schema

Das AIDA Stufenmodell wurde in der Werbeindustrie für den Aufbau von Verkaufsgesprächen und Werbebriefen entwickelt, es kommt auch bei Präsentation und Moderation zum Einsatz. Hintergrund ist, dass der Zuhörer zum Schluss aufgefordert wird, eine Aktion zu setzen, etwas zu tun, im Falle der Werbung: etwas zu kaufen. Der Zuhörer durchläuft die folgenden vier Phasen:

A = Aufmerksamkeit erwecken
Ziel: Bei den ZuhörerInnen Aufmerksamkeit erzeugen → „Es lohnt sich, sich zu konzentrieren!“
Mittel: überraschendes Einstiegsbild, ansprechendes Beispiel, Anekdote,..

I = Interesse wecken
Ziel: Das Interesse der ZuhörerInnen wecken → „Ein ansprechendes Thema.“
Mittel: eine für den Zuhörer interessante Darstellung der Ausgangssituation – vorher überlegen: wer ist mein Publikum? Warum ist das Thema für sie wichtig?

D = Dringlichkeit
Ziel: Den ZuhörerInnen vermitteln, warum das Thema gerade *jetzt* eine dringliche Angelegenheit für sie ist
→ „Das sind Informationen, die ich jetzt besonders gut brauchen kann!“
Mittel: Zusammenhänge herstellen zur aktuellen Situation und den Zielen der ZuhörerInnen - was bringt es ihnen, heute mehr über mein Thema zu erfahren?

A = Aktivität
Ziel: Bei den ZuhörerInnen Handlungsaktivität auslösen „Ich werde mich damit weiter beschäftigen.“
Mittel: Konkrete Handlungsschritte aufzeigen

EVE - Schema

Das EVE Schema ist ein sehr Zuhörerorientiertes Vortragsgerüst. Es zielt darauf ab, den Zuhörer vor Augen zu haben, praktische Beispiele zu bringen, interessant zu sein. Es ist eine sehr wirksame Vorbereitung auf eine klare, nachvollziehbare und verständliche Vermittlung der eigenen Argumente. Die ZuhörerInnen sollen zum Mitdenken angeregt werden.

Bevor Du Dich an die Vorbereitung des Vortrags machst, kläre zwei Dinge:

1. Formuliere mit einem Satz die *Kernbotschaft Deines Vortrags.*
2. Formuliere mit Schlagwörtern *drei bis max. fünf Hauptaussagen deines Vortrags*.

EVE steht für:

E – Erklären: Worum geht es in der ersten Hauptaussage
V – Verstärken: Die Botschaft wird verstärkt, an einem Beispiel, einer Geschichte, einem Bild, einem Zitat veranschaulicht.
E – Eigeninteresse ansprechen: Dem Zuhörer wird klar gemacht, warum diese Botschaft für ihn wichtig und interessant sein könnte.

Das bedeutet, man muss sich darauf vorbereiten: was könnte der Zuhörer besonders wichtig finden, was könnte er brauchen, welche Bedürfnisse hat er, die dadurch abgedeckt werden könnten? Dieser zentrale Teil kann z.B. mit folgendem sehr beliebten Satz eingeleitet werden *„Und was bedeutet das jetzt für Sie?“* oder *„Und warum könnte das alles gerade für Sie interessant sein?“*

Auf diese Weise werden *alle Hauptaussagen* des Themas bearbeitet. So könnte sich die erste Hauptaussage auf die *Problemstellung*, die zweite auf die *Lösung* und die dritte auf eine *Vision für die Zukunft* beziehen

Ich halte den Vortrag…

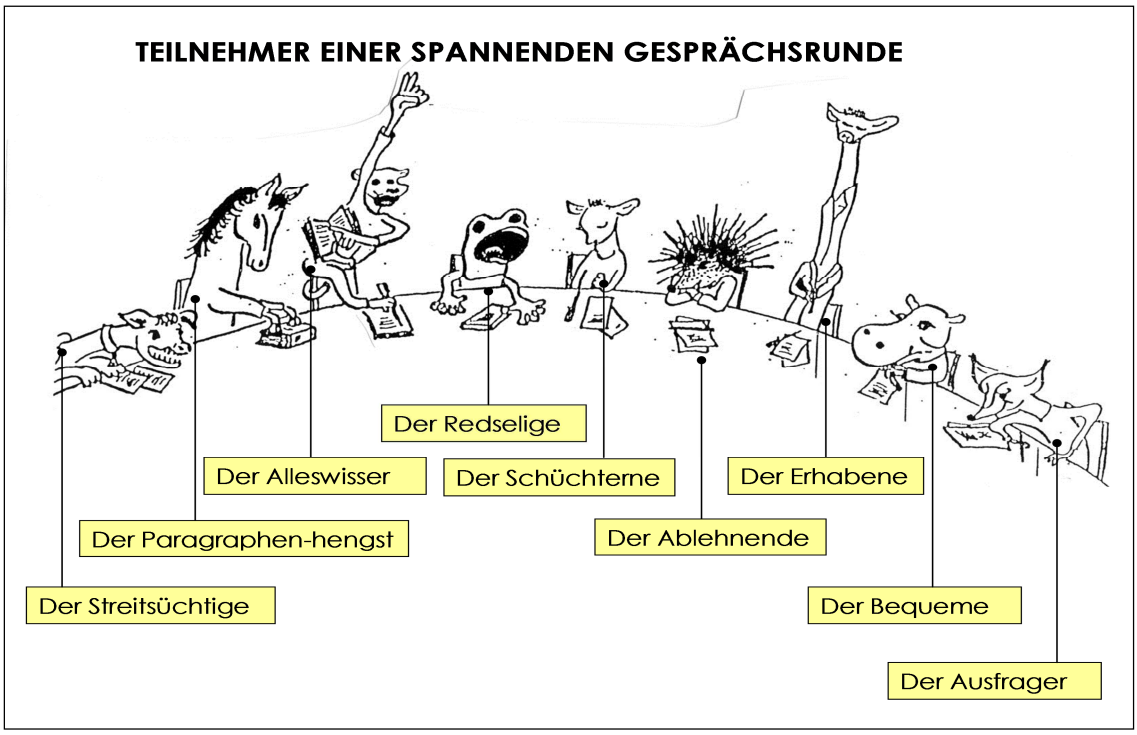
1. Es ist wichtig, dass Du Dich während deines Vortrags einfach wohl fühlst. Das ist Dein gutes Recht! ☺ Auch wenn Du nervös bist - das gehört dazu. Es gibt keinen Grundsatz, ob Du stehen oder sitzen sollst, hochdeutsch oder im Dialekt sprechen, lachen oder ernst schauen sollst. Auch in deiner Kleidung sollst du dich wohl fühlen! In 99% der Anlässe gibt es keinen Kleiderzwang!
   Vermeide Redewendungen, die nicht zu Dir passen.
2. Gehe mit *positiver Ausstrahlung* an Deinen Vortrag – auch wenn, bzw. *gerade* wenn Du nervös bist. Mach dir bewusst, dass die Leute extra gekommen sind, um DICH zu hören und auf DEIN Thema gespannt sind. Freue Dich über diese Gelegenheit!

3. Denk daran, es ist kein Dilemma, wenn das Publikum deine Nervosität wahrnimmt. Sie leiden mir dir (-: Fang an – mit Deinem Vortrag – ohne lang nachzudenken, wie Du auf die anderen gerade wirkst.
4. Halte nach *sympathischen ZuhörerInnen* Ausschau, die Dir Energie geben. Personen, die während deines Vortrags „eigenartig“ reagieren (Kopf schütteln, schlafen,…) blende vorerst aus - nimm ihr Verhalten auf keinen Fall persönlich, du kannst nicht die Gründe für ihr aktuelles Verhalten klären.
5. Zu schnelles Reden ist für alle Zuhörer mühsam. Und auch für Dich. Du überholst unter Umständen deine eigenen Gedanken! Lass Dir Zeit zum Durchatmen, niemand hetzt Dich. Bei den Pausen zähle drei Sekunden – das ist völlig normal für die Zuhörer – aber für dich als Schnellredner – endlos!

Teilnehmer einer Gesprächsrunde

In Diskussionsrunden nehmen die einzelnen Teilnehmer oft unbewusst eine bestimmte Rolle ein. Jeder Teilnehmer in seiner „Rolle“ hat dabei in der Gruppe wichtige Funktionen und kann das Leben eines Moderators leicht oder schwer machen.

Beachte: Im wirklichen Leben vermischen sich bei den Teilnehmern diese „Typen“. – selten ist einer dieser Typen ausschließlich auf eine Person zuzuordnen.



Der Streitsüchtige

spricht Konfliktthemen an
bringt andere Sichtweise
hält Diskussion am Laufen
verhindert thematische „Inzuchtveranstaltung“

ist grundsätzlich dagegen („stört“)
bringt Unruhe und Aggression

TIP sachlich und ruhig bleiben, keine Zwiegespräche, nicht auf Streit einlassen, evtl. manche Argumente durch Gruppe widerlegen lassen.

Der Paragraphenhengst

kommuniziert auf der Sachebene
er ist sehr gut informiert
er gibt den gesetzlichen Rahmen vor und kann die Diskussion zurücklenken, falls sie den Rahmen sprengt

er kann lästig sein, nimmt sich wichtig
durch die Interpretation der Gesetze kann er manipulieren
er ist wenig flexibel, er könnte stur sein

TIP Ergebnisse von ihm zusammenfassen lassen, Protokoll schreiben lassen, bewusst in die Diskussion einschalten.

Der Alleswisser

bringt Diskussionsimpulse / pro & kontra
ist Energielieferant
kann als „Wiki“ dienen (Lexikon)

zerstört Diskussionsstruktur
ist Energiekiller
Reservemoderator (macht Moderation streitig)

TIP Fragen an ihn delegieren, sein Wissen mit einbeziehen, Nicht verzetteln, keine Zwiegespräche, Gruppe reagieren lassen, manchmal einbremsen.

Der Redselige

fördert die Diskussion, bringt Diskussionen in Gang
bringt neue Ideen ein
ist ausgleichend

unterdrückt andere durch zu viele Wortmeldungen
bringt allgemeine Floskeln, die nicht immer zum Thema passen
gibt überall „seinen Senf“ dazu

TIP Redezeit begrenzen, taktisch unterbrechen (zusammenfassen und Wort an andere weitergeben).

Der Schüchterne

hat schlummerndes Wissen
ist verbindendes Element, weil nicht wertend
ist aufmerksamer Zuhörer

tut seine Meinung nicht kund
ist schwer einschätzbar

TIP direkt ansprechen mit einer offenen Frage, um ihn in die Gruppe zu holen, loben, anerkennen, Fragen, die in seinem Interessensbereich liegen

---

Der Ablehnende

mögliche Einwände werden behandelt
kann als Unterstützung beim Verhindern dienen
Entschleunigung einer Dynamik

kann einen Prozess „killen“
bringt negative Grundstimmung

TIP

Kenntnis und Erfahrung anerkennen und zu Nutze machen, nicht abwürgen, diskutieren lassen

---

Der Erhabene

wahrt den Blick aufs Wesentliche
spricht überlegt und diszipliniert
steht selbstsicher über emotionalen Konflikten

kann deine Position (Kompetenz) in Frage stellen
kann manipulierend wirken

TIP

schlechter Diskutierer, „schwer“ zu kriegen, loben, akzeptieren, Ergebnisse zusammenfassen lassen, da er unwichtiges vielleicht überhört hat

---

Der Bequeme

Gibt immer Zustimmung
Löst keine Aggressionen bei anderen aus

bringt keine neuen Ideen
schwammig in der Meinung – nicht einschätzbar
nicht lösungsorientiert

TIP Ruhepol für die Gruppe, in hitzigen Phasen mehr einbeziehen und somit Ruhe schaffen, zu Beiträgen ermuntern.

Der Ausfrager

fragt wichtige Details
regt zum Mitdenken an
ist eher neutral und sachlich

geht zu weit ins Detail
lenkt vom Thema (roter Faden) ab

TIP Seine Fragen an die Gruppe weitergeben, Stellungnahmen vergleichen, Fragen notieren.

Partizipative Methodenvorschläge

Marktplatz

Grundsätzliches

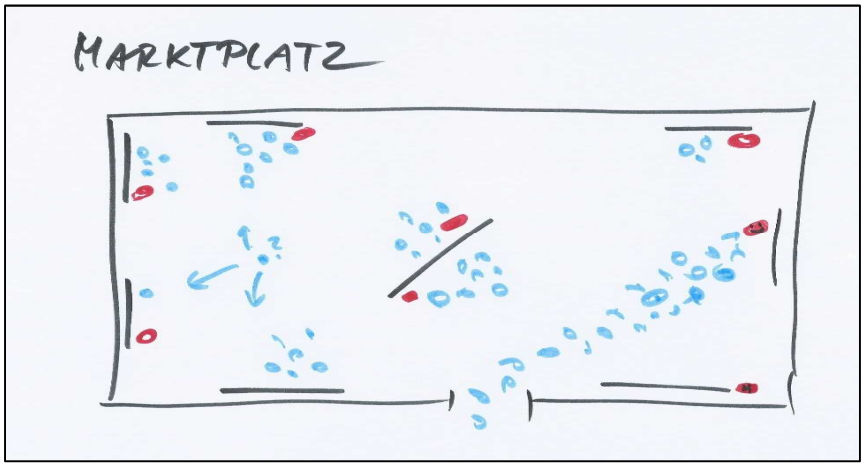
- Mindestens 40-50 Personen, um die Stimmung eines Marktplatzes zu bekommen …
- Ein großer Raum
- Poster mit Themen (z.B. die Rolle von Landwirtschaft, Naturschutz, Forstwirtschaft, Tourismus etc. in Schutzgebieten)
- Je Poster ein „Marktschreier“ (Moderator)

Dauer

- Maximal 1 Stunde; wenn sich abseits der Poster immer mehr und immer öfter „Small-Talk-Gruppen“ bilden, sollte der Moderator den Marktplatz beenden
- Plus ca. 5 Minuten Präsentation je Thema
- Plus 5-10 Minuten Diskussion je Thema

Wie funktioniert‘s

- An den Wänden oder im Raum verteilt werden die Poster aufgehängt, die TeilnehmerInnen können während der gesamten Zeit des Marktplatzes zu jenen Themen hingehen, zu denen sie sich gerne äußern wollen.
- Das kann bewirken, dass bei einem Thema 20 Leute stehen und beim anderen zwei. Diese völlig unterschiedliche Verteilung bewirkt allerdings auch sehr vielfältige Auseinandersetzungen mit dem Thema und spiegelt auch die Kenntnis, die Erfahrungen und Positionen der TeilnehmerInnen wider.
- Die Marktschreier bewerben mit allen zulässigen Mitteln ;-) ihr Thema im Marktgeschehen.



Wie werden die Ergebnisse präsentiert

- Die Marktschreier fassen die Diskussion an ihrem Themenstand für die Gruppe zusammen. Die TeilnehmerInnen können in dieser Phase noch weitere Ideen ergänzen oder kommentieren.

Wichtiges

- Die präsentierten Ergebnisse werden erst durch eine plenare Diskussion zu Konsensergebnissen.
- Die Marktschreier müssen vorher organisiert werden und auf ihre Rolle gut eingestimmt werden. Besonders wichtig ist die Einschulung für den Fall, dass sehr viele TeilnehmerInnen das Thema besuchen, hitzige Diskussion über das Thema stattfinden oder (fast) niemand den Stand besucht.

World Coffee

Grundsätzliches

- Mindestens 20 Personen, um die Tische in allen Kombinationen wechseln zu können; maximal ca. 80 Personen, um die Ergebnisse adäquat diskutieren zu können.
- Ein großer Raum mit Tischen à ca. 6 Personen, Kaffeehausartig aufgestellt (die Tische sollen nicht zu weit voneinander entfernt sein, keinesfalls in unterschiedlichen Gruppenräumen)
- Tische mit Themen (z.B. die Rolle von Landwirtschaft, Naturschutz, Forstwirtschaft, Tourismus etc. in Schutzgebieten)
- Je Tisch ein Gastgeber

Dauer

- Maximal 1 Stunde, das bedeutet ca. 20 / 20 / 20 (dreimal Wechseln des Tisches)
- Plus ca. 5 Minuten Präsentation je Thema
- Plus 5-10 Minuten Diskussion je Thema

Wie funktioniert‘s

- Den TeilnehmerInnen wird die Methode World Coffee erläutert. In diesen Erläuterungen wird die Gruppe auch gefragt, wer je Tisch die Rolle des Gastgebers übernehmen kann.
- Danach wird vor allen TeilnehmerInnen die Aufgabe des Gastgebers erläutert, das verstärkt das Verständnis für die Methode World Coffee.
- Die Tische sind vollflächig mit einem Papiertischtuch (oder Flipchart Papier) belegt.
- Die Tische müssen leer sein (keine persönlichen Gegenstände)
- Der Moderator ruft zu Beginn die TeilnehmerInnen auf, sich zu jenen Themen hinzusetzen, mit denen sie zu arbeiten beginnen wollen.
- Die Wortmeldungen/Beiträge werden auf das Tischtuch geschrieben. Achtung: Notizblöcke und sonstiges Schreibpapier vom Tisch entfernen! Alle müssen auf das

Tischtuch schreiben, sonst hat die nächste Gruppe keine Übersicht über die Diskussion der Gruppe 1.

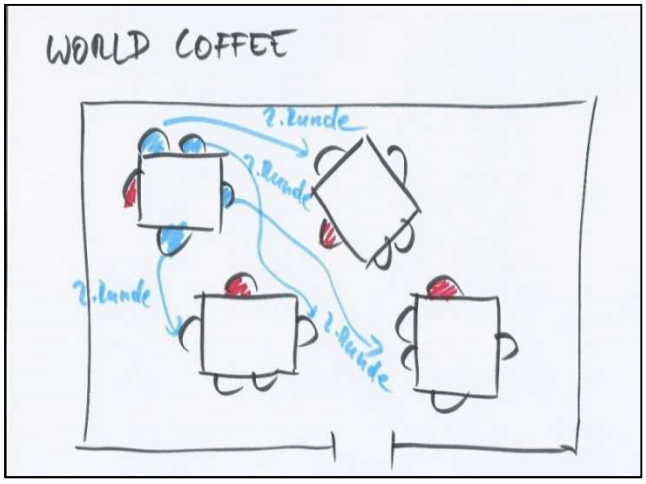
- Nach 15 (bis 20) Minuten klatscht der Moderator in die Hände und fordert die Gruppen auf, sich neu zu verteilen (selbstverständlich ausgenommen der Tisch-Gastgeber, dieser bleibt die ganze Zeit beim Thema sitzen*). Beispiel: Die TeilnehmerInnen von Tisch 1 sollen sich neu auf Tisch 2, 3 und 4 verteilen.*
  Das World Coffee lebt davon, dass die Gruppenkonstellation in jeder Phase unterschiedlich ist.
- Dieser Tischwechsel funktioniert nur, wenn die Diskussion an allen Tischen abrupt nach Aufforderung des Gastgebers beendet wird (Tisch-Gastgeber: „Danke, dass Sie mitgemacht haben und Tschüss!“).
- In der zweiten Runde werden die Ergebnisse der ersten Runde besprochen und allfällig kommentiert.
- Ein wichtiger Grundsatz: Bemerkungen der Vorgruppe(n) werden bei anderer Meinung nicht durchgestrichen, sondern lediglich eingeringelt und kommentiert.
- Um den Prozess der Diskussion optisch festzuhalten, kann man in der ersten Gruppe mit grünen Stiften, in der zweiten mit blauen Stiften und in der dritten mit schwarzen Stiften arbeiten lassen.
- Den Tisch-Wechsel kann man zwei- bis dreimal (oder öfter) wiederholen.

Wie werden die Ergebnisse präsentiert

- Die Poster der World-Coffees sind oft bunte und kreative Ergebnisse des Gruppenprozesses, die allerdings selten als solches auch präsentabel sind, da man die einzelnen Anmerkungen schon alleine auf Grund der unterschiedlichen Ausrichtung nicht lesen kann.
- Der Gastgeber fasst daher am besten mit Hilfe einer Moderationskarte die Ergebnisse zusammen, die in weiterer Folge diskutiert werden können.

Wichtiges

- Bei der Präsentation der Ergebnisse soll man sich bewusst sein, dass Gruppe 1 die Ergebnisse der Gruppe 2 und 3 nicht kennt, die Tischergebnisse sind daher noch keine fertigen Konsensergebnisse.



Placemat

Grundsätzliches

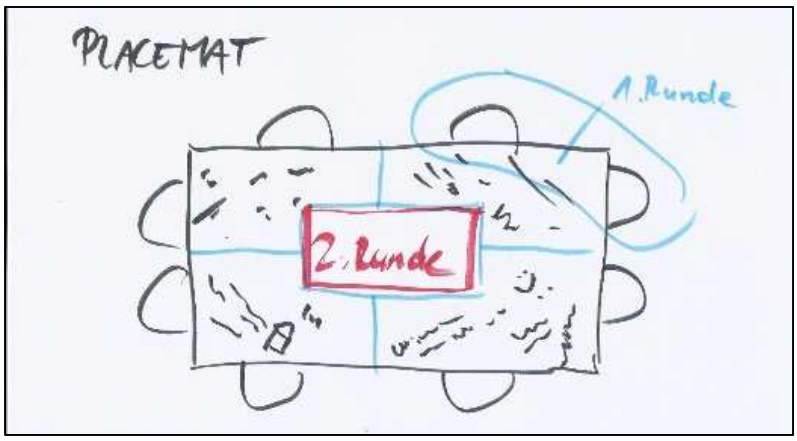
- Mindestens 16 Personen, zwei Tische à acht Personen, nach oben hin offen
- Ein großer Raum mit Tischen à ca. 8 Personen, Kaffeehausartig aufgestellt (die Tische können etwas voneinander entfernt)
- Tische mit Themen (z.B. die Rolle von Landwirtschaft, Naturschutz, Forstwirtschaft, Tourismus etc. in Schutzgebieten)
- Je Tisch ein Gastgeber; der Gastgeber ist einer der acht Personen und kann auch erst in der zweiten Runde vom Moderator bestimmt werden.

Dauer

- Ca. 1 Stunde, das bedeutet ca. 15 bis 20 Minuten für die erste Runde, ca. 20 bis 40 Minuten für die zweite Runde
- Plus ca. 10 Minuten Präsentation je Thema
- Plus 5 bis 10 Minuten Diskussion je Thema

Wie funktioniert's

- Den TeilnehmerInnen wird die Methode Placemat erläutert. Wichtig ist, dass die Tische völlig frei von privaten Utensilien sind.
- Die Tische sind vollflächig mit einem Papiertischtuch (oder Flipchart Papier) belegt.
- Der Moderator ruft zu Beginn die TeilnehmerInnen auf, sich zu jenen Themen hinzusetzen, an denen sie arbeiten wollen.
- In die Mitte des Tischtuchs wird ein Rechteck gezeichnet, die äußere Fläche wird durch vier Linien in gleiche Teile getrennt (siehe Abbildung).
- In der ersten Runde tauschen sich die beiden Sitznachbarn in jeder Ecke zu dem Thema aus und notieren ihre Ergebnisse im zugehörigen Tischtuch-Viertel.
- Nach 15 (bis 20) Minuten klatscht der Moderator in die Hände und bittet die TeilnehmerInnen der Tische, zu einer gemeinsamen Tisch-Meinung zu kommen, die auf den Ergebnissen in der ersten Runde aufbauen.
- Die Ergebnisse dieser zweiten Runde werden (am besten auf Karten) in das mittlere Rechteck hineingeschrieben.



Wie werden die Ergebnisse präsentiert

- Die Karten in den Rechtecken werden aufgesammelt, an eine Wand geheftet und diskutiert.

Wichtiges

- Bei den Tischergebnissen handelt es sich in der Regel um Konsensergebnisse des Tisches, die allenfalls durch Anmerkungen („*Da waren wir unterschiedlicher Meinung*“) relativiert wird.

Das Projekt "Komm-Natura"

Im Projekt "Komm-Natura" erstellt ein Team aus Umweltdachverband, Suske Consulting und Büro LACON Kommunikationshilfen für Akteure in Natura 2000-Gebieten, die im Rahmen des Gebietsmanagements involviert sind. Wir möchten mit unserer Energie und Erfahrung vor allem dazu beitragen, die alltäglichen Kommunikationsprozesse im Schutzgebietsmanagement zu erleichtern und die allgemeine Akzeptanz für Naturschutzmaßnahmen und Natura 2000 zu fördern.

Projektlaufzeit: Oktober 2012 bis Juni 2014
Gefördert von: Europäische Union, Bund, Naturschutzbehörden der Länder

Projektarbeiten und Ergebnisse:

- Ratgeber "Erste Hilfe in Partizipationsprozessen"
- Broschüre "Die Sicht der Anderen"
- 15 Kurzvideos zu Schlüsselfragen rund um das Thema Natura 2000
- Radiobeitrag zum Thema Natura 2000
- 5 Kommunikationsseminare österreichweit für SchutzgebietsbetreuerInnen und Nutzergruppen
- Natura 2000-Konferenz mit Schwerpunkt Partizipation und Gebietsmanagement
- Partizipationswebsite