

Das Power-Präsentations-Modell: Analyse des Publikums

Bei einer Rede oder Präsentation sollten Sie sich unbedingt überlegen, wer Ihre Zuhörer sein werden und welche Erwartungen diese haben. Dieser Umstand wird besonders deutlich, wenn Sie sich den Unterschied einer Kundenpräsentation und an einer politischen Versammlung vorstellen. Was für die einen interessant ist, ist für die anderen langweilig. Entsprechend der Zielgruppe empfiehlt es sich Ihre Rede anzupassen. Das Publikum kann anhand der folgenden Dimensionen analysiert werden. Benutzen Sie diese Dimensionen wie eine Checkliste für Ihre nächste Präsentation.

- Fachwissen und praktische Erfahrung: Wie gut kennt sich das Publikum im Fachthema aus?
 - Vorverständnis / Vorkenntnis
 - Wissen und Erfahrung im Job, im Labor, auf Projekten, in anderen Branchen
 - Sprachgebrauch
 - Sprachkenntnisse
- Die Publikumsgröße hat einen Einfluss auf
 - die Wahl der Größe des Raums
 - die Akustik
 - die notwendige technische Infrastruktur
 - die Atmosphäre
 - die Möglichkeit auf Einzelne einzugehen
 - die Wahl der Hilfsmittel
 - den Blickkontakt
 - die gesamte Logistik
 - die Homogenität der Zuhörerschaft
 - die Wahl der Inhalte
- Demographische Aspekte
 - Wer sind meine Zuhörenden?
 - Altersstruktur
 - Anteil Frauen / Männer
 - Ausbildung / Bildungsniveau
 - Berufskategorie
 - Branche / Industrie
 - Position
 - Organisation, Abteilung, Verein, Firma, Club, politische Partei
 - Herkunft / Nationalität
 - Soziale Schicht
 - Religion

❑ Informationsbedarf

Was *muss* das Publikum wissen? Was ist *nett* zu wissen? Diese Unterscheidung wird im Englischen als „must have“ und „nice to have“ bezeichnet. Da der Fachexperte tagelang über ein Thema sprechen könnte, ist diese Unterscheidung sehr nützlich. Sie erlaubt die Beschränkung auf das Wesentliche.

❑ Anwendungsgebiet

Zu welchem Zweck werden die Informationen, Methoden, Rezepte, Resultate und Empfehlungen eingesetzt?

❑ Einstellung zum Thema und zum Redner

- Welche Erwartungen haben die Zuschauer an den Referenten?
- Welche (vorgefassten) Meinungen haben die Zuschauer?
- Haben die Zuschauer ganz bestimmte Motive auf Grund derer sie anwesend sind?
- Welche Ansichten, evtl. Vorurteile gibt es im Publikum?
- Sind die Zuhörer freiwillig dabei?
- Was interessiert die Zuhörer?
- Was interessiert sie nicht?
- Was ist den Zuhörern wichtig?
- Was ist ihnen gleichgültig?
- Was wollen sie hören? Was nicht?

Quelle und Empfehlung



Der Wurm muss dem Fisch schmecken. Mit Power präsentieren und rhetorisch punkten.

Von Thomas Skipwith und Reto B. Rügger.

Bestellen bei www.descubris.ch.