



„In der Kürze liegt die Würze“ – 7 Vortragstipps

Von Johanna Busmann, Hamburg

„In der Kürze liegt die Würze“ – 7 Vortragstipps

Anwaltliches Wissen, Können und Engagement gehören auf die Bühne!
Etwa 80 % der aktiv akquirierenden Anwälte jeder Kanzleigröße geben an, Vorträge zu Akquisezwecken zu halten.
Das ist kein Zufall!
Anwaltsvorträge sind leicht zu lernen, einfach zu vermarkten und vielfach weiter zu verwerten.
Lesen Sie hier die sieben Gebote einer guten anwaltlichen Präsentation:

1. Gebot: Du sollst die Vortragsvorbereitung nicht unterschätzen!

Nicht alles ist Gold, was glänzt! Vortragsveranstaltungen sind für Fehler anfällig, nur mit guten Referenten effizient und fast immer teuer: 15 von 75 befragten Kanzleien¹ gaben an, dafür einen eigenen Etat eingerichtet zu haben.
Die Vorbereitung ist aufwändig: Materialien müssen gesichtet, gesplittet und didaktisiert werden.
Externe Seminarveranstalter brauchen detailreiche Anweisungen, Folien brauchen Design, der Vortragende eine über jeden Zweifel erhabene Präsentationstechnik - und die ganze Veranstaltung braucht ein Ziel.
Skripte müssen geschrieben, Räume eingerichtet und Einladungen entworfen werden. Besonders das Erstellen der Folien kostet Zeit, denn diese sind nur Stichwortgeber, erfordern also eine drastische visuelle Banalisierung des Stoffs.
Wer allerdings einen Vortrag einmal komplett vorbereitet hat, kann die Vorbereitung fünffach für Akquise nutzen; der Aufwand lohnt sich.

2. Gebot: Du sollst niemals einen Hörer langweilen!

Ist der Ruf erst ruiniert, lebt sich's völlig abseviert! Als fatal stellte sich die Neigung mancher Kanzleien heraus, Vorträge anzubieten, weil „man das so tut“, weil das „in“ ist, weil das „der Akquise dient“ - ohne die Referenten zu schulen. Dieser Schuss geht gewöhnlich nach hinten los, denn anwaltliche Monologe langweilen gewöhnlich nichtjuristische Hörer.
Nur wenige anwaltliche Präsentatoren sind Vortrags-Naturtalente, und besondere Maßnahmen der Redner sind nötig, um Zuhörer zu faszinieren.

Ein schlechter Präsentator gehört nicht auf eine Bühne!

Anwälte haben Vortragstechniken nicht gelernt und agieren auf Bühnen aller Art bisweilen suboptimal: sie langweilen - durchaus versehentlich - ihre Zuhörer durch vollgemüllte Folien, Rechtsvokabular und fehlende Vortragsstruktur, durch ungeschickten Umgang mit „komplizierten“ Vortragsgästen und vor allem durch wellenförmig modulierte Endlos-Monologe.

¹ Claudia Schieblon, 3. PMN (Professional Management Network.) Benchmark Studie Anwaltsmarketing Juli 2011, S. 25 Ergebnis einer Befragung von 75 TOP Kanzleien - nach Ranking in JUVE Rechtsmarkt 10 / 2010).

Schlechte Referenten lösen Langeweile, Unverständnis, den Eindruck von Arroganz oder Besserwisserei aus und blockieren ihre eigene Akquise dadurch selbsttätig dreifach: Sie sorgen dafür, dass ihre Zuhörer

- nicht noch einmal zum Vortrag erscheinen
- auf keinen Fall Mandanten werden
- auch Nicht-Zuhörern gegenüber schlechtes feed-back streuen

Fachkenntnis bleibt zwar die innere Basis aller öffentlichen Auftritte, ermöglicht jedoch erst durch dessen geschickte Präsentation einen Erfolg.

3. Gebot: Du sollst die Vortrags-Umgebung gestalten!

Gerade wenn Multiplikatoren (Seminarveranstalter, Organisationen etc.) den Vortrag ausrichten, sind Vorkehrungen zur räumlichen Vorbereitung unerlässlich.

Der Interessent hat häufig einen langen Arbeitstag hinter sich, wenn er zum Vortrag erscheint. Er möchte persönlich begrüßt und mit Getränken versorgt werden, in einem einladenden Ambiente mit anderen Gästen in lockerer Atmosphäre sprechen, den Referenten vor dem Vortrag schon einmal kennen lernen, denn er möchte ihm trauen können.

Er möchte lachen, sich willkommen fühlen und seinen Arbeitstag hinter sich lassen. Er reagiert allergisch auf Hektik, gestelzte Rituale - und manchmal auch auf Namensschilder.

Er möchte in einem angenehmen, hellen, freundlichen Raum sitzen, pünktlich beginnen und meistens pünktlich wieder nach Hause können. Er möchte locker geführt, persönlich beachtet und keinesfalls gelangweilt werden.

Er möchte seine Fragen loswerden und viele Neuigkeiten hören, die ihm dienen. Er möchte unterhalten und informiert werden. Er möchte hinterher kleine snacks, small-talk und ein kurzes persönliches Gespräch mit dem Referenten. Er möchte noch Wochen später sagen können: „Das war wirklich toll“.

4. Gebot: Du sollst bereits durch die Einleitung zeigen, dass es sich lohnt zu bleiben!

Schon in der Einleitung zeigt ein guter Referent, dass er gern da ist, dass er sein Publikum kennt und versteht und dass er selbst sicher ist, etwas Wichtiges und Alltagstaugliches zu vermitteln.

Durch die Einleitung verdeutlicht der Referent seine Chefrolle, bietet dem Vortragsgast eine Orientierung und dem schwierigen Zuhörer eine prophylaktische Grenzziehung. Einleitungen haben einen nicht-inhaltlichen und einen inhaltlichen Teil:

a) Die nicht-inhaltliche Einleitung besteht aus

organisatorischen Hinweisen: Schluss der Veranstaltung, Pausen, Verpflegung. Wo sind Garderoben, Toiletten, Parkscheinentwerter etc. Ist eine besondere Betreuung für einige Hörer nötig?²

Gemeinsamkeiten mit den Hörern: ein Witz über das Wetter, eine Bemerkung über die Umgebung, ein Erlebnisbericht mit Schwenk auf das Thema, ein bonmot über die Erfahrungswelt der Zuhörer.

² Menschen mit Behinderungen oder Krankheiten nach Wünschen fragen, mitgebrachte Hunde erfordern die Frage nach Allergien aller Gäste, unangemeldeten Teilnehmern zusätzliche bzw. Hochschwangeren besondere Sitzgelegenheiten beschaffen, bei Stau oder schlechtem Wetter für die Zu-Spät-Kommerer Vorsorge treffen, Telefonregel nur mit persönlicher Begründung durchbrechen („Wir haben einen werdenden Vater in der Runde; er darf das Telefon anlassen“)

der Vorstellung des Referenten mit Namen, Kanzleinamen und vor allem mit der Auskunft, was ihn befähigt, heute hier der Referent zu sein. Kompetenzvermittlung gelingt durch Spezifizierungen (Erfahrungen, Spezialisierungen, Fachanwaltschaften etc.) und Quantifizierungen (x Jahre, x Fälle, x Mandate, x Gerichtsauftritte etc.). Je konkreter, desto besser!

Vorgaben des Referenten über den Umgang der Zuhörer mit

- Skript (Mitschreiben? Nachlesen? Mitlesen? Material zum Mitnehmen?)
- Zwischenfragen (Sofort? Später? Themenweise?)
- absichtlich ausgelassenen Themen
- Startniveau des Vortrags
- Methoden (z.B. Übungssequenzen, Fälle, brainstorming mit Nachbarn)

b) Zur inhaltlichen Einleitung gehört der „dramaturgische Bogen“ von

dem Inhalt des Vortrags zum Hörernutzen: Der Interessent muss vorher wissen, was es ihm konkret bringt, wenn er drei Stunden seines Lebens investiert, um diesem Vortrag zu lauschen: „Sie werden in den folgenden drei Stunden zehn Maßnahmen kennen lernen, durch die Sie viel Zeit und viel Geld sparen können“.

den Erfahrungen des Referenten zu denen der Zuhörer: „Als ich mein erstes Mandat im Verwaltungsrecht erhielt, dachte ich noch: Wie langweilig. Heute weiß ich,....“ (Ein Gespräch von vorgestern in der Bahn oder eine lustige Bemerkung Ihres Kindes sind besonders geeignet, da sie nicht stimmen müssen!)

Vortragsort und Vortragsziel: „Wir sind hier ja an einem historischen Ort. Keine 200 m von hier wurden noch 1989 Schiffsschrauben hergestellt zu einem Stundenlohn von 4,80 DM. Damals sind die Gewerkschaften auf die Barrikaden gegangen, heute tun sie es wieder. Wir werden heute...“

der aktuellen rechtlichen Entwicklung zum Vortragsziel durch ein Zitat aus der Presse: „Heute morgen las ich eine kleine Randnotiz in der Süddeutschen:“.

der Zeit zum Vortragsziel: „Meine Damen und Herren, vor 12 Jahren, 3 Monaten, 14 Tagen und 4,2 Stunden wurde in Washington ein Abkommen unterzeichnet, das heute noch Auswirkungen für uns hat. Wir untersuchen heute...“

5. Gebot: Du sollst deinen Monolog dialogisieren!

Gute Referenten wechseln spätestens alle zehn Minuten die Methode, von denen der „Lehrervortrag“ nur eine ist. Referenten haben durch kurze, schnelle Mitmach-Sequenzen ihrer Vorträge selber große Vorteile:

- Die Lerner-Gehirne sind entspannt und nehmen komplexes Wissen schneller auf (Zeit sparen).
- Die Redner verlagern kurz den Fokus auf das Publikum (Energie sparen) und wirken dadurch selbstbewusster (Chef sein).
- Die Zeit vergeht wie im Flug!
- Das Publikum ist sehr wach und Pausen werden unnötig.
- Durch Zurufe, Proteste oder ganze Redebeiträge aus dem Publikum weiß der Referent, wo der Bedarf des Publikums liegt.

Verschiedene Fragearten:

Der Referent schaltet kurze Frage-Sequenzen ein, durch die Abwechslung sofort möglich ist. Das Publikum wird auf Referentenfragen gern antworten, wenn

- die Antwort nicht zu schwierig ist
- die Antwort nicht ewig diskutiert wird
- der Referent sich selbst zutraut, Antworten zu bekommen
- er sich im Moment der Frage hinsetzt
- gespannt herumschaut
- er auf keinen Fall seine eigene Frage erklärt!

1. Schätzfrage: Der Referent aktiviert das Publikum durch Schätzfragen: „Was schätzen Sie, wie viele neue Gesetzesbestimmungen in den vergangenen drei Jahren das Erbrecht erfahren hat?“ Schätzfragen haben den Vorteil, dass jeder mitmachen kann (und zumindest im Gehirn mitmachen wird!), dass sie die Runde auflockern, dass die Antwort niemals falsch sein kann - und dass der Referent die korrekten Zahlen darstellen kann. Die Schätzfrage sollte stets zu einem wichtigen Vortrags-Inhalt führen, irritieren oder provozieren.

2. Erfahrungsfrage: Der Referent testet den Erfahrungsstand im Publikum: „Sie sind alle Unternehmer. Was kann im Alltag passieren, wenn Sie nicht rechtzeitig x veranlassen?“ Antworten auf Erfahrungsfragen verdeutlichen Persönlichkeit und Heterogenität der Teilnehmer; Schüchterne werden sich nicht beteiligen und Personen, die ihren Alltag geheim halten möchten, auch nicht. Der Referent weiß also, wen er im Laufe des Vortrags auch über andere Alltags-Themen befragen kann.

3. **Schwierige** Informationsfragen: „Binnendifferenzierung“ erleichtert den Umgang mit Leistungs- und Erfahrungsheterogenität der Teilnehmer. Sie ist ein didaktisches Instrument und bewirkt, dass die inhaltlich „Schwächeren“ im Publikum schnell dazu lernen und die inhaltlich „Stärkeren“ sich nicht langweilen. Die Informationsfrage erfüllt diesen Zweck zügig und elegant. Sie darf ruhig einige Teilnehmer überfordern; für andere wirkt sie dagegen wie ein Ansporn. „Welche drei Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit...“

4. Einfache Informationsfragen: Der Referent beantwortet einfache Informationsfragen der Teilnehmer nie selbst, sondern gibt sie weiter. Ein Hörer fragt: „Ich weiß gar nicht, was ein Pflichtteilsanspruch genau ist.“ Der Referent setzt sich, schaut in die Runde und fragt: „Wer kann es erklären? Was genau ist ein Pflichtteilsanspruch?“ Zur Dialogisierung des Monologs stellt der Referent einfache Informationsfragen auch selbst. Viele Zuhörer wissen die Antwort; nach dem ersten Erklärungsversuch durch Laien bleiben allerdings gewöhnlich Lücken, die der Redner durch Nachfragen zu schließen versucht.

5. Fragen zum Thema, die der Vortragende nicht selbst beantworten kann Das wird von vielen anwaltlichen Rednern als peinlich empfunden. Er wird für die Vermittlung von Wissen bezahlt und hat selbst keins! Doch es gibt einen eleganten Ausweg: Der Vortragende antwortet ehrlich, dass er „im Moment nicht ausreichend seriös und erschöpfend“ auf diese Frage antworten kann. Falls kein weiterer Jurist im Raum ist, fragt er: „Wer von Ihnen hat außerdem noch Interesse an der Antwort?“ Es melden sich immer mehr als einer!

6. Fragen abseits des Themas, die der Vortragende jetzt nicht beantworten will „Umwege schärfen die Ortskenntnis!“ Gute Dozenten kommen niemals ungewollt vom Thema ab. Manchmal dient ihnen ein abseitiges Thema zur Auflockerung, bedient interessante Seitenaspekte des Hauptthemas oder leitet direkt eine Akquise in einem anderen Rechtsgebiet ein. Der Dozent benennt die Anzahl der Minuten, die er jetzt für dieses Thema zur Verfügung stellt, setzt sich, begibt sich in den Moderatorenstatus und leitet eine Debatte, ohne sich selbst inhaltlich zu äußern.

6. Gebot: Du sollst effizient visualisieren - oder gar nicht!

Effiziente Visualisierungen erleichtern dem Hörer-Gehirn das Lernen, nicht-effiziente erschweren es. Wissen muss generell hörbar, sichtbar und fühlbar gemacht werden, damit der Hörer es behalten kann.

Behaltensquote durch:	%										
	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	
Lesen											10%
Hören											20%
Sehen											30%
Hören und Sehen											50%
Nacherzählen											70%
Tun											90%

Gute Redner kombinieren auditive (hörbare), visuelle (sichtbare) und kinästhetische (fühlbare) Vermittlungsmethoden und bedienen dadurch alle Wahrnehmungskanäle im Publikum.

Ein großartiger Redner – witzig, kenntnisreich, sprachgewandt und spannend – erreicht beim Publikum eine Behaltensquote von maximal 20 %, ein ungeübter Redner höchstens 10 %.

Ergänzt er seinen Vortrag durch Bilder, triggert er einen weiteren Sinn im Gehirn des Lerners an und erreicht jeweils mehr als das Doppelte.

Wenn er dann noch das Publikum zum Mitmachen auffordert (Gruppenarbeiten, Debatten, Lerndialoge, Rollenspiele, gemeinsam Lachen etc), ist die Behaltensquote angeblich³ bei fast 90 %. Eine Visualisierung dieser Forschungsergebnisse sähe zum Beispiel so aus⁴:

a) Spontanvisualisierungen: Visualisierungen wirken nicht nur lernfördernd, wenn sie von langer Hand vorbereitet wurden. Gute anwaltliche Redner erstellen schnelle Visualisierungen auch während ihres Vortrags. Das Publikum profitiert, weil es die Ergebnisse ständig sieht und an ihnen beteiligt ist. Monologe werden dadurch elegant dialogisiert. Der Redner visualisiert beispielsweise

- provokante Anfangsthesen, die als Schlagwort während des gesamten Vortrags an der Wand stehen: „Verwaltungsrecht ist bürgerfeindlich!“
- Stichwörter als Gedankenstütze für verschobene Fragen auf einer overhead-Folie oder flipchart. Diese Liste wird im Lauf des Vortrags ergänzt und 30 Minuten vor Schluss abgearbeitet. Nie ohne lesbare Überschrift!
- Stichwörter als Gedankenstütze für inhaltlich nicht kompatible Fragen auf einem flipchart; werden NACH den Vortrag beantwortet. Nie ohne lesbare Überschrift!
- komplexe Fälle und deren Verbindungen, dargestellt durch einfache, farbige Symbole, Pfeile, Kreise auf flipchart.
- Rechenbeispiele durch eine vorgefertigte Matrix, genial auch zum Abfragen von Gruppenergebnissen. Nur ein Beispiel ist ausgefüllt

b) vorbereitete Visualisierungen:

Der größte Teil der Visualisierungen wird vor dem Vortrag vorbereitet. Eine Visualisierung kann bestehen aus einem Sprichwort, Bild, Foto, Video, Comic, Diagramm, aus einer Tabelle, einer Matrix, aus Formeln, Charts, Gemälden, Zeichnungen und schematisierten Bildern (etwa Strichmännchen), Graphiken oder Piktogrammen.

³ Die NASA veröffentlichte 1969 erstmals solche Forschungen, die inzwischen - vielfach modifiziert - Ähnliches hervorbringen. Die Autorin zweifelt alle Prozent-Zahlen an, nicht jedoch die daraus folgende Erkenntnis, möglichst viele Sinneskanäle anzusprechen, damit Lernen und Behalten methodenreich erleichtert werden

⁴ Weidenmann, 1994, S.12

Auch Textvariationen im Skript und auf Folien dienen der schnelleren und intensiveren Rezeption von Texten: eine Unterstreichung, eine farbige Markierung, Kursiv- oder Fettdruck, die Schriftgröße und die Typographie. Alle aufgezählten Visualisierungen können inzwischen leicht in powerpoint eingefügt werden. Jede gelungene Visualisierung hat die Regel:

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte:

Generell erleichtert eine effiziente Visualisierung die Rezeption eines komplexen Sachverhalts.

Das Gehirn ist stets an Einfachheit interessiert und honoriert das Prinzip „Weniger ist mehr“. Bilder erleichtern nicht nur die Rezeption komplexer Sachverhalte; sie transportieren auch Gefühlswelten, die sich unter den Worten befinden.

c) power-point-Folien:

Elektronisch gestützte Präsentationen sind mittlerweile Standard. Richtig angewandt bietet diese Technik heute die eleganteste und effizienteste Visualisierung komplexen Wissens. Das Programm „powerpoint“ hat seine Wirkungsgrenzen nicht in der Technik selbst, sondern in den Menschen, die die Technik bedienen.

Anwälte muten ihren Zuhörern - besonders wenn diese nicht selbst Anwälte sind - bei elektronisch gestützten Präsentationen eine visuelle Tragik zu, deren Opfer sie selbst ungenügend wären. Sie deaktivieren schlagartig jedes Gehirn!

Viel zu viele Folien, und jede einzelne ist viel zu voll! Blocksatz-Bleiwüsten ohne Bilder, Skizzen oder Referenzpfeile Hauptsätze ohne Überschrift, verschachtelte Nebensätze, ausführliche Gesetzestexte und Paragraphensammlungen, asymmetrische Einzüge und die zeitgleiche Präsentation von zehn wichtigen Punkten auf einer Seite.

Diesen Präsentations-faux-pas liegt nicht nur die Unkenntnis von Foliengestaltung zugrunde (das wäre sehr schnell lernbar!), sondern einige fatale Vorannahmen und Irrtümer:

- Irrtum 1: Die Sachinformation determiniert den Vortragserfolg.
- Irrtum 2: Das Gesprochene sollte sich auf der Folie wiederfinden.
- Irrtum 3: Der juristische Laie ist an Paragraphen interessiert

d) Gestaltungstipps:

Keine Folie sollte mehr als fünf Informationen, jede dagegen eine Überschrift haben. Jede Information steht für sich und wirkt wie ein Titel. Wichtige Informationen, die länger einzeln besprochen werden, laufen nacheinander in das Bild! So erkennt jeder Gast, bei welchem Punkt der Redner gerade ist.

Wichtige Punkte werden niemals zeitgleich gezeigt, immer nacheinander!

Die Überschrift ist doppelt so groß wie die Unterpunkte und evtl. in anderer Farbe oder durch Striche abgesetzt vom Text; die kleinste Schriftgröße der Unterpunkte ist mindestens 14 Punkt in Räumen bis zu 50 m² Größe.

Sorgfältige Referenten testen die Lesbarkeit der kleinsten Buchstaben bis in die letzte Reihe. Um die Schriftgröße zu optimieren, bewegen sie den Beamer weiter weg von der Leinwand. Sollte der Beamer fest installiert sein (vorher ermitteln!), vergrößern sie bereits in der Vorbereitung die Buchstaben auf jeder Folie und lassen dafür andere Punkte weg!

Das Kanzleilogo erscheint ebenso wie das aktuelle Datum (stellt sich automatisch ein) und die Seitenzahl auf jeder Seite. In allen Vorträgen der Kanzlei ist die äußere Aufmachung gleich („c.i.“). Großkanzleien und auch Multiplikatoren anwaltlicher Vorträge (management circle, DeutscheAnwaltAkademie, IHK, etc.) verwenden Masterfolien, um das zu gewährleisten.

e) „Stichwortmedien“

Folien sind – wie flipcharts - Stichwortmedien, und powerpoint hilft bei der elektronischen Visualisierung der Stichwörter.

Nur ausnahmsweise sollen ganze Sätze auf einer elektronischen Folie erscheinen, und das auch nur, wenn sie dort allein stehen und den Charakter eines Merksatzes oder einer Provokation haben.

Die Sprache auf einer Folie ist knapp, konkret und aktiv.

Sie transportiert einen Nutzen und verwendet dieselbe Sprachstruktur in jedem Punkt. Ein Beispiel für das „Stichwortmedium Folie“ sehen Sie hier für das Thema „Fragetechnik“. Beachten Sie die kongruente Sprachstruktur sowie Bilder, Pfeile und Rahmen.

7. Gebot: Du sollst deine Führung im Vortrag beweisen und behalten!

Der Vortragende ist der informelle Führer und damit faktisch „Chef“ des Events. Zu einem anerkannten Chef wird er allerdings erst durch nachgewiesene Führungsqualitäten. Der Referent bekommt nicht nur A-Noten als Inhaber, Strukturierer und Transporteur der Information sondern auch B-Noten als Zeremonienmeister und Choreograph der Wissens-Präsentation.

Das Publikum vertraut dem Redner, wenn der klar macht, dass nach seinen Regeln und in seinen Grenzen gespielt wird.

Dagegen gibt es besonders dann Protest aus den Reihen der Zuschauer, wenn

...der Referent selbsttätig die nettesten Gäste brüskiert:

Wenn er unvorbereitet ist, langweilig redet, ausschließlich fachbezogen agiert oder zu wenig bzw. viel zu sehr auf Entertainment fokussiert ist, wenn er außerdem

- „Helvetica-10-Punkt-Blocksatz-Katastrophen“ auf Folien zumutet,
- Fragen abwehrt,
- Fachchinesisch redet,
- ein Selbstdarsteller ist,
- in die „Dialogfalle“⁵ tappt
- suboptimale äußere Bedingungen nicht pro-aktiv integriert,

dann ist jede Kritik hausgemacht und objektiv berechtigt! Sogar bedürftige Besucher verlieren schnell die Lust am Inhalt.

Was tun? Sofort lernen! Es gibt eine gute und eine schlechte Nachricht für Präsentatoren: die gute zuerst: Ein Präsentator kann alles lernen! Wenn der Redner selbst das Publikum verärgert hat, kann er alle Ursachen des Ärgers selbst wieder in den Griff kriegen. Dadurch behält er seine Macht. Alle anderen Einflüsse beherrscht er nicht oder nicht allein.

Die schlechte Nachricht: er muss es lernen! Manche Präsentatoren machen denselben Fehler zweimal und verlieren ihre Interessenten.

...der Vortragsgast nicht hauptsächlich am Inhalt interessiert ist

Er fühlt sich mittelbar oder sogar unmittelbar „gezwungen“. Das betrifft z.B. Anwälte, die ihren Fachanwaltstitel nach § 15 FAO halten oder erwerben möchten (letzteres oft verbunden mit der zusätzlichen „Demütigung“ der späteren Benotung durch Kollegen) oder auch Mitarbeiter eines Unternehmens, die vom Chef „geschickt“ wurden.

Was tun? Sofort ansprechen! Geübte Präsentatoren wissen es vorher schon oder bemerken es an einer gewissen Unruhe: das Publikum ist nicht recht bei der Sache. Sie sprechen die Ursache sofort indirekt an: „Ich merke, dass hier viele eher auf ihre

⁵ „Dialogfalle“ = Viele Details mit nur einem Gast besprechen

mails oder auf ihre Unterlagen konzentriert sind. Was kann ich tun, damit Sie profitieren?“ (Setzen Sie sich, während Sie fragen! Das ist ein Signal, dass andere sprechen sollen!) oder direkt ins Zentrum: „Ich weiß, dass bestimmt einige von den Chefs verdonnert wurden, hier zu sitzen. Trifft das zu?“

... der Vortragsgast Angst hat vor Anwälten

Der Anwalt, ein Insolvenzrechtler, macht alles falsch: er erscheint zum ersten Vortrag vor achtzig gewerblichen Mitarbeitern eines familiengeführten Umzugsunternehmens overdressed, klebt hinter einem Rednerpult, verwendet englische Begriffe („handling“) und respektlos erscheinende Wörter wie „Insolvenzmasse“.

Er redet viel von Zahlen und stilisiert sich persönlich als Retter. Er provoziert dadurch verzweifelte Zwischenrufe: „Sie sitzen doch hoch und trocken! Was Sie da reden, interessiert hier keinen! Sie haben bestimmt nicht 6 Monate auf 10 % Ihres Lohns verzichtet, um Ihre Kanzlei zu retten“.

Angst schlägt schnell in Wut um – und Wut richtet sich fast immer gegen den Stärkeren.

Was tun? Sofort matchen! Weg vom Rednerpult, nie dreiteilige Anzüge, auch keine Krawatte, Solche Vorträge finden oft in der Kantine statt. Auf dem Weg dorthin sprechen Sie die Gäste an, stellen sich vor.

Geben Sie schon unterwegs bekannt, dass Sie eingearbeitet sind. Setzen Sie sich höchstens auf einen Barhocker oder auf einen Tisch. Schauen Sie in die Runde, bevor Sie sprechen.

Sprechen Sie ruhig. Schon die ersten Worte müssen das Herz der Hörer berühren!

...er Vortragsgast selber ein Fachmann im Vortragsthema ist

Junge oder Präsentationsunerfahrene Anwälte – und manchmal auch erfahrene! - fürchten andere Juristen, Promis und ausgewiesene Fachleute in ihren Vorträgen.

Die einen befürchten, nicht ausreichende Fachkompetenzen zu haben, die anderen befürchten, die reichlich vorhandenen Fachkompetenzen nicht ausreichend beweisen zu können. Beide Befürchtungen sind zunächst berechtigt.

Was tun? Sofort einbinden!

Finden Sie einen „Durchblicker“ auf der Teilnehmerliste, sprechen Sie ihn schon draußen vor dem Vortragsraum an.

Bitten Sie, ihn mit Namen den Gruppe vorstellen zu dürfen!

Outet er sich erst während des Vortrags als Durchblicker, fragen Sie ihn ganz offen nach seinem Wissen, damit das Publikum und Sie von seinen Erfahrungen profitieren:

... der Vortragsgast persönlich defizitär ist

Dieser Gäste-Typ kommt glücklicherweise selten in Anwaltsvorträgen vor. Er fällt auf durch Stuhlkippeln, Rauslaufen, mehrfach zu spät kommen, laute Geräusche während des Vortrags, Zeitung lesen, vehementes Kopfschütteln, Augen verdrehen, aggressiv unterlegte Zwischenrufe („Schön wär's“ oder: „So reden Anwälte immer!“), Telefon klingeln lassen oder wiederholtes halblautes Tuscheln mit Nachbarn.

Was tun? „Keinerlei Psychopathenintegration!“ Dieser Begriff bezeichnet die taktische Weigerung eines geübten Präsentators, Image-Defizite eines einzelnen Vortragsteilnehmers über die Interessen der anderen Zuhörer zu stellen.

Wenn dieser Gast seine - in aller Regel sehr allgemein gehaltene - Kritik äußert, stellen Sie ihn sofort öffentlich, sehr höflich und interessiert zur Rede und suchen Sie sofort Allianzen mit Dritten: „Ist anderen Gästen ein Fehler aufgefallen?“

ACHTEN SIE BITTE IMMER MEIN © COPYRIGHT!
DANKE FÜR IHR INTERESSE!

Johanna Busmann

busmann training@, hamburg
tel: 0171 1244321

mail: [info@busmann training.de](mailto:info@busmanntraining.de)

www.anwalts-akquise.de
www.anwalts-coach.de

