

Ihr Publikum: Wissen Sie wirklich, mit wem Sie es zu tun haben?

Wenn wir vor anderen präsentieren, wollen wir vor allem eines: das Publikum gewinnen und von unserer Botschaft überzeugen! Das gelingt umso einfacher, je mehr Sie über Ihre Zuhörer wissen. So können Sie gleich viel zielgerichteter argumentieren.

Deshalb setzen Sie sich doch vor Ihrem nächsten Auftritt einmal ganz bewusst die Brille Ihres Gegenübers auf. Mit der folgenden Übersicht finden Sie heraus, wie gut Sie Ihre Teilnehmer bereits kennen und an welchen Schrauben Sie drehen können, um sich künftig noch besser auf Ihre Zielgruppe einzustellen.

Bitte schnappen Sie sich einen Stift und kreuzen Sie an, welche Aussagen für Sie zutreffen:

	ja	nein
Wer sind die Menschen, für die ich spreche?		
Ich kenne die Altersstruktur meiner Zuhörer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mir ist klar, ob ich es mit einem ausschließlich männlichen bzw. weiblichen oder einem gemischten Publikum zu tun habe.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich habe mich schlau gemacht, welche regionalen Besonderheiten ich möglicherweise berücksichtigen darf.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich weiß, mit welcher Berufsgruppe ich es zu tun habe (Akademiker, Arbeiter, Angestellte, Selbstständige, ...).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann einschätzen, wie viel Erfahrung die Teilnehmer mitbringen (Profis oder Laien?).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kenne die hierarchischen Strukturen meiner Zuhörerschaft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mir ist bekannt, ob die Teilnehmer freiwillig da sind oder „zwangsverpflichtet“ wurden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Was wollen die Zuhörer vermutlich von mir lernen?

Ich kenne die Herausforderungen, mit denen mein Publikum aktuell kämpft.

Ich weiß, wofür dringend Antworten gesucht werden.

Ich habe echte Mehrwerte für die Zielgruppe im Gepäck.

Ich habe fachliche und inhaltliche Besonderheiten der Teilnehmer im Blick.

Ich habe ein Gefühl dafür, ob die Zuhörer hauptsächlich unterhalten, informiert oder motiviert werden möchten.

Welche Widerstände sind möglich?

„Ja, aber ...“: Ich kann mit den gängigen Einwänden und Vorwänden umgehen.

Ich kenne typische Stolperfallen.

Ich habe ein Gespür für die Interessen und Befindlichkeiten der Zuhörer.

Die „ja“-Kreuze zeigen Ihnen, wo Sie schon super vorbereitet sind. Schulterklopf! ☺ Bei Ihren „nein“-Statements haben Sie jetzt die Möglichkeit, noch einmal tiefer einzusteigen und gezielt weitere Informationen zu sammeln.

Zugegeben: Manchmal liegen die Antworten nicht gleich auf der Hand und man darf ein bisschen recherchieren. Aber der Einsatz lohnt sich! Je mehr Sie auf Ihr Publikum eingehen, desto wahrscheinlicher ist es, dass Ihre Worte auch wirklich ankommen.