

reiten, das ist utopisch.“ Zu denken, die letzte Stunde im ICE reiche, um sich in ein Thema einzuarbeiten und sich hinterher zu wundern, dass es „nur so okay“ war, das erlebt sie immer wieder. Darüber schüttelt die 42-Jährige den Kopf: „Rund 80 Prozent ist Vorbereitung, 20 Prozent ist Performance. Wenn diese 80 Prozent nicht stimmen, können die 20 Prozent nichts retten.“ Also ein Konzept erstellen und überlegen, mit welchen Inhalten führe ich durch die Tagung. Diplom-Betriebswirtin Ariane Bertz kann da mitreden. Die Eventmoderatorin hat kürzlich eine Podiumsdiskussion mit Frauen in Aufsichtsräten geleitet. Für die 41-Jährige ist es eine Selbstverständlichkeit, ausführliche Recherchen zu betreiben, um Gesprächspartnerinnen und Publikum gerecht zu werden. Die Vorstellung, mal flott etwas zu moderieren, um damit noch flotter Geld zu machen, fin-

det sie grotesk. Lebensläufe herunterzurattern käme ihr nicht in den Sinn. Bertz fragt nach persönlichen Erfahrungen, um das Thema zu illustrieren und „seriös Emotionen einzubringen“. Mit den Aufsichtsrätinnen hat sie eine halbe Stunde telefoniert, wohlgermerkt mit jeder einzelnen.

Fachwissen filtern

„Nur so gelingt es, aus viel Fachwissen etwas Verdauliches zu machen, dem Publikum Dinge übersetzen und nachfragen“, bestätigt Nicole Krieger. Ziel sei es, Expertenwissen so herauszufiltern, dass das für die Gäste ein gewinnbringendes Erlebnis ist. Das ist anspruchsvoll. Zum Beispiel auf einer Medizinerntagung. „Ärztetkongresse sind die Höchststrafe“, scherzt die Trainerin aus Karlsruhe. Da sitzen hochspezialisierte Fachärzte, die ein Basiswissen eint und der Wunsch,

völlig unterschiedliche Dinge zu vertiefen.

Mit einem vorgefertigten Text und 25 Fragen kann da niemand bestehen. „Damit haben Sie ein Problem, das funktioniert nicht. Wir sind keine Schauspieler. Ich kann mich nicht auf die Gäste konzentrieren, rede nicht wie gedruckt. Ich bin perfekt vorbereitet, muss aber auf der Bühne nicht perfekt sein, sondern lasse Spontaneität zu.“ Sinnvoll sind Karteikarten mit Stichworten: „Was will ich sagen, nicht wie will ich es sagen.“ Namen, Zahlen, Fakten müssen stimmen. Ein Moderator, der ein gutes Honorar einstreicht, aber aus Professor Werner einen Dr. Weber macht, ist eine Fehlbesetzung. Die Gäste werden nicht mit einer öden Endlosbiographie vorgestellt. Das Zauberwort lautet: Relevanz erzeugen, damit alle gerne hinhören. Dazu bietet sich eine kleine Geschichte an. „Oder meine eige-

ne Story, wie ich zum ersten Mal mit dem Gesprächspartner Kontakt hatte und was mich am meisten beeindruckt hat.“ Eine dritte Möglichkeit ist eine Publikumsinteraktion mit einer sachlichen Frage, die auf Emotionen zielt. Etwa beim Thema Digitalisierung. Wer von Ihnen liest Mails vor dem Frühstück? Es gehe um kurzweilige, keine platten Einstiegsfragen. „Von Rampensau-Nummern halte ich wenig“, bekennt Nicole Krieger.

Umgang mit Stillen und Lauten

In der Regel sind die eingeladenen Gäste unterschiedlich temperiert, die einen sind zurückhaltend, andere preschen vor. Das muss ein Moderator ausgleichen. „Wortkarge sind zu ermuntern, Vielredner sind zu stoppen, um eine Balance herzustellen“, sagt Krieger. Zu überproportionalen Beiträgen neigen Politiker, die eine Botschaft loswerden möchten und ein Medientraining hinter sich haben. Werden die Angriffe persönlich, so nach dem Motto, Müller ist ein A..., muss der Moderator einschreiten und auf Einhaltung seiner Regeln pochen. Verbalattacken hat Krieger bei ihren rund 800 Moderationen noch nicht erlebt, aber Schwätzer. „Ich erlebe regelmäßig Menschen, die andere nicht zu Wort kommen lassen.“ Dass ein Moderator niemanden bevorzugen oder bloßstellen sollte, scheint banal. „Wir sind zur Neutralität verpflichtet, leider halten sich daran nicht alle“, betont Dozentin Ariane Bertz.

„Hunger auf Menschen“

Im Normalfall kennen sich die Gäste auf dem Podium nicht untereinander. Deshalb gibt es ein kurzes Vorgespräch. Nicole Krieger nennt das ein Fünf-Minuten-Briefing, um ein dramaturgisch interessantes Gespräch zu erleben. Sie stellt sich vor, ermuntert die anderen, lebhaft zu diskutieren, aus dem Leben etwas zu erzählen und nicht nur zu antworten, bis sie aufgefordert werden. Wie intensiv be-

fragt sie vorab ihre Gäste? „Das ist eine Gratwanderung, genug zu wissen, um klug fragen zu können, sich aber auch Neugier zu bewahren. Das muss jeder für sich herausfinden.“ Krieger will wissen, worüber jemand nicht sprechen möchte, um „in der Live-Kommunikation“ keine bösen Überraschungen zu erleben. Das sei ganz anders als beim investigativen Journalismus. „Wenn Sie jemanden mit etwas konfrontieren und er sich schlecht fühlt, macht das die Veranstaltung nicht besser. Wenn das Gesprächsklima nicht gut ist, brauchen Sie lange, bis das wieder gut wird.“ Das sei verschenkte Zeit, zu warten, bis der in die Enge Getriebene wieder ansprechbar ist. Ehrliches Interesse zu haben, spüre das Publikum. Oder wie der verstorbene Autor Roger Willemson sagte: „Ein Moderator sollte Hunger auf Menschen haben.“

Vorsicht vor Gедiegenheit

Im sogenannten Corporate-Bereich, also bei der Selbstdarstellung der Unternehmen, geht es grundsätzlich viel gediegener zu. Manchmal auch entsetzlich brav, weil nur Worthülsen aus Firmenbroschüren ventiliert werden. Übervorsichtige Presseabteilungen spielen eine un gute Rolle, wenn sie vorausseilend vorgeben, was der Vorstand gefragt werden darf. Einen Gefallen tun sie sich damit nicht, kritisiert Krieger. „Ich rate, mutig zu sein, etwas Persönliches zu fragen. Wenn es zum Beispiel um neue Modelle der Arbeitsgestaltung geht: „Was geben Sie Ihren Kindern mit?“ Dieses Vorgehen werde belohnt. „So haben die Gäste etwas erfahren, was nicht in den Imagebroschüren steht.“

Querulanten integrieren

Quotengetriebene Fernseh-Talkshow-Moderatoren, die die Mediendebatten dominieren möchten, setzen auf krawallige Gäste. Das bringt Schwung in den Laden. Für seriöse Geschäftsveranstaltungen sind solche Quertreiber

ein GAU. Wie also mit Störenfrieden umgehen? „Man sollte versuchen, sie zu integrieren“, sagt Krieger. Auch Störer im Publikum zu ignorieren sei keine gute Idee. „Das hat Vorrang. Quatscht jemand mit den Nachbarn, stört das alle oder nur mich? Wenn das alle stört, muss der Moderator einschreiten.“ Das ist dringend geboten bei jenen, die Convention-Crasher genannt werden, also das Gespräch torpedieren. So jemandem darf man keine Bühne bieten. „Als Moderator müssen Sie die Führung behalten. Sie halten das Zepter in der Hand, handeln und sprechen das an. Wer sich nicht an meine Regeln hält, der muss raus. Das muss klar sein.“

Lampenfieber adé, ab ins Foyer

Ein gewisses Maß an Unsicherheit und Respekt vor der ungewohnten Situation ist normal. „Am liebsten wäre manchen Teilnehmern unserer Seminare, dass wir 367 Antworten auf mögliche Störungen geben könnten. Die gibt es natürlich nicht“, sagt Krieger und lacht. Drei Viertel aller Menschen haben Lampenfieber vor einem öffentlichen Auftritt, aus Angst vor einer negativen sozialen Bewertung. „Das ist nur dann nicht okay, wenn es sie daran hindert, sich so gut zu zeigen, wie sie sind.“ Trockener Mund, schwitzende Stirn, brüchige Stimme vereiteln den Auftritt. Das Wichtigste sei, das Lampenfieber zu optimieren, zu der inneren Einstellung zu gelangen, sich die Bühne zum Wohnzimmer zu machen. Nicole Krieger meint das konkret. Sie schaut sich vor dem Auftritt die Bühne an, bewegt sich dort, macht einen Soundcheck, bei dem sie es nicht beim üblichen „eins, zwei, drei“ belässt, sondern über Mikro mit dem Saalpersonal spricht. Manchmal geht sie im Vorfeld ins Foyer, „ein enormer Lampenfiebersenker“. Sie spricht mit Leuten, erfährt Erwartungen, die sie später einfließen lässt, um Nähe zum Publikum herzustellen: „Ich habe mich gerade noch unterhalten...“

Auch die Zielfotomethode hilft, sich mental auf Erfolg zu programmieren. Hier geht es darum, sich ein Zielfoto vorzustellen, zu visualisieren, welche Situation man erleben will, mit frenetischem Jubel empfangen zu werden oder zum Abschluss in glückliche Gesichter zu blicken. Krieger rät, dabei „ins Körpergefühl zu gehen“, zu überlegen, was höre ich, was rieche ich. Diese Methode sollte aber Tage vorher erprobt werden, „um sich von Angst auf Freude zu programmieren“. Für diese Auftritte gilt die

Spitzensportler-Regel: Sie müssen Ihre Leistung auf den Punkt genau abliefern. „Am Tag X müssen Sie hundert Prozent geben und Ihre Höchstleistung abrufen können.“

Dialekt ja, vorausgesetzt ...

Und die Sache mit dem Dialekt? Nicht jeder ist in und um Hannover geboren und spricht reines Hochdeutsch. Krieger ist großzügig. „Dialekt ist in Ordnung, solange er verstanden wird.“ Ein zünftiges Bayrisch stellt einer-

seits Nähe her – natürlich vor allem bei jenen, die ebenfalls so sprechen, zugleich wird es aber leicht als provinziell wahrgenommen. Wer weltöfen wahrgenommen werden möchte, spricht Hochdeutsch.

© Alle Rechte vorbehalten. Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt. Zur Verfügung gestellt vom Frankfurter Allgemeine Archiv.
www.faz-rechte.de/sonderdrucke.htm.

Unternehmensprofil

Die Moderatorenschule Baden-Württemberg wurde 2010 in Karlsruhe gegründet und zählt heute zu den renommiertesten Weiterbildungsinstitutionen in Deutschland, wenn es um das Thema Auftritt und Sprechen vor Publikum geht. Die Moderatorenschule ist zudem eine der führenden Einrichtungen für die Aus- und Weiterbildung im Bereich Moderation.

Gegründet wurde die Moderatorenschule von Nicole Krieger, selbst langjährige Moderatorin, Journalistin und eine der erfolgreichsten Eventmoderatorinnen Deutschlands. Ziel war es, eine Institution zu schaffen, die qualitativ hochwertige Weiterbildung für Moderatoren, Redner und Präsentatoren anbietet.

Die Trainer*innen zählen zu den namenhaften Experten auf ihrem Gebiet und stehen als TV- und Veranstaltungsmoderatoren, Journalisten, Sprecher oder Managementtrainer bereits jahrelang im Berufsleben. Sie wissen genau, worauf es im Job ankommt und geben ihr Wissen praxisnah weiter.



**MODERATOREN
SCHULE BADEN-
WÜRTTEMBERG**

REDEN · PRÄSENTIEREN · MODERIEREN

Mehr als 1.000 Teilnehmende aus den unterschiedlichsten Branchen haben bis heute in der Moderatorenschule Baden-Württemberg trainiert. Zu den Kunden zäh-

len namenhafte Unternehmen wie Daimler, Telekom, Commerzbank, Continental, aber auch Universitäten und Forschungsinstitute wie Fraunhofer FOKUS und das Karlsruher Institut für Technologie.

Die Moderatorenschule Baden-Württemberg ist Mitglied im Netzwerk Fortbildung, einer Initiative des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg und arbeitet nach den Qualitätskriterien dieses Netzwerks.

Kontaktdaten

Moderatorenschule Baden-Württemberg
Morgenstraße 36
76137 Karlsruhe
Telefon 0721 84098652
kontakt@moderatorenschule-bw.de
www.moderatorenschule-bw.de