

Menschen begeistern für FutureFashion

Ansprache im öffentlichen Raum – erfolgreich Gespräche führen

Jean David Hübner
huebner@germanwatch.org
Referent für Fundraising und Philanthropie



Agenda

1. Kurze Vorstellungsrunde – 10 Minuten
2. Input: Gesprächsführung, nonverbale Kommunikation, AIDA-Modell – 45 Minuten
3. Pause – 10 Minuten
4. Zieldefinition Infostandarbeit Future Fashion – 30 Minuten
5. Entwicklung Infostandpitch(s) Future Fashion – 45 Minuten
6. Abschluss & Feedback – 10 Minuten

Erfolgreich Gespräche führen

Versetzt euch einmal in die Rolle eines/r Passant:in

Könnt ihr euch an Gespräche erinnern, die euch positiv in Erinnerung sind?

Könnt ihr euch an Gespräche erinnern, die euch negativ in Erinnerung sind?

Habt ihr schonmal an einem Infostand etwas abgeschlossen/unterschrieben/etc. ?

Warum? Warum nicht?

Erfolgreich Gespräche führen

Klare Zielstellung

Struktur

Persönliche Ebene

Zutaten für ein gutes Gespräch?

Emotionen

Prägnanter Inhalt

Nonverbale Kommunikation

Dinge, die ich nicht sage...

Albert Mehrabian-Regel: 7 - 38 - 55

Dinge, die ich nicht sage...

Die Mehrabian-Regel zu non- und paraverbaler Kommunikation besagt (vermeintlich):

7% sind das tatsächlich Gesagte

38% die Tonlage

55% Körpersprache, Mimik, Kleidung, Aussehen, Zugewandtheit

Mehrabian, Albert, & Ferris, S. R. (1967). Inference of attitudes from nonverbal communication in two channels. *Journal Of Consulting Psychology*, 31(3), 248

Dinge, die ich nicht sage... sagen eine Menge?

Wirklich? Eher eine etwas falsch interpretierte Studie – tatsächlich verlassen wir uns hauptsächlich auf das gesprochene Wort. Häufig deuten wir Mimik sogar falsch.

Dinge, die ich nicht sage...

3 VERSCHIEDENE KOMMUNIKATIONSARTEN

VERBALE KOMMUNIKATION

Gesprochenes Wort
Geschriebenes Wort



NONVERBALE KOMMUNIKATION

Mimik
Gestig
Körperhaltung



PARAVERBALE KOMMUNIKATION

Tonfall
Lautstärke
Stimmlage
Sprechtempo
Sprechpausen
Wortwahl
Aussprache



Dinge, die ich nicht sage... sagen eine Menge!

Ob es nun 55%, 40% oder XY% sind, Non- und Paraverbales ist ein wichtiger Teil unserer Kommunikation. Aber was macht am Infostand tatsächlich positiven einen Unterschied?

Offene, positive Körperhaltung. Lachen & Lächeln. Augenkontakt

Spiegeln & Führen (Pacing & Leading): Tonlage, Sprechgeschwindigkeit und -pausen, Körperhaltung...

Positionierung am Infostand. Abstand und Haltung zueinander

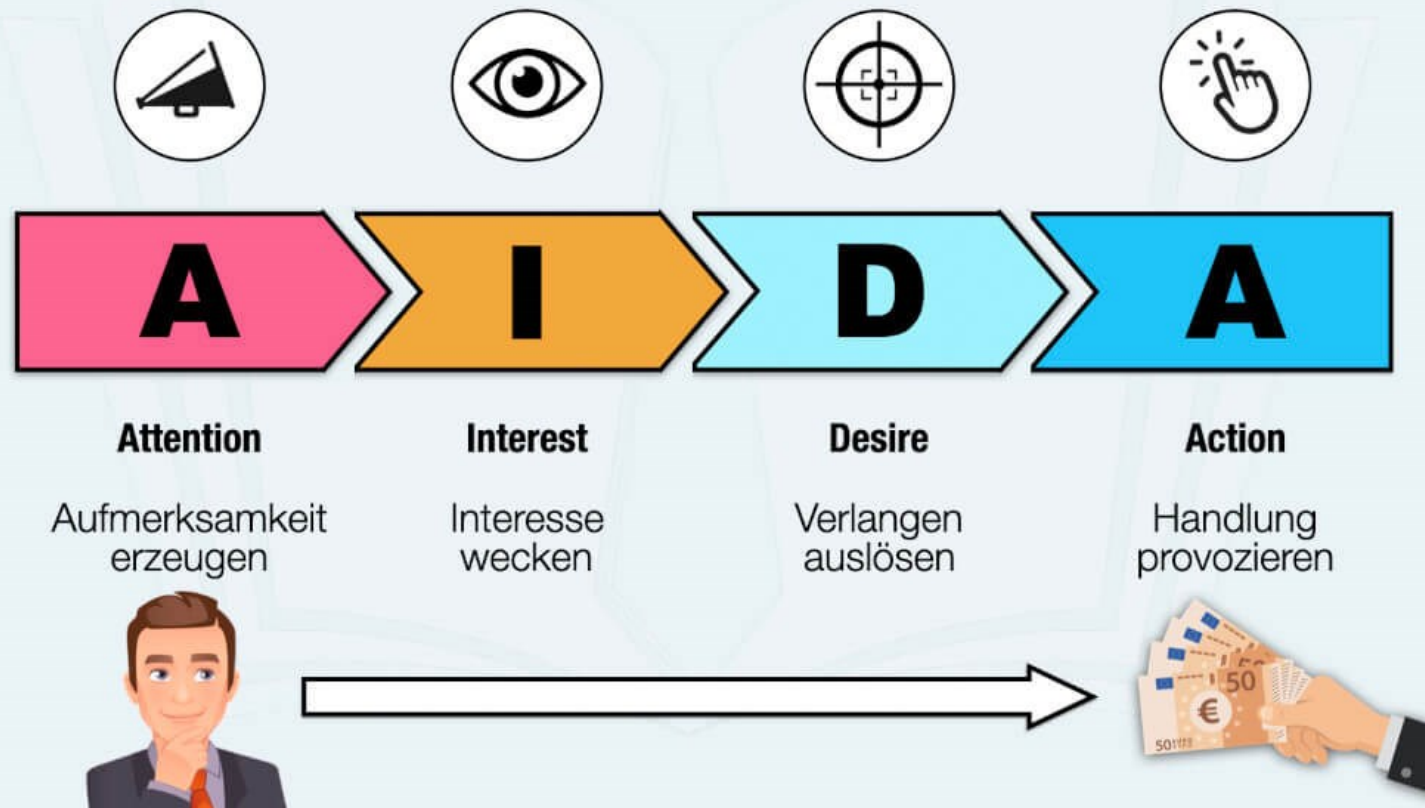
Körpersprache des Gegenübers verstehen. z.B. Helfen, am Infostand anzukommen

Vertrieb und Marketing Grundkurs: AIDA-Modell

AIDA steht für?

AIDA-Modell

AIDA Formel in Werbung & Marketing



A - Attention

In der Infostandarbeit übernimmt der Infostand selber, sowie unsere Ansprache und Begrüßung die Funktion die Aufmerksamkeit unseres Gegenübers zu bekommen.

A - Attention

Tipps & Zutaten für den Erfolg:

Schritt 1: 30 Sekunden positive, interessierte Interaktion von Mensch zu Mensch

Gerne humorvoll, unerwartet und unkonventionell. „Hallo. Ich suche hier positive Leute...“

Nicht direkt nach Zeit fragen, niemand hat Zeit

Danke sagen, Komplimente geben – z.B. alleine fürs Anhalten oder das Besuchen der Fair Handeln (und das wahrscheinlich dahinter stehende Interesse für fairen Handel

Interesse zeigen / Small Talk – Kommen Sie gerade an oder haben Sie schon alles gesehen?

A - Attention

Schritt 2: Zum Punkt kommen

Warum habe ich dich angesprochen und was habe ich vor?

30 Sekunden Pitch zu Future Fashion und zum Infostand

Ziel des Gesprächs nennen oder finden (falls z.B. mehrere Optionen)

Zeitraumen für das Gespräch geben

Falls nicht schon am Stand – zum Stand lotsen, ankommen lassen

I - Interest

Im persönlichen Gespräch sollte der Teil Interest – Interesse wecken – 2 Funktionen erfüllen: Interesse für mein Gegenüber zeigen und für meine Organisation/mein Produkt/meine Initiative begeistern

I - Interest

Schritt 1 = Persönliche Ebene. Im Gespräch Mensch zu Mensch beginnen wir am besten nicht mit uns, unseren Infos oder Produkten sondern mit unserem Gegenüber

Anregungen:

Am Infostand willkommen heißen und vorstellen

Interesse zeigen: Wieviel Zeit bringst du mit?

Interesse zeigen: Was führt dich auf die Fair Handeln? Was ist deine Motivation für Nachhaltigkeits- und Gerechtigkeitsthemen? Etc.

Sich selber vorstellen: Erzählst du von dir, erzähle ich von mir

I - Interest

Schritt 2 = Interesse für unsere Initiative Future Fashion wecken wir über einen guten, im Idealfall begeisternden Pitch. Anregungen:

Leitfrage: Was überzeugt?

2-3 Minuten max. Aufmerksamkeitsspanne & Aufnahmefähigkeit des Menschen beachten

Weniger ist mehr. Lieber ein Wirkungsbeispiel gut erzählt als 7 kurz angerissen. Lieber mit bedachten Pausen sprechen als einen ununterbrochen redenden Erklärbären machen

Dialog statt Monolog. Rückfragen einbauen. Was ist dir bei dem Thema wichtig?

Besonders für den Anfang: Einstudierter Pitch. Mit der Zeit kann man variieren

I - Interest

Anregungen für eine Pitch-Struktur:

Was überzeugt? Struktur: Einfach & prägnant

z.B. Wer sind wir? Warum gibt es uns? Was tun wir und was macht uns einzigartig?

Wer sind wir – Kurze Eckdaten

Warum gibt es uns – Unsere Mission

Was tun wir und was macht uns einzigartig – Wirkungsweise unserer Arbeit und 1
Erfolgsbeispiel, was wir erreicht haben um die Gesellschaft fairer/besser/nachhaltiger zu
machen

D – Desire

Desire = Verlangen etwas zu tun erzeugen – Engagement, Anmeldung für Newsletter, Spenden, Mitglied werden, ein Produkt kaufen – abhängig von dem Ziel des Gesprächs

D – Desire

Anregungen um Menschen (vor Ort) zum Handeln zu bewegen:

Create Importance & Urgency. Address Insecurity – Wichtigkeit & Dringlichkeit vermitteln.
Unsicherheit nehmen

Wichtigkeit allgemein – Warum ist Engagement wichtig?

Wichtigkeit persönlich – Warum ist MEIN Engagement wichtig? Welchen Unterschied mache ich?

Dringlichkeit – Warum sollte ich es JETZT tun?

Unsicherheit nehmen – Wie genau kann ich mich eigtl. engagieren, was bedeutet das?

A – Action

Um eine Handlung = Action auszulösen, braucht es einen Call-2-Action. Eine klare Aufforderung XY zu tun. Aktiv zu werden, sich einzutragen, sich zu engagieren, etc.

A – Action

Call-2-Action im persönlichen Gespräch – Anregungen:

Auf eine Handlung zielend. Nicht zu 2 oder mehr Handlungen auffordern

Klar, prägnant, inspirierend

Appellativ: Meine Bitte an dich...

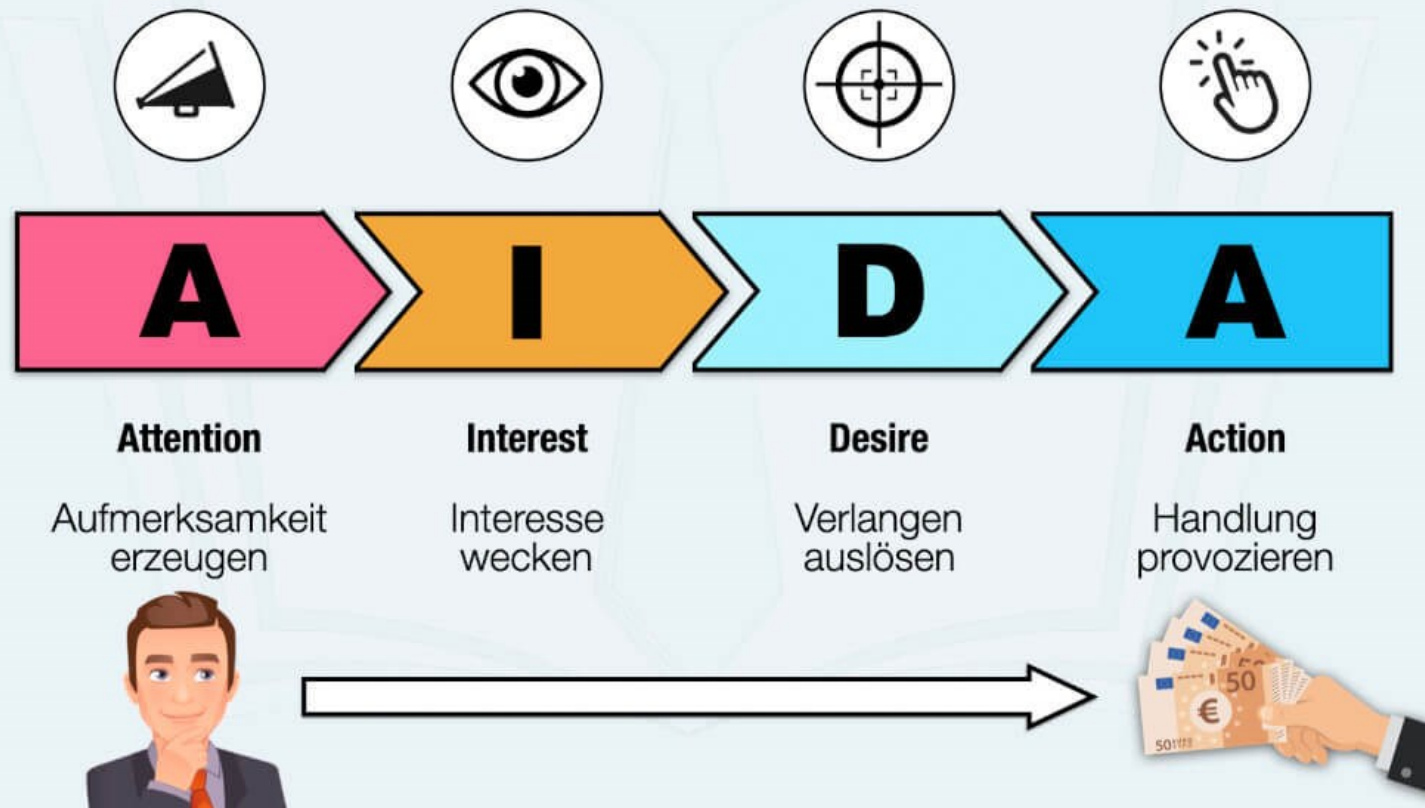
Am besten in 1-2 Sätzen

Wirken lassen! Nicht weiterreden nach dem Call-2-Action

Auf Rückfragen, Einwände und Absagen vorbereitet sein

AIDA-Modell – Fragen?

AIDA Formel in Werbung & Marketing



Kurze Pause

10 Minuten (?) Pause

Zieldefinition Infostandarbeit Future Fashion

Leitfrage 1: Welche(s) Ziel(e) wollt ihr mit der Infostandarbeit verfolgen?

Hinweis: SMARTe Ziel(e) setzen. Spezifisch – Messbar – Attraktiv – Realistisch – Terminiert. Insbesondere Messbarkeit macht Zielerreichung viel besser steuerbar als unkonkrete Ziele wie z.B. „Wir wollen informieren“

Leitfrage 2: Welche Zielgruppe(n) wollen wir für unser(e) definiertes/n Ziel(e) erreichen?

Wenn die Zielgruppe(n) klar sind, ist es überhaupt erst möglich im Gespräch zu prüfen, ob wir gerade mit der richtigen Person sprechen. Erhöht entsprechend stark die Erfolgsquote. So spezifisch, wie möglich, z.B. „Student:innen“ vs „junge Menschen“

Beispiel: Wenn junge Menschen für ehrenamtliches Engagement gesucht werden, sollten Gespräche mit jungen Menschen geführt werden.

Zieldefinition Infostandarbeit Future Fashion

30 Minuten am Conceptboard

Vorgehen:

20 Minuten Stillarbeit Ziele + Zielgruppen sammeln

10 Minuten Diskussion

Gesprächsleitfaden mit AIDA für eure Ziele

Fokusfragen:

Attention: Was sind „kreative“ Ansprachen? Wie wecken wir in 30 Sekunden Interesse an Future Fashion um Menschen an den Infostand zu bekommen?

Interest: Vorstellung Future Fashion: 2-3 Minuten Pitch. Wer sind wir? Warum gibt es uns? Was tun wir und was macht uns einzigartig?

Desire: Vorstellung der Möglichkeiten aktiv zu werden (leitet sich aus euren definierten Zielen ab). Create Urgency and Importance. Address Insecurity.

Action: Was ist ein passender Call-2-Action für die jeweiligen Engagement-Möglichkeiten? Was sind mögliche Rückfragen oder Bedenken?

Danke für eure Aufmerksamkeit – Ich wünsche euch viel Erfolg und Freude bei zukünftiger Infostandarbeit

