

### 3 Sprachliche Gestaltung

Wer eine Rede hält, braucht die Sprache. Sprache hat die Aufgabe (aussersprachliche) Inhalte zu transportieren. Sie bedient sich dazu eines komplexen Code-Systems.

Wer eine Rede hält, möchte im allgemeinen verstanden werden. Dies ist jedoch nicht immer garantiert, da die transportierten Inhalte zweimal „übersetzt“ werden müssen:: einmal bei der Codierung auf der Seite des Sprechers, der Sprecherin und ein zweites Mal bei der Decodierung durch die Zuhörer.

Eine Rede transportiert Inhalte mit gesprochener Sprache. Diese ist jedoch ein flüchtiges Medium. Die Zuhörer müssen sofort verstehen können, da sie nicht in der komfortablen Lage eines Lesers befinden, der zurückblättern kann.

#### 3.1 Verständlich und attraktiv erzählen

Jede Formulierung, die Sie wählen, beeinflusst Verständlichkeit und Attraktivität Ihrer Sprache. Wählen Sie deshalb die Sprache Ihres Gegenübers.

Passen Sie Ihren Sprachstil der Sache und dem Anlass an.

Scheuen Sie sich nicht vor Wiederholungen. Indem Sie zentrale Begriffe und Aussagen wiederholen, verleihen Sie diesen mehr Gewicht. Zudem kann gezieltes Wiederholen wie ein "roter Faden" wirken.

Für jede Aussage, die Sie machen, können Sie ganz unterschiedliche sprachliche Formen wählen. Die attraktivere ist jeweils die, die Ihr Gegenüber bei der Stange hält, weil sie anschaulicher und verbindlicher ist.

#### Komprimierungen

Verständlich und attraktiv ist eine Sprache, in der die Menschen, die an Handlungen beteiligt oder von ihnen betroffen sind, sichtbar werden.

Viele Sachverhalte kann man sprachlich entweder als statische Abstraktionen oder als aktive Handlungen darstellen. Indem eine sprechende Person sich für die eine oder andere Darstellung entscheidet wählt sie eine Perspektive: Wer in Handlungen formuliert, zeigt die beteiligten Menschen; wer in Abstraktionen formuliert, betont das Institutionelle, Unpersönliche.

Die deutsche Sprache hat eigens ein Instrument entwickelt, um ansprechende, aktive Sätze in unanschauliche, unpersönliche Ausdrücke zu verwandeln: das Komprimieren.

Komprimierte Ausdrücke sind typisch für das Deutsch von Gesetzen, Verwaltungen, Bürokratien.

## Komprimierungen auflösen

Komprimierungen basieren im allgemeinen auf

- Partizipkonstruktionen
- Wörter auf -ung und andere Substantivierungen.

Viele substantivierte Verben enden nicht auf -ung, lassen sich aber trotzdem auflösen.

Beispiel:

"Das Reinigen von Geschirr ..." -> "[Der Hausmann] wäscht Geschirr ab."

Oft entlarvt man auf diese Weise auch unsinnige Sätze, die nur toleriert werden, weil sie dank der Komprimierung "offiziell" klingen.

Beispiel:

"...doch konnte er infolge Verhinderung nicht an der Preisübergabe teilnehmen."

Komprimierungen können Sie auflösen, indem Sie das zugrundeliegende Verb aktivieren. Auf diese Weise entstehen immer aus einem Satz zwei oder mehr Sätze.

Sätze mit aktiven Verben entstehen dann am leichtesten, wenn Sie die Menschen sehen, die an einer Sache beteiligt sind, und unter diesem Blickwinkel formulieren.

## Drei Regeln zur attraktiven Sprache:

1. Ein Satz ist attraktiver, wenn in ihm aktive Menschen vorkommen bzw. wenn der, die oder das Handelnde auch grammatikalisches Subjekt ist.
2. Komprimierte und verschachtelte Sätze werden verständlicher, wenn Sie sie entflechten. Manchmal ist es auch ratsam, mehrere Sätze zu machen. Versuchen Sie, abstrakte Sachverhalte möglichst konkret darzustellen.
3. Details, die man sich plastisch vorstellen kann, machen einen Text attraktiver - auch wenn er dadurch etwas länger wird.

Das bedeutet:

- Menschen handeln lassen
- Aktiv statt passiv
- Komprimierte Sätze auflösen
- Konkret statt abstrakt
- Bilder brauchen
- Sachverhalte mit Beispielen erläutern
- Den Erfahrungshintergrund des Publikums einbeziehen

## persönliche, bildhafte und konkrete Sprache

Attraktive Sprache bietet dem Publikum direkt nachvollziehbare Begriffe und Wendungen an. Hierzu einige Hinweise:

Verwenden Sie eine **persönliche Sprache**. D.h.:

- Nennen Sie die in eine Sache **involvierten Personen** (auch sich selbst). Menschen können „Täter“ oder „Opfer“ sein, sie sind beispielsweise Produzenten oder Konsumenten, Verursacher oder Betroffene, Nutzniesser oder Geschädigte usw.  
**Überprüfen Sie Ihren Redegegenstand auf Zusammenhänge mit Menschen.**
- Sprechen Sie **Emotionen** an, wenn es Ihr Redegegenstand nahelegt. Die Gegenstände Ihrer Rede haben etwas mit Ihnen und mit Ihrer Zuhörerschaft zu tun: Sie und Ihr Publikum sind in irgendeiner Weise davon betroffen. Zur Betroffenheit gehören immer auch Gefühle. Sprechen Sie diese an, stellen Sie sie evtl. auch dar. Beachten Sie dabei, dass die Redesituation, Redegegenstand und Redeziel sowie Ihr Publikum die Grenzen abstecken für das erträgliche emotionale Mass Ihrer Rede.  
**Überprüfen Sie Ihren Redegegenstand auf emotionales Potential.**
- Stellen Sie Ihr eigenes **Engagement** für Ihren Redegegenstand dar. Zeigen Sie auf, dass und weshalb Sie begeistert oder überzeugt von Ihrer Sache sind. Indem Sie Ihr Engagement zeigen, mobilisieren Sie auch das Ihres Publikums.  
**Finden Sie Ihr Engagement für Ihren Redegegenstand.**

Verwenden Sie **nachvollziehbare Bilder**. D.h.:

- Verwenden Sie **Metaphern** und **Vergleiche** (Analogien). Nutzen Sie dabei den Erfahrungshintergrund Ihres Publikums.  
**Vergleiche**, die auf Erfahrungen Ihres Publikums beruhen, bewirken sofortiges bzw. schnelleres Verstehen (Aha-Erlebnis).  
**Metaphern** sind implizite Vergleiche. Sie sagen nicht „X ist wie Y“, sie ersetzen das Gemeinte. Sie sagen anstatt „X“ direkt „Y“. Bsp.: „am Fuss des Berges“ (Berge haben keine Füße, trotzdem leuchtet das Bild sofort ein.) Bsp.: „etwas in seinem Herzen tragen“ (leuchtet ein, trotz der medizinischen Konsequenzen, die eine Umsetzung mit sich bringen würde)  
**Finden Sie treffende Vergleiche, Metaphern.**
- Offerieren Sie **Beispiele**. Exemplarisches Vorgehen macht abstrakte, allgemein dargestellte Sachverhalte, Vorgänge u.ä.m. verständlicher und einsichtiger.  
Ein Beispiel können Sie im Erfahrungshintergrund Ihres Publikums finden, Sie können aber auch sich selbst als Beispielträger verwenden.  
**Überprüfen Sie Ihr Thema auf nachvollziehbare Beispielen.**

- Erzählen Sie Mini-**Geschichten** (ein bis drei Sätze) und **Anekdoten**. Geschichten geben Ihrer Rede aktionalen Charakter. Sie regen die Phantasie und das Miterleben Ihrer Zuhörerschaft an. Sie finden Geschichten im konkreten Umfeld Ihres Redegegenstandes. Anekdoten sind Geschichten über andere Menschen (z.T. Berühmtheiten) und haben häufig literarischen Charakter. Sie finden sie in Sammlungen. **Finden, erfinden Sie Geschichten bzw. Anekdoten.**
- Menschen haben Namen, zumindest einen Vornamen.

Verwenden Sie eine **konkrete Sprache**. D.h.:

- Nennen Sie die **konkreten Bezeichnungen** der von Ihnen gemeinten Sachverhalte und nicht deren Obergriffe. Z.B. Ford Fiesta statt Kleinwagen, Tram und Bus statt ÖV, Väter, Mütter und Kinder statt Familien usw. Je nach Thema treffen Sie mit einer entsprechenden Konkretisierung den Nagel besser auf den Kopf (= Verwenden einer sprichwörtlichen Redewendung). **Überprüfen Sie Ihren Redegegenstand auf mögliche und sinnvolle Konkretisierungen.**
- Formulieren Sie **aktiv** statt passiv, meiden Sie Substantivierungen und unbekannte Abkürzungen. Aktiv dargestellte Tätigkeiten verleihen Ihrem Vortrag Dynamik, passive Darstellung lässt ihn statisch wirken. **Überprüfen Sie Ihren Redegegenstand auf darstellbare Aktionen.**

## 3.2

## Vom eigenen Fach erzählen

## Fachsprache

Fachsprachen können im öffentlichen Reden ein Problem darstellen. Das liegt an ihrer Leistungsfähigkeit und ist letztlich ein Problem von „Nähe“ und „Distanz“.

Fachsprachen sind überindividuelle, auf spezifische Fachgebiete und Tätigkeitsbereiche zugeschnittene Codes. Fachbegriffe sind normierter und eindeutiger als Alltagsbegriffe, und häufig bezeichnen sie ganz bestimmte, klar definierte Abläufe. Darin liegt ihre Leistungsfähigkeit.

Darin liegt aber auch die angesprochene Problematik: Fachleuten sind ihre eigenen Fachbegriffe meist ebenso geläufig wie irgendwelche Alltagsbegriffe - und sie neigen dazu, sie ebenso unbefangen zu verwenden, wenn sie etwas Fachspezifisches ausdrücken wollen. Dies rührt aus ihrer Nähe zum Fach.

Das Publikum eines Vortrags hat häufig mehr Distanz zu dem Fach, aus dem die/der Vortragende „stammt“. Das Publikumsinteresse an der präsentierten Sache hat meist andere Gründe und andere fachliche Hintergründe als das Interesse der Vortragenden Person. Häufig verfügt das Publikum also nicht über denselben Fachwortschatz wie die/der Vortragende und ist daher auf weniger fachsprachliche Darstellungen der Sachverhalte angewiesen.

In Vorträgen für Fachkollegen ist Fachsprache sinnvoll. Fachleute wollen gemeint und gefordert sein - aber nicht überfordert. Beweisen Sie Ihre fachliche Kompetenz also nicht durch einen übertriebenen und spitzfindigen Gebrauch von Fach- und Fremdwörtern!

## Fachscript

Fachsprache ist nur ein Teilgebiet des Fach-Wissens. Dieses ist - wie das Wissen allgemein - strukturiert. Ein besonders leistungsfähiger Typ von Strukturierung des Fachwissens ist das Script (fester Handlungsablauf) eines Faches.

Einzelne Wörter können für Fachleute als Scripts auf eine Folge von immer gleichen Handlungen verweisen.

Beispiel:

"Hat die SKA ein Risiko von 25 Millionen Franken bewusst oder fahrlässig auf die Anleihekunden abgewälzt? - Diese Frage stellen die Anleihegläubiger der Alphonse Orsat S.A., die von ihren 1983 einbezahlten 25 Millionen nur noch 10 zurückerhalten sollen."

Hier weisen einzelne Begriffe (z.B. "ein Risiko abwälzen"), die auch umgangssprachlich existieren, auf ganze Handlungsabläufe hin. Je nach Zielpublikum ist es nötig, einzelne Schritte dieser Abläufe genauer zu beschreiben.

Es ist daher wichtig, Fachscripts zu erkennen und zu überprüfen, ob sie erklärt werden müssen.

### 3.3

## Redefiguren

(nach Susanne Motamedi: „Rede und Vortrag“, Beltz Verlag, Weinheim und Basel, 1993)

Mit Redefiguren lockern Sie einen Text auf und verstärken gleichzeitig seine Wirkung. Sie erzeugen Spannung, verstärken zentrale Gesichtspunkte oder „zeichnen“ Bilder in den Köpfen der Zuhörer.

Die folgende Zusammenstellung ist eine Auswahl von gebräuchlichen und brauchbaren Redefiguren. Sie erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Die Redefiguren sind unterschiedlichen Bereichen, entsprechend ihrem sprachlichen Wirkungscharakter, zugeordnet:

- Sprachliche Anschaulichkeit
- Verstärkung
- Abwechslung und Aufmerksamkeit

## Sprachliche Anschaulichkeit

Mit Redefiguren zur sprachlichen Anschaulichkeit zeichnen Sie Bilder in den Köpfen der Zuhörer. Sie beschreiben die Dinge so, dass jeder Hörer eine bildliche Vorstellung vor Augen hat. Die Zuhörer werden dadurch aktiviert und behalten die Informationen besser.

## Bildhafter Vergleich

Die Redefigur *vergleicht* ein Bild mit der zu beschreibenden Gegebenheit.

Beispiele

- Sie duftet wie eine Rose.
- Es gibt Leute, die haben ein so dickes Fell, dass sie nicht umfallen, obwohl sie kein Rückgrat haben.

## Metapher

Die Metapher (griech. Übertragung) setzt ein Bild mit einem Sachverhalt gleich. Das eigentlich Gemeinte wird ersetzt durch etwas, das Ähnlichkeit mit der Sache aufweist. Die Sprache springt dabei von einem Vorstellungsbereich in einen anderen über. Damit die Zuhörer eine Metapher verstehen können, muss das gezeichnete Bild eindeutig sein.

Beispiele

- Er schwitzte Blut und Wasser.
- An dieser Aufgabe haben wir uns festgebissen.
- Paradiesische Zustände. - Faule Ausrede. - Glut (für Leidenschaft).

## Übertreibung

„Hyperbel“ (griech. über ein Ziel hinauswerfen, übertreffen/übersteigern)

Beispiele

- Zahlreich, wie Sand am Meer. (1. Moses 22, 17)
- Vor Schreck blieb mir das Herz stehen.
- Die Strassenbahn war brechend voll.
- Ich habe unendlich viel Arbeit.

## Personifikation

Die Personifikation (lat. Vermenschlichung) veranschaulicht Sachverhalte dadurch, dass sie sie „beseelt“. Die Dinge - personifiziert - denken und fühlen genauso wie Menschen. Dadurch werden geschilderte Situationen anschaulich und nachvollziehbar.

Beispiele

- Gelassen stieg die Nacht ans Land.
- Die Sonne spaziert über den Himmel.
- Der Schreibtisch krümmt sich unter dem Papierberg.
- Es kam die Nacht und blätterte gleichgültig in den Bäumen. (Rilke)
- Was macht der Wind, wenn er nicht weht? (Kästner)
- Das nächste Unglück liess nicht lange auf sich warten.

## Beispiel

Das Beispiel ist die am häufigsten eingesetzte Redefigur. Der Einsatz von Beispielen hat viele Vorteile:

- Beispiele lassen sich relativ einfach konstruieren.
- Anhand eines Beispiels kann der Zuhörer Sachverhalte leichter behalten.
- Beispiele sind konkret und praxisnah.
- Mit Beispielen findet der Zuhörer Anknüpfungspunkte an den eigenen Erfahrungsschatz.

## Verstärkung

### Anhäufung

Die Anhäufung zählt einzelne Begriffe auf, die zu einem Oberbegriff gehören. Dieser kann, muss aber nicht genannt werden. Oder: Ein Oberbegriff wird zur Verstärkung in mehrere Unterbegriffe zerlegt. Die Tragweite soll durch die Einzelnennung verdeutlicht werden.

Beispiele

- »... mit ungebrochener Vitalität, mit unerschütterlicher Hoffnung, mit gleicher Stärke und mit gleicher Entschlossenheit ...« (J.F. Kennedy)
- »Durch die Mauer werden Familien getrennt, der Mann von der Frau, der Bruder von der Schwester ...« (J.F. Kennedy)

## Gleiche Satzanfänge bzw. -enden (Anapher/Epipher)

Bei der Anapher (griech. die Beziehung) werden gleich oder ähnlich klingende Satzanfänge wieder aufgenommen. Analog zur Anapher arbeitet die Redefigur Epipher mit der wiederholten Aufnahme gleicher Satzenden. Anapher und Epipher fassen auf dem Prinzip der Wiederholung. (Achtung: Sparsam einsetzen!)

Beispiele

- Um es noch einmal zu verdeutlichen: *Es ist wichtig*, dass wir zusammenhalten. *Es ist wichtig*, dass wir eine Einheit bilden. *Es ist wichtig*, dass wir für unsere Entscheidungen gerade stehen; sonst haben wir keine Chance. (Anapher)
- Schweigen hat seine Zeit, Reden hat seine Zeit (Salomo 3,7) (Epipher)

## Parallelismus

Der Parallelismus lebt von der Gleichgestaltung der Sätze. Er bezieht sich in der Regel auf ganze Sätze. Auch Satzteile und Nebensätze können parallel konstruiert werden (vgl. Anapher und Epipher).

Beispiele

- „Das deutsche Schicksal: vor einem Schalter zu stehen. Das deutsche Ideal: hinter einem Schalter zu sitzen.“ (Kurt Tucholsky)
- „Denke, wie weise Männer denken! - Sprich, wie einfache Männer sprechen.“ (Aristoteles)
- „Wer viel schießt, ist noch kein Schütze. Wer viel spricht, ist noch kein Redner.“ (Konfuzius)

## Verbesserung (Correctio)

Bei der Verbesserung wählt der Redner einen scheinbar zu schwachen Begriff, den er danach korrigiert, um dem erläuterten Sachverhalt Nachdruck zu verleihen. Da die Correctio pathetisch wirkt, wird sie nur vereinzelt eingesetzt.

Beispiele

- Wir möchten Sie eindringlich, ja beschwörend darum bitten, Ihre Kraft zum Erhalt unserer Umwelt zu Verfügung zu stellen.
- „Dieser Mann lebt. Lebt? Nein, er kommt sogar noch in den Senat!“ (Cicero)

## Einschub (Parenthese)

Der Einschub ist ein grammatisch selbständiger Einschub, der den Satzzusammenhang unterbricht, ohne dessen grammatische Ordnung zu verändern. Der Einschub stellt eine Gedankengemeinschaft her.

Beispiele

- ..., nebenbei bemerkt, ...
- ..., ganz unter uns gesagt, ...
- ..., und ich denke, da sind wir einer Meinung, ...



## Raffung

Benutzt man das Stilmittel der Raffung, dann fasst man seine Darstellungen im Telegrammstil zusammen. Durch die kurze und prägnante Form wirkt das Gesprochene eindringlich. Der bekannteste Einsatz der Raffung geht auf Cäsar zurück: »Er kam, sah, siegte.«

Beispiele

- Die Flasche rollte, fiel, zerschlug und lief aus.
- Das Flugzeug begab sich in Position, rollte an, hob ab, gewann an Höhe und verschwand.

## Rhetorische Frage

Die rhetorische Frage ist eine Scheinfrage, die die Zuhörer zum Mitdenken animieren soll. Die rhetorische Frage beantwortet der Redner selbst.

Beispiele

- Welche Bereiche tragen dazu bei, dass der Unternehmenserfolg nachhaltig gesichert werden kann? (Es folgt die Erklärung.)
- Wer hätte vor 25 Jahren gedacht, dass wir heute in vergleichbarer Runde zusammensitzen?
- Wollen Sie das dem Zufall überlassen?

## Wiederholung

Die einfachste Art, eine Rede oder einen Vortrag eindringlich zu gestalten, ist die Wiederholung. Experimente belegen, dass durch häufige Wiederholung, Behauptungen als Beweise anerkannt werden. Die Gefahr der Wiederholung liegt darin, dass sich die Zuhörer überredet fühlen und ablehnende Gefühle entwickeln.

Beispiele

- Niemand, aber auch niemand darf die Freiheit der Person grundsätzlich einschränken. Ein Mensch, ich betone ein Mensch ...
- »Wir haben nein gesagt. Wir werden nein sagen und wir werden nein sagen, solange ein Atemzug in uns lebendig ist.« (Ernst Reuter)

## Beschönigung (Euphemismus)

Ein Euphemismus dient der Beschönigung eines häufig unangenehmen Sachverhaltes. Euphemismen findet man vor allem im Bereich der Tabu-Wörter, also bei Sachverhalten, die nicht direkt benannt werden sollen; sie schwächen einen direkten oder kraftvollen Ausdruck ab.

Beispiele

- von uns gegangen (statt gestorben),
- Peacemaker (als Name für eine Pistole),
- Product placement (anstatt Schleichwerbung),
- Freistellen (statt entlassen).

## Abwechslung und Aufmerksamkeit

### Antithese

Die Antithese (griech. Gegenüberstellung) arbeitet mit der Gegenüberstellung von zwei extremen Begriffen. Sie verführt zur unangemessenen Polarisierung. Bei zu starker Übertreibung schwächt die Antithese die Argumentation des Redners eher ab, anstatt den Text lebendig zu gestalten.

Beispiele

- Ihre Ansichten sind Wunschdenken. In Wirklichkeit aber ist die Lage ernst.
- »Sprach-Kürze gibt Denk-Weite.« (Jean Paul)
- Begriffspaare zur Bildung einer Antithese:  
Vorteil - Nachteil / Worte - Taten / positiv - negativ / früher - heute.

### Ellipse

Die Ellipse (griech. Mangel) regt den Hörer zum Mitdenken an. In der elliptischen Konstruktion wird ein Wort oder Satzteil ausgelassen, das bzw. den der Hörer gedanklich ergänzen kann.

Beispiele

- »Inländer. Es besteht überhaupt kein Grund zur Beruhigung. Selbstverständlich ist die überwiegende Mehrheit des Volkes ... Selbstverständlich!« (Dieter Hildebrandt)
- Das Auto vollgepfercht. Ab in den ersten Stau. Und irgendwann ist man dann im Süden.
- Alle zwei Minuten. Irgendwo auf der Welt. Lufthansa. (Werbung)

### Inversion

Bei der Inversion (lat. Umkehrung) stellt der Redner Satzteile um. Der Satzteil, der die wichtigste Information trägt, wird hervorgehoben, indem er an den Satzanfang oder an das Satzende gestellt wird. Entscheidend für die Inversion ist, dass der Satzbau vom üblichen Aufbau abweicht. Der Hörer wird aufmerksam, da er sich nicht mehr auf sein Sprachgefühl verlassen kann.

Beispiele

- Hervorheben sollte man im Text alle Dinge, die wichtig sind.
- Tapfer haben wir die Wegstrecke hinter uns gebracht.

## Klimax/Antiklimax

Die Stilfigur Klimax (griech. Treppe) verstärkt eine Aussage, indem sie von einem schwächeren zu einem stärkeren Begriff steigert. Das geschieht häufig in drei Schritten (Triade). Beim Antiklimax verläuft das umgekehrt. Hier wird von einem starken Ausdruck ausgegangen und zu einem schwachen Ausdruck hingeleitet.

Beispiele

- Uns geht es nicht nur gut, sondern sehr gut, um nicht zu sagen hervorragend. (Klimax)
- „Die Einheit Europas war ein Traum weniger, sie wurde eine Hoffnung für viele, sie ist heute eine Notwendigkeit für alle.“ (Konrad Adenauer) (Klimax)
- Bei uns gibt es sehr Fleissige, Fleissige und weniger Fleissige. (Antiklimax)

## Paradox

Beim Paradox (griech. unerwartet, der gewöhnlichen Meinung entgegen) wird die Erwartung des Hörers enttäuscht. Im Gegensatz zur Ellipse kann der Zuhörer Sätze nicht selbständig ergänzen. Der Redner vollendet Sätze und Gedankengänge anders, als der Zuhörer erwartet und sichert sich dadurch die Aufmerksamkeit.

Beispiele

- Ich liebe starke Getränke, deswegen bestelle ich mir an der Bar immer Milch.
- „Ein Diplomat ist ein Mann, der zweimal nachdenkt, bevor er nichts sagt.“ (Winston Churchill)
- Karriere macht man mit Bonmots, die man unterlässt.
- „Nichts dauert so lange, wie ein Provisorium.“ (Französisches Sprichwort)

## 4 Exkurs: Gliederung eines wissenschaftlichen Kurzvortrages

(nach: FEUERBACHER BERNDT: *Fachwissen prägnant vortragen*, S.57ff.)

Ein wissenschaftliches Referat ist in 6 Teile gegliedert:

- 1 Einleitung
- 2 Stand der Forschung und Problemstellung
- 3 eigener Beitrag zur Forschung
- 4 Diskussion der Forschungsergebnisse
- 5 Ausblick auf zukünftige Forschungsaufgaben
- 6 Schluss

Feuerbacher richtet sich Naturwissenschaftler. Folien (auch PowerPoint-Slides) haben in den Natur- und Ingenieurwissenschaften einen anderen Stellenwert als in den Geistes- und Sozialwissenschaften. Zentral sind die Fragen: "Was soll meine Folie leisten?" und "Wieviel Zeit nimmt ihre Bearbeitung in Anspruch?"

Funktion	Leistung
<b>1 Begrüssung und Einstimmung</b> (1 Folie, 1 Minuten)	<b>Kommunikative Einstimmung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Titel und Autor</li> <li>- <b>Namen</b> aller Mitarbeiter, die zum Ergebnis beigetragen haben</li> </ul> Eventuell (je nach Zielpublikum) inhaltliche Einstimmung mit Folie: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Anlass</b> (offene Fragen in der Forschung -&gt; Problemstellung) Warum ist dieses Problem aufgegriffen worden?</li> </ul>
<b>2 Forschungsfragestellung und Stand der Forschung</b> (1 - 2 Folien, 2-4 Minuten)	<b>Lücke in der Forschung sichtbar machen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Forschungsfragestellung:</b> Fokussierung und Konkretisierung der Problemstellung</li> <li>- <b>Forschungsstand:</b> Grundlage zum Verständnis des Folgenden Bisheriger Wissensstand Lücken</li> </ul>
<b>3 eigener Beitrag zur Forschung</b> (4 Folien, 10 Minuten)  Wichtig: Überprüfbarkeit Wiederholbarkeit	<b>Spezifische Forschungsleistung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Theorie, Modelle, Hypothesenbildung</b></li> <li>- <b>Experimenteller Design</b></li> <li>- <b>Resultate</b></li> </ul>
<b>4 Diskussion der Forschungsergebnisse</b> (1 - 2 Folien, 2-4 Minuten)	<b>Konstitutiver Gesichtspunkt der Neuheit: Vergleich und Begründung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vergleich der Resultates mit der Forschungsfragestellung Vergleich mit dem aktuellen Forschungsstand</li> <li>- Selbstkritik und Vorwegnahme der Fremdkritik Grenzen des gewählten Vorgehens</li> </ul>
<b>5 Ausblick</b> (1 Folien, 2 Minuten)	<b>Darstellung zukünftiger Forschungsaufgaben</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Konsequenzen und Ausblick</li> </ul>
<b>6 Schluss</b>	<b>Kommunikativer Abschluss: Dank, Verabschiedung</b>