



mediavisionen

Beratung · Coaching · Entwicklung

SEMINARÜBERSICHT

2025

- FÜHRUNG & TEAM
- MEDIENTRAINING
- KRISENKOMMUNIKATION



SEMINARPROGRAMM 2025

PROFIL.....3

BRIEFING UND ABLAUF.....3

SEMINARORTE (RAUM MÜNCHEN)4

1. TEAMBUILDING5

 1.1. MAUERN EINREIßEN: TEAMBUILDING NACH UMSTRUKTURIERUNGEN5

 1.2. REIBUNG BREMST: AKTIONSPLAN FÜR EIN BESSERES MITEINANDER.....6

 1.3. EINE AUFGABE, EIN ZIEL: PROZESSOPTIMIERUNG IN KOMPLEXEN TEAMS.....7

 1.4. SICH UND ANDERE KENNENLERNEN: EINFÜHRUNG IN DIE TRANSAKTIONS-ANALYSE.....8

2. FÜHRUNG9

 2.1. FRÜHER NACH HAUSE: EFFEKTIV MEETINGS UND TEAMPROZESSE MODERIEREN9

 2.2. MANÖVERKRITIK: ERFOLGREICHE KOMMUNIKATION FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE10

3. KOMMUNIKATION UND MEDIENTRAINING11

 3.1. ENDLICH „RAMPENSAU“: FREIES SPRECHEN UND PRÄSENTIEREN11

 3.2. ACHTUNG ROTLICHT: INTERVIEW- UND KAMERATRAINING FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE12

 3.3. JETZT BLOß NICHTS FALSCHES SAGEN: OFFENE KRISENKOMMUNIKATION.....13

UNSER ANGEBOT

Alle Seminare werden auf die individuellen Bedürfnisse des Auftragsgebers abstimmt. Dies geschieht in ein- oder mehrmaligen Meetings mit dem Auftraggeber. Entsprechend dem Briefing entsteht ein individuelles, schriftliches Seminarprogramm mit Kalkulation der Kosten. Mehrtägige Seminare können in einem zusammenhängenden Block erfolgen oder über einen längeren Zeitraum auf ganze bzw. halbe Seminartage aufgeteilt werden.

mediavisionen übernimmt auf Wunsch gerne die gesamte Organisation der externen Seminare durchführung. Als Seminarort dienen entweder abgeschlossene Räume des Auftraggebers oder – bei Führungs- und Kommunikationsseminaren ist das der Idealfall – externe Seminarorte. Auch ein TV-Studio ist für Trainingszwecke verfügbar. Alle in diesem Programm vorgestellten Seminare sind sowohl als Einzel- oder Gruppen-Coaching möglich. Einige Seminarbausteine benötigen zwei Trainer.





Profil

Holger Meerwarth ist Kommunikationsprofi und arbeitet seit mehr als 35 Jahren für TV, Radio, Print und Online. Als Autor und Führungskraft war er u.a. tätig in der Chefredaktion von ProSieben, beim Bayerischen Rundfunk sowie verschiedenen TV-Produktionsfirmen und Zeitungen/Zeitschriften.



Seit 2006 berät er Unternehmen, Führungskräfte und Teams in allen relevanten Fragen der Kommunikation, insbesondere der Krisenkommunikation. Er hat für große Unternehmen Kommunikationskonzepte und Kampagnen erstellt oder in Krisen nach Hackerangriffen begleitet.

Schnell und effektiv in komplexen Situationen zu reagieren hat Holger Meerwarth auch in seiner Zeit im Rettungsdienst gelernt – nach seinem Zivildienst war der ausgebildete Rettungsassistent mehr als zehn Jahre für die Johanniter in München im Rettungsdienst tätig und hatte die Einsatzleitung bei großen Events.

Holger Meerwarth absolvierte seine journalistische Ausbildung an der **Deutschen Journalistenschule** in München. Parallel dazu studierte er an der **Ludwig-Maximilians-Universität München** Journalistik mit den Fächern Kommunikationswissenschaft, Politik, Volkswirtschaft, Soziologie sowie Markt- und Werbepsychologie.

Von 2003 bis 2006 entwickelte und verantwortete er in der Chefredaktion von **ProSieben** zahlreiche TV-Formate (u.a. *Avenzio – schöner leben*, *Die ProSieben-Reportage*, *We are family*). 2006 gründete Holger Meerwarth die Beratungsmanufaktur **mediavisionen**. Seitdem unterstützt er Redaktionen und Unternehmen bei Führungs- und Kommunikationsprozessen sowie beim Storytelling. Außerdem produziert und konzipiert **mediavisionen** Reportagen, Doku-Soaps, Magazin-Beiträge und Formatideen für TV, Internet und social media-Kampagnen.

Briefing und Ablauf

mediavisionen arbeitet nach den individuellen Bedürfnissen der Auftraggeber – auch in Kooperation mit anderen Coaches und Beratungsfirmen. Die Inhalte dieses Seminar-Programms sind als modulare Bausteine gedacht und stellen eine Auswahl des Portfolios dar. Fordern Sie uns! Gerne erstellen wir für Ihre spezielle Aufgabenstellung ein individuelles Programm. Dies geschieht nach ein- oder mehrmaligen Rücksprachen mit dem Auftraggeber. Entsprechend dem Briefing entsteht ein individuelles, schriftliches Seminarprogramm mit Kalkulation der Kosten und einem maßgeschneiderten Seminar-Programm.

Die in diesem Programm vorgestellten Seminare sind überwiegend als Gruppen-Coaching konzipiert; sie sind nach Absprache aber auch als Einzelcoaching oder kleine Führungsteams möglich. Dauer und Umfang können individuell auf Ihre Bedürfnisse angepasst werden.

Als Seminarorte dienen entweder Seminar-Räume des Auftraggebers oder externe Locations, wobei wir uns gerne um die komplette Organisation samt Raumausstattung kümmern.





Seminarorte (Raum München)

Veranstaltungsort, Inhalt und Ablauf der Seminare werden auf die individuellen Bedürfnisse des Auftragsgebers abgestimmt. Sofern gewünscht, übernimmt **mediavisionen** auch gerne die gesamte Organisation der externen Seminare – passend zu Ihrem Budget in Ihrer Nähe. Hier eine Auswahl von uns erprobter „Kraftorte“ in der Umgebung von München:

Am Viehtheater

50 km östlich von München, Mühldorf am Inn

Eingebettet im Schoß eines Talkessels liegt dieses Biohotel in völliger Ruhe zwischen Weizenfeldern, Seen und Wald. Astrid und Hans verwöhnen mit vegetarischen Köstlichkeiten von ihrem Biohof. Ideal für Kleingruppen.

www.amvieh-theater.de



Schlossgut Oberambach

25 km südlich von München, Starnberger See

Hier finden Ihre Gedanken Platz sich zu entfalten. Dieses stilvolle Biohotel mit liebevoll gestalteten Seminarräumen, Bio-Küche und Wellnessbereich bietet Seezugang und einen großzügigen Park.

www.schlossgut.de



Gut Sonnenhausen (Glonn b. München)

30km östlich von München, Glonn

Ein magischer Platz inmitten unberührter Natur. Biologische Gutsküche mit eigenem Gemüsegarten und den Herrmannsdorfer Landwerkstätten.

www.sonnenhausen.de

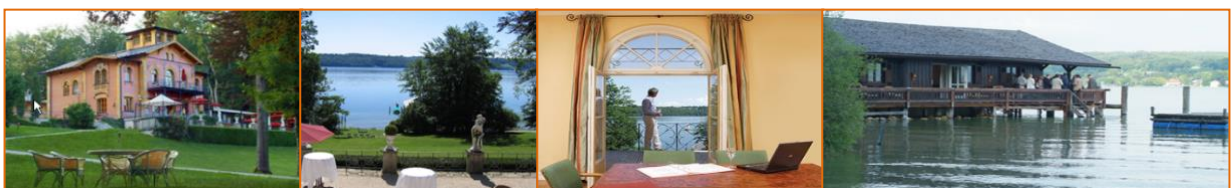


La Villa (Starnberger See)

25 km südlich von München, Starnberger See

Nachdenken unter einer alten Buche auf der Parkbank. Brainstorming mit der Gruppe im Bootshaus. Tagen im Bootshaus über dem See. Hier werden neue Ideen erdacht - im Hideaway mit weitläufigem Park, Badesteg und Gourmetküche.

www.lavilla.de





1. Teambuilding

1.1. Mauern einreißen: Teambuilding nach Umstrukturierungen

Es gehört zu den mühsamsten und zuweilen schmerzvollsten Erfahrungen in einem Unternehmen: das motivierte Wiederausammenfinden in neuen Strukturen und Teams nach Restrukturierungsmaßnahmen. Das Raumgeben für das Verabschieden zurückliegender Strukturen ist dabei ebenso wichtig wie das Motivieren der Gruppe, für die neuen Ziele die idealen Organisationformen und Abläufe zu entwickeln.

Holger Meerwarth hat während seiner Arbeit bei Sendern und Produktionsfirmen viele Umstrukturierungsprozesse selbst durchgeführt. Seit 2006 begleitet er als Coach Teams bei der Suche nach einem Weg nach dem Neuanfang.

Zielgruppe:

- Führungskräfte, Projektgruppen, Teams im oder nach einem Change-Prozess

Inhalte:

- Abschied: Die Vergangenheit würdigen und einen gebührenden Platz für sie finden
- Analyse: Was sind die neuen Anforderungen? Welche Ressourcen stehen zur Verfügung? Was sind Milestones – und wie sind sie wann zu erreichen?
- Strukturen: Was ist nötig, um die gemeinsamen Ziele zu erreichen?
- Teambuilding: Zusammenschweißen, was zusammengehört
- Funktionen: Wer macht was mit welchen Zielen und Entscheidungsbefugnissen?
- Kommunikation: Wie gelingt der Neuanfang mit geringen Reibungsverlusten?
- Anti-Blockier-System: Erfolgskontrolle und Nachjustierung bei einem Nachtreffen in drei bis sechs Monaten





1.2. Reibung bremst: Aktionsplan für ein besseres Miteinander

Gerade in der Zusammenarbeit zwischen Auftraggeber und externen Dienstleistern geht viel Energie in schlecht organisierten Abläufen und missverständlicher Kommunikation verloren. Diese Reibungsverluste gilt es zu minimieren.

Der Workshop bringt zwei oder mehrere Parteien an einen Tisch. Das Ziel: Ursachen für die schlechte Stimmung im Miteinander analysieren und Handlungsalternativen erarbeiten.

Der Workshop kann mit einem oder zwei Trainern erfolgen. Ab einer Gruppengröße über 12 Personen sind zwei Trainer zwingend erforderlich.

Zielgruppe:

- Führungskräfte, Projektgruppen, Arbeitsteams

Inhalte:

- Alles auf den Tisch: Was läuft gut, was nicht?
- Jeder höre die andere Seite!
- Ursachenforschung: Aussprache in Kleingruppen
- Zieldefinition: Wer braucht was – und warum?
- Bremsen lösen: Was ist möglich, was ist sinnvoll, was Wunschdenken?
- Vollgas voraus: Strategien zur Zielumsetzung in Kleingruppen
- Meilensteine: Zeitplan und Maßnahmen zur Umsetzung
- Anti-Blockier-System: Erfolgskontrolle und Nachjustierung bei einem Nachtreffen in drei bis sechs Monaten





1.3. Eine Aufgabe, ein Ziel: Prozessoptimierung in komplexen Teams

Natürlich arbeitet jeder so gut er kann nach seinen Fähigkeiten und Möglichkeiten am gemeinsamen Ziel. Aber manchmal liegen einzelne Fähigkeiten brach; und manche Handlungsmöglichkeiten führen dazu, dass sich verschiedene Akteure gegenseitig ausbremsen. Dann gilt es, Prozesse zu optimieren und gemeinsam im Team nach Lösungen zu suchen, wie alles effektiver laufen kann und jeder dabei obendrein noch ein Quäntchen mehr Spaß hat. Der Workshop kann mit einem oder zwei Trainern erfolgen. Ab einer Gruppengröße über 12 Personen sind zwei Trainer zwingend erforderlich.

Zielgruppe:

- Führungskräfte, Projektgruppen, Arbeitsteams

Inhalte:

- Ziele bislang erreicht? Oder wo wollten wir eigentlich hin?
- Orientierung: Ein Blick auf die Karte zeigt eventuell kürzere Weg
- Sitzung am Lagerfeuer: Aufbruch und Suche nach neuen Wegen - oder weiter so?
- Routenplan: Wer macht wann was und mit welchen Kompetenzen?
- Meilensteine: Zeitplan und Maßnahmen zur Umsetzung
- Vertrag: Alle unterschreiben für die Arbeit am neuen Ziel
- Anti-Blockier-System: Erfolgskontrolle und Nachjustierung bei einem Nachtreffen in drei bis sechs Monaten





1.4. Sich und andere Kennenlernen: Einführung in die Transaktions-Analyse

Es läuft immer gleich ab: Die eine sagt was, der andere fährt aus der Haut und versteht alles miss. Aussprachen gibt es viele, Zielvereinbarungen und Handlungsempfehlungen auch – doch auch beim nächsten Mal funktioniert die Kommunikation schleppend oder läuft im schlimmsten Fall aus dem Ruder. Warum ist das so?

Weil wir alle eigene Muster haben, die wir schon in frühester Kindheit und in häufig negativen Beziehungserfahrungen gebildet haben. Wenn diese Muster sich mit anderen Mustern kreuzen, ist vielfach keine lösungsorientierte Kommunikation möglich. Schlimmer noch: Wer im Dialog bei anderen sogenannte Triggerpunkte trifft, hat manchmal das Gefühl einen Vulkanausbruch unbewusst provoziert zu haben.

Nun ist im beruflichen Umfeld keine Zeit für tiefgreifende Analysen der eigenen Befindlichkeit und der Probleme anderer; und Psychoanalysen oder Therapien sind die Sache jedes Einzelnen im Privaten.

Dennoch kann es im beruflichen Kontext hilfreich sein, seine versteckten Muster und Triggerpunkte besser zu kennen – und die Triggerpunkte der anderen zu kennen und erkennen sowie deren mögliche Ursachen.

Dafür bietet die Transaktions-Analyse einen hilfreichen und schnell zu lernenden Denk- und Handwerkskasten. Sie kann helfen, die Kommunikation und das Miteinander im Team zu verbessern. Der Fokus liegt dabei darauf, sachbezogene Botschaften von emotionalen Hintergründen zu trennen und mit beiden Anteilen lösungsorientiert umzugehen.

Zielgruppe:

- Führungskräfte, Projektgruppen, Teams, Konfliktparteien

Inhalte:

- Die Grundpositionen: Ich bin ok, Du bist ok
- Das Johari-Fenster: Von blinden Flecken, Fassaden und Arenen
- Unsere Ich-Anteile: Was hinter kritischen und unterschwelligem Botschaften steckt
- Übungen: Mit Hilfe des Teams sich selbst und andere erkennen
- Lösungen: Nicht zielführende Transaktionen erkennen und verbessern
- Tools: 15 Möglichkeiten, destruktive Gespräche in einen guten Austausch zu lenken
- Dramadriek: Wenn Retter zu Verfolgten werden – und wie das Drama endet





2. Führung

2.1. Früher nach Hause: Effektiv Meetings und Teamprozesse moderieren

Jede Gruppe entfaltet ihre eigene Dynamik. Insofern hat auch jedes Meeting seine eigenen Gesetzmäßigkeiten: Es gibt Rangordnungen, unausgesprochene Regeln, nie hinterfragte ausgesprochene Gesetze – und je nach Führung auch manchmal nur einfach ungeordnetes Chaos. Egal welche Meeting-Kultur ein Unternehmen hat: am Ende müssen nachvollziehbare Ergebnisse stehen. Denn ein Meeting ist nur dann effizient, wenn es zu umsetzbaren Maßnahmen führt.

Eine effektive Meeting-Kultur kann nur durch eine vorbildliche Moderation entstehen. Dabei geht es gerade nicht um das Ansagen von Maßnahmen, sondern das Erkennen und Fördern von Kreativität in der Gruppe, das Ausbalancieren von Spannungen und das Einbringen von impulsbringenden Gedanken.

In dem Workshop reflektieren die Teilnehmer die Meeting-Kultur ihres Unternehmens. Anhand von konkreten Beispielen diskutiert die Gruppe, was funktioniert – und was verbesserungswürdig ist. Einige einfache Kommunikations- und Organisationsregeln werden helfen, eine bessere Grundlage für Meetings zu schaffen. Rollenspiele machen klar, welche nicht zielführenden Gewohnheiten und Glaubenssätze es zu durchbrechen gilt.

Nach dem Seminar werden die Teilnehmenden ungünstige Prozesse ihrer eigenen Meeting-Kultur erkennen und verändern können. Künftige Meetings werden effizient, zielführend und in einem angenehmen Arbeitsklima stattfinden.

Zielgruppe:

- Führungskräfte, Projektleitungen, Projektgruppen, Teams

Inhalte:

- Analyse der aktuellen Meeting-Kultur
- Rollen: Welche Player gibt es in Meetings oder Teamprozessen?
- Glaubenssätze: Wer sagt, es MUSS so sein?
- Tagträume: Was wäre, wenn alles anders wäre?
- Regeln: Kleine Tricks, die wirklich helfen
- Tools: Schnell anwendbare Methoden, die gute Ergebnisse fördern und festigen





2.2. Manöverkritik: Erfolgreiche Kommunikation für Führungskräfte

„Das ist doch völliger Blödsinn....“ – wer so die Arbeit seines Kollegiums kritisiert, wird es schwer haben, Teams zu besseren Leistungen zu motivieren. Das gilt insbesondere dann, wenn die eigenen Vorstellungen eher mit einem Gefühl zu tun haben, wie etwas sein soll, als mit klaren, konkret formulierten Zielvorstellungen und Handlungsanweisungen.

Eigene Vorstellungen zu verbalisieren und obendrein noch verstanden zu werden, erfordert ein Höchstmaß an Kommunikationstalent. Um diese präzise und möglichst unmissverständliche Kommunikation geht es in diesem Workshop.

Dieses Seminar will Führungskräften helfen, eigene Vorstellungen und Kritik an der Arbeit anderer möglichst konkret und sachlich zu formulieren, sodass daraus für andere praktikable Handlungsanweisungen werden.

Zielgruppe:

- Führungskräfte, Projektleitungen, dysfunktionale Teams

Inhalte:

- Führungsverhalten: Auf die Haltung kommt es an
- Chancen- und Fehlerkultur: Wie aus Scherben neue Objekte werden
- Schritt für Schritt: Arbeitsergebnisse systematisch analysieren
- Kernsatzprinzip: Botschaften und Aussagen auf den Punkt bringen
- Spannungsfelder: Top-down-Strukturen, Sandwich-Positionen, agiles Chaos
- Begegnungen auf Augenhöhe: Ich bin ok, Du bist ok
- Manöverkritik: Ehrlich, sachlich, zielführend
- Feedback-Gespräche: Dramaturgie eines Feedback-Gesprächs





3. Kommunikation und Medientraining

3.1. Endlich „Rampensau“: Freies Sprechen und Präsentieren

Irgendwann muss es jeder einmal tun: freies Reden vor einer Gruppe. Ob als Mitarbeitende bei einem Jour Fixe, als Teamleitung vor dem Kollegium, als Führungskraft bei der Vorstandssitzung oder als Moderator vor großem Publikum. Nur wer es schafft, seine Zuhörer in den Bann zu ziehen und zu begeistern, kann mit seinen Argumenten überzeugen. Dazu gehört auch das Pitchen von Ideen oder Projekten.

Der Workshop vermittelt Fähigkeiten für das überzeugende Reden und Präsentieren vor einer Gruppe. Dazu gehören inhaltliche Grundlagen und Überlegungen zum Aufbau einer Präsentation ebenso wie Übungen zum Kennenlernen der eigenen Wirkung. Die Teilnehmenden lernen neben vielen Erkenntnissen aus der Kommunikationsforschung und der Wahrnehmungspsychologie auch das praktische Agieren und Sprechen vor der Kamera. Dabei geht es ausdrücklich um Authentizität und nicht das Antrainieren eines bestimmten Habitus mit effektvollen Tricks und Körpersprache-Regeln. Stattdessen finden die Teilnehmenden heraus, was die für sie individuell optimale Vortragshaltung ist und wie sie Stimme, Gestik und Mimik optimal einsetzen können. Die Erfolgskontrolle erfolgt per Kameraaufzeichnung und Diskussion der eigenen Wirkung.

Der Workshop erfolgt üblicherweise in Einzel-Coachings von zwei bis drei Blöcken je zwei bis Stunden Dauer. Auch Kleingruppen-Workshops bis maximal sechs Personen sind möglich.

Zielgruppe:

- Führungskräfte, Unternehmenssprecher*innen, Vortragende aller Abteilungen

Inhalte:

- Zielgruppenanalyse
- Präsentations-Inhalte
- Dramaturgie
- Persönlichkeit
- Präsentations-Hilfsmittel





3.2. Achtung Rotlicht: Interview- und Kameratraining für Führungskräfte

Viele Führungskräfte kommen während ihrer Karriere irgendwann in eine Situation, in der sie Journalisten oder einer größeren Öffentlichkeit Rede und Antwort stehen müssen. Wer ein Naturtalent ist und den Auftritt auf der öffentlichen Bühne liebt, wird sich mit solch einer Situation leicht tun. Für alle anderen gilt: üben, üben, üben. Denn sicheres Auftreten vor einer Kamera und auch das inhaltlich sinnvolle Argumentieren bei Spontan-Interviews erfordern Training. Das gilt auch für Reden auf einem Podium oder „schlichte“ Dankesreden bei Feiern. Allen Öffentlichkeitsscheuen sei gesagt: Interviews meistern und gute Vorträge halten sind zu 70 Prozent Handwerk und damit lernbar. Wir arbeiten im Workshop Schritt für Schritt an Aussage- und Wirkungszielen - die Erfolgskontrolle erfolgt per Kameraaufzeichnung.

Zielgruppe:

- Führungskräfte, Unternehmenssprecher, Repräsentanten mit Fachwissen

Inhalte:

- Gesehen und gehört werden: Wie entsteht eigentlich Präsenz?
- Meine Sprache: Wie rede ich verständlich und präsent?
- Meine Haltung: Positionen, Kleidung, Orte und andere Wohlfühlfaktoren
- Das Flirt-Prinzip: Kameratraining mal anders
- Interessenkonflikte: Was wollen Interviewer und Interviewter?
- Aus dem Nähkästchen: Wie Journalisten denken und arbeiten
- Kommunikationsebenen: Inhalte, Haltung und Emotion im Einklang
- Auf den Punkt gebracht: Kernbotschaften verständlich formulieren
- Gesprächs-Dramaturgie: Exposition, Konfrontation, Konklusion
- Stolperfallen: Kritische Fragen und Fallstricke - und wie man sie umgeht
- Storytelling und das Modell der Heldenreise
- Besondere Elemente: Opening, Spannungsbögen, Plot-Points,
- Authentisch und bestimmt: Mit Lampenfieber und Störfaktoren umgehen





3.3. Jetzt bloß nichts Falsches sagen: Offene Krisenkommunikation

Wenn sie da ist, ist es schon zu spät - KRISE!

Auf Krisensituationen sollte ein Unternehmen vorbereitet sein, bevor sie eintreffen – das gilt vor allem für Führungskräfte, Unternehmenssprecher*innen und Krisenstäbe. Am wichtigsten sind dabei Zuständigkeiten, Alarmierungsketten, Handlungsanweisungen in verschiedenen Phasen der Krise und Formulierungshilfen nach innen und außen. All das sollte in einem Krisenhandbuch dokumentiert werden; in der Krise gilt dieses als Anleitung zum Abarbeiten einzelner Handlungsschritte, um möglichst schnell wieder „vor die Krise“ zu kommen.

Besonderes Augenmerk sollte auf das Thema Kommunikation beim Lösen der Krise gelegt werden – denn oft ist es eine schlecht funktionierende interne Kommunikation oder die unbedachte Kommunikation nach außen, die eine Krise noch verschärfen.

Im Workshop erarbeiten die Teilnehmenden Kommunikationsprinzipien für mögliche Krisen und spielen diese in Krisen-Übungen nach individuellen Firmen-Gesichtspunkten durch. Interviewtrainings für Online, TV, Radio und Printmedien sind dabei Teil der Praxis-Übungen; außerdem bekommen die Teilnehmenden individuelle wie Tipps für die eigene Präsenz. Das Seminar kann für Speaker*innen per Einzel-Coaching oder in der Kleingruppe für Krisenstäbe bis zu acht Personen erfolgen.

Zielgruppe:

- Führungskräfte, Unternehmenssprecher*innen, Krisenstäbe, Kommunikations-Abteilungen, Empfang & Security

Inhalte:

- Krisen-Szenarien: plötzliches Ereignis, schleichender Prozess, bewusster Wandel
- Externe + interne Kommunikation: Was muss nach innen, was darf nach draußen?
- Interessenkonflikte: Was wollen Interviewer, was Interviewte?
- Inhaltliches Aussageziel: do-Ziele + Formulierungshilfen für Medien-Statement
- Emotionales Ziel: be-Ziele + Formulierungshilfen für Medien-Statement
- Eilmeldung: schnelles Formulieren einer Nachricht
- Kameratraining: Kritische Fragen im Interview
- Interview-Überfall: Wie umgehen mit unangemeldeten Interviewer*innen
- *Darksite* und Pressemitteilungen: Was es wie vorzubereiten gilt

