



# Rhetorik und Kommunikation

2. Auflage

Georg Schuhmann

VERLAG EUROPA-LEHRMITTEL · Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG  
Düsselberger Straße 23 · 42781 Haan-Gruiten

**Europa-Nr.: 73007**

**Verfasser:**

Georg Schuhmann

Dipl.-Wirtschaftspädagoge, StD

Mannheim

Das vorliegende Buch wurde auf der **Grundlage der neuen amtlichen Rechtschreibregeln** erstellt. Ausnahmen bilden Texte einzelner Autoren, die sich gegen die Rechtschreibreform ausgesprochen haben.

Der Teil „Schriftliche Kommunikation“ entspricht den Empfehlungen der neuen DIN 5008.

ISBN 978-3-8085-7304-4

2. Auflage 2008

Druck 5 4 3 2 1

Alle Drucke derselben Auflage sind parallel einsetzbar, da bis auf die Behebung von Druckfehlern untereinander unverändert.

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der gesetzlich geregelten Fälle muss vom Verlag schriftlich genehmigt werden.

© 2008 by Verlag Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG, 42781 Haan-Gruiten  
<http://www.europa-lehrmittel.de>

Umschlaggestaltung: Andreas Heilmann Artdirektion, 22765 Hamburg  
Satz: Meis Grafik, 59469 Ense, CM Graphic & Computersatz, 49525 Lengerich  
Druck: Media-Print Informationstechnologie, 33100 Paderborn

# Was Sie von diesem Buch erwarten können

**Das Ziel:** Wir wollen anregen, gern mit diesem Buch zu arbeiten. Diesem Ziel dienen auch die eingestreuten heiteren Texte.

**Der Inhalt:** Wichtige Themen sind die schriftliche und mündliche Kommunikation.  
Wir bieten Ihnen Texte zu grundsätzlichen Problemen und zu aktuellen Fragen aus Politik und Gesellschaft, wie die Lehrpläne dies vorschreiben.

**Die Methodik:** Wir gehen in jedem Kapitel von einer realen Situation im Betrieb aus. Dazu folgen dann die notwendigen Informationen und Übungen.

Mannheim, im Winter 2007/08

Georg Schuhmann

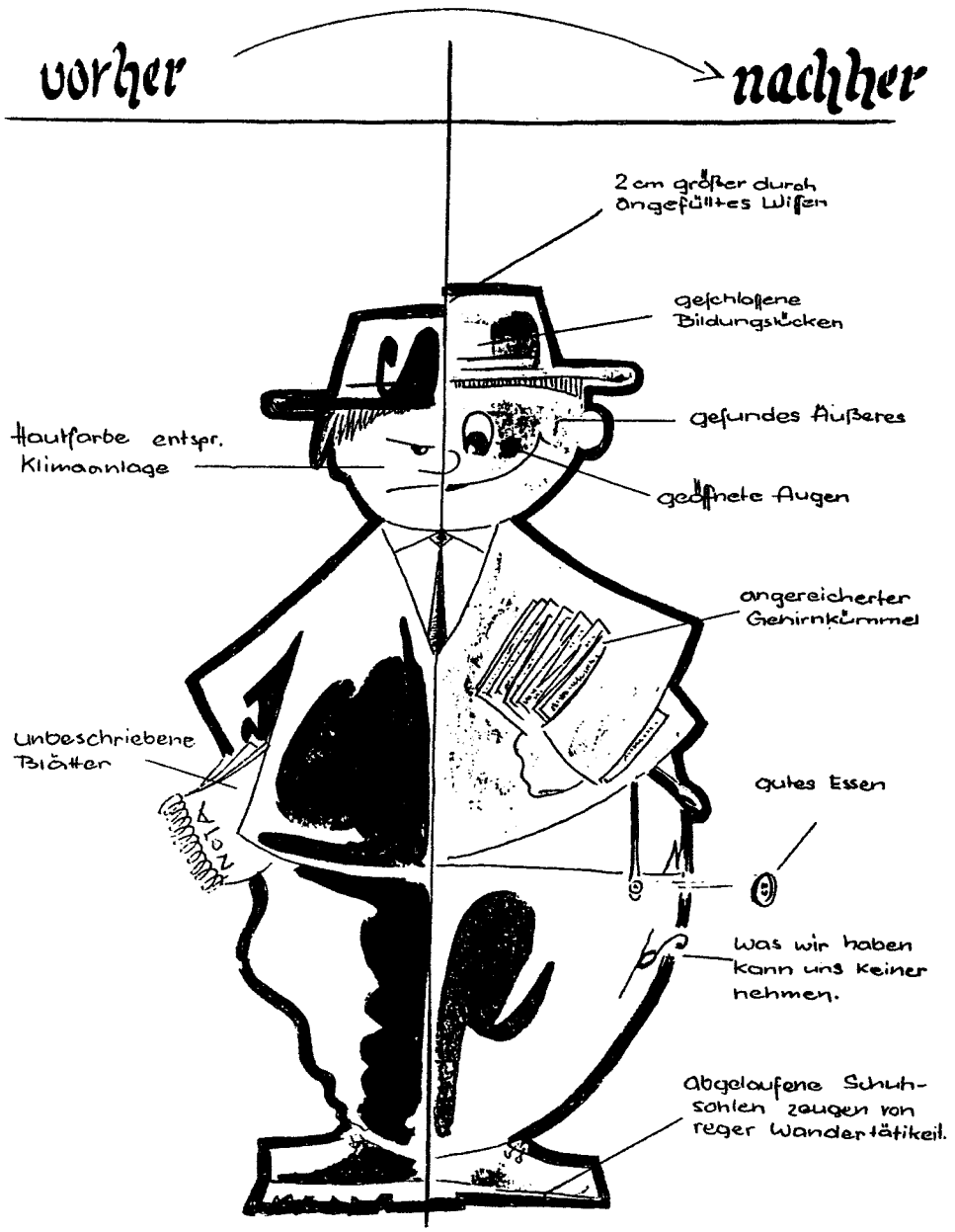
Nicht allein das ABC  
Bringt den Menschen in die Höh;  
Nicht allein in Schreiben, Lesen  
Übt sich ein vernünftig Wesen;  
Nicht allein in Rechnungssachen  
Soll der Mensch sich Mühe machen,  
Sondern auch der Weisheit Lehren  
Muss man mit Vergnügen hören.

Also lautet der Beschluss  
dass jeder denken lernen muss!

nach Wilhelm Busch

vorher

nachher



2 cm größer durch angefülltes Wissen

geschlossene Bildungslücken

gesund äußeres

geöffnete Augen

angereicherter Gehirnkümmel

gutes Essen

was wir haben kann uns keiner nehmen.

abgelaufene Sohlen zeugen von reger Wandertätigkeit.

Hautfarbe entspr. Klimaanlage

Unbeschriebene Blätter

WISSEN

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Rede</b>	<b>7</b>
1.1	Ziele – Probleme	8
1.2	Funktionen – Inhalte	8
1.2.1	Information	8
1.2.2	Ausdruck	9
1.2.3	Appell	9
1.3	Teile der Rede	11
1.4	Gliederungen	13
1.5	Vorbereitung – Durchführung – Auswertung	15
1.6	Sprachliche Aspekte	19
1.7	Körpersprache	27
1.8	Medien	31
1.9	Referat	35
1.9.1	Definition	35
1.9.2	Ziel	35
1.9.3	Arbeitsschritte	35
1.9.4	Zusätzliche Aufgaben des Referenten	35
1.9.5	Beispiel	37
1.9.6	Checkliste zur Vorbereitung	38
1.10	Kriterien der Beurteilung	39
1.11	Bewertung	41
1.12	Rückmeldung an den Redner	42
<b>2</b>	<b>Gespräch</b>	<b>44</b>
2.1	Voraussetzungen	45
2.1.1	Die vier Seiten eines Gesprächs	47
2.1.2	Kommunikationsregeln	48
2.1.3	Positive Ich-Botschaften	49
2.1.4	Kommunikationssperren	50
2.1.5	Regeln erfolgreicher Gesprächsführung	52
2.1.6	Fragetechnik als Führungsmittel	54
2.1.7	Tempologie	55
2.2	Gesprächsarten	57
2.2.1	Informationsgespräch	57
2.2.2	Bewerbungsgespräch	58
2.2.3	Kritik und Lob	61
2.2.4	Beurteilen	64
2.2.5	Streitgespräch	65
2.2.6	Verkaufsgespräch	68
2.2.7	Konferenz	76
2.2.8	Verhandlung	83

<b>3</b>	<b>Schriftliche Kommunikation</b>	90
3.1	Dienstliche Schreiben	90
3.1.1	Bericht	90
3.1.2	Aktennotiz	93
3.1.3	Protokoll	94
3.1.4	Geschäftsbriefe	96
3.2	Private Schriftstücke	108
3.2.1	Bewerbungsschreiben	108
3.2.2	Lebenslauf	109
<b>4</b>	<b>Methoden geistiger Arbeit</b>	111
4.1	Arbeitstechniken	111
4.2	Lerntechniken	120
4.2.1	Arbeitsplatz	120
4.2.2	Soziales Umfeld	120
4.2.3	Körperliche Aspekte	121
4.2.4	Geistige Probleme	121
4.2.5	Lernpsychologie	122
4.2.6	Lernmethoden	126
<b>5</b>	<b>Textbearbeitung</b>	129
5.1	Texterörterung	129
5.2	Textanalyse	153
<b>6</b>	<b>Heiteres und Ernstes</b>	159
	<b>Sachwortverzeichnis</b>	165
	<b>Bildquellennachweis</b>	168

# 1

# Rede

## Situation

Sie sind Betriebsleiter und bitten Ihren Stellvertreter, er möge die Belegschaft zur Beachtung der Sonnenfinsternis einladen. Jeder möge es seinem Untergebenen weitersagen. So entsteht die folgende Stafette:



Morgen um 9.00 Uhr findet eine Sonnenfinsternis statt. Also etwas, was man nicht alle Tage sehen kann. Lassen Sie die Belegschaft im Ausgehanzug antreten. Bei der Beobachtung dieses seltenen Ereignisses werde ich selbst die Erläuterung geben. Wenn es regnet, werden wir das nicht gut sehen können. Die Belegschaft begibt sich dann in den Speiseraum.



Auf Anweisung des Betriebsdirektors findet morgen um 9.00 Uhr eine Sonnenfinsternis statt. Wenn es regnet, werden wir das im Ausgehanzug auf dem Werkshof nicht gut sehen können. In diesem Falle führen wir das Verschwinden der Sonne im Speiseraum durch. Also etwas, was man nicht alle Tage sehen kann.



Auf Anweisung des Betriebsdirektors wird morgen um 9.00 Uhr im Ausgehanzug das Verschwinden der Sonne im Speiseraum durchgeführt. Der Betriebsdirektor gibt Anweisung, ob es regnen soll. Also etwas, was man nicht alle Tage sehen kann.



Wenn es morgen im Speiseraum regnet, also etwas, was man nicht alle Tage zu sehen bekommt, verschwindet um 9.00 Uhr unser Betriebsdirektor im Ausgehanzug.

## Aufgaben

- 1 Welche Ursachen führen zu der veränderten Aussage im letzten Bild?
- 2 Wie kann ich als Redner ein derartiges Missverständnis verhindern?
- 3 Worauf muss ich als Hörer besonders achten?
- 4 Lassen Sie sich inspirieren und formulieren Sie ein heiteres Missverständnis.



Morgen um 9.00 Uhr soll unser Betriebsdirektor verschwinden. Schade, dass man das nicht alle Tage zu sehen bekommt.

## 1.1 Ziele – Probleme

„Eine Rede ist keine Schreibe.“ Weil er diese einfache Erkenntnis in einer wichtigen Bundestagsrede nicht beachtet hat, musste vor einigen Jahren Bundestagspräsident Jenninger zurücktreten. Er hatte in seinem Redemanuskript wissenschaftlich exakt zitiert. Er hat aber vergessen, Anfang und Ende der Zitate zu nennen. Darum wurden Zitate als seine Meinung verstanden. Als Folge verließen fast alle Mitglieder der Opposition unter Protest das Plenum.



Illustration: Metz & Schütz

Um das Ziel unserer Rede nicht zu verfehlen, müssen wir die Formulierung, den Aufbau, den Inhalt und vor allem die Gattung sorgfältig auswählen.

Folgende wichtigen und machbaren Gestaltungselemente sollten Sie immer bei der Konzeption einer Rede beachten:

- ▶ Sehen ist besser als nur hören.
- ▶ Beides zusammen erhöht die Behaltensquote. Setzen Sie also Körpersprache und Medien ein.
- ▶ Geben Sie den Anwesenden beispielsweise durch Fragen die Gelegenheit mitzureden.
- ▶ Das eigene Handeln des Publikums erzielt zwar die höchste Behaltensquote, ist aber – zumindest im beruflichen Bereich – bei einer Rede schwer einzubeziehen.

## 1.2 Funktionen – Inhalte

Unsere Sprache gliedert sich – sowohl schriftlich als auch mündlich – in drei große Textgruppen. Es gibt informierende Texte, expressive (ausdrucksvolle) Texte und appellierende (auffordernde) Texte. Wenn Sie sprechen, dann wollen Sie unterrichten, Gefühle äußern oder zu einer Handlung auffordern. Immer haben Sie ein Hauptziel. Diesem entsprechen folgende Funktionen der Rede: Information, Ausdruck und Appell.

Um bestimmte Ziele zu erreichen, müssen Sie die Inhalte auswählen und einsetzen, welche dem Ziel entsprechen.

### 1.2.1 Information

Bei der informierenden Rede gehen Sie von einem Problem aus und zielen auf dessen Lösung. Die Inhalte sind bestimmt von Sachaussagen, Argumenten, Beweisen, Beispielen, Zahlen, Zitaten. Die wichtigsten Einsatzgebiete sind Sachfragen im Beruf. Sehr wichtig ist diese Rede auch bei mündlichen Prüfungen.



Stellen Sie die Vorteile und den Nutzen für den Hörer in den Vordergrund, die sich aus Ihrem Vortrag ergeben: technische Neuerungen, Praxisratschläge. Beschreiben Sie nicht nur das Problem (das die meisten Zuhörer wahrscheinlich ohnehin schon kennen). Bieten Sie eine Lösung dafür an – oder mehrere Alternativen.

Achten Sie bei Ihren Informationen auf Glaubwürdigkeit. Belegen Sie Ihre Aussagen durch Daten und Fakten. Sie informieren z.B. die Behörde über den Hergang eines Unfalls, den Sie an einer Kreuzung ohne Ampel gesehen haben, und belegen Ihre Aussagen: „Der rote Opel kam von links und nahm dem blauen VW die Vorfahrt, der von rechts kam.“

### 1.2.2 Ausdruck

Anlässe für eine Ausdrucksrede sind z. B. Begrüßung, Jubiläum, Glückwunsch, Danksagung, Verabschiedung, Beerdigung. Hierbei haben Fakten nur dienende Funktion. Entscheidend ist, dass Sie Ihre Gefühle glaubhaft in Worte fassen und beim Hörer ähnliche Gefühlsregungen wachrufen.

**Eine Geburtstagsrede** kann z. B. folgenden Aufbau/Inhalt haben:

Anrede:	Liebe(r) Freude Geburtstagsgrüße
Zeit:	Gestern Heute Morgen
Wunsch:	Erfolg Freude Gesundheit
Abschluss:	Zitat Prost



### 1.2.3 Appell

Appellierende Reden fordern zu Handlungen auf, z. B. zielt jede politische Rede auf einen Appell. Auch hier haben z. B. Argumente und Beweise die Aufgabe, die Hörer zu überzeugen. Der Politiker möchte dem Wähler sagen: „Wählt mich!“

Das gleiche Prinzip gilt auch für jedes Verkaufsgespräch. Ziel ist: „Kauft bei mir!“

Zusätzlich kommen allerdings noch drei wichtige rhetorische Mittel hinzu: Stimme, Verhalten und Medien.

Die Werberede sollte vier Punkte enthalten, entsprechend dem AIDA-Modell:

<b>A</b> ttention	= Aufmerksamkeit erregen
<b>I</b> nterest	= Interesse wecken
<b>D</b> esire	= Wunsch (Kaufwunsch) wecken
<b>A</b> ction	= Handeln auslösen

A	Aufmerksamkeit	Meine Damen und Herren, wir haben Ihnen die neue Generation Handys mitgebracht, die Sie hier auf dem Tresen sehen.
I	Interesse	Sie können damit nicht nur telefonieren, sondern auch schriftliche Botschaften senden. Für Sie als Designer ist es doch sicher interessant, Zeichnungen zu übermitteln.
D	Kaufwunsch wecken	Darum sollten Sie sich unbedingt ein solches Gerät zulegen. Es wird Ihre Arbeit wesentlich erleichtern.
A	Handeln auslösen	Wir bieten Ihnen heute das Gerät zum Messepreis an – also 10 % billiger.

Sprachliche Äußerungen stehen niemals isoliert. Neben der Absicht, die jede Äußerung verfolgt – Information, Ausdruck, Appell – sagt sie auch immer etwas über die Beziehung zwischen den Gesprächspartnern. Grundsätzlich lassen sich zwei Arten von Beziehungen unterscheiden. Zum einen gibt es eine symmetrische Beziehung zwischen den Gesprächspartnern, zum anderen eine komplementäre Beziehung.

Bei der symmetrischen Beziehung sind die Partner in der gleichen Position, keiner ist dem anderen aufgrund seiner Stellung überlegen (Schüler untereinander; Arbeitskollegen). Eine komplementäre Beziehung besteht, wenn die Partner unterschiedliche Positionen einnehmen, einer dem anderen überlegen ist und die ungleiche Stellung von beiden akzeptiert wird (Chef/ Angestellter; Arzt/ Patient).

**Aufgaben**

1 Ordnen Sie folgende Textsorten den drei Textgruppen zu. Welche Schwierigkeiten ergeben sich dabei?

Seminareröffnung Referat	Dienstjubiläum Gebrauchsanleitung	Warenpräsentation Protokoll	Interview Vorstellungsrede
-----------------------------	--------------------------------------	--------------------------------	-------------------------------

- Nennen Sie fünf weitere Themen für die verschiedenen Arten von Reden.
- Formulieren Sie zu jedem Punkt des AIDA-Modells einen Satz.
- Formulieren Sie die Hochzeitsrede für Ihren besten Freund (Ihre beste Freundin).

5 **AUS DEM WALKMAN TÖNT ES GRELL-DEN NACHBARN JUCKT'S IM TROMMELFEIL**



Illustration: Ernst Hürlimann / CCC

... deshalb bitte den Walkman so einstellen, dass andere Fahrgäste nichts hören. Sie sollten wissen: Tonwiedergabegeräte aller Art dürfen in Fahrzeugen und Bahnhöfen nicht benutzt werden. Aber: Was andere nicht hören, wird auch nicht stören. Angenehme Fahrt Ihre MVV

- Welche Informationen enthält dieses Plakat der Verkehrsbetriebe München?
- Welche direkten bzw. indirekten Appelle erkennen Sie darin?

## 1.3 Teile der Rede

### Situation

Für die meisten Schüler genügt die Gliederung ihres Aufsatzes in Einleitung, Hauptteil und Schluss. Sie sind als Redner anspruchsvoller und fragen sich:

1. Welche konkreten Möglichkeiten der Einleitung habe ich und welche motiviert die Zuhörer bei meinem Thema am stärksten?
2. Nach welcher Systematik gliedere ich den Redekern?
3. Welcher Schluss eignet sich am besten für die Funktion und das Ziel meiner Rede?

*„Beredsamkeit ist die Kunst, so von den Dingen zu sprechen, dass jedermann gern zuhört.“*

*Blaise Pascal*

Der Inhalt des Vortrages sollte meistens drei Teile haben:

- ▶ Am **Anfang** müssen Sie motivieren, also den Kontakt zwischen Redner, Thema und Publikum herstellen. Ziel ist, die Zuhörer aufmerksam zu machen. Wir bieten Ihnen hier mehrere Möglichkeiten an. Eine passt immer:

Stellen Sie sich kurz vor.

Knüpfen Sie an den Vorredner an.

Sagen Sie etwas Angenehmes über den Beruf, die Firma oder die Stadt, in der Sie sprechen.

Erzählen Sie ein Erlebnis, ein Beispiel oder eine Anekdote passend zum Thema.

Kennzeichnen Sie die Situation oder den Stand der Debatte.

Wecken Sie die Neugier mit einer Frage.

Beginnen Sie mit einer markanten Aussage, die provoziert.

Zitieren Sie – im Zweifelsfall – Goethe, Schiller oder die Bibel.

In jedem Fall muss die Einleitung als Brücke zum Thema dienen. „Wenn man das erste Knopfloch verfehlt, kommt man mit dem ganzen Zuknöpfen nicht zurande“ (Goethe). Beginnen Sie immer mit einer Pause. Warten Sie, bis Ruhe im Saal ist. Sammeln Sie sich und erhöhen Sie dadurch die Spannung.

- ▶ Den **Redekern** leiten Sie am besten ein, indem Sie das Thema und die Frage nennen. Sie können ihn in folgende Punkte gliedern:

Zustandsanalyse

Zielprojektion

Mittelwahl zur Abhilfe

Appell an die Zuhörer

In allen Fällen gilt die logische Gedankenführung. Sie müssen auch stets von einer Aussage zur anderen überleiten.

## 1 Rede

---

- ▶ Das **Ende** der Rede muss kurz, aber klar formuliert sein. Wir empfehlen eine von folgenden Möglichkeiten:

Fassen Sie die Aussagen und die Ergebnisse zusammen.

Nehmen Sie Stellung, indem Sie das Ergebnis werten.

Drücken Sie einen Wunsch, eine Hoffnung oder eine Erwartung aus.

Fordern Sie zu einer Handlung auf.

Bieten Sie einen Ausblick in die Zukunft.

Zitieren Sie, z. B. Martin Luther: „Ich kann nicht anders. Hier stehe ich. Gott helfe mir! Amen!“

Ein guter Schluss ist auch, das Publikum zu einer Diskussion aufzufordern. Unterliegen Sie nicht der Unart vieler Kommentatoren, die sich mit den folgenden Worten vor einer Stellungnahme drücken: „Das Ergebnis wird die Zukunft zeigen.“

Über die Länge der Rede sagt Martin Luther: „Tritt frisch auf! Tus Maul auf! Hör bald auf!“

Übrigens gilt immer: „Ein guter Schluss ziert alles.“

Über die Vorbereitung der Rede sagt Hamilton: „Ordne deine Gedanken von Anfang an, bevor du an die Worte denkst.“

Formulieren Sie eine Rede über die Notwendigkeit, die Berufsschule zu besuchen. Halten Sie sich an die drei Teile des Vortrags.

**Aufgabe**

### Die Rede

Eine Rede sei als Schock,  
gleichsam wie ein Minirock!

Erstens sei der Vortrag kurz  
wie besagter Minischurz!

Zweitens sei, dem Rocke gleich,  
jede Rede inhaltsreich!

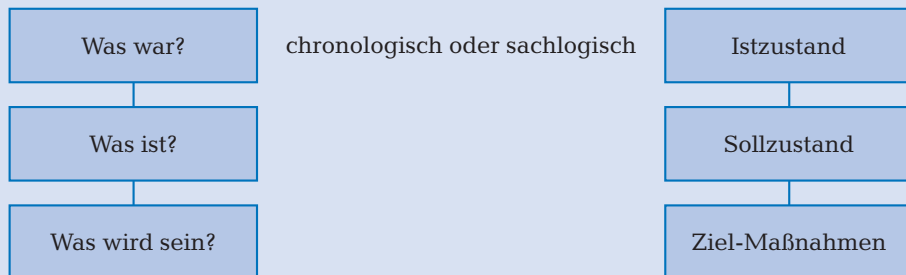
Drittens rege sie sodann,  
wie der Rock, Gedanken an!

## 1.4 Gliederungen

**Situation**

Sie haben Stoff gesammelt und Ihren Text leicht verständlich formuliert. Nun stehen Sie vor der entscheidenden Frage, in welcher Reihenfolge Sie Ihre Gedanken vortragen. Die Gliederung ist der kreativste Teil Ihrer Vorbereitung.

Dafür gibt es folgende Möglichkeiten:



### Themenausarbeitungsbogen

<b>Was</b>	Titel/Untertitel Einstieg/ Einleitung Hauptproblem Fragen Test: Ist/ Soll
<b>Wann</b>	Zeitpunkt und -dauer
<b>Wie</b>	Regeln Skizze Erklärungen Tipps und Hinweise Zitate Vorschläge Erlebnisse Beispiele Anekdoten Personen
<b>Weshalb</b>	Vor- und Nachteile Nutzen Vergleich: Ist/ Soll Verbesserungen
<b>Wozu</b>	Ergebnis Folgerung Zusammenfassung

- Überzeugen:**
1. Aufmerksamkeit gewinnen
  2. Wünsche wecken oder verstärken
  3. Zielvorstellungen entwickeln
  4. Konsequenzen aufzeigen
  5. Zum Handeln auffordern

- 8-Punkte-Formel:**
1. Wohlwollen gewinnen
  2. Gegenwärtige Situation darlegen
  3. Neue Möglichkeiten zeigen
  4. Vorschläge und deren Vorteile darlegen und begründen
  5. Einwände vorwegnehmen
  6. Tatsachen zusammenfassen
  7. Begeistern
  8. Zur Tat aufrufen

## Beispiel

### Winston Churchills Antrittsrede im Unterhaus (Ausschnitt) am 13. Mai 1940 anlässlich seiner Ernennung zum Premierminister

Ich möchte dem Haus dasselbe sagen, was ich den Mitgliedern dieser Regierung gesagt habe: Ich habe nichts zu bieten als Blut, Mühsal, Tränen und Schweiß. Wir haben eine Prüfung allerschwerster Art vor uns. Wir haben viele, viele lange Monate des Kampfes und des Leidens vor uns. Sie werden fragen: Was ist unsere Politik? Ich erwidere: Unsere Politik ist Krieg zu führen, zu Wasser, zu Lande und zur Luft, mit all unserer Macht und mit aller Kraft, die Gott uns verleihen kann: Krieg zu führen gegen eine ungeheuerliche Tyrannei, die in dem finsternen, trübseiligen Katalog der menschlichen Verbrechen unübertroffen bleibt. Das ist unsere Politik! Sie fragen: Was ist unser Ziel? Ich kann es mit einem Wort nennen: Sieg – Sieg um jeden Preis, Sieg trotz allem Schrecken, Sieg, wie lang und beschwerlich der Weg dahin auch sein mag; denn ohne Sieg gibt es kein Weiterleben. Möge man darüber im Klaren sein: kein Weiterleben für das britische Weltreich; kein Weiterleben für den jahrhundertelangen Drang und Impuls des Menschengeschlechts, seinem Ziel zuzustreben.

Ich übernehme meine Aufgabe voll Energie und Hoffnung und bin überzeugt, dass es nicht geduldet werden wird, dass unsere Sache Schiffbruch erleide. So fühle ich mich in diesem Augenblick berechtigt, die Hilfe aller zu fordern, und ich rufe: Kommt denn, lasst uns gemeinsam vorwärts schreiten mit vereinter Kraft!

- 1 Erstellen Sie zu der berühmten Rede Churchills eine Gliederung.
- 2 Mit welchen rhetorischen Mitteln fordert Churchill das englische Volk auf, Widerstand zu leisten?

**Aufgaben**

## 1.5 Vorbereitung – Durchführung – Auswertung

### Situation

Ihr Kursleiter sagt heute zu Ihnen: „In einer Woche werden Sie die erste Rede vor der Gruppe halten, die wir mit der Videokamera aufzeichnen.“

**Bei fast allen Seminarteilnehmern löst diese Aussage zunächst Angst aus, z. B. Angst, stecken zu bleiben, nicht genügend vorbereitet zu sein ... Darüber klagen alle Anfänger. Das hilft aber nichts. Es hilft nur, etwas dagegen zu unternehmen. Was unternehmen Sie zur Vorbereitung Ihrer Rede?**

### Vorbereitung

**Lampenfieber:** Motivieren Sie sich selbst. Glauben Sie an sich und Ihren Erfolg – am besten mit den Worten: „Ich muss – ich will – ich kann!“

Danach bereiten Sie sich gründlich vor und üben die Rede systematisch und profihaft ein, am besten mithilfe einer Videoaufzeichnung und eines kritischen Beraters.

**Formulieren** Sie schriftlich ganz genau:

- ▶ das Thema,
- ▶ die Fragestellung,
- ▶ das Ziel der Rede.



Illustration: Metz & Schütz

Orientieren Sie sich an Ihren Zuhörern und deren **Erwartungen**. Halten Sie z. B. einen ernsten, wissenschaftlichen Vortrag vor Akademikern oder werden Sie von einer Gruppe heiterer Jugendlicher erwartet? Sie informieren sich also über folgende Aspekte:

Alter, Vorinformationen und Erwartungen der Teilnehmer und Veranstalter.

Welche Vorträge gehen voraus und welche werden folgen?

Wie viele Zuhörer sind zu erwarten und welchen Nutzen sollen sie daraus ziehen?

Machen Sie sich mit dem Raum und den technischen Hilfsmitteln (Projektor, Leinwand, Mikrofon) vertraut.

Entscheiden Sie, ob nach Ihrem Vortrag ein Gespräch, eine Diskussion, eine Referentenbefragung oder eine Übung folgt.

Erstellen Sie sich eine **Stoffsammlung** in Stichworten. Notieren Sie sich in Ruhe alles, was Ihnen zum Thema einfällt: Ideen, Erlebnisse, Gelesenes, Gehörtes, Heiteres ... Ergänzen Sie es durch systematisches Literaturstudium: Lexika, Bücher, Fachzeitschriften, Zeitungen, Internet. In dieser Zeit nehmen Sie immer Notizpapier mit: Oft kommen die besten Ideen ganz unerwartet.

**Gliedern** Sie Ihren Stoff. Beispiele hierzu finden Sie im Kapitel 1.4. Ordnen Sie systematisch Ihren Gedankengang nach einer der vorgeschlagenen Methoden. Ergänzen Sie hierzu Zitate, Beispiele, Erlebnisse, Heiteres.

Begrüßen Sie die Veranstalter und Zuhörer. Sagen Sie etwas Nettes über sie und danken Sie für die Einladung.

Suchen Sie eine motivierende Einleitung. Besonders wertvoll ist es, die Zuhörer aktiv mit einzubeziehen, z. B. durch Fragen. Gehen Sie kurz auf die Antworten ein. Lassen Sie sich Fragen stellen, auf die Sie eingehen.

Finden Sie Unterpunkte, wenn Sie Ihre Gliederung weiter unterteilen wollen. Beschränken Sie sich möglichst auf maximal fünf Hauptpunkte.

Überlegen Sie sich einen klaren, heiteren Schluss.

Bedanken Sie sich für die Aufmerksamkeit, die Zwischenfragen, die Beiträge.

Schreiben Sie den Redetext genau und in kurzen Sätzen, einschließlich Zitaten mit Quellenangaben. Dies gilt auch für Einblendungen auf Folien und das Benutzen von Flipcharts. Lassen Sie zwischen den Zeilen viel Platz für Ergänzungen und Änderungen. Die Reinschrift muss groß und leicht leserlich sein.

Achten Sie dabei besonders auf die Formulierung der ersten fünf Sätze. Sie sind wichtiger als die nächsten 100: Die Zuhörer entscheiden schon in den ersten Minuten, ob es sich lohnt, weiter zuzuhören. Beginnen Sie darum mit einer Frage, einem Zitat, einem aktuellen Erlebnis, einer heiteren Geschichte, die auf die Zuhörer entspannend wirkt.

Erstellen Sie Ihre **visuellen Hilfsmittel**. „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ (Pestalozzi). Darum nutzen Sie das Aufnahmepotenzial des Auges; es sind 87 % der Informationen – beim Ohr nur 9 %. Erstellen Sie z. B. Zeichnungen, Grafiken, Bilder oder die Entwicklung in Kurven.

Schreiben Sie Ihre Hauptpunkte gut leserlich auf ein Flipchart. Sie erleichtern dadurch den Zuhörern die Übersicht. Zu Beginn Ihres Vortrags nennen Sie diese Punkte und bitten die Zuhörer, diese „Tagesordnung“ zu genehmigen. Bitte achten Sie aber darauf, dass die Menge und die Dauer der eingesetzten Hilfsmittel im Verhältnis zur Rede stehen.



Illustration: Metz & Schütz

**Entspannt einstudieren:** Lernen Sie Ihre Rede nie auswendig, es sei denn den ersten und letzten Satz. Auswendig gelernte Reden machen Sie unflexibel. Sie können dadurch nur sehr schwer auf Zwischenfragen oder Einwände eingehen. Außerdem fühlen die Zuhörer, dass Sie ein „Fertigprodukt“ anbieten. Das mindert den persönlichen Bezug sowie die Spannung und die Aufmerksamkeit, denn die Hörer merken sehr deutlich, ob der Redner engagiert ist: Etwas Lampenfieber gibt der Rede emotionale Spannkraft.

Zur guten Vorbereitung gehört, dass Sie die gesamte Rede in Ruhe durchgehen. Sie prägen sich die logischen Hauptpunkte ein und haben damit den „roten Faden“ aufgenommen. Sehr hilfreich ist es, wenn Sie sich die Überschriften bildhaft einprägen, wie Sie sie aufgeschrieben haben.



## **Durchführung**

Der erste Eindruck spielt eine entscheidende Rolle. Darum treten Sie sicher, aber bescheiden auf. Das bringt Sympathie und veranlasst die Zuhörer zu einer Ermutigung.

Sehen Sie alle Zuhörer abwechselnd an. Bevorzugen Sie keinen, es sei denn, er hat für die jeweilige Aussage eine besondere Bedeutung.

Nehmen Sie eine verbindliche Körperhaltung ein. Der Oberkörper kann dabei leicht nach vorn geneigt sein.

Stehen Sie frei. Verstecken Sie Ihre Hände nicht in den Taschen oder hinter Ihrem Rücken. Halten Sie sich nicht irgendwo fest, z. B. am Rednerpult.

Verzichten Sie möglichst auf dieses Pult: Es wirkt gegenüber den Zuhörern wie eine Mauer.

Freuen Sie sich über Zwischenrufe. Beziehen Sie diese in Ihre Rede mit ein, unqualifizierte überhören Sie am besten. Zwischenrufe und -fragen signalisieren Interesse.

Achten Sie auf die Reaktion Ihrer Zuhörer. Als Redner können Sie nur erfolgreich sein, wenn Sie mit dem Publikum auf einer Wellenlänge schwimmen. Dazu ist ein ständiger Blickkontakt erforderlich. Schweift der Blick eines Zuhörers gelangweilt aus dem Fenster und kramt eine Dame in ihrer Handtasche, dann sind das Alarmzeichen. Gehen Sie möglichst rasch darauf ein:

- Kürzen Sie z. B. Ihren Text.
- Stellen Sie eine Frage zum Thema.
- Fragen Sie nach dem besonderen Interesse des Publikums zum Thema.
- In der allergrößten Not beenden Sie lieber die Rede früher als geplant.
- Besser ist Ihr Abgang, wenn Sie die Ergebnisse kurz zusammenfassen und wie geplant abschließen. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass Sie die Reaktionen rechtzeitig bemerken und umgehend darauf reagieren.

Ein guter Witz schließt mit dem Höhepunkt, der Pointe. Das gilt auch für die Rede. Der erste Satz muss motivieren. Den Schlusssatz nehmen die Zuhörer mit nach Hause. Darum müssen Sie ihn besonders sorgfältig formulieren und dürfen ihn, wie den ersten Satz, auswendig lernen.

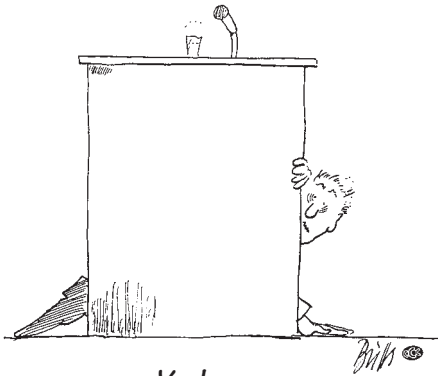
Schließen Sie bitte nie mit der Floskel: „Das wär's“, das heißt: „Ich weiß nichts mehr.“

Vergessen Sie nie den Dank und die höfliche Verabschiedung Ihrer Zuhörer und Veranstalter.

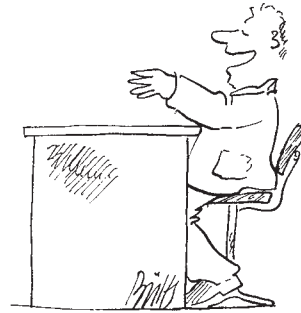
Bei einem überschaubaren Hörerkreis sollten Sie sich per Handschlag verabschieden und möglichst Ihre Bereitschaft zur Beantwortung persönlicher Fragen zeigen.

## **Auswertung**

Analysieren Sie nach der Veranstaltung möglichst bald deren positiven und negativen Aspekte. Wertvoll ist dabei die Hilfe eines kritischen Teilnehmers, der die Rede nicht von Ihrer Seite als Sender, sondern von der Empfängerseite erlebt hat.



Vorher



Nachher

Illustration: Roland Bühs/CCC

Formulieren Sie ein Thema mit einer Frage und erstellen Sie dazu eine Gliederung. Folgende Stichwörter sollen Ihnen dabei helfen:

Asylantenproblematik

Eigentumswohnung

Umweltschutz

Tierversuche

Kirchensteuer

Rauchen am Arbeitsplatz

Sparen

Arbeitslosigkeit

Gewalt

## Aufgabe



Bei der Jahrestagung des Hotel- und Gaststättenverbandes sollen Sie als Vertreter des örtlichen Fremdenverkehrsverbandes eine Rede über die Lage des Reisens in Deutschland halten. Nehmen Sie zu der Problematik Stellung, wie die Reiselust und der Aufenthalt in kleinen Hotels belebt werden kann.

## Aufgaben

Verfassen Sie einen kurzen, präzisen Redetext.

Schreiben Sie vorher dazu den Stichwortzettel als Gliederung.

Folgende Aufgaben sollen in Ihrer Rede bearbeitet werden:

- 1 Überlegen Sie, welche Bedeutung das Reisen für Sie selbst hat.
- 2 Nennen Sie Gründe für die Reiselust.
- 3 Fassen Sie Ihre Aussagen zusammen und nehmen Sie dazu Stellung.

## 1.6 Sprachliche Aspekte

### Situation

„Meines Erachtens würde ich sagen, dass ich persönlich zum gegenwärtigen Zeitpunkt ...“ Sie kennen diese Ungetüme überflüssiger Floskeln. Manche Politiker sind groß darin, viel zu reden und wenig zu sagen.



Illustration aus: Tange, E.G. *Der boshafte Zitatenschatz*. Frankfurt/Main 1993, S. 351

**„Eine Sprache mit Geschick zu handhaben,  
heißt eine Art Beschwörungszauber treiben.“**

**Baudelaire**

### Tipps

Schreiben Sie sich ruhig den fertigen Redetext auf, aber formulieren Sie möglichst frei: Ihre Rede wirkt lebendiger, und Sie wirken souveräner.

Achten Sie bei Ihrem Sprechtempo darauf, dass Sie weder den Text zu schnell noch zu langsam sprechen. Legen Sie kleine Pausen bei Kommata, Punkten und anderen Satzzeichen ein.

Sie sollten Ihre Lautstärke so einrichten, dass Sie der Hörer in der letzten Reihe noch verstehen kann.

Denken Sie an natürliche Aussprache, an die Modulation der Stimme in Höhe, Melodie und Betonung.

### Fremdwörter

Verwenden Sie nur dann Fremdwörter, wenn es keinen treffenden deutschen Begriff gibt. Sie haben es nicht nötig, sich mit fremden Federn zu schmücken.

Welch einen herrlichen Blödsinn hat sich Philipp Broughton vom Gesundheitsdienst der USA ausgedacht:

## 1 Rede

Sein „automatisches Schnellformuliersystem“ stützt sich auf eine Liste von dreißig sorgfältig ausgesuchten Schlüsselwörtern:

Spalte 1	Spalte 2	Spalte 3
0. konzertierte	0. Führungs-	0. -struktur
1. integrierte	1. Organisations-	1. -flexibilität
2. permanente	2. Identifikations-	2. -ebene
3. systematisierte	3. Drittgenerations-	3. -tendenz
4. progressive	4. Koalitions-	4. -programmierung
5. funktionelle	5. Fluktuations-	5. -konzeption
6. orientierte	6. Übergangs-	6. -phase
7. synchrone	7. Wachstums-	7. -potenz
8. qualifizierte	8. Aktions-	8. -problematik
9. ambivalente	9. Interpretations-	9. -kontingenz

Die Handhabung ist einfach. Denken Sie sich eine beliebige dreistellige Zahl und suchen Sie die entsprechenden Wörter in jeder Spalte auf. Die Nummer 257 zum Beispiel ergibt „permanente Fluktuationspotenz“, ein Ausdruck, der praktisch jedem Bericht eine entschiedene, von Fachwissen geprägte Autorität verleiht. „Keiner wird im Entferntesten wissen, wovon Sie reden“, sagt Broughton!

Stellen Sie fünf Ausdrücke aus der obigen Tabelle zusammen und versuchen Sie, die gewählten Begriffe zu erklären.

### Aufgabe



#### Zitate aus „originalen Vorstandsreden“:

„... Nutzung von State-of-the-Art-Marktforschungsmethoden, zum Beispiel Psychodramen zur Generierung von Ideen zur Behebung der gefundenen Optimierungspotenziale ...“

„Implementierung von Financial-Issus und Aufbau Corporate-verfassender sowie imagebildender, sequenziell einzustreuender Botschaften. Weiterhin bedeutet dies: Aufsetzen eines Programms zur externen Evaluation der beschlossenen Maßnahmen unter Einbezug aller wertrelevanten Faktoren ...“

### Worthülsen

*Harvard Business Manager 5/2004, S. 19*

Worthülsen sind genauso schädlich wie die „Fremdwörterei“. Schmunzeln Sie über die folgenden typischen Beispiele:

#### Ich würde sagen ...

... sagen Sie einfach, was Sie sagen wollen.

#### Ich würde vorschlagen ...

... mein Vorschlag:

#### Ich hätte da eine Frage ...

... fragen Sie einfach.

#### Meine Wenigkeit ...

... ich, wer sonst?