

Knackig einsteigen, feurig enden

Eine Rede ist kein Monolog - die Zuhörer ansprechen

Der Saal ist geschmückt. Die Häppchen sind vorbereitet. Die Gäste sind in eleganter Garderobe erschienen. Nun harren alle der Dinge, die da kommen. Dann tritt der Redner ans Pult und spricht die ersten Worte. Alle lauschen ihm gebannt. Doch nach zwei, drei Minuten erlahmt das Interesse. Und die Zuhörer fragen sich im Stillen: Wann wird endlich das Büfett eröffnet? Dieses Phänomen kann man in den kommenden Wochen wieder oft beobachten. Schließlich gehört die Chefansprache ebenso zum obligatorischen Programm einer Weihnachtsfeier wie das Festessen.

Ähnlich ist es bei den Neujahrsempfängen für Kunden und Verbandsmitglieder. Auch hier sind Reden Pflicht - obwohl die Zuhörer sie eher als sättigende Beilage denn als Ohrenschaus empfinden. Dabei blicken die Zuhörer der Rede meist gespannt entgegen, sofern sie nicht schon die mitunter langatmigen und selbstherrlichen Festansprachen des Chefs oder Vorstandsvorsitzenden aus den Vorjahren kennen. Entsprechend leicht könnten die Auserwählten am Mikrophon ihr anfänglich stets geneigtes Publikum begeistern.

Untersuchungen zeigen: Der Erfolg einer Rede hängt vor allem davon ab, ob der Redner die Sympathie des Auditoriums gewinnt. Wichtig ist auch die Dramaturgie des Vortrags. Der Inhalt hingegen hat auf den Erfolg nur geringen Einfluss.

Anders gesagt: Der Redner muss vor allem einen Draht zum Publikum finden und seine Inhalte gut verpacken. Was er sagt, ist zweitrangig. Doch wie gewinnt ein Redner die Sympathie der Zuhörer? Er muss authentisch wirken, und die Rede muss zu ihm passen. Unglaublich wirkt es, wenn ein Erbsenzähler sich als Witzbold präsentiert. Oder wenn ein Einzelkämpfer sich verbal mit allen Anwesenden verbrüdet.

Ein guter Redner nimmt seine Zuhörer mit auf eine Gedankenreise - zum Beispiel durchs vergangene Jahr. Also sollte man beim Vorbereiten erkunden: Was ist der Anlass der geistigen Reise? Wohin soll sie gehen? Und wer nimmt teil? Erst dann sollte man das Programm entsprechend zusammenstellen.

Eine Ansprache bei einer Weihnachtsfeier sollte der Redner anders konzipieren als eine Neujahransprache. Denn bei einer Weihnachtsfeier steht das gesellige Miteinander in festlichem Rahmen im Vordergrund - bei einem Neujahrsempfang hingegen sollen die Zuhörer oft schon auf neue Herausforderungen eingestimmt werden, die in einer Rede zur Sprache kommen können. Beim Konzipieren der Rede sollte man bedenken: Wer sitzt mir gegenüber? Sind die Zuhörer unterstellte Mitarbeiter, sollte die Rede anders konzipiert sein als eine Ansprache unter gleichgestellten Kollegen.

Gemeinsamen Nenner finden

Ebenfalls wichtig: Welche Beziehung besteht zwischen den Zuhörern? Arbeiten die Anwesenden häufig zusammen, haben sie gemeinsame Erfahrungen, auf die man sich beziehen kann? Sehen sie sich hingegen nur ein-

mal im Jahr, muss der Redner auf andere Elemente zurückgreifen, um einen gemeinsamen Nenner zu finden. Etwa die Entwicklung in der Branche oder die Zahlungsmoral der Kunden. Ein guter Redner kommuniziert mit seinen Zuhörern - unter anderem, indem er häufig Blick-

kontakt mit dem Publikum sucht. Deshalb sollte die Rede so frei wie möglich vorgetragen und die Zuhörer immer wieder persönlich angesprochen werden. Zum Beispiel: „Denken Sie auch manchmal...?“ oder „Geht es Ihnen wie mir...?“. Auch ein Schuss Humor und Selbstironie

schadet nie.

Je kürzer die Rede, desto besser ist sie meist. So sollte die Ansprache auf einer Weihnachtsfeier nicht länger als zehn, maximal fünfzehn Minuten in Anspruch nehmen. Länger dauert übrigens nicht einmal die Neujahransprache der Bundeskanzlerin



im Fernsehen. Eine Rede sollte höchstens drei Kernbotschaften enthalten. Zum Beispiel: Die Arbeitsplätze sind sicher. Unser Unternehmen sieht einer rosigen Zukunft entgegen. Und: Dass es uns so gut geht, verdanken wir dem Einsatz aller Mitarbeiter.

Besonders sorgfältig sollte man Beginn und Schluss planen. Denn wie aufmerksam das Publikum zuhört, hängt vom Einstieg ab. Warum nicht mit einer Anekdote oder einem Witz beginnen? Ein gelungener Einstieg lässt das Publikum aufhorchen. Danach sollte die Rede auf ein Finale hinstreben, das dem Publikum im Gedächtnis bleibt - wie bei einem Feuerwerk.

Schachtelsätze vermeiden

Schachtelsätze sind schnell unverständlich. Sie beinhalten zudem die Gefahr, dass man sich verheddert. Oft ist dann bei ungeübten Rednern auch der Rest der Rede gelaufen. Man wird nervös und verhaspelt sich immer häufiger - bis das Publikum nur noch auf Versprecher wartet. Wichtig ist eine aktive Sprache. Also: „Wir planen...“ statt „Unsere Planung sieht vor...“ Sicherheit als Redner gewinnt man, indem man sich gut vorbereitet. Der Redner sollte den Einstieg, das Ende sowie die Übergänge zwischen den einzelnen Passagen intensiv üben. Und noch ein Tipp: beim Üben die Dauer der Rede messen. Dann merkt der Redner, wann es Zeit wird, das Büfett zu eröffnen. *Ingo Vogel*