

Knackig einsteigen - feurig enden

Der Saal ist geschmückt. Die Häppchen sind vorbereitet, die Gäste 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 Büffet eröffnet?

Dieses Phänomen konnte man in den letzten Wochen wieder häufig beobachten. Denn die Zeit vor und nach dem Jahreswechsel ist die Hoch-Zeit für Reden. Schließlich gehört die Chef-Ansprache ebenso zum obligatorischen Programm jeder Feierlichkeit wie das gemeinsame Festessen. Ähnlich ist es bei den Neujahrsempfängen für Kunden und Verbandsmitglieder. Auch hier sind Reden ein fester Bestandteil des Programms. Und dies, obwohl die Zuhörer sie oft eher als „sättigende Beilage“ denn als Ohrenschnaps empfinden.

Dabei blicken die Zuhörer der Rede durchaus gespannt entgegen. Entsprechend leicht könnten Redner ihr Publikum begeistern. Untersuchungen zeigen: Der Erfolg einer Rede hängt vorwiegend davon ab, ob der Redner die Sympathie des Auditoriums gewinnt. Wichtig sind auch ihr Aufbau und ihre dramaturgische Gestaltung. Der Inhalt der Rede hingegen hat auf ihre Bewertung einen eher geringen Einfluss. Vereinfacht könnte man sagen: Der Redner muss vor allem einen Draht zum Publikum finden und seine Inhalte gut verpacken. Was er sagt, ist zweitrangig.

Sympathie wecken

Doch wie gewinnt ein Redner die Sympathie der Zuhörer? Vor allem dadurch, dass er authentisch wirkt. Die Rede

Der Anlass ist nur selten so glamourös wie die Bambi-Verleihung, auch zu Jubiläen, beruflichen oder privaten Feierlichkeiten sind Ansprachen fester Bestandteil des Programms. Bei vielen Festreden fragen sich die Zuhörer nach wenigen Sätzen: Wann wird endlich das Büffet eröffnet? Wir geben Ihnen Tipps, worauf Sie bei der Vorbereitung Ihres Textes achten sollten.



BAMBI-Verleihung 2008: Dr. Maria Furtwängler, Sophia Loren

sollte ihm also auf den Leib geschneidert sein. Wenig glaubwürdig wirkt es, wenn ein Erbsenzähler sich als Witzbold präsentiert. Oder wenn sich ein Einzelkämpfer verbal mit allen Anwesenden verbrüdert. Das ist und wirkt nicht authentisch. Also gehen die Zuhörer auf Distanz.

Ein Redner gleicht einem Reiseführer. Er nimmt seine Zuhörer mit auf eine Gedankenreise - zum Beispiel durch das vergangene Jahr. Also sollte er sich im Vorfeld überlegen: Was ist der Anlass der Reise? Wohin soll sie gehen? Und: Wer nimmt an der Reise teil? Erst danach sollte er das Reiseprogramm - also Inhalt und Ablauf der Rede - planen. Eine Ansprache bei einem Jubiläum sollte anders als eine Neujahrsrede konzipiert sein. Bei einem Jubiläum steht das

gemeinsame Feiern zentral, bei einem Neujahrsempfang hingegen sollen die Zuhörer oft schon auf die Herausforderungen im neuen Jahr eingestimmt werden. Also kann die Rede mehr Information enthalten. Zudem kann sie einen stärker appellativen Charakter haben.

Beim Planen der Rede sollte der Redner wissen: Wer sitzt mir gegenüber? Sind die Zuhörer vorwiegend Mitarbeiter, die den Chef nur selten sehen, sollte die Rede anders gestaltet sein, als wenn das Auditorium nur aus Führungskräften besteht, mit denen der Chef fast täglich konferiert. Ebenfalls wichtig ist: Welche Beziehung besteht zwischen den Zuhörern? Kennen sie sich gut oder sehen sie sich nur einmal jährlich? Gehören sie derselben Orga-

nisation an oder nicht? Denn wenn die Anwesenden Tag für Tag zusammenarbeiten, haben sie auch gemeinsame Erfahrungen, auf die der Redner sich beziehen kann. Sehen sie sich hingegen nur ein Mal im Jahr, muss er auf andere Elemente zurückgreifen, um ihr Ohr zu finden. Zum Beispiel die Entwicklung in der Branche, der alle angehören. Oder die gemeinsamen schlechten Erfahrungen mit der Zahlungsmoral der Kunden.

Mit den Zuhörern kommunizieren

Ein guter Redner kommuniziert mit seinen Zuhörern - selbst wenn nur er spricht. Zum Beispiel mit den Augen, indem er häufig den Blickkontakt mit dem Auditorium sucht. Deshalb sollten Reden so frei wie möglich vorgetragen werden. Wichtig ist auch, dass Sie das Publikum immer wieder persönlich ansprechen. Nicht indem Sie alle zwei bis drei Minuten die Floskel „Meine sehr verehrten Damen und Herren“ verwenden, sondern indem Sie den Zuhörern zum Beispiel rhetorische Fragen stellen wie „Kennen Sie folgende Situation, ...“ oder „Vielleicht geht es auch Ihnen so ...“ Sie sollten zudem Beispiele aus der Erfahrungswelt der Zuhörer in Ihre Rede integrieren. Auch ein Schuss Humor und Selbstironie tut jeder Rede gut.

Beherrigen Sie beim Planen folgende Maxime: Je kürzer eine Rede ist, umso besser ist sie meist. Eine Festrede sollte nicht länger als zehn, maximal fünfzehn Minuten dauern. Länger dauert auch die Neujahrsansprache der Bundeskanzlerin im Fernsehen nicht.

Fortsetzung auf Seite 33

Fortsetzung von Seite 18

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

Für das inhaltliche Planen Ihrer Rede können Sie die Mindmapping-Methode benutzen. Sie funktioniert wie folgt: Schreiben Sie zunächst in die Mitte eines Blatt Papiers das Thema oder den Anlass der Rede. Zum Beispiel: Jubiläum oder „Strategie 2008“. Notieren Sie dann entlang von Linien, die von diesem Zentrum ausgehen, alles, was Ihnen zum Thema einfällt. Zum Beispiel: „Ertragsentwicklung“, „Dank an Mitarbeiter“, „Neue Produkte“. Notieren Sie anschließend entlang von Seitenarmen dieser Linien, alles, was Ihnen hierzu einfällt. So bekommen Sie schnell einen Überblick über die möglichen Inhalte der Rede. Und wenn Sie merken, es wird zu viel, können Sie problemlos einige (Seiten-)Arme streichen. Planen Sie besonders sorgfältig den Beginn und den Schluss Ihrer Rede. Wie aufmerksam das Publikum Ihnen zuhört, hängt weitgehend vom Einstieg ab. Gute Einstiege sind Anekdoten - zuweilen auch ein Witz.

Bauen Sie Ihre Rede dramaturgisch auf. Alles sollte auf ein großes Finale hinstreben, das dafür sorgt, dass Ihre Rede dem Publikum im Gedächtnis bleibt - ähnlich wie bei einem Feuerwerk. Eine Rede sollte aus möglichst kurzen Sätzen bestehen. Schachtelsätze mit mehreren Nebensätzen sind schnell unverständlich. Sie enthalten zudem die Gefahr, dass der Redner sich verheddert und hängen bleibt. Oft ist dann bei ungeübten Rednern auch der Rest der Rede gelaufen. Denn sie werden nervös und verhaspeln sich immer häufiger. Und irgendwann wartet das Publikum nur noch auf den nächsten Versprecher.

Wichtig ist eine aktive Sprache. Also zum Beispiel „Wir planen ...“ statt „Unsere Planung sieht vor...“ Durchforsten Sie Ihr Manuskript nach substantivierten Verben wie „Durchführung“, „Neuorientierung“ und „Maximierung“. Wenn ein solches Wort auftaucht, können Sie davon ausgehen: Diese Aussage kann einfacher, verständlicher formuliert werden.

Redesicherheit gewinnen Sie vor allem durch Routine und eine gute Vorbereitung. Hierzu zählt auch das laute Üben der Rede. Insbesondere den Einstieg, das Ende sowie die Übergänge zwischen den Redepassagen sollten Sie so lange üben, bis Sie diese sozusagen auswendig kennen. Stoppen Sie beim Üben die Dauer der Rede. So merken Sie schnell, wann es Zeit wird, das Buffet zu eröffnen.



Zum Autor: Ingo Vogel, Esslingen, ist (Verkaufs-)Rhetoriktrainer. Er ist u. a. Autor des Buches „So reden Sie sich an die Spitze“, Econ-Verlag, E-Mail: info@ingovogel.de; Internet: www.ingovogel.de.

13 Tipps für Reden und Vorträge

1. Bereiten Sie jede Rede vor.
2. Das Verhältnis Vorbereitungszeit - Redezeit sollte bei einem unbekanntem Thema etwa 10 zu 1 betragen. Bei einem bekannten Thema genügt ein Verhältnis von 5 zu 1.
3. Formulieren Sie bei einem Stichwortmanuskript den ersten und letzten Satz aus.
4. Der Zettel als Gedächtnisstütze in Ihrer Hand sollte nicht größer als DIN A 5 sein und aus fester Pappe bestehen (zum Beispiel eine Karteikarte).
5. Verwenden Sie besonders viel Vorbereitungszeit auf den Beginn und das Ende der Rede.
6. Lassen Sie Ihre Rede wie ein Feuerwerk auf ein „Finale“ zustreben, das den Zuhörern in Erinnerung bleibt.
7. Benutzen Sie eine aktive, bildhafte Sprache.
8. Suchen Sie beim Reden stets den Blickkontakt zu den Zuhörern.
9. Stehen Sie fest und ruhig beim Sprechen.
10. Sprechen Sie die Zuhörer immer wieder direkt an.
11. Halten Sie Ihre Hände etwa in Bauchhöhe, so als ob Sie ein Glas Sekt in der Hand hielten.
12. Bewahren Sie sich einen Schuss Lampenfieber. Dann wirken Sie authentischer.
13. Bedenken Sie: Eine Prise Humor würzt jede Rede.