

Chef-Rede: Ohrenschmaus statt Stimmungstöter

Mitreibende Reden haben ein hohes Motivationspotenzial - nicht nur zur Weihnachtszeit.

• Der Saal ist geschmückt für die betriebliche Weihnachtsfeier. Das Essen duftet schon lecker. Alle lauschen gespannt der Rede des Chefs. Doch nach zwei, drei Minuten erlahmt das Interesse. Schade denn eigentlich hätte es mit etwas Vorbereitung eine gute Ansprache werden können, die das Wir-Gefühl im Unternehmen gestärkt hätte.

Ein guter Redner gleicht einem Reiseführer auf einer Gedankenreise. Also sollte er sich vorher überlegen: Was ist der Anlass der Reise? Wohin soll sie gehen? Und: Wer nimmt teil? Erst danach sollte er das Programm - also Inhalt und Ablauf der Rede - planen.

Eine Ansprache bei einer Weihnachtsfeier muss anders als eine Neujahrsrede konzipiert sein. Denn hier steht das gemeinsame Feiern im Mittelpunkt. Bei einem Neujahrsempfang dagegen sollen die Zuhörer auf die Herausforderungen im neuen Jahr eingestimmt werden. Also kann die Rede mehr Information und einen stärker appellativen Charakter enthalten.

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 täglich mit dem Chef zu tun hat.

Wichtig: Themen ansprechen, die alle Zuhörer verbinden

Ebenfalls wichtig ist: Welche Beziehung besteht zwischen den Zuhörern? Kennen sie sich gut oder sehen sie sich nur einmal jährlich? Gehören sie derselben Organisation 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 einmal im Jahr, muss er auf andere Elemente zurückgreifen, zum Beispiel die Entwicklung der Branche, der alle angehören.

Aber mehr noch als vom Inhalt hängt der Erfolg einer Rede davon ab, ob der Redner die Sympathie des Auditoriums gewinnt. ►

IHK-TIPP

Tipps für Reden und Vorträge

- Das Verhältnis Vorbereitungszeit - Redezeit sollte bei einem unbekanntem Thema etwa zehn zu eins betragen, bei einem bekannten Thema fünf zu eins.
- Der Zettel als Gedächtnisstütze in Ihrer Hand sollte nicht größer als DIN A 5 sein und aus fester Pappe bestehen.
- Formulieren Sie bei einem Stichwortmanuskript den ersten und letzten Satz aus und verwenden Sie auf beide besonders viel Vorbereitungszeit. Den Rest sollten Sie so frei wie möglich sprechen.
- Lassen Sie Ihre Rede wie ein Feuerwerk auf ein „Finale“ zustreben, das den Zuhörern in Erinnerung bleibt.
- Suchen Sie beim Reden stets den Blickkontakt zu den Zuhörern und sprechen Sie diese immer direkt an mit Fragen wie „Kennen Sie folgende Situation,...“ oder „Vielleicht geht es auch Ihnen so ...“
- Benutzen Sie eine aktive, bildhafte Sprache. Also „Wir planen ...“ statt „Unsere Planung sieht vor ...“
- Durchforsten Sie Ihr Manuskript nach substantivierten Verben wie „Durchführung“, „Neuorientierung“ und „Maximierung“ und machen Sie echte Verben daraus.
- Stehen Sie fest und ruhig beim Sprechen.
- Halten Sie Ihre Hände etwa in Bauchhöhe, so als ob Sie ein Glas Sekt in der Hand hielten.
- Bewahren Sie sich einen Schuss Lampenfieber. Dann wirken Sie authentischer.
- Bedenken Sie: Eine Prise Humor und Selbstironie würzt jede Rede.



Foto: Großmann

Ruhe - der Chef will eine Rede halten! Ein paar Tricks tragen dazu bei, dass die Belegschaft auch gespannt zuhört.

Sympathisch wirkt nur, wer authentisch ist. Der Text sollte dem Redner 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.

Wichtig sind auch Aufbau und dramaturgische Gestaltung. Vereinfacht könnte man sagen: Der Redner muss vor allem einen Draht zum Publikum finden und seine Inhalte gut verpacken. Was er sagt, ist zweitrangig.

Der Redner muss mit den Zuhörern kommunizieren

Je kürzer eine Rede ist, desto besser ist sie meist. Eine Festrede zur Weihnachtsfeier sollte nicht länger als zehn, maximal fünfzehn Minuten dauern. Und sie 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.

Und kurz sollten auch die Sätze sein. Schachtelkonstruktionen mit mehreren Nebensätzen sind schnell unverständlich. Sie enthalten zudem die Gefahr, dass der Redner sich verheddert. Ungeübte Redner werden dann leicht nervös und verhaspeln sich immer häufiger. Und irgendwann wartet das Publikum nur noch auf den nächsten Versprecher.

Für das inhaltliche Planen der Rede bietet sich die Mindmapping-Methode an. Sie funktioniert wie folgt: Schreiben Sie zunächst in die Mitte eines Blattes Thema oder Anlass der Rede. Zum Beispiel: „Weihnachtsfeier“ 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.

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 Passagen sollten Sie so lange üben, bis Sie diese sozusagen auswendig kennen. Stoppen Sie beim Üben die Zeit. So merken Sie schnell, wann es Zeit wird, das Buffet zu eröffnen. ◀



Ingo Vogel,
Rhetoriktrainer
und Buchautor,
Esslingen.
www.ingovogel.de