

Hoch-Zeit für Reden

Wertvolle Tipps

• Ob bei Weihnachtsfeiern, Neujahrsempfängen oder sonstigen Festessen ist eines ganz klar: die Rede ist Chefsache und gehört zum Standardprogramm. Dabei reicht ein hoher Sympathiefaktors des Redners allein nicht aus, um zu begeistern: Er muss authentisch sein, denn ansonsten geht der Zuhörer auf Distanz.

Der Redner gleicht einem Reiseführer. Er nimmt seine Zuhörer mit auf eine Gedankenreise – zum Beispiel durch das vergangene Jahr. Also sollte er 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 den Inhalt und Ablauf der Rede, planen.

Welche Beziehung besteht zwischen den Zuhörern? Kennen sie sich gut oder treffen 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 diese kann der Redner sich beziehen. Sehen Sie sich hingegen nur einmal im Jahr, muss er auf andere Elemente zurückgreifen, um ihr Ohr zu finden. Zum Beispiel die Entwicklung in der Branche. Oder die gemeinsamen Befürchtungen aufgrund der aktuellen Eurokrise.

Eine Rede sollte drei wichtige Kernbotschaften enthalten: Die Arbeitsplätze sind sicher.

Das Unternehmen sieht einer rosigen Zukunft entgegen. Und, ganz wichtig: Alles ist dem Einsatz der Mitarbeiter zu verdanken.

Ganz wichtig sind Beginn und Schluss der Rede. Wie aufmerksam das Publikum zuhört, hängt weitgehend vom Einstieg ab. Gute Einstiege sind Anekdoten. Die gute Rede braucht einen dramaturgischen Aufbau. Alles sollte auf ein großes Finale zustreben, das dem Publikum im Gedächtnis bleibt – ähnlich wie bei einem Feuerwerk.

TO DO

- Kurze Sätze
- Nicht mehr als 10 Minuten
- Möglichst frei sprechen
- Aktive und bildhafte Sprache
- Persönliche Ansprache
- Mit Humor würzen
- Blickkontakt suchen
- Lautes Üben vor dem Spiegel

Ingo Vogel ist Verkaufs- und Rhetorik-Trainer. Er ist Autor der Bücher „So reden Sie sich an die Spitze“ sowie „Top Emotional Selling: Die 7 Geheimnisse der Spitzenverkäufer“. E-Mail: info@ingovogel.de.

