

Wie Sie Ihre Rede (und Ihr Publikum) zum Leben erwecken

Ob Sie Ihrem Team nach einem erfolgreichen Projekt doch nur schnell ein paar Dankesworte aussprechen wollen oder einen halbstündigen Vortrag planen. Wann immer Sie in der Öffentlichkeit den Mund öffnen, halten Sie eine Rede. Und wann immer Sie eine Rede halten, sollten Sie sich gründlich vorbereiten. Ich kann Ihnen versichern: Der Aufwand lohnt sich. Denn jede Redesituation stellt Sie in den Mittelpunkt des Geschehens und führt dazu, dass Ihre Umwelt Ihre Fähigkeiten als Führungspersönlichkeit und Motivator beurteilt.

Jede Rede ist eine Chance, die Sie mit der richtigen Vorbereitung souverän nutzen können, um sich und Ihre Fähigkeiten ins beste Licht zu rücken und um Ihre Mitarbeiter oder Mitmenschen von Ihren Zielen zu begeistern.

Übrigens: Selbst die größten Redner waren sich nicht zu schade dafür, gerade die kürzesten Reden gründlich zu präparieren.

Winston Churchill, britischer Staatsmann und Literaturnobelpreisträger und obendrein ein begnadeter Redner, sagte einmal: *„Am meisten Vorbereitung kosten mich immer meine spontan gehaltenen, improvisierten Reden.“*

Und der amerikanische Schriftsteller Mark Twain bekannte: *„Um eine gute improvisierte Drei-Minuten-Rede zu halten, benötige ich mindestens drei Tage.“*

Lesen Sie auf den nächsten Seiten, wie Sie dafür sorgen, dass jede Ihrer Reden – die knappen genauso wie die umfangreichen – ein Volltreffer wird und Ihr Publikum mitreißt.



Espresso für Ihre Rede: Der gelungene Einstieg

Die ersten zwei, drei Minuten einer Rede sind wie der beste Sendeplatz im Fernsehprogramm. Sie sind sehr kostbar. Es ist die einzige Zeitspanne Ihrer Rede, in der Ihnen die ungeteilte Aufmerksamkeit des Publikums gewiss ist. Danach müssen Sie sich die Aufmerksamkeit verdienen.

Es ist Ihre Probezeit. Das Publikum will Sie kennen lernen. Es will herausfinden, ob Sie qualifiziert genug sind, um zum Thema zu sprechen und schätzt ihr Unterhaltungspotenzial ein. Jeder Zuhörer stellt sich mindestens unterbewusst die Frage, ob Sie in der Lage sind, sein Interesse auch längerfristig zu fesseln. Wenn Sie schon zu Anfang langweilen, werden Ihre Zuhörer ihre Aufmerksamkeit umgehend auf andere Dinge lenken – das wichtige Meeting am nächsten Morgen, den ärgerlichen Streit mit der Partnerin, die unbeantworteten E-Mails in der Inbox im Büro – oder einfach abschalten. Wenn Sie Ihre Probezeit bestehen, hört man Ihnen dagegen gerne zu.

Nutzen Sie diese ersten Augenblicke, um Ihre Zuhörer bei den Ohren zu packen.

Ein guter Opener kann viel erreichen. Er kann ...

1.) ... Rapport zwischen Ihnen und Ihrem Publikum herstellen.

D.h. der Opener kann betonen, dass Sie und Ihr Publikum „im gleichen Team spielen“, eine Ansicht oder ein Interesse teilen. Als John F. Kennedy sein Westberliner Publikum im geteilten Berlin mit einem „Ich bin ein Berliner“ begrüßte, drückte er seine Solidarität aus – und wurde jubelnd empfangen.

2.) ... den Ton der Rede setzen.

Das Publikum bekommt ein Gefühl dafür, was er von der folgenden Rede erwarten kann. Und kann sich seelisch und moralisch z.B. auf eine entspannte, ernsthafte, informelle oder formelle Rede vorbereiten. Wer humorvoll beginnt, teilt dem Publikum mit, dass die folgende Rede – selbst wenn sie ernste Themen behandelt – nicht ohne leichter verdauliche Momente sein wird.



3.) ... geschmeidig ins Redethema führen.

Ein Opener weckt Ihr Publikum nicht nur auf. Er nimmt Ihr Publikum auch an der Hand und führt es aus der Alltagswelt in die thematische Welt Ihrer Rede. Ihr Opener sollte deswegen einen thematischen Bezug zum Thema schaffen, selbst wenn er mit einem Kontrast oder einer Analogie arbeitet.

Lassen Sie es mich auf einen Punkt bringen: Mit einem kraftvollen Opener rütteln Sie ihr Publikum wach und bringen es auf Ihre Seite. Er ist wie ein starker Espresso. Macht wach und hält wach.

Drei Arten von Openern begeistern immer. Egal zu welchem Publikum oder zu welchem Thema Sie sprechen werden:

Die Anekdote

Eine Anekdote ist eine kurze und ungewöhnliche oder amüsante Erzählung über eine Begebenheit oder eine Person. Richtig gewählt, kann sie Ihnen helfen, Ihren Redeneinstieg lebendiger und interessanter zu gestalten. Und sie kann Ihnen helfen, ein abstraktes oder trockenes Thema zu personalisieren, damit es vor Ihrem Publikum zum Leben erwacht.

Die Anekdote kann aus dem Fundus Ihrer eigenen Erinnerungen stammen oder das Erlebnis einer anderen Person thematisieren.

Damit Ihre Anekdote wirklich zu Ihrer Rede passt, sollte sie fünf Kriterien erfüllen:

- 1.) Sie muss wahr oder zumindest glaubwürdig sein.
- 2.) Sie muss sich mit dem Thema der Rede oder der Veranstaltung in Einklang bringen lassen.
- 3.) Sie muss wirklich interessant oder amüsant sein (Kleiner Tipp: Testen Sie Ihre Anekdote).
- 4.) Sie muss für Ihr Publikum einfach nachvollziehbar sein.
- 5.) Sie muss zu Ihrer Rede passen, d.h. sie muss ein Argument oder Aspekt illustrieren oder logisch darauf hinführen.

Die Analogie

Ihr Thema ist sehr komplex und abstrakt und Sie fürchten, Ihr Publikum versteht nur Bahnhof?

Raufen Sie sich nicht die Haare aus. Suchen Sie nach einer passenden Analogie spielen Sie das Spiel mit dem Beispiel. Mit dem passenden Vergleich malen Sie ein Bild vor dem inneren Auge Ihres Publikums und ziehen es in Ihren Bann – und in Ihre Rede.

Sie befürchten, keinen passenden Vergleich zu finden?

Ich kann Ihnen versprechen: Wenn Sie es wirklich versuchen, werden Sie einen Weg finden, selbst die unterschiedlichsten Dinge wirkungsvoll zu vergleichen.

Als ich meiner Großmutter vor einigen Jahren ihren Computer eingerichtet habe, wurde in meiner Erklärung aus der Festplatte ein Büro mit Aktenordnern in Aktenschränken und Regalen, in denen Geräte und andere Hilfsmittel liegen, die ihr bei der Arbeit helfen würden. Und der Arbeitsspeicher wurde zu einem Schreibtisch, auf dem die tatsächliche Arbeit stattfand. – Der Computer hat sich während meiner Erklärung vor ihren Augen von der unverständlichen, latent bedrohlichen grauen Kiste in ein nützliches Arbeitsgerät verwandelt.

Seien Sie offen. Seien Sie mutig. Vergleichen Sie Äpfel mit Birnen. – Diese Art von Kreativität lässt sich erlernen. Wirklich.

Der Effekt-Opener

Reden sind audio-visuelle Erlebnisse. Ihr Publikum will nicht nur zuhören, es will auch optisch etwas geboten bekommen. In den meisten Reden beschränkt sich die visuelle Komponente leider allzu oft auf eine eher lieblos zusammengestellte Powerpoint-Präsentation.



Dabei ist es so leicht, Ihrem Publikum etwas mehr Spannung und Drama zu bieten:
Beginnen Sie Ihre Rede effektiv – beginnen Sie Ihre Rede mit einer Requisite.

Es gibt drei Möglichkeiten zur effektvollen Verwendung von Requisiten:

- 1.) Die Requisite kann Ihre Analogie illustrieren. Ein Beispiel: Sie stellen auf einer Tourismus-Börse einen Memory-Stick vor, auf dem sich Software für ein Navigationssystem befindet. Sie können sagen, diesen kleinen Stick zu besitzen, ist genauso als könnte man sich 10 Kilogramm Routenplaner in die Hosentasche stecken. Sie können aber auch eine Schubkarre voller Routenplaner vorfahren und dann den daumenlangen Stick dagegen halten.
- 2.) Ihre Requisite kann sinnbildlich sein. Ein Beispiel: Sie wollen Ihr Team zusammenschweißen, damit es sich gegen die Konkurrenz besser behaupten kann. Sie können die Vorteile erläutern, die ein größerer Zusammenhalt mit sich bringt. – Sie können aber auch ein paar Stäbe nehmen und erst einen einzelnen Stab zerbrechen – das wird Ihnen ohne Probleme gelingen. Und dann können Sie ein Bündel Stäbe nehmen – diesmal wird es Ihnen sehr viel schwerer fallen oder gar nicht gelingen, die Stäbe zu zerbrechen.
- 3.) Wenn Sie über einen tatsächlichen Gegenstand sprechen, kann dieser Ihre Requisite sein. Ein Beispiel: Stellen Sie sich vor, Sie sind auf einer Gastro-Messe und wollen Ihrem Publikum in einer Präsentation unzerbrechliches Keramikgeschirr vorstellen. Sie können dies natürlich ausführlich beschreiben. – Sie können aber auch einen Teller dramatisch und mit Wucht auf den Boden werfen.

Für welche Art Opener Sie sich auch entscheiden. Er sollte so leichtfüßig daher kommen, als wäre er Ihnen beim Gang zum Podium spontan in den Kopf gekommen. Deswegen müssen Sie ihn planen, einüben und polieren, bis er glänzt.

Testen Sie ihn an einem Kollegen, einer guten Freundin, Ihrem Partner. Es wird sich lohnen. Denn ein guter Opener ist immer eine gute Voraussetzung (wenn auch kein Garant) für eine gute Rede. – Ein schlechter Opener läutet dagegen fast immer eine schlechte Rede ein.

Wie sieht ein schlechter Opener aus?

Ich verrate Ihnen 5 Einstiege, die Sie besser vermeiden oder: Wie Sie Ihr Publikum von Anfang an garantiert einschläfern:

- Mit einem „Können Sie mich hören?“ gegen das Mikrofon klopfen – Der Soundcheck sollte beim Redeneinstieg hinter Ihnen liegen
- Warnungen a la „Ich bin kein geübter Redner.“ – Das Publikum wird sonst nach Schwächen Ausschau halten
- Dasselbe gilt für negative Aussagen über Ihre Rede, auch wenn Sie es scherzhaft meinen
- Insider-Scherze, die nur ein paar Personen im Publikum verstehen – Es sollte absolutes Tabu sein, Teile des Publikums auszuschließen
- Taktlose Erwiderung auf Ihre Ankündigung durch den Veranstalter – Niemand schenkt arroganten Menschen bereitwillig seine Aufmerksamkeit

Jetzt sind Sie dafür gewappnet, einen Espresso-Opener vorzubereiten. Einen, der Ihr Publikum aufweckt und wach hält.

Übrigens. Ein mitreißender Opener kann ein Wundermittel gegen Ihre anfängliche Nervosität sein. Sie werden überrascht sein, wie entspannend eine Reaktion vom Publikum – und sei es nur ein zustimmendes Kopfnicken – gleich zu Anfang Ihrer Rede wirken kann.



Sie wünschen sich ein paar passende Sätze, die Sie einfach in Ihren Redenanfang integrieren können?

Hier sind sie:

„In dieser feinen Gesellschaft zu sein, wird sich mit Sicherheit positiv auf mein Image auswirken. Und ich hoffe sehr, dass es Ihrem Image nicht allzu abträglich ist.“

„Ich fühle mich ein wenig wie der Sohn des arabischen Scheichs, der von seinem Vater ein großzügiges Geburtstagsgeschenk bekam. Nachdem der Vater sein Geschenk präsentiert, lässt er ihn allein. – Nach einer Weile bemerkt er, dass der Sohn immer noch wie angewurzelt vor der Haremstür steht. „Was ist denn los, Sohn?“ fragt der Scheich. „Weißt du nicht, was du tun sollst?“ „Das ist es nicht, Vater,“ entgegnet der Sohn daraufhin, „Ich weiß nur nicht, wo ich anfangen soll.“ Das Thema, über das ich heute sprechen möchte ist so breit gefächert, dass ich ebenfalls beinahe nicht wusste, wo ich anfangen sollte. – Glücklicherweise nur beinahe.“

„Wenn Sie sich fragen, was Sie von meiner Rede erwarten sollen, möchte ich Salvador Dali zitieren, der einmal sagte: „ich werde mich so kurz fassen, dass ich schon beim Ende angekommen bin.““

„Viele von Ihnen werden sich wundern, warum ich vor Ihnen stehe. Ehrlich gesagt, frage ich mich das auch.“

„Ich erinnere mich an einen Redner, der einmal gefragt wurde, wie seine Rede beim Publikum ankam. Er sagte, „Tja, ich weiß es nicht. Aber zumindest ist niemand aufgestanden und verschwunden, wie die Socken in meiner Waschmaschine.“ – Ich hoffe, dass ich am Ende meiner Rede dasselbe sagen kann.“

„Es ist schmeichelhaft, vor einem Publikum wie Ihnen eine Rede zu halten. Es macht mich jedoch sehr nervös, dass wir gerade von einem so reichhaltigen Dinner (oder Mittagessen) kommen. Aber es hilft nichts, es ist die Stunde der Wahrheit: Werde ich ein gut gesättigtes Publikum noch eine knappe halbe Stunde wach halten können?“

„Ich freue mich über diese schmeichelhafte Vorstellung. Aber ich werde nicht vergessen, dass ein weiser Mann einst schrieb: derjenige, der sich auf seinen Lorbeeren ausruht, trägt sie an der falschen Stelle.“

„Das Thema, über das ich sprechen werde, ist so faszinierend und facettenreich, dass ich stundenlang darüber sprechen könnte. Ach, was sage ich: Tagelang! Aber ich verspreche Ihnen: Ich werde Ihnen dies nicht antun.“



René
Borbonus



Die überzeugende Kommunikation beschäftigt René Borbonus schon seit seiner Ausbildung: Der gelernte Bankkaufmann war zwei Jahre lang für die Werbung und Öffentlichkeitsarbeit der viertgrößten deutschen Sparkasse tätig.

Im Anschluss entschied er sich für ein Studium der Germanistik, Politik und Psychologie an der Universität Bonn. Sein starkes Interesse an der Wissensvermittlung mündete 1997 in einer professionellen Trainerausbildung, bei der er sich mit Konfliktmanagement, Moderation und Methoden zur strategischen Erfolgsplanung befasste. Sein Talent zur freien Rede perfektionierte er unter Anleitung namhafter Rhetorikspezialisten.

Heute gibt er selbst seine Rhetorik-Kenntnisse als Coach und Redebereiter an seine Kunden weiter. In seinen oft prominent besetzten Rhetorik-Trainings und Redecoachings finden sich unter anderem Abgeordnete des Deutschen Bundestages und Vorstandsmitglieder bekannter Unternehmen. Nicht nur beim Redeuell und bei der Gesprächsführung hat René Borbonus eine sportliche Einstellung: Er spielt in einem großen Verein wettkampforientiertes Mannschafts-Tischtennis.

Die Frage, welche Elemente einen Menschen überzeugend machen und wie er seine Anliegen am besten aufbereitet, um andere für sich zu gewinnen, ist ein wichtiger Schwerpunkt seiner Arbeit. Gerade in verantwortungsvollen beruflichen Positionen kommt es auf die Fähigkeit an, sich selbst mit einem Thema angemessen präsentieren können und die Zuhörer durch stimmige verbale und nonverbale Kommunikation mitzureißen. Und genau dabei möchte er seine Teilnehmer unterstützen!

René Borbonus

St. Barbara-Straße 36
56412 Ruppach-Goldhausen

tel 0 26 02/98 80 93 · fax 0 26 02/99 80 94
rene.borbonus@communico-online.de