



René  
Borbonus

# Die Kraft der Rhetorik

“ Eine gute Rede  
hat einen guten Anfang  
und ein gutes Ende,  
und beide sollten möglichst dicht  
beieinander liegen. ”

(Mark Twain)

Um den Weg in die Wahrnehmung der Zuhörer zu finden und Spuren zu hinterlassen, braucht Rede vor allem eines: Ordnung und Struktur.

In der zweiten Phase – der Dispositio – geht es nun also darum, die Ideen aus der Inventio in eine logische Abfolge zu bringen, die folgende fünf Anforderungen erfüllt:

1. Interesse wecken
2. Sagen, worum es geht
3. Begründen und Beispiele bringen
4. Fazit
5. Auffordern zum Handeln

Struktur ist ein Qualitätssurrogat: Erwiesen ist, dass die Aufmerksamkeit der Zuhörer höher ist, wenn diese die Ordnung hinter unseren Gedanken erkennen.

Die Dispositio unterscheidet drei Redeteile und empfiehlt die Gewichtung:

Einleitung

3-gliedriger Hauptteil

Schluss

## REDEEINSTIEG

Wenn wir mit einer Rede unser Publikum bewegen und vielleicht sogar begeistern wollen, brauchen wir die volle Aufmerksamkeit unserer Zuhörer – am besten von Anfang an. Ein spannender und stimulierender Einstieg ist hierfür das optimale Mittel. Monotone und schon oft gehörte Floskeln sind hier jedoch völlig ungeeignet. „Ich freue mich, dass Sie so zahlreich erschienen sind...“ – damit werden Sie sicher niemanden in Ihren Bann ziehen. Der Zuhörer wird Ihnen nur dann seine ganze Aufmerksamkeit schenken, wenn er sich nicht schon von vornherein langweilt.

Vermutlich haben auch Sie schon vom Phänomen des ersten Eindrucks (Primacy-Effect) gehört. Die besondere Bedeutung des ersten Eindrucks zeigt bereits die Vielzahl der entsprechenden Zitate zum Thema: „Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance.“ – „Der erste Eindruck ist der beste.“ usw. In der Psychologie gilt es als bewiesen, dass schon ein kurzer Augenblick genügt (also Sekunden oder sogar Sekundenbruchteile), um einen ersten Eindruck vom Gegenüber zu erhalten. Das so entstandene Bild wird durch die so genannte „sich selbst erfüllende Prophezeiung“ noch verstärkt und manifestiert. Wird der erste Eindruck verpatzt, lässt sich das negativ eingeprägte Bild später nur schwerlich wieder korrigieren.

Und warum sollte das nun ausgerechnet in einer Redesituation anders sein? Natürlich gilt die Macht des ersten Eindrucks auch hier, dieser entsteht durch die gesamte Atmosphäre vor Beginn einer Rede und bereits mit Ihren ersten Worten.

Wenn der Einstieg in eine Rede eher konventionell und damit vielleicht sogar langweilig ist, erwarten Ihre Zuhörer einen ebenso eintönigen und wenig prickelnden Redebeitrag. Den hervorgerufenen Erwartungen entsprechend wird das Publikum seine Aufmerksamkeit und die Bereitschaft konzentriert hinzuhören verteilen. Die Aufmerksamkeitsreserven des Publikums sind zu Beginn einer Rede noch unverbraucht und damit am größten. Anfangs liegt noch eine spannende Erwartung in der Luft. Wer nun schon zu Beginn auf die Bremse tritt, darf für den weiteren Verlauf kaum mehr auf gespitzte Ohren hoffen. Wenn Sie also gehört werden wollen, Ihre Ziele erreichen und mit der Rede wirklich ankommen wollen, gilt es, gerade den Einstieg – das Entree – besonders sorgfältig vorzubereiten.



**Buchung & Information:**

## Wie Sie Ihre Zuhörer einschläfern...



Hier einige Beispiele für spröde Floskeln, mit denen Sie Ihr Publikum schon zu Beginn einer Rede garantiert narkotisieren:

Meine Damen und Herren, vielen Dank für die Einladung zu diesem Forum. Ich habe mich sehr darüber gefreut und bin gerne hier...

Sehr geehrte Anwesende. Ich freue mich, dass Sie so zahlreich erschienen sind...

Verehrte Damen und Herren, bevor ich zum Thema des heutigen Abends komme, lassen Sie mich kurz...

Mit solchen Einstiegsworten erreichen Sie bei Ihren Zuhörern nichts anderes als Desinteresse und fade Langeweile – und schon haben Sie nicht nur die Gunst des Publikums verspielt, sondern direkt auch die Chance, die Aufmerksamkeit gebündelt auf sich zu lenken.

Grundsätzlich gilt: Beginnen Sie niemals mit einer Entschuldigung! Tatsächlich muss ich es jedoch oft erleben, dass Reden auf eben diese Art beginnen. Hierbei kursieren direkt mehrere abschreckende Varianten, bspw.:

Leider hatte ich nicht genügend Zeit, mich auf diese Redesituation gründlich vorzubereiten.

Ich mache das heute zum ersten Mal.

Toll, dass ich vor so vielen Menschen sprechen darf, aber nervös macht mich das schon.

Derartige Redeeröffnungen sind selbstverständlich Gift für alle Vorträge und völlig fehl am Platz. Sie erreichen damit nur, dass sich Ihre Zuhörer auf Ihre Schwächen fokussieren. Wenn ich erwarte, dass jemand vor Nervosität Fehler macht, dann werde ich meine Wahrnehmung unbewusst auf genau diesen Makel ausrichten und geradezu zwangsläufig auch auf Fehler stoßen (wieder ganz nach dem Prinzip der sich selbst erfüllenden Prophezeiung).

## Viele Wege führen nach Rom – So geht es

Für einen guten Redeeinstieg gibt es zunächst zwei sehr wesentliche Dinge zu beachten:

Der Einstieg sollte die Zuhörer neugierig auf das machen, was noch kommt.

Mit den ersten Worten wird das eigentliche Thema eingeleitet.

Beim Redeeinstieg geht es also längst nicht nur um Effekthascherei – die ersten Worte sind Bestandteil der systematischen Struktur einer jeden Rede.

Die Eröffnung geht dabei nahtlos in den Hauptteil der Rede über. Noch besser ist es, wenn er einen stichhaltigen Bezug zum Redeziel liefert. Alles Althergebrachte und allzu Konventionelle sollte gerade zu Beginn vermieden werden. Verzichten Sie bspw. ganz einfach auf förmliche Begrüßungsrituale, langwierige Beschreibungen des Verlaufs, auf ausufernde organisatorische Hinweise und ebenfalls auf detaillierte Selbstvorstellungen.



## „Entdecke die Möglichkeiten...“!

An den Einstieg gibt es zwei wesentliche Ansprüche: Er soll unkonventionell sein - aber sachzentriert.

Im Folgenden möchte ich Ihnen fünf effektive Wege vorstellen, das Publikum an Ihr Thema heran zu führen und für sich zu gewinnen:

1. Bildhafter Einstieg
2. Anekdoten
3. Zahlen, Daten, Fakten
4. Zitate
5. Demonstration
6. Abstimmungsfrage

## 1. Der bildhafte Einstieg

Beginnen Sie Ihren Vortrag möglichst plastisch – und zumindest große Teile des Publikums werden Ihnen sofort erhöhte Aufmerksamkeit schenken und konzentrierter zuhören. Eine anschauliche Sprache bringt das Gehirn auf Trab und sorgt für Abwechslungsreichtum. Ein Beispiel: Vor einiger Zeit war ich Zuhörer eines Vortrages zum sehr theoretischen Thema Privatisierung. Der Strategieberater Peter Schröder startete seinen Vortrag mit der Frage: „Warum gibt es so viele Kühe und so wenig Wale?“ Die Antwort: „Weil Kühe jemandem gehören!“. Das Publikum war aufgrund des intelligenten und doch einfachen Bildes wie elektrisiert. Ein brillanter Einstieg!

Hiermit machen Sie Ihre Zuhörer neugierig und können Ihr Thema nachhaltig in den Köpfen der Menschen verankern. In unzähligen Publikationen lassen sich packende bildhafte Geschichten finden, die zu allen möglichen Themen passen – lassen Sie sich also von der Lektüre inspirieren.

## 2. Anekdote

Eine Anekdote ist eine kurze und ungewöhnliche oder amüsante Erzählung über eine Begebenheit oder eine Person. Richtig gewählt, kann sie Ihnen helfen, Ihren Redeeinstieg 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.

### 3. Der Einstieg über Zahlen, Daten, Fakten

Besonders seriös und glaubwürdig wirkt der Einstieg mit themenrelevanten Zahlen, Daten und Fakten. Schneller und nachhaltiger können Sie Ihre Kompetenz kaum unter Beweis stellen.

Gleichzeitig wird das Thema für Ihr Publikum anschaulicher, fassbar – Probleme werden auf den Punkt gebracht. Dabei gehen Prozentzahlen nicht so sehr ins Gefühl wie absolute Zahlen. Besser ist es also beispielsweise von 4,5 Milliarden Menschen weltweit zu sprechen als von  $\frac{2}{3}$  der Weltbevölkerung.

## 4. Der Einstieg mit einem Zitat

Nutzen Sie die Aura berühmter Persönlichkeiten. Der Fundus brillanter Zitate und Aphorismen ist unerschöpflich. Viele Zitate sind hervorragend geeignet, um mit dem Einstieg eine gute Redeatmosphäre zu schaffen. Außerdem ist hierfür nicht einmal sehr viel Vorbereitungszeit notwendig.

Geeignete Zitate-Sammlungen gibt es viele, und auch das Internet bietet eine Fülle guter und leicht nutzbarer Recherchemöglichkeiten. Wenn ich beispielsweise Vorträge zum Thema Rhetorik halte, bevorzuge ich zuweilen den Einstieg über ein originelles Zitat. Doch Vorsicht: Da Sie mit Gänsen schlecht über Weihnachten reden können, sollten Sie genau überlegen, ob das Zitat (und vor allem der Urheber) zur Zielgruppe und zum Thema passt. Im genannten Fall konnte ich mit Ciceros „Dichter werden geboren – Redner werden gemacht“ sicher nichts verkehrt machen. Allerdings verpufft schließlich auch die stimulierende Wirkung der besten Zitate, wenn sie allzu inflationär eingesetzt werden. Der mit Zitaten überhäufte Zuhörer könnte sich bald fragen, ob es vielleicht an mangelnder Erfahrung oder Kompetenz liegt, dass der Redner ständig auf Autoritäten zurückgreift.

[www.zitate.de](http://www.zitate.de)

[www.wikiquote.de](http://www.wikiquote.de)

## 5. Der Einstieg über 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.

## 6. Einstieg durch einen Bezug

Eine ausgezeichnete Hilfe für jeden Redner und Redenschreiber ist das bei Harenberg erschienene Lexikon „Was geschah am...“. Hier treffen Sie zum Beispiel auf bedeutende Ereignisse, die am selben Tag Ihrer Rede in der Vergangenheit stattgefunden haben. Wenn Sie also am 11. Mai eine Rede halten, dann finden Sie hier historische Begebenheiten, die Sie in Ihre Rede einbauen können. Außerdem sind umfangreiche Angaben über Geburtstage von berühmten Persönlichkeiten im Lexikon enthalten.

Auch solche Daten lassen sich gut für einen gelungenen Redeeinstieg verwenden. Zu fast jedem Thema kann ein Geburtsdatum einer entsprechenden Persönlichkeit, die repräsentativ für Ihr Thema steht, gefunden werden. Mit dem Bild einer solchen Person, einer interessanten Anekdote usw. erhalten Sie so die Grundlage für einen plastischen und ungewöhnlichen Einstieg in Ihre Rede.

## 7. Demonstration

Nutzen Sie den „Königsweg der Stimulanz“: die Demonstration.

Es hat sich als besonders fesselnd ist ein Einstieg, der nicht mit Worten, sondern mit einer (ungewöhnlichen) Handlung beginnt.

Gegenstände auf der Bühne erwecken immer die Aufmerksamkeit des Publikums. Was hat er da? Was macht er damit? – Mit einem Gegenstand können Sie eine perfekte Einleitung zu bestimmten Thesen Ihrer Rede herstellen. In einem Seminar habe ich Folgendes erlebt: Ein Politiker wollte über den kritischen Zustand seiner Partei sprechen und leitete seine Thesen mit einem Klebestift ein. Seine Worte dazu waren: „Dieser Klebestift erinnert mich an den aktuellen Zustand meiner Partei – wenn die Basis durchdreht, hebt die Spitze ab.“ Bestimmt finden auch Sie geeignete Gegenstände oder Dinge, mit denen Sie ähnlich gut einsteigen können. Analogien lassen sich mit ein wenig Kreativität leicht entwickeln.

Sobald etwas geschieht, ohne dass es erklärt wird, bündeln wir damit die Aufmerksamkeit unserer Zuhörer ganz automatisch. Hans-Olaf Henkel zum Beispiel zerriss bei seiner Dankesrede (Cicero Rednerpreis 2001) sein Redemanuskript. Diese Handlung zu Beginn führte dazu, dass alle Zuhörer ganz gespannt und mit voller Konzentration den Taten und schließlich auch den Worten von Herrn Henkel folgten. Ein Redner, der über Kosteneinsparung spricht und einen Geldschein auf der Bühne verbrennt, bekommt mehr Aufmerksamkeit als durch einleitende Worte. Dieses Phänomen beweist sich immer wieder.

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 Keramik-Geschirr vorstellen. Sie können dies natürlich ausführlich beschreiben. – Sie können aber auch einen Teller dramatisch und mit Wucht auf den Boden werfen.

## 8. Abstimmungsfrage

Es ist nicht leicht, die Aufmerksamkeit des Publikums zu Beginn einer Rede für sich zu gewinnen. Sehr wirksam ist es, die Zuhörer zu involvieren – so etwa mit einer Abstimmungsfrage:

„Wer von Ihnen...?“

Die Frage muss positiv formuliert sein (keine Verneinung!) und in der Art, dass sich das Publikum durch einfaches Handheben positionieren kann. Wichtig ist, dass Sie eine Frage formulieren, bei der Sie die Reaktion des Publikums einschätzen können. Schließlich soll das Ergebnis der „Umfrage“ zu Ihrer Argumentation passen.

## HAUPTTEIL

Bei einer Rede geht es darum, sowohl inhaltlich als auch hinsichtlich der stilistischen Aspekte des Vortrags zu überzeugen. Ob dieses Ziel erreicht wird, liegt dabei immer beim Redner selbst. Ein wichtiger Aspekt ist hier die Stichhaltigkeit der Argumentation: Mit ihr wird an entscheidender Stelle – nämlich im Hauptteil der Rede – die notwendige Überzeugungsarbeit geleistet. Gute und nachvollziehbare Argumente sind das Fundament einer jeden gelungenen Rede, sie machen die eigenen Thesen für andere plausibel und erhöhen die Aufmerksamkeit der Zuhörer. Wenn Sie es verstehen, überzeugende Argumente anzubringen, diese in eine schlüssige Struktur einzubetten und obendrein noch eine lebhaft Sprache zu verwenden, werden Sie auch bei Ihren Zuhörern den gewünschten Eindruck hinterlassen.

Im Mittelteil Ihrer Rede, der inhaltlich die zentralen Punkte behandelt und auch schon rein quantitativ den Hauptteil bildet, sind einige wichtige Grundsätze zu beachten. Für eine überzeugende Rede braucht es immer plausible Argumentationsketten, einen wohl strukturierten Spannungsbogen sowie für den Zuhörer verständliche und gut einprägsame Worte. Die Überzeugungskraft Ihrer Rede basiert demnach auf drei tragenden Säulen: Ihren Argumenten, Ihrer Redestruktur und Ihrem Rede-Stil.

Für eine stichhaltige Begründung Ihrer Thesen stehen verschiedene Argumentationsarten zur Verfügung, von denen ich Ihnen hier die gängigsten vorstellen möchte:

## 1. Fakten, Fakten, Fakten

### Argumentieren mit Statistiken und Studien

Das faktenbezogene Argument ist in unserem Alltag sehr verbreitet. Für ein Rauchverbot werden bspw. Studien über das Gesundheit gefährdende Passivrauchen ins Feld geführt; für die Diskussion um die Mehrwertsteuer müssen Diagramme herhalten, die den Steuersatz im Vergleich zu anderen Staaten zeigen usw. Besonders im politischen Diskurs sind Zahlen, schematische Vergleichsdarstellungen, diverse Instituts-Veröffentlichungen, empirische Erhebungen etc. allgegenwärtig.

Für diese Form des Argumentierens spricht, dass Sie Ihre Beweisführung im wahrsten Sinne des Wortes mit nachprüfbar Fakten untermauern können: Schaut her, ich habe es schwarz auf weiß! Sie können sich hiermit auf das Prestige namhafter Institute und die Forschungsergebnisse allgemein anerkannter Untersuchungen berufen.

Derartige Fakten vermitteln Kompetenz und ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit, außerdem sind sie – zumindest auf den ersten Blick – kaum widerlegbar. Auf der anderen Seite ist nicht immer gesagt, dass Studien etc. auch tatsächlich auf die von Ihnen angesprochene Situation übertragbar sind. (Vielleicht gibt es Raucherzimmer, Rauchmöglichkeiten im Freien etc. – und schon werden eigentlich korrekte Aussagen zum Passivrauchen für die tatsächliche Situation eigentlich irrelevant.) Auch kann eine Quelle durchaus fragwürdig sein oder es gibt andere Studien, die genau das Gegenteil belegen. Manche Zuhörer halten es gar mit Churchill, der den berühmten Satz sprach:

„Ich traue nur der Statistik, die ich selbst gefälscht habe.“

## 2. Ich muss es wissen, ich habe es selbst erlebt

### Argumentieren mit persönlichen Erfahrungen

Wenn ich zum Beispiel behaupte, der Euro hätte alles teurer gemacht, dann kann ich diese These natürlich damit stützen, dass ich von meinen persönlichen Einkaufserfahrungen berichte. Eine persönliche Erfahrung ist kaum zu widerlegen, denn die Person hat es ja tatsächlich erlebt.

Diese Form der Argumentation wird meist als sehr authentisch und echt erlebt. Auf der anderen Seite stellt sich auch hier wieder die Frage, inwieweit das Erlebte auf andere Situationen übertragbar ist und ob es nicht auch andere Erfahrungen geben kann. Außerdem ist diese Form der Beweisführung natürlich auch eng an die jeweilige Person gebunden. Ist der Redner nicht glaubwürdig, so ist auch das Argument nicht glaubwürdig, während ein charismatischer Redner auch mit sehr subjektiven Eindrücken überzeugen kann.

### 3. Der Kaiser hat's gesagt

#### Argumentieren mit Experten und Autoritäten

Expertenmeinungen und Aussagen möglichst unanfechtbarer Autoritäten sind immer ein sehr beliebtes Mittel, um die Stichhaltigkeit eigener Thesen zu belegen. Da werden Wissenschaftler, Wirtschaftsleute, unterschiedlichste Experten und Kenner ins Feld geführt, um unserer Rede mit dem Wissen eindeutig Sachverständiger zu würzen. Solche Argumentationen eignen sich oft ganz wunderbar, wenn die zitierte Person über ein hohes Ansehen verfügt und obendrein tatsächlich für das Thema steht. Problematisch ist diese Strategie, wenn die Autorität nicht zum Thema oder zur Zielgruppe passt. Also auch hierbei ist Vorsicht geboten: Denn das Expertenwissen eines bestimmten Fachgebietes lässt sich nicht ohne Weiteres auf andere Bereiche übertragen.

## 4. Ein guter Hocker hat mindestens drei Beine

### Die Mischung macht's

Die Spannweite der Argumentationsmethoden ist sehr vielfältig. Neben den bereits genannten Arten, um unsere Aussagen argumentativ hervorzuheben, lässt sich bspw. noch mit Werten und Normen argumentieren oder wir können uns auf die Logik berufen usw. Wichtig ist vor allem jedoch, bewusst zu erkennen, dass jedes Argument sowohl seine Stärken als auch Schwachpunkte haben kann. Wenn Sie sich also auf Ihre Rede vorbereiten, dann verlassen Sie sich bitte nicht auf eine einzige Art von Argumenten. Unterschiedliche Menschen lieben verschiedene Argumente.

Machen Sie sich also daher Gedanken, ob und wie Sie ein größeres Variantenreichtum bei Begründungen einsetzen können. Auf diese Weise wirken Sie überzeugender und gleichzeitig wird Ihre Rede lebhafter und spannungsreicher.

## 5. Früher, heute, morgen

### Eine gute Struktur überzeugt

Nur mit einer klaren, prägnanten und insgesamt verständlichen Rede lassen sich die Zuhörer wirklich überzeugen. Daher benötigen Sie eine gute Struktur – ein wohl bedachter Aufbau sorgt dafür, dass Ihre Argumente und Botschaften im Zusammenhang stehen und so verständlich beim Zuhörer ankommen. Verschiedene Gliederungselemente können Ihnen bei der Strukturierung einer Rede sehr hilfreich sein: Logik ist meines Erachtens ein sehr starkes Gliederungselement, weil sie (wenn tatsächlich folgerichtig eingesetzt) den Zuhörer wie ein Magnet zum Redeziel zieht.

Sie machen Logik hörbar mit allen Konjunktionen, wie zum Beispiel: Wenn..., dann...; nicht nur..., sondern auch; daraus folgt; damit; indem; weil usw.

Außerdem bietet sich eine numerisch aufzählende Gliederung an (erstens, zweitens, drittens). Benutzen Sie auch ruhig diese Worte, sie machen das Zuhören leichter und zeigen eindeutig, wann ein Punkt beendet ist und wann der nächste beginnt. In einem geschriebenen Text würden Sie ja auch übersichtliche Abschnitte setzen, in Ihrer Rede können Sie solche Sinnabschnitte nur durch akustische Mittel akzentuieren.

Das klassisch dialektische Prinzip: „These – Antithese – Synthese“ bietet sich auch hervorragend für die Strukturierung einer Rede an. Sehr überzeugend wirkt auch ein Aufbau nach dem Schema: „Wo stehen wir, was wollen wir, was ist zu tun“.



“ Der Schluss  
sollte es wert sein  
zu bleiben. ”

Buchung & Information:

Speakers Excellence | Adlerstr. 41 | 70199 Stuttgart | E-Mail: [serkan.yildiz@speakers-excellence.de](mailto:serkan.yildiz@speakers-excellence.de) | Tel: +49 (0)711-75 85 84 78

## REDESCHLUSS

Die überlange Rede ist das schlimmste Verbrechen, das Sie Ihrem Publikum antun können. Kommen Sie zum Ende, wenn Sie all das gesagt haben, was Sie sagen müssen, um Ihren Standpunkt klar zu machen. Sagen Sie auf gar keinen Fall alles, was Sie zu einem Thema sagen könnten. Der Schluss einer Rede birgt ein riesiges Potenzial an Überzeugungskraft. Die letzten Worte sind diejenigen, die Herzen gewinnen – und Stimmen oder worauf Sie sonst noch spekulieren.

Allzu oft bleibt dieses Potenzial ungenutzt und wird leichtfertig verschenkt. Churchill, den ich schon an anderer Stelle in meinen Ausführungen erwähnt habe, plädierte dafür, dass Redner ein dramatisches Ende wählen, da das Ende der letzte Eindruck ist, den ein Redner (und seine Rede) beim Publikum hinterlässt. Ich gehe sogar soweit zu sagen: Ein flammendes Ende kann selbst eine lauwarme Rede retten.

Am Ende noch einmal zur Hochform aufzulaufen, ist nicht einfach. Nicht umsonst sind sich viele professionelle Redner und Redenschreiber einig, wenn sie sagen: „Eine Rede kann wie Treibsand sein. Sie kommen leichter hinein als wieder heraus.“ Denn im Gegensatz zu der Gnadenfrist am Anfang, in der Ihnen Ihr Publikum eine Chance geben will, ist das Ende der Rede für die meisten Zuhörer eine Art Befreiung, auf die sie warten, damit sie sich danach wieder um ihre eigenen Angelegenheiten kümmern können.

Allzu oft erfüllt das Ende von vielen Reden nicht einmal die Mindestanforderung: Es sollte sich eindeutig als Ende zu erkennen geben. Ihr Publikum muss wissen, wann es applaudieren soll, die Jacken anziehen und gehen kann oder das Glas zum Prosit anheben darf. Nichts ist schlimmer, als wenn Sie am Ende angelangt sind und es hat wieder keiner gemerkt. – Ich bin mir sicher, Sie wissen wovon ich spreche.

Ich ermutige Sie, mit dem Ende Ihrer Rede große Ziele zu verfolgen. Denn das Ende Ihrer Rede entscheidet darüber, was Ihre Zuhörer mit auf den Weg nehmen. Überlassen Sie dies nicht dem Zufall.

Verleihen Sie dem Ende Ihrer Rede Flügel, damit das, was Sie zu sagen haben, Ihre Zuhörer auch dann noch begleitet, wenn Sie sich schon längst vom Podium verabschiedet haben. Überlegen Sie sich, welche Reaktion Sie sich von Ihren Zuhörern wünschen und schneiden Sie das Ende daraufhin zu. Vielleicht sollen Ihre Zuhörer auf eine bestimmte Weise über ein Thema denken, vielleicht soll Ihr Publikum etwas Konkretes tun – sich beispielsweise mehr für die Belange im eigenen Unternehmen engagieren.

Wenn Sie auf eine Aktion abzielen, ist der Weg zum Erfolg nicht schwer: Fordern Sie Ihr Publikum zu dem auf, was Sie sich von ihm wünschen. In Verkaufsgesprächen nennt man diese Technik „Closing the Sale“: Wenn es darum geht, den Abschluss zu machen, den Auftrag zu bekommen oder den Vertrag zu unterschreiben, reichen keine lauwarmen Floskeln. Da müssen starke Gründe vorgebracht und ein Gefühl von „Jetzt oder nie“ transportiert werden.

Glauben Sie mir: In dieser Welt mit ihrer nie enden wollenden Fülle an Wahlmöglichkeiten freuen sich die meisten Menschen, wenn man ihnen bei der Entscheidungsfindung ein wenig auf die Sprünge hilft. Und darum sollte es beim Ende Ihrer Rede gehen: Helfen Sie Ihrem Publikum auf die Sprünge!

Sagen Sie ihm, was es tun soll. Sprechen Sie es aus und geben Sie Ihrem Publikum Gründe, die handfest und plausibel sind und mit denen Sie drei Grundemotionen Ihrer Zuhörer ansprechen:

### 1. Grundemotion Stolz

Appellieren Sie an den Stolz Ihres Publikums! Dabei kann es sich um den Stolz auf das Unternehmen handeln, den Stolz auf den eigenen Beruf oder den Stolz darauf, Bestandteil einer irgendwie gearteten Gemeinschaft zu sein.

### 2. Grundemotion Hoffnung

Wecken Sie einen Funken Hoffnung in Ihren Zuhörern! Zeichnen Sie eine Zukunftsvision, in der Wichtiges erreicht wurde. Spenden Sie Hoffnung, dass morgen etwas erreicht werden kann, was heute noch unmöglich scheint.

### 3. Grundemotion Angst

Bei Ihrem Publikum Angst und Schrecken zu verbreiten ist natürlich nicht die feine englische Art. Aber es kann in moderaten Dosierungen durchaus wirkungsvoll sein, allgemeine Ängste anzusprechen, wenn Ihre Rede sich mit passenden Themen beschäftigt. Geht es beispielsweise um Globale Erwärmung oder die gesundheitlichen Risiken des Rauchens, dann ist es durchaus legitim, die Gefahren zu erwähnen, die drohen, wenn nicht umgehend gehandelt wird.

Sobald Sie wissen, was Sie erreichen wollen, können Sie mit der Suche nach dem passenden Ende beginnen. Finden Sie eine mitreißende Anekdote, eine Redewendung, die Ihre Botschaft transportiert, ein erhellendes Zitat oder ein paar andere Worte, mit denen Sie Ihre Zuhörer zum Lachen, zum Nachdenken oder zum Handeln motivieren.

Einer meiner Lieblingsabschlüsse beginnt je nach dem Thema meiner Rede ungefähr so: „Lassen Sie uns noch einmal das Ziel meiner heutigen Präsentation vergegenwärtigen. Es ging darum, Ihnen wichtiges Handwerkszeug für die Vorbereitung einer packenden Rede vorzustellen.“ Danach kann ich mich gewandt auf meinen Redeeinstieg beziehen, mit einer witzigen Anekdote meine wichtigsten Argumente stützen oder mit einem Zitat punkten.

Wie an jedem anderen Punkt Ihrer Präsentation gilt auch beim Ende Ihrer Rede: Sagen Sie nicht, was Sie tun wollen – tun Sie es einfach. Leiten Sie Ihr Ende deswegen auf gar keinen Fall mit den üblichen „Ich komme zum Ende“-Worten ein. Ich kann Ihnen versprechen: Sobald das Publikum ein „Bevor ich zum Ende komme, will ich noch einmal das wichtigste zusammenfassen.“ hören, fängt es an, die Taschen zu packen und nach den Jacken zu greifen.

## Passende Sätze für Ihren Redeausstieg

„Ich hoffe, was Sie hier gehört haben, hat Sie gut unterhalten. Manche Zuhörer verlassen meine Vorträge enorm inspiriert. Andere wachen erfrischt auf.“

„Lassen Sie mich noch eines sagen, bevor wir uns auf den Weg in die kommenden Monate machen: Wir können entweder den Fahrstuhl nehmen oder wir können die Treppen wählen und zwei Stufen auf einmal nehmen. Dann werden wir vorher da sein, und wir werden wissen, was kommen wird.“

„Unsere Reden sind vorbei und ich möchte Sie bitten die Fragebögen auszufüllen. Bitte denken Sie daran: Leserlichkeit ist eine Tugend. Und Schimpfworte werden nur akzeptiert, wenn sie künstlerisch wertvoll sind.“

„Wenn ich Ihre Aufmerksamkeit mit einer guten Rede halten konnte, dann ist jetzt der richtige Zeitpunkt, zum Ende zu kommen. Und wenn es eine schlechte Rede war, dann ist jetzt allerhöchste Zeit, zum Ende zu kommen.“

„Es war meine Aufgabe, zu reden und Ihre, zuzuhören. Ich hoffe wir kommen zur gleichen Zeit zum Ende.“

„Im Jahre 50 vor Christus schrieb jemand die folgenden Worte an eine antike Mauer: ‚Die Rede ist das Abbild der Gedanken. So wie die Gedanken sind, so ist die Rede.‘ In meiner heutigen Rede habe ich versucht, Ihnen meine Gedanken näher zu bringen. Ich weiß, dass meine Worte nicht so lange wie das Zitat von eben überleben werden. Aber wenn Sie Ihnen einige Anregungen zum Nachdenken gegeben haben – dann bin ich überaus zufrieden.“

„Und nun, meine sehr geehrten Damen und Herren, können Sie mich alles fragen, was Ihnen auf der Seele brennt. Wenn ich die Antwort weiß, werde ich Ihnen antworten. Und wenn ich sie nicht weiß – werde ich Ihnen trotzdem antworten.“

“ Einfach reden,  
aber kompliziert denken.  
Nicht umgekehrt ! ”

(Franz Josef Strauß)

Buchung & Information:

Speakers Excellence | Adlerstr. 41 | 70199 Stuttgart | E-Mail: [serkan.yildiz@speakers-excellence.de](mailto:serkan.yildiz@speakers-excellence.de) | Tel: +49 (0)711-75 85 84 78

## Person

René Borbonus studierte Germanistik, Politik und Psychologie und startete seine Karriere in der rhetorischen Praxis unter anderem als Redenschreiber. Er zählt heute zu den führenden Spezialisten für professionelle Kommunikation im deutschsprachigen Raum. Als Kommunikationstrainer, Buchautor, Coach und Vortragsredner bewegt er sich bewusst an der Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis. Dabei versteht er es Sachlichkeit und Begeisterung in freier Rede sowie im Gespräch zusammenzuführen. Professionell begleitet er Führungskräfte, Unternehmer und andere Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens auf dem Weg zu ihrem erfolgreichen Auftritt. Praxisnah und unterhaltsam vermittelt er rhetorische Fähigkeiten, mit denen man Menschen bewegt und begeistert.

## Weitere Themen

### Best Presentation – Mit Präsentationen Spuren hinterlassen

- Wie Sie mit fünf Schlüsseln einer erfolgreichen Präsentation in die Köpfe kommen und bleiben
- Wie Sie mit visuellen Mitteln von Powerpoint Teilnehmer begeistern und einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen
- Wie Sie mit Storytelling Ihre Botschaft eindrucksvoll verankern

### RESPEKT! – Wie Sie Ansehen bei Freund und Feind gewinnen

- Wie Sie typische Respektlosigkeiten des Alltags erkennen und sie vermeiden
- Wie Sie mit eigenen und fremden Emotionen souverän und respektvoll umgehen
- Wie Respekt Unternehmen erfolgreicher und Menschen gesünder machen kann

## Buchung & Kontakt

Speakers Excellence Deutschland Holding GmbH  
 Adlerstraße 41  
 70 199 Stuttgart  
 Ansprechpartner: Serkan Yildiz – Senior Consultant  
 E-Mail: [serkan.yildiz@speakers-excellence.de](mailto:serkan.yildiz@speakers-excellence.de)  
 Tel: +49-(0)711-75 85 84 78

### Buchung & Information: