



Foto: Dr. E. Teutsch – 07321

Vor dem ersten Wort sollten viele Überlegungen stehen und viel Wissen!

Szene aus einem TELOS-Training

Die Phasen der Rede

TELOS-Homelearning | Lernthema 35: Rhetorik | Band 2



Vorausgeschickt



Foto: TELOS – 07413b

Zwei Teilnehmer bei einer spannenden Übung für klaren Ausdruck. Schnappschuss bei einem Telos-Seminar.

Der Inhalt dieser Broschüre

Vorausgeschickt	2
Der Inhalt dieser Broschüre.....	2
Die Reihe "Homelearning".....	3
Phase 1: Der Einstieg.....	4
A) Empathie und Körpersprache:.....	4
B) Das Begrüßungsblablabla	5
C) Aufwecken!.....	6
Phase 2: Der Inhalt	9
A) Die Argumente: Das Fundament jeder Rede!.....	10
B) Die Struktur hält zusammen	12
C) Die 10 Goldenen Regeln für guten Redestil	14
Phase 3: Der Ausstieg.....	15
A) "Demnächst" und „Irgendwann“ ist nie!.....	15
B) Konsequenz und Zielstrebigkeit!.....	17
C) Meine Abschluss-Ideen	18
Ende gut, alles gut	19
Drei Zitate zum Thema.....	19

Die Reihe "Homelearning"

Unsere Reihe „Homelearning“:
www.telos-training.com/ueber-uns/publikationen/homelearning/
Die Inhalte dieses Arbeitsbuches berücksichtigen
neueste Forschungsergebnisse und stammen aus
unseren psychologischen Beratungen, Coachings und Seminaren.

Foto: TELOS – EB271/kbh



Urheberrechte

Titel, Texte, Inhalte und Ideen dieser und aller anderen verteilten Unterlagen sind ausschließlich der persönlichen und privaten Nutzung der einzelnen Empfänger vorbehalten und dürfen keinen anderen Personen zugänglich gemacht werden. Kopieren, Veröffentlichung und anderweitige Nutzung – auch auszugsweise – ist ausdrücklich untersagt. Alle Rechte liegen, soweit nicht anders vermerkt, bei TELOS. Bilder: © Dr. Teutsch, Bozen. Alle Informationen und Daten haben lediglich Beispielcharakter, alle Angaben erfolgen ohne Gewähr.

Kontakt

TELOS
Institut für Psychologie & Wirtschaft
I-39100 Bozen, Brennerstraße 43
Tel.: ++43 0471 3015 77
info@telos-Training.com
www.telos-training.com

Der Autor

Dr. Elmar Teutsch. Wirtschaftspsychologe, Psychotherapeut, Unternehmenscoach. Gründer von TELOS - Institut für Psychologie & Wirtschaft. Berater und Trainer für Weiterbildung, Organisations- und Personalentwicklung in namhaften Unternehmen und Organisationen. Experimentelle Psychologie bei Ivo Kohler und Skinner, USA, Kommunikationspsychologie bei Reinhard Tausch, Hamburg, Integrative Gestalt-Körper-Therapie bei Leland Johnson, Gestalt-Institute of Houston, Psychotrauma-Therapie und EMDR nach Francine Shapiro, USA. Zahlreiche Beiträge in Büchern, Fachzeitschriften, Radio und Fernsehen. Feste Rubriken in mehreren Zeitschriften und eigene Sendereien bei der Radio Televisione Italiana und in weiteren Sendeanstalten. Eingetragen in der österreichischen und italienischen Psychologenkammer, im Therapeutenalbum und in der Journalistenkammer. Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Kommunikationsforschung. Seminarleiter für den World Council for Psychotherapy und Universitätslehrbeauftragter.

Hinweise

Da die jeweiligen Beiträge auf einen sehr knappen Platz zugeschnitten sind, können die Themen nur stark vereinfacht dargestellt werden. Ausführlichkeit und wissenschaftliche Genauigkeit müssen daher zwangsläufig der Darstellungsform weichen. Als Hörer / Empfänger dieser Unterlagen handeln Sie ausschließlich in völliger Eigenverantwortung: Sie sind für alle Ihre Handlungen zu jeder Zeit selbst verantwortlich und werden frei entscheiden, ob und wie Sie die jeweils vorgeschlagenen Techniken und Instrumente durchführen und ob und welche Teile der Inhalte Sie wie aufnehmen. Tonbeiträge wie Unterlagen stellen weder psychologische Beratung noch Unternehmensberatung dar und können eine solche auch nicht ersetzen: wenn Sie öfters oder längerfristig mit Problemen oder Störungen zu tun haben, die Sie nicht lösen können oder wenn sie erfahren haben, dass Sie in Ihrem Arbeitsumfeld nicht die nötige Unterstützung bekommen, wenden Sie sich bitte an Ihren Vorgesetzten und / oder holen Sie für sich an Ihrem Wohnort professionelle Hilfe.



Phase 1: Der Einstieg



Foto: Dr. E. Teutsch 09711d

Ein Teilnehmender erreicht Aufmerksamkeit. Doch warum hält er die Aktenmappe als Schild vor sich?
Aus einem TELOS-Training

A) Empathie und Körpersprache:

Aller Anfang ist - leicht!

Diese Phase hat die wichtige Funktion, die emotionale Basis für die ganze Rede zu schaffen. Hier entscheidet sich, ob Sie den Zuhörern sympathisch sind oder nicht. Achten Sie also darauf, durch Ihre Körpersprache die entsprechenden positiven Signale zu setzen. Und beobachten Sie genau, welche Stimmung bei Ihren Zuhörern herrscht, was das für Leute sind, denn von der richtigen Einschätzung hängt ein großer Teil des Redeerfolges ab. Versuchen Sie schon in dieser Phase, sich einzufühlen, nutzen Sie Ihre Empathie. Entsprechende Leitfragen sind z.B.:

- * Ist meine Zuhörerschaft vertrauensvoll oder skeptisch?
- * Hat sie wirkliches Interesse an dem Thema?
- * In welcher Stimmung befindet sie sich?
- * Ist sie gespannt, gelangweilt, emotionsgeladen oder wie ...?

3 Punkte zum Start

Bei Ihrem nächsten Redeeinstieg bedenken Sie, was Sie damit bewirken:

- * Sie wecken Interesse für Sie als Person.
- * Sie machen neugierig auf das, was von Ihnen noch kommt.
- * Sie leiten gleichzeitig das eigentliche Thema ein.

Beim Redeeinstieg geht es also 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.



Foto: Dr. E. Teutsch – 01529

Sollen Ihre Zuhörer einschlafen, weggehen oder aufmerksam sein?
Diese Teilnehmer sind allerdings nicht eingeschlafen, sondern bei einer Meditation in einem TELOS-Training

B) Das Begrüßungsblablah ...

Vermeiden Sie alles Althergebrachte und allzu Konventionelle gerade zu Beginn! Verzichten Sie bspw. ganz einfach auf förmliche Begrüßungsrituale, langwierige Beschreibungen des Verlaufs, auf ausufernde organisatorische Hinweise und ebenfalls auf detaillierte Selbstvorstellungen usw. Natürlich können diese Dinge sehr wichtig sein, aber zugunsten einer stringenten Dramaturgie sollten sie nicht am Anfang Ihrer Präsentation oder Ihrer Rede stehen.

Wie Sie Ihre Zuhörer einschläfern...

Hier einige Beispiele für Gähnen-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.

Sparen Sie sich die todsicheren Schlafmittel in Ihrer Rede!





Foto: TELOS – 1415

"Wohnen" Sie hinterm Rednerpult oder trauen Sie sich raus?!

Aus einem TELOS-Training über Rhetorik

C) Aufwecken!

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte – in Bildern sprechen

Wie würden ein "normaler" Redner einen Vortrag zum Thema „Privatisierung“ wohl beginnen? Mit großer Wahrscheinlichkeit in dieser Art:

Das Thema Privatisierung ist vielschichtig zu behandeln, denn es enthält unterschiedliche Aspekte. Lassen Sie mich daher kurz auf die geschichtlichen Hintergründe der Privatisierung ...

Gäh! Trockenes Fachchinesisch ermüdet. Wie finden Sie diesen Start:

Warum gibt es so viele Kühe und so wenig Wale?

– Pause –

Weil Kühe jemandem gehören!

Wetten, dass der ganze Saal aufhorcht?! Auch mit plastischen Geschichten und Anekdoten machen neugierig und können Ihr Thema nachhaltig in den Köpfen Ihrer Zuhörer verankern. Leicht lassen sich packende bildhafte Geschichten finden, die zu allen möglichen Themen passen, es gibt Zitatsammlungen, auch im Internet können Sie locker das Passende finden.

Mit Ihrem Einstieg stellen Sie die Weichen für die ganze Rede!

Die erste Minute ist prägend für den gesamten weiteren Verlauf Ihrer Rede. Nutzen Sie dieses Wissen, und beschäftigen Sie sich unbedingt intensiv mit der Dramaturgie!

**Sie haben 30 Sekunden, sympathisch zu sein
und maximal 3 Minuten, um zu fesseln!**





Foto: Dr. E. Teutsch – B9220 163

Nicht nur reden, sondern tun – am besten etwas Überraschendes. Wie sorgt dieser Redner für Aufmerksamkeit?
Schnappschuss aus einem TELOS-Training

Der Königsweg der Stimulanz: überraschende Tätigkeiten

Besonders fesselnd ist ein Einstieg, der nicht mit Worten, sondern mit einer Handlung beginnt, die aus dem Rahmen des Üblichen fällt.

Auch unerwartete Gegenstände auf der Bühne erwecken immer die Aufmerksamkeit des Publikums. Was hat er da? Was macht er damit?

Sobald etwas geschieht, ohne dass es erklärt wird, bündeln wir damit die Aufmerksamkeit unserer Zuhörer ganz automatisch:

- * Der Preisträger eines Cicero-Rednerpreises zerriss bei seiner Dankesrede sein Redemanuskript. Diese Handlung zu Beginn führte dazu, dass alle Zuhörer ganz gespannt und mit voller Konzentration den Taten und schließlich auch den Worten folgten.
- * Ein Redner, der über Kosteneinsparung spricht und eine Geldschein-kopie auf der Bühne verbrennt, bekommt dadurch mehr Aufmerksamkeit als durch lange Worte.
- * Bei einem Rhetorik-Training sollten die Teilnehmer ein Kurzreferat über das Joggen halten. Zur Vorbereitung hatten Sie 5 Minuten Zeit. Die meisten begann hektisch Sach-Infos über das Thema zu sammeln, dabei hatte sicher jeder schon selbst gejoggt. Entsprechend langatmig und -weilig waren die Statements. Nur einer machte es ganz anders: Er zeigte groß seine alten Laufschuhe und knallte sie dann genüsslich aufs Podium.

Ihr zündender Gesprächseinstieg

Vielleicht kennen Sie den Gastgeber, der einem Freund, der auf Besuch kommen will, folgende telefonische Wegbeschreibung gibt:

*„Du klingelst am besten mit der Nase, dann öffnest du mit dem Knie die Gartenpforte, drückst mit dem Rücken die Haustür auf, machst mit dem Ellbogen das Stiegenhauslicht, drückst mit der Schulter den Aufzugsknopf, und versuchst dann mit der Stirn, den Schalter für das richtige Stockwerk zu treffen ...“
Der Besucher wundert sich:*

„Warum nehme ich denn nicht einfach die Finger?“

Der Gastgeber erklärt:

„Du wirst doch nicht mit leeren Händen kommen!“

Das war unser Einstieg in dieses Thema. Jetzt sind Sie dran!

Finden Sie selbst einige passende Einstiege in Ihre Reden: Nutzen Sie dazu unser Übungsblatt auf der nächsten Seite!

Meine Start-Ideen

Sammeln Sie Ideen, wie Sie Ihre Rede interessante beginnen können: Welche Möglichkeiten des Einstiegs können Sie sich vorstellen? Was können Sie sagen? Welche Gegenstände könnten Sie auf die Bühne bringen? Was tun Sie Unerwartetes? Notieren Sie ungebremsst Ihre ersten, spontane, Einfälle!

Thema der Rede

Ihr Gesprächseinstieg

Der wichtigste Moment einer Rede ist der Einstieg¹



¹ Die Fortsetzung dieses Lehrsatzes kommt noch: erst dann ist er vollständig!

Phase 2: Der Inhalt



Argumentieren Sie klar, einfach und überzeugend! Ist da wirklich alles verständlich?
Schnappschuss aus einem TELOS-Training

Die drei Säulen der Überzeugung

Kommen Sie in klarer, strukturierter Form und lebendigem Sprachstil zum eigentlichen Inhalt Ihrer Rede und lassen Sie dabei viele Beispiele für Sie sprechen. Bei einer Rede geht es darum, zu überzeugen: mit nachvollziehbarem Inhalt, durch klare Struktur und durch lebendigen Sprechstil! Ob dieses Ziel erreicht wird, liegt dabei immer beim Redner selbst.

Im Mittelteil Ihrer Rede, der inhaltlich die zentralen Punkte behandelt und auch schon rein quantitativ den Hauptteil bildet, brauchen Sie immer diese 3 Säulen:

- ① plausible Argumentationsketten
- ② einen wohl strukturierten Spannungsbogen
- ③ verständliche und gut einprägsame Worte

Oder, mit anderen Worten:

- ① **Stichhaltige Argumente**
- ② **Klare Struktur**
- ③ **Gute Wortwahl und lebendigen Redestil**

A) Die Argumente: Das Fundament jeder Rede!



Foto: Dr. E. Teutsch – 13347b

Statistiken und Studien sind eine hervorragende Möglichkeit, starke Argumente aufzuzeigen!
Ein Seminarteilnehmer untermauert seinen Vortrag über Werbung mit statistischen Daten.
Schnappschuss aus einem TELOS-Training in Österreich

Gute und nachvollziehbare Argumente

Sie sind das Fundament einer jeden gelungenen Rede. Sie machen die eigenen Thesen für andere plausibel und erhöhen die Aufmerksamkeit der Zuhörer.

1. Argumentieren mit Statistiken und Studien

Fakten, Fakten, Fakten: Das faktenbezogene Argument ist in unserem Alltag sehr verbreitet. **Beispiel "Rauchverbot"**: 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 nachprüfbaren 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, dem der berühmte Satz zugeschrieben wird: „Ich traue nur der Statistik, die ich selbst gefälscht habe.“

2. Argumentieren mit persönlichen Erfahrungen

Ich muss es wissen, ich habe es erlebt: 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. Argumentieren mit Experten und Autoritäten

„Der Kaiser hat’s gesagt...“ – 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 Weiters auf andere Bereiche übertragen.

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 z.B. 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.



B) Die Struktur hält zusammen



Foto: Dr. E. Deutsch – 9086c

Eine klare Gedankenkette führt Sie und Ihre Zuhörer magnetisch durch die Rede und sicher Ziel!
Bild aus unserer Symbolbibliothek

Früher, heute, morgen

Eine gute Struktur hält zusammen und 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:

Die Logik

Klingt überzeugend und zwingt in die gewünschte Richtung. Logik ist 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 ...
Und genau deshalb ...
Damit ...
Indem;
Gerade weil ...
Weil ...
Eben deshalb ...

Punkte und Aufzählungen

Außerdem bietet sich eine numerisch aufzählende Gliederung an, solche Aufzählungen sind leicht zu folgen und leicht zu merken:

- 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 durch akustische Mittel akzentuieren und mit passender Gestik unterstreichen.

These – Antithese – Synthese

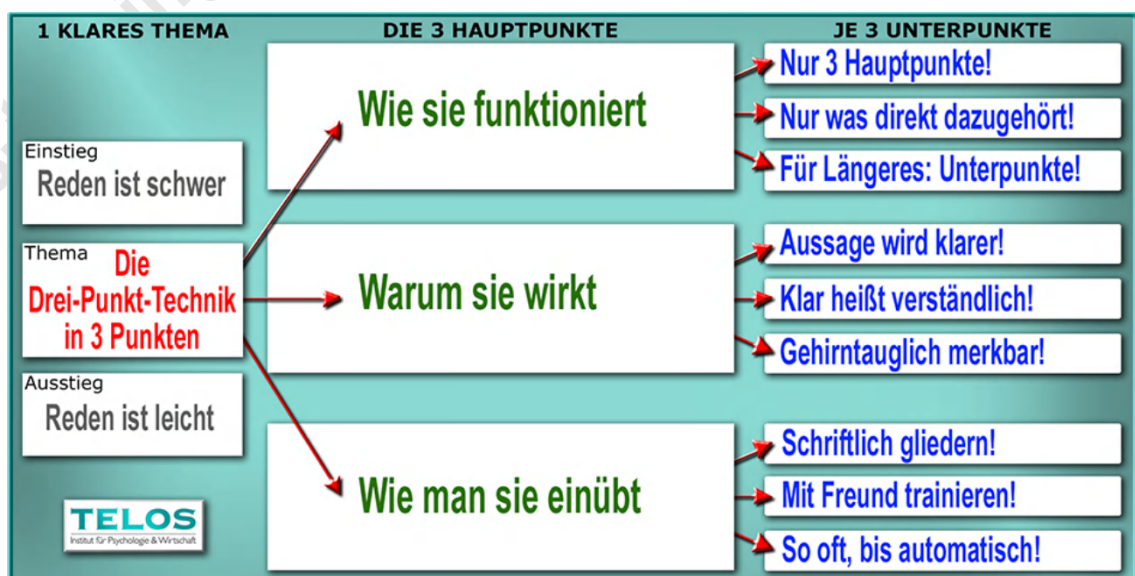
Das klassische dialektische Prinzip „These – Antithese – Synthese“ bietet sich hervorragend für die Strukturierung einer Rede an, wenn es darum geht, Widerstände beim Publikum zu überwinden. Mit dieser Technik bringen Sie selbst die Einwände vor, die Sie von den Zuhörern erwarten. Diese können Sie leicht mit der Antithese entkräften und mit einer souveränen Zusammenfassung, also der Synthese, zum gewünschten Abschluss führen.

Situation – Ziel – Aktion

Sehr überzeugend wirkt auch ein Aufbau nach dem Schema: „Wo stehen wir, was wollen wir, was ist zu tun“. Mit der Bestandsaufnahme (und nicht zu unterschätzen: auch mit dem "Wir"!) solidarisieren Sie sich mit Ihren Zuhörern und mit der stringenten Abfolge führen Sie Ihr Publikum zum gewünschten Ziel.

Drei-Punkt-Technik

Ein ganz spezielles Wundermittel zur Gliederung Ihrer Rede ist die „Drei-Punkt-Technik“: Dabei behandeln Sie in Ihrer Rede nie mehr als 3 verschiedene Punkte. Wenn Sie glauben, unbedingt mehr aufzählen zu müssen, fassen Sie die Punkte wieder soweit zusammen, dass am Ende wieder 3 Hauptpunkte herauskommen. Alles Nähere dazu entdecken Sie in einem anderen Arbeitsbuch dieser Reihe "Rhetorik".



C) Die 10 Goldenen Regeln für guten Redestil



Foto: Dr. E. Deutsch – B9254

Formell, steif oder schwungvoll mit Begeisterung– was wird wohl wann besser sein?
Eine Teilnehmerin übt eine Flipchart-Präsentation bei einem TELOS-Training

Der Redestil: frisch, frei, fröhlich!

1. Sprechen Sie deutlich und verwenden Sie kurze Sätze und eine aktive Sprache.
2. Betonen Sie Schlüsselwörter und setzen Sie Pausen bewusst, damit das Gesagte wirken kann.
3. Variieren Sie Tempo, Lautstärke und Tonfall, um Aufmerksamkeit zu halten.
4. Schaffen Sie Bilder im Kopf durch Beispiele, Vergleiche oder kurze Geschichten.
5. Halten Sie Blickkontakt und setzen Sie Gestik unterstützend ein.
6. Wiederholen Sie zentrale Aussagen, ohne zu langweilen.
7. Sie arbeiten mit Ihrem ganzen Körper, mit lebendigen Sätzen, mit Humor und mit Begeisterung! Und angepasst an Ihre jeweiligen Zuhörer!
8. Dabei lassen Sie alle Floskeln weg und ersetzen sie durch authentische, persönliche und unterhaltsame Sprache.
9. Sie verzichten auf Redewendungen und Worthülsen und bevorzugen statt Substantiva aktive Verben – zu deutsch: statt wichtiger Hauptwörter lebendige Tunwörter. Das zündet!
10. Und vor allem: Üben Sie, bis Sprache und Auftreten natürlich wirken.

Klare Gliederung und wenige, dafür prägnante Aussagen!



Phase 3: Der Ausstieg



Zum Abschluss Ihrer Rede brauchen Ihre Zuhörer nicht Ungewissheit, sondern Sicherheit!
Bild: Zerknitterte und glatte Europafahne aus unserem Testlabor

A) "Demnächst" und „Irgendwann“ ist nie!

Sie hatten einen angenehmen Abend mit Freunden bei Ihnen zu Hause. Zum Abschied laden die Freunde auf einen Gegenbesuch ein. Wo fühlen Sie sich wirklich eingeladen:

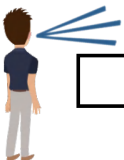
- ① *Es war reizend. Du musst uns auch einmal besuchen. Wir behalten es im Auge!*
- ② *Es war schön. Und nun musst Du uns besuchen. Wie sieht es nächsten Donnerstag aus? Gegen Sieben? Wäre das recht?*

Beschreiben Sie hier, was Sie bei den beiden Formulierungen empfinden:

① _____ 

② _____ 

Wann fühlen Sie sich wirklich eingeladen? Bei welcher Version wird das nächste Treffen wohl eher tatsächlich stattfinden? Kreuzen Sie an:

☐

Bei der unverbindlichen Version

☐

Bei der konkreten Einladung





Collage: TELOS – 14993b9g

Was jetzt? Was sollen Ihre Zuhörer wirklich tun?!
Collage aus einem Schnappschuss bei einem TELOS-Training

Cicero und Demostenes

Zwei große Redner der Antike: Wenn Cicero eine Rede beendete, pflegte das Publikum zu sagen: "Was für ein wunderbarer Redner! Welch eine grandiose Rede, was hat er eigentlich gemeint?" Doch wenn Demosthenes seine Anklagen gegen Philipp von Makedonien schleuderte, sprangen die Leute in die Höhe und riefen zorn erfüllt voller Tatendrang: "Auf gegen Philipp!"

„Schön“ reden reicht nicht: Aktion auslösen!

Wie leicht passiert es auch bei unseren Reden, dass wir in unverbindlicher Beliebigkeit bleiben vor lauter Angst, was Konkretes zu sagen. Wobei Reden doch Ziel orientiert sein sollten: Selbst wenn sie gehört werden, bleibt oft höchstens ein bewunderndes Gefühl zurück: "Gut gesagt...". Bei anderen Rednern hingegen werden die Zuhörer zu einer Aktion bewogen, zum Handeln aufgefordert.

Taten statt Gerede – das geht (fast) immer!

Sicher ist nicht immer der Hauptzweck einer Rede, zum Handeln aufzufordern, doch gilt es auch in solchen Fällen den Anspruch nach Aktion erfüllen. Sogar bei Begrüßungsworten, Festreden, Dankesreden, Grabansprachen können wir die Zuhörer aktivieren: Schweigeminute, Glas erheben, Hurra-Rufe, Applaus ... Sie können immer Ihre Zuhörer zum Handeln bringen!

Jetzt wird's Zeit!

Ihre Rede war klasse, die Zuhörer sind mitgegangen ... wie hören Sie nun auf. Lassen Sie den Brunnen einfach sanft verplätschern oder holen Sie aus zum krönenden Höhepunkt? Sie hatten ja ein Ziel bei der Rede – setzten Sie nun den fulminanten Abschluss, um dieses Ziel auch zu erreichen!



Foto: Dr. E. Teutsch – C0167b

Kommen Sie nun entschlossen zum Ziel!

Ziel-Übung bei einem TELOS-Outdoor-Training

B) Konsequenz und Zielstrebigkeit!

Holen Sie nun aus zum krönenden Höhepunkt!

Sie haben Ihre Zuhörer gut im Griff, finden Sie jetzt also zu Ihrem – minutiös vorbereiteten – Abschluss. Sollten sich die Gegebenheiten bei Ihren Zuhörern in der Zwischenzeit geändert haben, finden Sie einen neuen, passenden Abschluss! Wenn Sie Ihre Inhalte vorgestellt haben, naht die Stunde der Wahrheit: haben Sie „nur“ schön geredet oder waren Sie überzeugend? Die hohe Schule der Rhetorik ist es, über Worte das Verhalten zu ändern. „Ich bedanke mich fürs Zuhören“ ist zwar ein höflicher Satz, aber kein besonders kreativer Abgang. Finden Sie einen Schlusspunkt, der den Zuhörern auch noch nach der Präsentation in Erinnerung bleibt.

Formulieren Sie den Schluss aktiv!

Bei Thema „Sportstudio“ könnte der Schluss z.B. lauten: „Damit Sie die Vorteile Ihrer Fitness sofort spüren, beginnen wir mit einer kleinen Fingerübung: Bitte unterschreiben Sie die Beitrittserklärung zu unserem Verein und schon in der kommenden Woche können wir loslegen.“ Wenn Sie es nicht schaffen, den Zuhörern zu irgendwelcher Handlung zu veranlassen, und zwar unmittelbar nach Ihrem Gespräch, haben Sie eine Chance vertan. Dass er aus eigenem Antrieb 14 Tage später etwas in diesem Zusammenhang unternimmt, ist eher unwahrscheinlich.

Das Ergebnis zählt!

Auch die beste Rede verläuft in demotivierender Beliebigkeit, wenn sie nicht durch ein bestimmtes Ergebnis charakterisiert ist. Also kommen Sie nun zum angepeilten Ergebnis! Am Ende können Sie dann überprüfen: haben Sie Ihre Ziele erreicht?

C) Meine Abschluss-Ideen

Sammeln Sie Ideen, wie Sie Ihre Rede fulminant zum Abschluss bringen können. Welche Möglichkeiten des Ausstiegs können Sie sich vorstellen? Was können Sie sagen? Mit welcher Aufforderung überzeugen Sie? Wie sorgen Sie dafür, dass Ihr Publikum nachhaltig beeinflusst ist? Notieren Sie hier ungebremst alle Ideen!

Thema der Rede

Ihre Ausstiegsideen

Der wichtigste Moment einer Rede ist der Einstieg,
doch noch wichtiger ist der Abschluss!



Denn der erste Eindruck prägt, aber der letzte Eindruck bleibt!



Ende gut, alles gut



Foto: Dr. E. Teutsch – D4702b

Freuen Sie sich über jede erfolgreiche Rede!

Abschluss bei einem TELOS-Training

Drei Zitate zum Thema

Das Wort ergreifen heißt immer auch handeln.

Siegfried Lenz (1926-2014) einer der bekanntesten deutschen Schriftsteller

**Am meisten nützt eine Rede,
die sich in kleinen Abschnitten in die Seele einschleicht.**

Lucius Annaeus Seneca, (ca. 4 v. Chr - 65 n. Chr.), römischer Politiker, Redner, Philosoph und Schriftsteller

**Um eine gute Stegreifrede zu halten,
brauche ich drei Tage Vorbereitungszeit.**

Mark Twain (1835 - 1910), eigentlich Samuel Langhorne Clemens, US-amerikanischer Erzähler und Satiriker

Auch ich wünsche Ihnen erfolgreiche Arbeit mit diesen Übungsblättern. Und wenn Sie Ihre Rhetorik mit professioneller Hilfe polieren wollen, rufen Sie uns doch bitte einfach an.


Herzlichst, Ihre Dr. Magdalena Gasser

TELOS – Institutsleitung

Unsere Reihe „Homelearning“:

www.telos-training.com/ueber-uns/publikationen/homelearning/

Die Inhalte dieses Arbeitsbuches berücksichtigen
neueste Forschungsergebnisse und stammen aus
unseren psychologischen Beratungen, Coachings und Seminaren.