

# Rhetorik II

## Überzeugen mit der Kunst der guten Rede



### Teil 2: Der wirkungsvolle Redeauftritt – Nonverbale Kommunikation, Umgang mit Störungen und Lampenfieber

#### Business-Bereich

Management

Personal

Führung

Erfolg & Karriere

**Kommunikation**

Marketing & Vertrieb

Finanzen

IT & Office

#### Sofort-Nutzen

##### Sie erfahren:

- warum und in welcher Weise Sprechen und Körperausdruck Ihre Rede wirkungsvoll beeinflussen.
- wie Sie durch das Zusammenspiel von Körper, Geist und Psyche Ihre Ausstrahlung entscheidend verändern und entwickeln.
- wie Sie verschiedene Formen von «Störungen» differenzieren und einordnen.
- die Ursachen und Hintergründe von Redeangst und lernen verschiedene Vorgehensweisen und Lösungsmöglichkeiten für diese Stresssituation kennen.

##### Sie können:

- über eine wirkungsvolle nonverbale Kommunikation Ihre rhetorischen Einfluss-Möglichkeiten trainieren, erweitern und gestalten.
- auf Fragen, Einwände und «Störfälle» vielerlei Art angemessen und souverän reagieren.
- schlagfertig unfaire Angriffe retournieren und abwehren.
- sich einen individuellen Umgang mit Lampenfieber systematisch erarbeiten und erprobte, schnell wirksame Hilfen und Methoden anwenden.

## Autorin

---



**Margarete Maria Kuhn-Porwoll** M.A. arbeitet als systemischer und personenzentrierter Coach vor allem mit Führungs- und Fachkräften in den Bereichen Business-Coaching, Karriereberatung und Selbstmanagement sowie als Dozentin zu den Themen Rhetorik, Kommunikation und Selbstmarketing. Ihre Seminare und Trainings leben vom dynamischen Wechsel zwischen fundierter Theorie und anregender Praxis. Dabei greift sie auf eine breite Fach- und Methodenkompetenz aus qualifizierten Aus- und Weiterbildungen und Studium (Romanistik, Germanistik, Buchwesen) und ihrer langjährigen beruflichen Tätigkeit gerade im Bereich Erwachsenenbildung zurück. Ausschlaggebend für ihren Stil ist vor allem ihre unbedingte Wertschätzung für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ihrer Seminare.

Kontakt: [kuhn@personenzentriertes-coaching.de](mailto:kuhn@personenzentriertes-coaching.de)

Weitere Informationen unter: [www.personenzentriertes-coaching.de](http://www.personenzentriertes-coaching.de)

## Impressum

---

WEKA Business Dossier

### **Rhetorik II – Überzeugen mit der Kunst der guten Rede**

Satz: Dimitri Gabriel  
Korrektur: m communications GmbH, Mettmenstetten

WEKA Business Media AG  
Hermetschloostrasse 77  
8048 Zürich  
Tel. 044 434 88 34  
Fax 044 434 89 99  
[info@weka.ch](mailto:info@weka.ch)  
[www.weka.ch](http://www.weka.ch)

1. Auflage 2015

VLB – Titelaufnahme im Verzeichnis Lieferbarer Bücher:  
ISBN: 978-3-297-00450-0

© WEKA Business Media AG, Zürich

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet oder verbreitet werden.

# Inhalt

## Rhetorik II – Überzeugen mit der Kunst der guten Rede

<b>Vorwort</b> .....	5
<b>1. Nonverbale Kommunikation</b> .....	6
1.1 Inwieweit sich Körpersprache deuten lässt.....	6
1.2 Körper, Geist und Psyche im Zusammenspiel .....	8
1.2.1 Innere Einstellung und Ausstrahlung.....	8
1.2.2 Äussere Haltung und Ausstrahlung.....	10
1.3 Ausdrucksmöglichkeiten der nonverbalen Kommunikation .....	11
1.3.1 Wirkungsvolles Sprechen .....	11
1.3.2 Wirkungsvoller Körperausdruck .....	13
<b>2. Der angemessene Umgang mit Störungen</b> .....	16
2.1 Innere Störungen.....	16
2.1.1 Die Behandlung von Einwänden .....	16
2.1.2 Noch mehr innere Störfälle .....	18
2.2 Unfaire Angriffe.....	19
2.3 Exkurs: Schlagfertigkeit.....	20
2.4 Äussere Störfaktoren .....	23
<b>3. Lampenfieber</b> .....	25
3.1 Lampenfieber – ein Dilemma .....	25
3.2 Umgang mit Lampenfieber .....	26
3.2.1 Umgang mit körperlichen Symptomen .....	26
3.2.2 Der Redner und sein Inneres Team.....	26
3.3 Punktgenaue Vorbereitung .....	31
<b>4. Praxisteil</b> .....	33
Praxisteil 1: Schlagfertigkeit trainieren.....	33
Praxisteil 2: Selbst-Coaching für Redner.....	34
Praxisteil 3: Übungen für Stimme, Gestik und Mimik .....	37
Praxisteil 4: Stressabbau bei Lampenfieber.....	39
<b>5. Literatur</b> .....	42



---

# Vorwort

---

Die Grundlage jeder wirkungsvollen und überzeugenden Kommunikation ist eine gute Rhetorik, denn diese ruft eine unmittelbare Wirkung hervor: Gute Rhetorik dient dazu, inhaltlich Passendes passend zu sagen, sich Gehör zu verschaffen, den eigenen Standpunkt zu vertreten und sich damit erfolgreich durchzusetzen. Wer diese Fähigkeit besitzt, verfügt über eine Schlüsselqualifikation, die für viele Bereiche bedeutsam ist: Sie ist dienlich bei privaten Gelegenheiten und bei vielen beruflichen Aufgaben und Anlässen ein entscheidender Vorteil, ob bei einem Vortrag vor vielen Zuhörern, im Rahmen einer Präsentation oder Besprechung mit einigen Teilnehmern oder im Dialog mit einem einzelnen Gesprächspartner.

Was ist Kommunikation? Immer, wenn mindestens zwei Menschen sich wahrnehmen, findet Kommunikation statt. Kommunikation ist demnach Begegnung und Austausch, sie hat sowohl einen Inhalts- als auch einen Beziehungsaspekt, und sie beruht stets auf einer Wechselwirkung zwischen den Beteiligten, denn «Man kann nicht nicht kommunizieren.»<sup>1</sup>

Was ist eine Rede? Eine Rede ist zielgerichtete Kommunikation: Ein Redner kommuniziert mit mindestens einem Zuhörer. Er spricht zu ihm, und zwar mit einer bestimmten Absicht: er will eine Botschaft vermitteln und er will verstanden werden. Der Zuhörer, wir gehen davon aus, er ist es freiwillig, empfängt und versteht diese Botschaft, weil er ein Interesse hat an dem, was vermittelt werden soll, und weil er verstehen will. Das sind die idealen Voraussetzungen einer ideal gelingenden Kommunikation und Rede. In der Praxis sind die Bedingungen allerdings selten vollkommen: Rede als gelingende Botschaft ist von verschiedenen kommunikativen Faktoren, auch Unwägbarkeiten abhängig. Denn sie umfasst die vielseitigen Bereiche sowohl der verbalen als auch der nonverbalen Kommunikation und deren mannigfaltigen Begleiterscheinungen. Wer sich rednerisch betätigen will oder muss, sollte diese kennen, sich damit auseinandersetzen und, soweit es an ihn geknüpfte Bedingungen sind, auch damit umgehen können.

**Rhetorik Teil 2 «Der wirkungsvolle Redeauftritt – Nonverbale Kommunikation, Umgang mit Störungen und Lampenfieber»** beschreibt die einflussreichen Begleiterscheinungen einer guten Rede, deren Kenntnis für jeden Redner und seinen eindrücklichen Redeauftritt unabdingbar und von unschätzbarem Vorteil ist. Die differenzierten, aktuellen Erkenntnisse der theoretischen Einführungen, nutzbringende Anregungen und erprobte, qualifizierte Übungen im Praxisteil bieten wegweisende Möglichkeiten, Neues auszuprobieren, sich selbst zu reflektieren und die eigenen rednerischen Fähigkeiten auch in diesen Bereichen der Beredsamkeit konsequent weiterzuentwickeln und zu optimieren.

«Reden lernt man nur durch Reden», soll Cicero gesagt haben. Daher wünsche ich allen Leserinnen und Lesern ganz viel Erfolg und eine stetig wachsende Freude und Lust an ihrer eigenen, persönlichen Redekunst.<sup>2</sup>

Margarete Maria Kuhn-Porwoll  
im Oktober 2015

---

1 1. Kommunikations-Axiom von Paul Watzlawick, österreichischer Kommunikationswissenschaftler und Psychotherapeut.

2 Hinweis: Wenn im Folgenden nur der «Redner» und nicht auch die «Rednerin» genannt wird, so ist dieser Verzicht lediglich Gründen der Praktikabilität und der Lesbarkeit geschuldet.

*«Das Falsche, kunstvoll dargestellt, überrascht und verblüfft, aber das Wahre überzeugt und herrscht.» (Luc de Clapiers, Marquis de Vauvenargues)*

---

# 1. Nonverbale Kommunikation

---

Ganz ohne Frage ist bei jeder Rede wichtig, was gesagt wird. Unterscheidendes Merkmal zwischen einermassen und bemerkenswert oder brilliant ist das Wie. In allen mündlichen Prozessen wirken nicht nur das gesprochene Wort als Inhalt, also die sprachlichen Signale, sondern ebenso unsere bewussten und unbewussten nicht-sprachlichen Signale und deren Dynamik.<sup>3</sup> Denn wir erzeugen auf drei verschiedenen Kommunikationsebenen beim Gegenüber eine Vorstellung und einen mitunter nachhaltigen Eindruck von uns durch unsere

- **verbale Kommunikation (Wort und Formulierung)**
- **paraverbale Kommunikation (Sprechen und Sprechausdruck)**
- **extraverbale Kommunikation (Körpersprache oder Körperausdruck).<sup>4</sup>**

## 1.1 Inwieweit sich Körpersprache deuten lässt<sup>5</sup>

- **Die Wirkung von Spiegelneuronen:** Bei allen zwischenmenschlichen Begegnungen, ob spontan, kurzzeitig oder länger andauernd, und deren körpersprachlicher Interpretation nehmen Spiegelneurone eine entscheidende Rolle ein. Spiegelneurone sind ein schnell erkennendes und reaktives «soziales Orientierungssystem»<sup>6</sup>, das es uns ermöglicht, aus dem rein extraverbalen Körperausdruck anderer Menschen intuitiv die Schlüsse ziehen zu können, die ein Zusammenleben überhaupt ermöglichen. Es sind «Nervenzellen, die im eigenen Körper ein bestimmtes Programm realisieren können, die aber auch dann aktiv werden, wenn man beobachtet oder auf andere Weise miterlebt, wie ein anderes Individuum dieses Programm in die Tat umsetzt.»<sup>7</sup> Dabei wird das Beobachtete in uns selbst simuliert und indem es simuliert wird, wird es vorhersehbar, sodass eine schnelle Reaktion möglich ist, z. B. beim Benehmen in alltäglichen Situationen, etwa das gegenseitige Ausweichen in Fußgängerzonen, das spontane Verhalten in Gefahrensituationen, beim intuitiven Zusammenspiel von Mannschaften oder beim Kampfsport. Indem Spiegelneuronen ein unwillkürliches, vorgedankliches Verstehen erzeugen, werden schnellste menschliche Abstimmungs- und Anpassungsprozesse ermöglicht. Die Kriterien, nach denen diese Anpassung oder Abstimmung geschieht, sind reale bisherige Erfahrungen der jeweiligen Kommunikationspartner.<sup>8</sup> Innerhalb einer sozialen Gemeinschaft stellen Spiegelneuronen einen gemeinsamen, intersubjektiven Handlungs- und einen intersubjektiven Bedeutungsraum zur Verfügung.<sup>9</sup> Denn

---

3 Der Begriff «nonverbal» wird weder in der wissenschaftlichen noch populärwissenschaftlichen Literatur stets eindeutig gebraucht: Während er für manche Autoren die Gesamtheit nichtsprachlicher Signale und nichtsprachlichen Verhaltens umfasst, so auch in dieser Arbeit, grenzen andere die Merkmale der Sprechweise strikt aus. Vgl. auch Sollmann, Ulrich: Einführung in die Körpersprache und nonverbale Kommunikation. Heidelberg 2013, S. 7 f., S. 20.

4 Vgl. Heilmann, Christa, M.: Körpersprache richtig verstehen und einsetzen. München 2009, S. 9.

5 Rein wissenschaftlich kann von Körpersprache nur die Rede sein, wenn den Beteiligten eines Kommunikationsprozesses ein konventionalisierter Code gemeinsam ist. Trotzdem werden in der einschlägigen Literatur und im allgemeinen Sprachgebrauch die Begriffe – Körpersprache, Körperausdruck und nonverbale Kommunikation – häufig synonym verwendet. Vgl. Heilmann, Christa, M.: Körper und Raum. In: Rhetorische Prozesse. Vom Konzept zur Handlung. Hrsg. von Heilmann, Christa, M./Lepschy, Annette. München/Basel, 2008, S. 95–96.

6 Bauer, Joachim: Warum ich fühle, was Du fühlst, 10. Aufl. Hamburg 2006, S. 112.

7 Ibid. S. 23.

8 Ibid. S. 147.

9 Vgl. Ibid. S. 3.

gleichzeitig wird das Beobachtete gefühlt, in dem Sinne, dass wir spüren, was der andere auch spürt. Ein kurzer Eindruck von einer bestimmten Person erzeugt in uns nicht nur eine Vorstellung über deren Handlungsabsichten, sondern auch über deren Empfindungen.<sup>10</sup> Allerdings ist die Fähigkeit zur Spiegelung bei Menschen unterschiedlich ausgeprägt und die Interpretation hängt von individuellen Interaktionsvorerfahrungen und deren Bewertung und Verarbeitung ab. Unsere Wahrnehmung ist also nie objektiv, sondern eine stets subjektive Repräsentation.<sup>11</sup> Nichtsdestotrotz ist die Fähigkeit, in uns selbst die Spiegelungen anderer zuzulassen, also in Resonanz zu gehen und z. B. Akzeptanz, Verstehen, Empathie auszudrücken, ein entscheidender Sympathiefaktor. Allerdings nur, wenn der Ausdruck im Einklang steht mit der inneren Stimmung, d. h. wenn wir spontan und tatsächlich authentisch sind. Der Sympathieeffekt bricht nämlich sehr schnell zusammen, wenn eine zunächst wahrgenommene Übereinstimmung zwischen innen und aussen sich als übertrieben oder Täuschung erweist. Antrainierte, lediglich eingeübte Körpersprache, die im Widerspruch steht zu einer inneren Haltung, kann deshalb vielleicht kurzfristig beeindrucken, wird in der Dauer mit hoher Wahrscheinlichkeit jedoch als inkongruent und damit als nicht glaub- und nicht vertrauenswürdig entlarvt.

■ **Einflussfaktoren:** Zu beachten bei der Deutung von nichtsprachlichen Signalen ist, dass sie z. T. angeboren und z. T. angelernt sind, d. h. sie geschehen unbewusst und sie können bewusst eingesetzt werden. Durch Konventionalisierung (z. B. spezifisches Verhalten bei Begrüssung) oder Ritualisierung (z. B. religiöse Riten) sind sie den Angehörigen einer bestimmten Gruppe geläufig und werden dann auch verstanden. Generell sind sie wie der verbale Ausdruck von vielen verschiedenen Gegebenheiten bei Sender und Empfänger abhängig von:

- ihrer individuellen Verfassung und momentanen Bedingtheit
- ihrer Funktion und Rolle
- ihrer Kultur und Geschichte
- ihrem Geschlecht und ihren geschlechtsspezifischen soziokulturellen Vorstellungen und Erwartungen
- der jeweiligen aktuellen Kommunikationssituation.

Aus diesen vielfältigen Einflussfaktoren lässt sich ableiten, wie anfällig nichtsprachliche Signale für Falschinterpretationen jeglicher Art sind. Einzelne Merkmale aus dem gesamten Spektrum der para- und extraverbalen Ebenen lassen sich also auf keinen Fall eindeutig erklären und auslegen. «Die Schlussfolgerungen, die aus der Interpretation einer Gesamtsituation gezogen werden können, haben lediglich Wahrscheinlichkeits-, keineswegs jedoch Gewissheitscharakter.»<sup>12</sup> Eine eindeutige, allgemeingültige Diagnostik durch einen Empfänger ist nur möglich, wenn sie vom Sender entsprechend bestätigt wird. Einseitige interpretative Festlegungen und Verzerrungen können stark in die Irre führen und Kommunikationsprozesse damit überaus erschweren. Immer wenn die eigene Wahrnehmung, ob von Situationen oder Personen, ob in altbekannten oder neuen, noch unbekanntem Kontexten, mit der Wahrheit gleichgesetzt wird, sind Missverständnisse höchst wahrscheinlich und oftmals vorprogrammiert.<sup>13</sup>

10 Vgl. Ibid. S. 45.

11 Vgl. Ibid. S. 156 und 165.

12 Heilmann, Christa, M.: Körpersprache richtig verstehen und einsetzen, S. 34.

13 Als beispielhaft können genderspezifische Fehleinschätzungen eines als typisch männlich oder typisch weiblich assoziierten verbalen wie nonverbalen Kommunikationsstils angeführt werden oder auch wettbewerbsrelevante Missdeutungen in der interkulturellen Kommunikation. Nicht umsonst befördern die o.g. kommunikationspsychologischen Erkenntnisse einen Weiterbildungsmarkt mit durchaus sinnvollen entsprechenden inhaltstypischen Offerten.