

Rhetorik

Überzeugen mit der Kunst der guten Rede



Teil 1: Die Theorie und Produktion einer überzeugenden Rede

Business-Bereich

Management

Personal

Führung

Erfolg & Karriere

Kommunikation

Marketing & Vertrieb

Finanzen

IT & Office

Sofort-Nutzen

Sie erfahren:

- welche Faktoren auf eine Rede wirken und wie Sie damit umgehen,
- wie Sie eine überzeugende Rede vorbereiten, gliedern und gestalten,
- wie Sie starke Argumente finden, klassifizieren und strukturieren,
- wie Sie mit Ihrer Rede eindrucksvoll Ihr Publikum erreichen,
- wie Sie sich gezielt auf eine Stegreifrede vorbereiten.

Sie können:

- wirkungsvoll argumentieren – und das nicht nur in der klassischen Redesituation,
- zuhörerorientiert reden und sich auf unterschiedliche Zuhörertypen einstellen,
- Missverständnisse in der Kommunikation vermeiden,
- Ihr Manuskript so gestalten, dass es für Sie vortragsicher ist,
- Ihre individuelle, ganz persönliche Redekunst trainieren und optimieren.

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

Weitere Informationen unter: www.personenzentriertes-coaching.de

Impressum

WEKA Business Dossier

Rhetorik – 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
www.weka.ch

1. Auflage 2015

VLB – Titelaufnahme im Verzeichnis Lieferbarer Bücher:
ISBN: 978-3-297-00601-6

© 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 – Überzeugen mit der Kunst der guten Rede

Vorwort	5
1. Antike Rhetorik – Geschichtliches von aktuellem Wert	6
1.1 Redner.....	6
1.2 Rede-Ziele und Rede-Formen.....	6
1.3 Rede-Vorbereitung.....	7
2. Einfluss- und Wirkungsfaktoren einer Rede	8
2.1 Das Rhetorische Dreieck.....	8
2.2 Wer? – die Redner-Persönlichkeit.....	9
2.3 Wem? – das Rede-Publikum.....	9
2.4 Was? und Wozu? – Rede-Form, -Thema, -Ziel, -Titel.....	10
2.4.1 Rede-Formen heute.....	10
2.4.2 Rede-Thema, -Ziel, -Titel.....	10
2.5 Wie? – der Rede-Aufbau.....	11
2.6 Wie lange? – die Rede-Zeit.....	11
2.7 Wo? – der Rede-Ort.....	12
2.8 Wann? – der Rede-Zeitpunkt.....	12
3. Wirkungsvoller Inhalt und Aufbau einer Rede	13
3.1 Die zielorientierte Stoffsammlung.....	13
3.2 Die zielorientierte Stoffauswahl.....	13
3.3 Die zielorientierte Gliederung.....	14
3.3.1 Einleitung – Denkipuls.....	14
3.3.2 Hauptteil – Denkplan.....	16
3.3.3 Schluss – Denkziel.....	16
4. Wirkungsvolle Argumentation	17
4.1 Die Klassifikation von Argumenten.....	17
4.2 Die Funktion von Argumenten.....	18
4.3 Die Auswahl von Argumenten.....	18
4.4 Die Strukturierung von Argumenten mit dem Fünf-Satz.....	19
5. Zuhörerorientierte Rede	22
5.1 Das Kommunikationsquadrat in der Rede.....	22
5.2 Verständlichkeit – die Voraussetzung wirkungsvoller Rede.....	25
5.3 Redner- und Zuhörertypen.....	27
5.4 Rhetorische Figuren.....	28

6.	Wirkungsvolle Spontan- oder Stegreifrede	31
7.	Vortragssichere Manuskriptgestaltung	33
8.	Praxisteil	35
	Praxisteil 1: Redevorbereitung	35
	Praxisteil 2: Redearbeitung	38
	Praxisteil 3: Sprechdenken trainieren.....	43
9.	Literatur	45

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.»¹

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 1 «Die Theorie und Produktion einer überzeugenden Rede» liefert einen Leitfaden für die inhaltliche Vorarbeit und zielgerichtete Ausarbeitung einer guten Rede. Der fundierte, umfangreiche Einblick in die Einfluss- und Wirkungsfaktoren, den Inhalt und Aufbau, verschiedene Argumentationsmuster und die Bedingungen der Zuhörerorientierten Rede vermittelt jenes theoretische Hintergrundwissen, welches die Grundlage bildet für jeden realen, rednerischen Einsatz. Eine Vielzahl an methodischen Anleitungen und sachdienlichen Tipps sowie ein Praxisteil mit detaillierten Trainingsanregungen unterstützen dabei, die Theorie kontinuierlich in der Praxis zu erproben und umzusetzen.

«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.²

Margarete Maria Kuhn-Porwoll
im Mai 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.

«Reden lernt man nur durch reden.» (Marcus Tullius Cicero)

1. Antike Rhetorik – Geschichtliches von aktuellem Wert

Der Begriff Rhetorik³ stammt aus dem Griechischen und bedeutet theoretisches Vermögen und praktische Fertigkeit der Rede, von den Römern bezeichnet als *ars rhetorica* und als *ars oratoria/eloquentia*. Ziel der Beredsamkeit war es, den Zuhörer im Sinne des Redners zu beeinflussen. Für diese Redekunst wurden von bedeutenden Rhetorik-Lehrern wie Aristoteles, Cicero oder Quintilian umfassende rhetorische Regelwerke zusammengetragen. Sie beantworteten grundsätzliche Fragen zur Persönlichkeit des Redners sowie zu den Stadien der Redeproduktion und beschrieben die verschiedenen Redestile und eine Vielzahl von Redefiguren, welche die Aussagen veranschaulichen, verdeutlichen oder ausschmücken sollten. Der umfangreiche Fundus an historischen Vorgaben ist jedem aufgeschlossenen Redner heute noch eine wertvolle Unterstützung.

1.1 Redner

Nach Meinung der antiken Lehrer war der gute Redner in jener Zeit der «*vir bonus dicendi peritus*»,⁴ ein im Reden erfahrener Ehrenmann von tadelloser Sittlichkeit. In idealer Verbindung sollte er weise und beredsam, eloquent und selbstsicher Wissen, Fertigkeiten und Tugend in sich vereinigen. Dazu brauchte der Redner nicht nur eine umfassende Bildung in den damaligen Wissenschaften.⁵ Seine Wirkungskraft war untrennbar auch verknüpft mit seiner persönlichen Integrität: Nur der konnte überzeugend sprechen, der auch tatsächlich überzeugt war und nicht nur um des schönen Scheins willen so tat.

1.2 Rede-Ziele und Rede-Formen

In der antiken Rede wurden je nach Anlass drei Redegattungen unterschieden:

- **Gerichtsrede** (*genus iudiciale*): zur eigenen Verteidigung und zur Beeinflussung der Richter
- **Politische Rede** (*genus deliberativum*): zur Untersuchung eines politischen Problems nach verschiedenen Gesichtspunkten, auch zur Gewinnung von Wählern und zur Beeinflussung der Massen (eig. «Abwägungsrede»)
- **Lob-, Tadel- oder Festrede** (*genus demonstrativum*): zu einem festlichen Anlass

Gemäss der Gattung war der Zuhörer anzusprechen, der Redner sollte ihn

- belehren und unterrichten = **docere** oder
- bewegen, veranlassen, beeinflussen = **movere** oder
- erfreuen, unterhalten, interessieren = **delectare** (u.U. auch *conciliare* = [versöhnen, erwirken, stiften]).⁶

3 Vgl. Ueding, Gert: *Klassische Rhetorik*. München 5. Aufl. 2011, S. 11 ff.

4 Ibid. S. 49 f.

5 Diese Bildung beinhaltete das Studium der «*septem artes liberales*», bestehend aus Trivium, d.h. Grammatik, Rhetorik, Philosophie (Logik und Dialektik) und Quadrivium, d. h. Arithmetik, Musik, Geometrie und Astronomie. Vgl. Ueding, S. 54.

6 Ibid. S. 74 ff.