

Inspirierende Reden halten

Wann wird endlich das Buffet eröffnet? Das fragen sich die Zuhörer bei vielen Reden. So sehr ödet sie der Vortrag an. Doch die Chef-Ansprache gehört zum Standardprogramm von Veranstaltungen - sei es für Kunden oder Verbandsmitglieder. Deshalb hier einige Tipps, worauf Sie bei Ihrer Ansprache achten sollten.



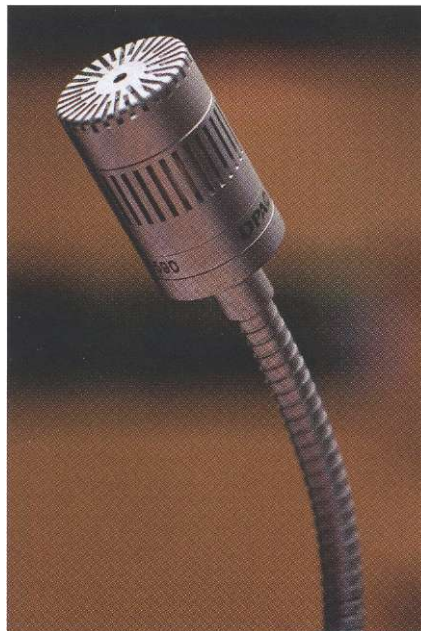
Autorin:
Barbara Liebermeister,
Leiterin des Instituts für Führungskultur im digitalen Zeitalter (IFIDZ), Frankfurt

Meist blicken die Zuhörer der Rede erwartungsfroh entgegen - sofern sie die langatmigen „(Fest)-Ansprachen“ des Chefs oder Vorsitzenden nicht schon kennen. Entsprechend leicht könnten Redner ihr Publikum begeistern. Denn der Erfolg einer Rede hängt primär davon ab, wie sympathisch der Redner den Zuhörern ist. Auch ihr Aufbau und ihre dramaturgische Gestaltung sind wichtig. Doch wie gewinnt ein Redner die Sympathie der Zuhörer?

Vor allem dadurch, dass er authentisch wirkt. Wenig glaubwürdig ist es, wenn ein Erbsenzähler sich in seiner Rede als Witzbold präsentiert. Oder ein Einzelkämpfer sich verbal mit den Anwesenden verbrüdert. Das ist und wirkt nicht authentisch. Also gehen die Zuhörer auf Distanz.

Die Zuhörer auf eine „Gedankenreise“ mitnehmen

Ein Redner gleicht einem Reiseführer. Er nimmt seine Zuhörer mit auf eine Gedankenreise - zum Beispiel durch das zurückliegende Jahr. Also sollte er im Vorfeld überlegen: Was ist der Anlass der Reise? Wohin soll sie gehen? Und: Wer nimmt daran teil? Erst danach sollte er das Reiseprogramm, also den Inhalt und Ablauf der Rede, planen. Und, eine Ansprache sollte für den entsprechenden Anlass konzipiert sein. Beim Planen sollte der Redner wis-



Wichtig: Aufbau und Dramaturgie einer Rede

sen: Wer sitzt mir gegenüber? Und: Welche Beziehung besteht zwischen den Zuhörern? Kennen sie sich gut oder treffen sie sich nur einmal jährlich? Gehören sie derselben Organisation an? Denn wenn die Zuhörer Tag für Tag zusammenarbeiten, haben sie gemeinsame Erfahrungen. Auf diese kann der Redner sich beziehen. Sehen sie sich hingegen selten, muss er auf andere Elemente zurückgreifen, um ihr Ohr zu finden. Zum Beispiel die Entwicklung in der Branche. Oder auf ein solch branchenübergreifendes Thema wie die Digitalisierung.

Mit den Zuhörern kommunizieren

Ein guter Redner kommuniziert mit seinen Zuhörern - selbst wenn nur er spricht. Zum Beispiel, indem er häufig Blickkontakt mit dem Auditorium sucht. Deshalb

sollten Reden so frei wie möglich vorgelesen werden. Und sprechen Sie das Publikum immer wieder an. Doch nicht indem Sie alle zwei, drei Minuten die Floskel „Meine sehr verehrten Damen und Herren“ verwenden, sondern indem Sie die Zuhörer zum Beispiel rhetorisch fragen: „Kennen Sie folgende Situation, ...?“.

Oder: „Vielleicht geht es auch Ihnen so, ...?“. Oder indem Sie in die Rede Beispiele aus der Erfahrungswelt der Zuhörer einflechten. Eine Festrede zu einer Feier sollte maximal zehn, fünfzehn Minuten dauern. Sie sollte höchstens drei Kernbotschaften enthalten. Zum Beispiel: Die Arbeitsplätze sind sicher. Unser Unternehmen sieht einer rosigen Zukunft entgegen. Und: Das verdanken wir dem Einsatz aller Mitarbeiter. Planen Sie besonders sorgfältig den Beginn und Schluss Ihrer Rede. Gute Einstiege sind Anekdoten. Bauen Sie Ihre Rede dramaturgisch auf. Alles sollte auf ein Finale zustreben, das dem Publikum im Gedächtnis bleibt - ähnlich wie bei einem Feuerwerk.

Die Rede - vorm Spiegel - üben

Eine Rede sollte aus kurzen Sätzen bestehen. Lange Schachtelsätze bergen die Gefahr, dass der Redner sich verhaspelt. Oft ist bei ungeübten Rednern dann der Rest der Rede gelaufen: Redesicherheit gewinnen Sie vor allem durch Routine und eine gute Vorbereitung. Hierzu zählt das laute Üben. Insbesondere den Einstieg, das Ende und die Übergänge zwischen den Redepassagen sollten Sie so lange üben, bis Sie diese sozusagen auswendig kennen. Stoppen Sie beim Üben auch die Dauer der Rede. So merken Sie schnell, wann es Zeit wird, das Buffet zu eröffnen.