

Rede halten? Klar!

Tipps zur Verbesserung Ihrer Rhetorik bei Vorträgen – Sei es bei einer Veranstaltung, bei einem Seminar, vor Ihren Angestellten oder digital, in Ihren regelmäßigen Insta Stories: Als Kosmetikerin haben Sie immer mal wieder die Gelegenheit, eine Rede zu halten. Damit Sie künftig noch selbstsicherer vor Publikum sprechen, teilt Managementberaterin und Vortragsrednerin Barbara Liebermeister in diesem Beitrag die wichtigsten Tipps zum Planen und Halten von Vorträgen, die beim Publikum ankommen.



Gerade in der Zeit rund um den Jahreswechsel stehen Inhaber und Führungskräfte von Kosmetik instituten oft vor der Herausforderung, eine Rede zu halten – nicht nur auf Neujahrsempfängen von Vereinen und Verbänden, in denen sie auch Mitglied sind, um die **Bekanntheit ihres Instituts zu steigern**, sondern auch bei Events, die unter anderem dazu dienen, ihre Mitarbeiter auf die Herausforderungen im neuen Jahr vorzubereiten und den **Teamspirit zu fördern**. Ein weiterer Anlass sind Veranstaltungen, deren Ziel es ist, den **Kontakt** zu wichtigen Stammkunden zu **pflügen**.

Bei Reden erlahmt das Interesse der Zuhörer oft nach wenigen Minuten. Dabei blicken sie der Rede beispielsweise ihres „Chefs“ oder ihres Vereins- oder Vorstandsmitglieds meist durchaus gespannt entgegen – sofern sie dessen langatmige „Ansprachen“ nicht schon kennen. Entsprechend leicht könnten Redner **ihr Publikum begeistern**, sofern sie die nachfolgenden Tipps beachten.

GLAUBWÜRDIG & AUTHENTISCH

Der Erfolg einer Rede hängt stark davon ab, wie sympathisch der Redner den Zuhörern ist. Doch wie gewinnt er deren Sympathie? Vor allem dadurch, **dass er authentisch wirkt**. Die Rede sollte ihm also auf den Leib geschneidert sein. Unglaublich wirkt es, wenn sich eine Person, die alle Anwesenden als „Erbsenzähler“ kennen, als „lockerer Typ“ und Witzbold präsentiert oder wenn sich ein „Einzelkämpfer“ verbal mit den Anwesenden verbrüdet. Also gehen die Zuhörer auf Distanz.

KOPFKINO INITIIEREN

Nehmen Sie Ihre Zuhörer auf eine Gedankenreise mit. Ein Vortragsredner gleicht einem Reiseführer. Er nimmt seine Zuhörer mit auf eine Gedankenreise – zum Beispiel durch das abgelaufene oder kommende Jahr.

Also sollte er sich im Vorfeld überlegen: **Was ist der Anlass der Reise?** Wohin soll sie gehen? Und: Wer nimmt an der Reise teil? Erst danach

sollte er das Reiseprogramm, also den Inhalt und Ablauf der Rede, planen.

DAS PUBLIKUM IM FOKUS

Beim Planen Ihrer Rede sollten Sie wissen: **Wer sitzt mir gegenüber?** Und: Welche Beziehung besteht zwischen den Zuhörern? Kennen sie sich gut oder sehen sie sich nur einmal jährlich? Gehören sie derselben Organisation an oder nicht? Denn wenn Ihre Zuhörer sich, so wie beispielsweise Ihre Mitarbeiter, nahezu täglich sehen, weil sie zusammenarbeiten, haben sie **gemeinsame Erfahrungen**: Auf diese können Sie sich beziehen.

Sehen Sie sich hingegen nur ein- oder zweimal pro Jahr, sollten Sie auf andere Elemente zurückgreifen, um ihr Gehör zu finden. Zum Beispiel die Entwicklung in ihrer Stadt oder Branche. Oder auf solche übergreifenden Themen wie die aktuelle Energiekrise und Inflation oder das sich zunehmend verbreitende Gefühl der Menschen „Alles wird mir zu viel“.

BINDEN SIE IHR PUBLIKUM EIN

Ein guter Redner kommuniziert mit seinen Zuhörern, auch mit den Augen. Tragen Sie deshalb Ihre Rede so frei wie möglich vor. **Sprechen Sie Ihr Publikum auch persönlich** an – aber nicht, indem Sie alle zwei, drei Minuten solche Floskeln wie „Meine sehr verehrten Damen und Herren“ oder „Liebe Kunden“ verwenden. Stellen Sie den Zuhörern vielmehr **retorische Fragen** wie „Kennen Sie folgende Situation, ...?“ oder „Geht es auch Ihnen so, dass ...?“. Integrieren Sie zudem Beispiele aus der Erfahrungswelt der Zuhörer in Ihre Rede. Auch **etwas Humor und Selbstironie** schaden nie.

FASSEN SIE SICH KURZ

Je kürzer eine Rede ist, umso besser ist sie meist. Eine Festrede beispielsweise anlässlich einer **Weihnachtsfeier oder eines Firmenjubiläums** sollte **maximal zehn Minuten** dauern. Denn bei einem solchen Event steht das gemeinsame Feiern zentral. Anders verhält es sich bei einer Rede zum Beispiel bei einer Kick-off-Veranstaltung zum Jahresbeginn. Sie soll die Zuhörer zumeist auch auf die Herausforderungen im neuen Jahr einstimmen und über anstehende Veränderungen informieren. Also kann die Rede mehr Informationen enthalten und **einen appellativen Charakter** haben.

VIDEO-TIPP



Exklusiv für Online-Abonnenten: Sie wollen als Beauty-Expertin noch sichtbarer werden? Dann sehen Sie sich unser Online-Tutorial **„Expertenstatus durch Vorträge erlangen“** an. Sie finden es unter der **Nummer 151021** auf unserer Internetseite.
www.beauty-forum.com/business

FOKUS AUF DAS VORTRAGSZIEL

Konzentrieren Sie sich auf die Kernbotschaften Ihres Vortrags. Eine Rede sollte **höchstens drei Kernbotschaften enthalten**. Zum Beispiel: 1. Die Arbeitsplätze sind sicher. 2. Unser Kosmetikinstitut sieht trotz der allge-

meinen Kaufzurückhaltung aufgrund der Inflation einer rosigen Zukunft entgegen. Und: 3. Dass es ihm gut geht, verdanken wir dem Engagement aller Mitarbeiter (und der Treue unserer Kunden).

PLANEN SIE EINE GEDANKENREISE

Für das inhaltliche Planen Ihrer Rede können Sie die Mindmapping-Methode nutzen. Sie funktioniert wie folgt: Schreiben Sie in die Mitte eines Blatt Papiers den Anlass und das



Bleiben Sie Ihren Zuhörern im Gedächtnis, indem Sie sie restlos mit Ihrem **Vortrag begeistern**.

Thema der Rede. Zum Beispiel: „Meeting Mitarbeiter: Strategie 2023“. Notieren Sie dann entlang von Linien, die von diesem Zentrum ausgehen, alles, was Ihnen hierzu einfällt. Zum Beispiel: „Neue Produkte/Verfahren“, „Innovation/Technik“, „Mitarbeiter“, „Marketing/Werbung“. So bekommen Sie **einen Überblick über die möglichen Redehalte**. Und wenn Sie merken, es wird zu viel, dann streichen Sie einfach unnötige Passagen.

KNACKIGER START

Planen Sie Beginn und Schluss Ihrer Rede besonders sorgfältig. Wie aufmerksam das Publikum Ihnen zuhört, hängt weitgehend vom Einstieg ab. **Gute Einstiege sind Anekdoten**. Bauen Sie Ihre Rede dramaturgisch auf. Alles sollte auf ein Finale zustreben, das dafür sorgt, **dass Ihre Rede dem Publikum im Gedächtnis bleibt** – wie bei einem Feuerwerk!

KURZ & AUSSAGEKRÄFTIG

Eine Rede sollte **aus möglichst kurzen Sätzen** bestehen. Bei Schachtel-

sätzen besteht die Gefahr, dass der Redner sich verheddert. Dann werden ungeübte Redner oft nervös und verhaspeln sich immer häufiger. Und irgendwann wartet das Publikum nur noch auf Versprecher.

AKTIV UND BILDHAFT SPRECHEN

Wichtig ist **eine aktive Sprache**. Also zum Beispiel „Wir planen ...“ statt „Unsere Planung sieht vor ...“. Durchforsten Sie Ihr Manuskript nach substantivierten Verben wie „Durchführung“ und „Neuorientierung“. Taucht ein solches Wort auf, können Sie die Aussage meist **„knackiger“ formulieren**.

ÜBUNG MACHT DEN MEISTER

Sicherheit gewinnen Sie durch eine gute Vorbereitung. Hierzu zählt **das laute Üben** – nach den ersten Versuchen, bei denen Sie sich rein auf den Inhalt konzentrieren, eventuell auch vor einem Spiegel, um auch **Ihre Körperhaltung und Gestik** zu checken. Speziell den Einstieg, das Ende und die Übergänge zwischen den Redepassagen sollten Sie so lange üben, bis Sie diese sozusagen auswendig kennen.

MEIN TIPP



Stoppen Sie beim Üben auch die Dauer Ihrer Rede, damit Sie die vorgesehene Zeit nicht überschreiten.

BEI PANNEN RUHE BEWAHREN

Geraten Sie nicht in Panik, wenn Sie beim Halten Ihrer Rede – trotz guter Vorbereitung – sich mal versprechen oder den roten Faden verlieren. Denn das Redenhalten ist als Kosmetikerin nicht Ihr Hauptjob. Deshalb tragen kleine Patzer eher dazu bei, dass Sie **sympathisch und authentisch** wirken. □

BARBARA LIEBERMEISTER



Die Autorin leitet das Institut für Führungskultur im digitalen Zeitalter. Zuvor arbeitete die Managementberaterin, Buchautorin und Vortragsrednerin als Marketingmanagerin für internationale Luxusmarken.
www.barbara-liebermeister.com