

Reden und Dialoge

Die Kunst, die richtigen Worte zu finden

Für Führungskräfte sind Reden und Präsentationen ein elementarer Beitrag zum eigenen Erfolg sowie der persönlichen Positionierung. Die Herausforderung: das fundierte und überzeugende Vermitteln strategischer und komplexer Sachverhalte. Wer es vermag, seine Botschaften überzeugend zu kommunizieren und darüber hinaus seine Zuhörer zu begeistern, wird diese Aufgaben souverän meistern.

Das Verfassen einer guten Rede ist allerdings eine zeitintensive Angelegenheit. Selten bleibt Führungskräften im Tagesgeschäft die Zeit, Reden detailliert vorzubereiten. In diesem Fall können die Dienste eines erfahrenen Autors von großem Nutzen sein. Einem Redenschreiber kommt die anspruchsvolle Aufgabe zu, die zu vermittelnden Botschaften und Inhalte so zu formulieren, dass ein roter Faden, eine stringente „Geschichte“ entsteht.

„Die erste, ja für sich allein beinahe ausreichende Regel des guten Stils ist diese, dass man etwas zu sagen habe.“

Arthur Schopenhauer (deutscher Philosoph)

Wer im Auftrag Reden und Dialoge entwickelt, der sollte vor allem den Anlass, aber auch den Redner angemessen inszenieren. Hierbei sind Kreativität und Sorgfalt gefragt – vor allem dann, wenn der Autor den Vortragenden zusätzlich mit ergänzenden Hintergrundinformationen versorgen muss.

Für eine erfolgreiche Erstellung der Redevorlage ist eine strukturierte und systematische Vorgehensweise unerlässlich. Hierfür existieren verschiedene Ansätze und Wege, die zum Erfolg führen. Einige der für uns entscheidenden Faktoren wollen wir gern mit Ihnen teilen.

1. Die Bedeutung der Rede überdenken und verinnerlichen

Es beginnt mit dem Vortragenden und den Rahmenbedingungen. Um wen handelt es sich, welche Position hält er inne, wie spricht und welchen Stil bevorzugt er? Wird er frei vortragen oder benötigt er ggf. Stichworte in schriftlicher Form?

Die alles entscheidende Frage: Was ist das Ziel der Rede?

Welche Botschaften sollen transportiert werden und was sind die wichtigsten Kernaussagen? Soll die Rede einem informativen oder unterhaltsamen Duktus folgen? Müssen die Zuhörer von etwas überzeugt oder aktiviert werden? Auch die Kenntnis der Zielgruppe ist entscheidend! Um wen handelt es sich? Sind es Vorgesetzte, Mitarbeiter, Kritiker oder Journalisten? Welche Erwartungshaltung und welche Vorkenntnisse haben sie?

2. Zu Beginn alle Ideen notieren und gliedern

Der Einstieg des Vortrages ist von entscheidender Bedeutung, denn das erste Ziel des Redners muss es sein, die Aufmerksamkeit seiner Zuhörer in den ersten Minuten zu gewinnen.

3. Die Begrüßung: so ausführlich wie nötig, so kurz wie möglich!

Höflichkeit und Form spielen auch bei einer Rede eine wichtige Rolle. Beispielsweise der Dank für die Einladung oder die Begrüßung offizieller Gäste in der Zuschauerschaft. Derartige Formalien sollten zügig erfolgen. Der Zuhörer muss neugierig auf das werden, was folgen wird. Je nach Art des Anlasses können hierfür z.B. Humor, Selbstironie, historische Ereignisse, regionale Bezüge, Hinweise auf ein bekanntes Rahmenprogramm oder auch persönliche Anekdoten des Redners geeignet sein.

4. Verschachtelte Satzkonstruktionen vermeiden

Botschaften und Aussagen sollten immer kurz und prägnant auf den Punkt gebracht werden, damit sie der Zuhörer versteht. Dabei sollte stets bedacht werden, dass der Zuhörer die Rede nur im Wortlaut zu hören bekommt und kein Manuskript erhält, um komplizierte Passagen ggf. nachzulesen. Was dem Redner selbst häufig „fast etwas knapp“ vorkommt, empfinden Zuhörer gern als „gut verständlich“.

5. Konkrete Botschaften, glaubwürdige Kernaussagen transportieren

Platte Standardphrasen und zu viele „Ich“-Formulierungen sowie ein Überfluss von Fakten und Zahlen haben in einer „klassischen“ Rede nichts verloren. Umfangreiche Bilanzen zum Beispiel oder ausschweifende technische Details können auf dem Papier als Information wertvoll erscheinen, doch sind sie im gesprochenen Vortrag nur schwer zu vermitteln.

6. Punktuell Zitate und Metaphern einsetzen

Zitate und Metaphern regen die Vorstellungskraft der Zuhörer an und lassen in ihren Köpfen Bilder entstehen, die getroffene Aussagen sowie zu vermittelnde Botschaften greifbarer machen.

7. Positiv formulieren

Negationen sind nach Möglichkeit zu vermeiden, denn sie wirken negativ auf die Stimmung des Zuhörers und vermindern seine Aufmerksamkeit für das Wesentliche. Anstelle der Formulierung „Wir lehnen diese Vorgehensweise ab!“ könnte man sagen: „Wir haben zu Gunsten einer alternativen Vorgehensweise entschieden!“

8. Ergänzende Medien wie z. B. Filmeinspieler oder Musik als emotionale „Verstärker“ einsetzen

Wichtig hierbei ist, dass die eingesetzte Technik einwandfrei und zuverlässig funktioniert (Proben sind unerlässlich!). Ein bis dahin überzeugender Redner kann blitzartig seine Souveränität verlieren, wenn er durch mangelhafte Technik im Stich gelassen wird!

9. Den Vortrag mit einer nachhaltigen Botschaft beenden

Hat man es geschafft, über den gesamten Vortrag hinweg einen harmonischen Spannungsbogen zu kreieren, dann sollte auch der Abschluss so formuliert sein, dass er den Zuhörern in Erinnerung bleibt. Eine griffige Schlussfolgerung, eine gewagte These, ein emotionaler Appell oder ein spannender Ausblick in die Zukunft können dafür sorgen, dass die Zuhörer über den Vortrag sprechen werden.

10. Am Ende des Kreativprozesses steht die Qualitätssicherung

Das fertige Redemanuskript sollte immer lektoriert und in mehreren Durchläufen auf Optimierungspotenziale überprüft werden. Alle o. g. Schritte werden dabei solange abgearbeitet, bis alle unschlüssigen Formulierungen sowie überflüssige Phrasen entfernt sind.

Dieser Vorgang ist vergleichbar mit dem Einkochen einer guten Sauce. Alle wichtigen Zutaten wurden beim Kochen hinzugefügt, jetzt gilt es, das Resultat auf eine maximale Wirkung hin zu komprimieren.

Bevor dem Redner das Manuskript übergeben wird, sollte sich ein guter Autor die Frage stellen, ob er mit dem vorliegenden Resultat selbst vor die Zuhörer treten würde. Diese Frage sollte er nach bestem Wissen und Gewissen mit einem „Ja“ beantworten können, bevor er dem Redner das finale Manuskript aushändigt.