

Volker Hermanspann

Der Vortrag

Inhaltsverzeichnis:

1	Ebenen der Kommunikation:	
	Rahmenbedingungen	3
	Inhalt	3
	Beziehung	4
2	Lasswell-Formel	5
3	Sender	
	Lampenfieber, Gut dastehen	6
	Äußeres, Kleidung	7
	Sicherheit, Angst	7
4	Empfänger	
	Zielgruppenanalyse	8
	Einstellung	8
	Zeitmanagement	8

5	Botschaft	
	Arten von Reden	9
	Hauptteil	9
	Einleitung	10
	Schluss	11
6	Mittel	
	Sprache	12
	Pausen	12
	Körpersprache	13
	Blickkontakt	13
7	Medien	
	Redner als Mediator	14
	Arbeitsblätter, Skripte	14
	Anschauungsmaterial	14
	Plakate, Flipcharts	14
	Whiteboards	15
	Powerpoint	15
8	Wirkung	
	Authentizität	16
	Fehler	16
9	Tucholsky,	
	Ratschläge für einen schlechten Redner	17
	Ratschläge für einen guten Redner	18

1 Ebenen der Kommunikation

Rahmenbedingungen

Jeder Vortrag spielt sich in einem äußeren Rahmen, also unter **Rahmenbedingungen**, ab, die klar definiert sein müssen:

- Es muss ein Anlass vorliegen,
- ein Ort festgelegt sein,
- ein zeitlicher Rahmen,
- ein Sender (Sprecher) und Empfänger
- und ein Thema.

Und diese äußeren Bedingungen müssen stimmen: Der Raum sollte dem Anlass entsprechen, es sollte ausreichend Zeit vorhanden sein; die benötigten Medien müssen vorbereitet sein (nichts ist störender und macht einen Redner nervöser als der Kampf *gegen* die Technik!). Kurz: Die Rahmenbedingungen müssen bei jeder Kommunikation stimmen und bedürfen mitunter klarer Vorbereitung.

Inhalt

Innerhalb dieser Rahmenbedingungen findet das eigentliche Ereignis statt, nennen wir es **Inhalt**: der Vortrag oder die Rede. Dies ist der innere Rahmen, man könnte sagen: der Kernbereich.

Rahmenbedingungen werden bisweilen nicht konsequent genug durchdacht, aber jedem Vortragenden ist im Grunde klar, dass Ort, Zeit, Catering oder was auch immer klar sein müssen. Der *Inhalt* der Kommunikation, also die Ausarbeitung des Vortrags, wird ganz gewiss nicht übersehen und so sorgfältig wie möglich erarbeitet.

Allerdings existiert zwischen diesen äußeren Rahmenbedingungen und dem inhaltlichen inneren Rahmen noch ein Zwischenbereich, also ein mittlerer Rahmen, und dieser ist für das Gelingen des Ganzen von entscheidender Bedeutung: Zwischen Redner und Publikum muss eine **Beziehung** hergestellt werden.

Beziehung

Dieser Bereich wird häufig zu wenig ernst genommen, bisweilen ganz übersehen. Hier werden entscheidende Fehler gemacht. Wenn man sich fragt, warum eine bestimmte Kommunikation nicht funktioniert hat, warum sie unerfreulich oder unergiebig war, dann schaut man immer auf die Rahmenbedingungen und den Inhalt, obwohl die meisten Fehler Ihre Ursachen gerade nicht dort, sondern auf der Beziehungsebene haben.

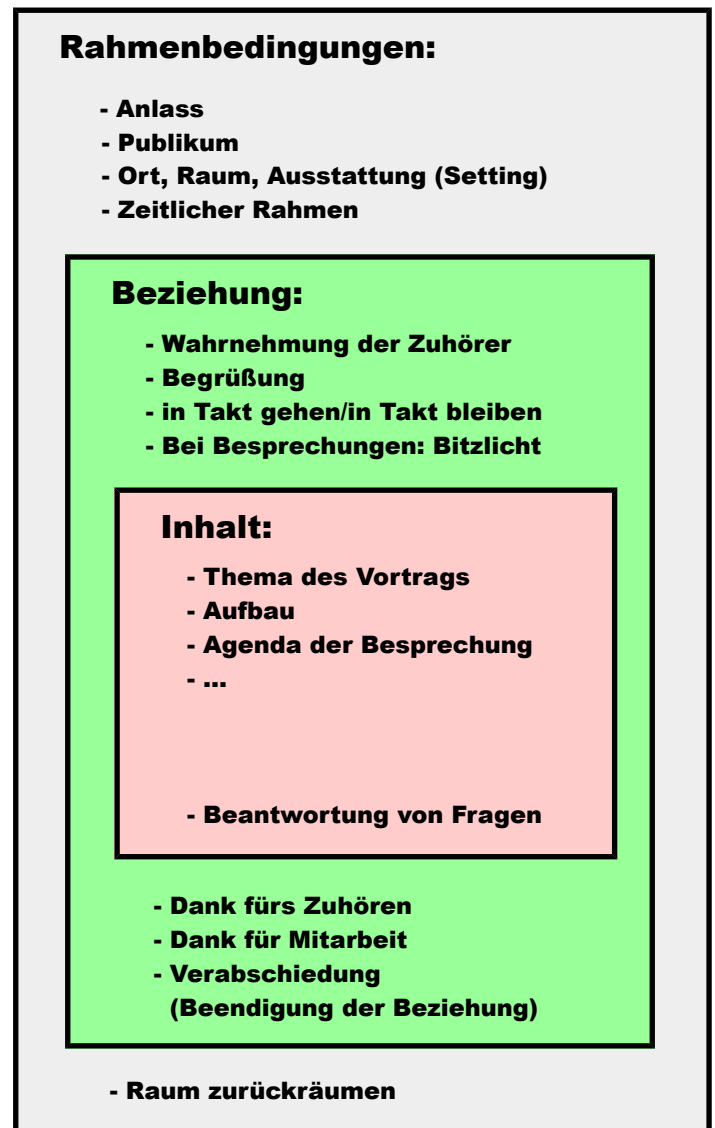
Deshalb ist es zu Beginn eines Vortrags so wichtig, sein Publikum, wahrzunehmen, sich sorgfältig eine Begrüßung zu überlegen, und damit sicherzustellen, dass man wirklich „beieinander“ ist.

Man muss quasi in Takt zu den Zuhörern gehen (und selbstverständlich darauf achten, dass man immer während der gesamten Kommunikation: des Gesprächs, des Vortrags, der Besprechung, im Takt bleibt).

Und genauso wichtig ist es, am Ende die Beziehung korrekt durch Dank oder Verabschiedung wieder aufzuheben.

Alle Fehler, die auf der Beziehungsebene gemacht werden, haben Konsequenzen auf der inhaltlichen, also der Sachebene; d. h. es werden Dinge nicht verstanden oder nicht nachvollzogen – oder es kommt zum Ärger, zu fruchtlosen Auseinandersetzungen.

Also: Konzentrieren Sie sich auf die Beziehung!



2 Lasswell-Formel

Von Harold D. Lasswell* stammt die prominenteste Formel zur Kommunikation. Damit können wir das weite Feld der Rhetorik am besten bestellen. Die Formel lautet:

**Who says
what
to whom
in which channel
with what effect?**

Bei jeder Kommunikationsform, insbesondere bei der Rede und beim Vortrag, geht es also um

Sender und Empfänger (*who und to whom*).
die Botschaft (*what*)
die eingesetzten Mittel (*which channel*)
und die dabei erzielte Wirkung (*what effect*).

Diese fünf Bereiche werden wir uns nun genauer ansehen.

* **Harold Dwight Lasswell** (1902 - 1978), US-amerikanischer [Politikwissenschaftler](#), Mitglied der einflussreichen [Chicago School](#) innerhalb der Soziologie, Mitbegründer des streng individualistischen Forschungsansatzes des [Behavioralismus](#)

3 Sender

Lampenfieber, Gut-dastehen-Wollen

... nackter als im Sonnenbad

Schauen wir uns also zunächst einmal den Sprecher (oder Sender, Kommunikator) an. Es gibt ja ganz unterschiedliche Situationen, in denen man sprechen muss (oder will), aber in den meisten Fällen ist das Sprechen in der Öffentlichkeit mit **Lampenfieber** verbunden, mit Unruhe, ja, bisweilen mit massiven Ängsten. Ängste wovor?

Davor,

- *das Thema nicht zu beherrschen und Fehler zu machen,*
- *den roten Faden zu verlieren und nicht mehr weiter zu wissen,*
- *sich schlecht auszudrücken,*
- *ins Stocken zu geraten, sich zu verhaspeln;*
- *aber auch davor, Kritik oder Widerspruch zu ernten und nicht zu wissen, wie man darauf reagieren soll*
- *oder ganz einfach davor zu versagen.*

Wenn wir im kleinen Kreis sprechen, *unter vier Augen*, dann können wir die Reaktion des Zuhörers in der Regel gleich erkennen und ungewollte Wirkungen entsprechend schnell korrigieren. Unserem **Wunsch, vor anderen gut dazustehen** (und das ist unser zentraler Wunsch!), ist also in dieser Konstellation leichter zu entsprechen als in einer größeren Gruppe. Denn dort ist es viel schwieriger, die Reaktion des Publikums einzuschätzen. Im kleinen Kreis zu sagen, dass einem ein bestimmtes Verhalten des Gegenübers stört, ist unproblematisch; sobald aber mehrere zuhören, zum Beispiel in einer Teambesprechung, werde ich mir jede Kritik besonders gut überlegen, ja, vielleicht gar nicht erst vortragen – eben weil es ungleich schwieriger ist, die Einschätzung meiner Zuhörer zu erfassen.

Die Ursachen für Lampenfieber sind erstaunlicherweise häufig selbstgemacht:

- Sie wissen zu wenig über Ihre Zuhörer.
- Sie haben sich inhaltlich nicht gut vorbereitet.
- Sie stehen nicht hinter Ihrem Thema.
- Ihnen fällt plötzlich ein, dass Sie gar nicht wissen, wie Sie anfangen sollen.
- Sie wissen nicht, wie Sie zum Ende kommen sollen.

Nun, Ängste machen uns klein - auch wenn sie von den Zuhörern meistens gar nicht bemerkt werden (was wichtig zu wissen ist). Trotzdem: Ängste haben uns im Griff. Und dann spielen wir weit unter unseren Möglichkeiten. Was kann uns wieder auf Normalgröße bringen? Was kann uns sicherer machen?

Äußeres, Kleidung

Da ist zuerst (und nicht zu unterschätzen!) **unser Äußeres**. Wir werden, wenn wir vor anderen sprechen, angesehen. Und zwar sehr genau. Tucholsky sagt einmal: „*Ein Podium ist eine unbarmherzige Sache - da steht der Mensch nackter als im Sonnenbad.*“* In der Tat: Das Publikum hat Zeit während eines Vortrags, viel Zeit. Und wie die Gedanken der Zuhörer wandern während des Vortrages, so wandert auch ihr Blick, und dem entgeht nichts. Damit wir uns richtig verstehen: Nicht jeder einzelne sieht alles, aber alle zusammen sehen alles. Ich muss also dafür sorgen, dass ich dieser kollektiven Durchleuchtung standhalte.

Dazu soll meine **Kleidung** dem Anlass **angemessen** sein – und ich muss mich **in ihr völlig sicher fühlen**. - Ein Kaugummi im Mund empfiehlt sich auch nicht, und ich sollte sicher sein, dass ich nichts zwischen den Zähnen habe. Kurz, mein Outfit sollte einwandfrei sein.

Sicherheit, Angst

Nervosität tritt natürlich auch dann auf, wenn ich nicht gut auf den Vortrag vorbereitet bin. Eine **inhaltliche Unsicherheit** wird (wiederum vom Publikum *als Ganzem*) wahrgenommen. Auch dies ist ein Punkt, auf den ich Einfluss habe.

Und ich sollte auf alles andere achten, was mir noch **äußere Sicherheit** geben kann: Der Raum muss *stimmen*. Liegt zum Beispiel ein Kabel im Weg, dann kann mich die Vorstellung, darüber zu stolpern, nervös machen: Weg mit dem Kabel! Schaut während des Vortrags ins Licht, in die Sonne – das kann mich unsicher und aggressiv machen. Kann oder will ich mich setzen? Brauche ich einen „Haltegriff“, z. B. einen Bleistift ...?

Wenn ich all dies beachte, kann es dazu beitragen, die Nervosität zu verringern. - Aber keine zu großen Hoffnungen: Letztlich entscheidet die Nervosität selber, ob sie sich uns auf die Schultern setzt oder nicht. **Entscheidend ist also, ob wir unsere Angst haben – oder sie uns!**

Nehmen Sie Ihre Angst unter den Arm!

* **Kurt Tucholsky**, Ratschläge für einen schlechten Redner, s. Kapitel 9.

4 Empfänger

Zielgruppenanalyse

Als nächstes müssen wir uns dem Empfänger des Vortrags zuwenden. Der Zuhörer sitzt im Raum, weil er Interesse hat, etwas zu erfahren. Nur wenn ich von dieser Prämisse ausgehe, kann ich mich auf das Publikum einstellen und eine angemessene Redeplanung durchführen. Und diese beginnt mit der **Zielgruppenanalyse**. Klären Sie also zunächst die Fragen:

- Wer ist meine Zielgruppe?
- Wie denken, fühlen und handeln die Zuhörer?
- Was ist *ihr* Interesse an der Veranstaltung?
- Wovon lassen sie sich überzeugen?

Einstellung

Überprüfen Sie auch Ihre **Einstellung zum Publikum**. Wenn Sie Ihre Zuhörer für feindlich eingestellt halten, haben Sie einen anstrengenden Job. – Am besten ist es, wenn Sie Ihren Zuhörern Interesse unterstellen; es gewährt Ihnen, gerade bei Zwischenfragen, einen ganz anderen Fokus des Hörens – und damit u. U. eine ganz andere Möglichkeit, deeskalierend zu antworten.

Zeitmanagement

Wichtig ist ein klares **Zeitmanagement** und vor allem die Einhaltung der vereinbarten Zeitlänge. 45 Minuten ist eine gute und dem Hörer zumutbare Zeit für einen Vortrag. Kurt Tucholsky bringt es auf den Punkt: „*Der Ton einer einzelnen Sprechstimme ermüdet; sprich nie länger als vierzig Minuten.*“

Aufmerksamkeit und Interesse lassen immer dann nach, wenn die angekündigte Zeit überschritten wird. Und nach meiner Erfahrung tut sich gerade eine jüngere Zuhörerschaft zunehmend schwerer, einfach zuzuhören. Es kommt also auch auf die mediale Gestaltung Ihres Vortrages an; dazu unten mehr

Halten Sie sich an die zuvor vereinbarte oder angekündigte Zeitvorgabe. Alles andere ist Quälerei. Und grundsätzlich gilt: Fassen Sie sich kurz!

*Lieben Sie Ihr Publikum,
quälen Sie es nicht!*

5 Botschaft

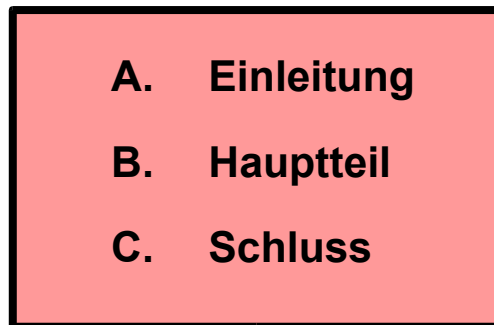
Arten von Reden

Man kann je nach Absicht **drei Arten von Reden** unterscheiden:

- die *informative* Rede; hier geht es um Fakten und Informationen (Referate, Sachvorträge),
- die meinungsbildende *persuasive* Rede; hier geht es um Überzeugungen (politische Reden, Kommentare),
- und die *situative* Rede, die also zu einem bestimmten Anlass gehalten wird (Hochzeit, Jubiläum)

Viele Reden sind allerdings Mischformen, in denen eine der drei Formen dominiert.

Eine informative Rede (über sie werden wir im Folgenden sprechen) hat einen klaren **Aufbau**. Und diesen haben wir alle während unserer Schulausbildung gelernt. Es ist der Aufbau eines Aufsatzes (und, streng genommen, jeder ergebnisorientierten Kommunikation), die Gliederung der Gedanken in



Hauptteil

Beginnen wir mit dem Hauptteil. Ihn zu erarbeiten macht fraglos die meiste Arbeit. Nachdem Sie wissen, über welches Thema Sie sprechen sollen und die Zielgruppe analysiert haben (- wir erinnern uns an die oben genannten Fragen:

- Wer ist meine Zielgruppe?
- Wie denken, fühlen und handeln die Zuhörer?
- Was ist *ihr* Interesse an der Veranstaltung?
- Wovon lassen sie sich überzeugen? -),

stellen Sie sich nun weiter folgende Fragen:

- Was sind *meine* Interessen an der Veranstaltung?
- Was sind die Ziele meiner Rede, meiner Präsentation?
- Wie lang soll mein Vortrag sein?
- Wie gliedere ich meinen Vortrag?
- Welche Gefühle will ich ansprechen?
- Welche Gegenargumente kann ich vorwegnehmen?
- Womit kann ich die Zuhörer gewinnen?
- Was soll mein Schlussappell bewirken?

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Gedanken zu ordnen, so z. B. das *Mind-mapping* (informieren Sie sich im Internet); eine Gliederung muss erstellt werden; schließlich müssen Sie sich Gedanken über die Medien machen.

Und dann achten Sie immer auf:

- **Einfachheit** (auch in Ihrer Sprache),
- **Kürze** und Prägnanz und
- konkrete **Beispiele**.

Einleitung

Jeder, der einen Vortrag halten soll/will/muss, wird viel Mühe darauf verwenden, den Hauptteil (also die eigentliche Rede) so gut er kann vorzubereiten. *Fachlich* sind daher sicherlich die meisten Vorträge in Ordnung.

Was aber sehr häufig übersehen wird, sind die anderen beiden Teile des Vortrags: die Einleitung und der Schluss. Sie stellen quantitativ nur einen kleinen Teil des Vortrages dar, vielleicht den zehnten Teil oder noch weniger. Für die Wirkung des Vortrags sind sie jedoch von ungleich größerer Bedeutung: Hier machen sie sicherlich ein Drittel aus. Daher ein paar Gedanken zu diesen Teilen des Vortrags.

Denn ob Ihre Zuhörer aufmerksam sind, sich für das Thema interessieren, auch welche Einstellung sie zu Ihnen und Ihrem Thema haben, entscheidet sich zu Beginn der Rede. Die **Einleitung** soll

- Kontakt zu den Hörern aufbauen,
- Aufmerksamkeit wecken und
- zum Thema hinführen.

Das können Sie erreichen, indem Sie auf örtlich oder zeitlich aktuelle Situationen Bezug nehmen, auf angenommene Fragestellungen des vor Ihnen sitzenden Personenkreises oder auch dadurch, dass Sie, ganz ohne Kommentar, mehrere Fragen in den Raum stellen. Aber: Überfordern Sie Ihre Zuhörer nicht gleich zu Beginn! Denn die müssen sich erst einmal auf Sie einstellen: auf Ihre Sprache und Ihre Stimme, auf Ihr Auftreten und natürlich auf das Thema selbst.

Schluss

So wichtig wie die Einleitung ist auch der **Schluss**. Er entscheidet wesentlich über die Wirksamkeit Ihres Vortrags: was Ihre Zuhörer mit nach Hause nehmen. Aufgabe dieses Redeteils ist es,

- das Gesagte zusammenzufassen,
- Schlussfolgerungen anzubieten,
- die persönliche Meinung darzustellen oder auch
- einen Appell an die Zuhörer zu richten.

Jeder hört gerne zu. Und: Jeder freut sich auch, wenn der Vortrag zu Ende geht. Wenn Sie also den Schluss ankündigen, was durchaus sinnvoll sein kann, dann müssen Sie auch zügig zum Schluss kommen. Alles andere fällt wieder unter die Kategorie Quälerei. Gehen Sie also verantwortlich mit der Ankündigung des Schlusses um!

Einleitung und Schluss können natürlich appellativen Charakter haben – im Gegensatz zum Hauptteil, der, zumindest bei Informationsreden, kognitiv bzw. pragmatisch aufgebaut ist.

6 Mittel

Sprache

Die anderen müssen zuhören!

Zentrales Medium eines Vortrags ist die Sprache; ihr Anliegen ist Verständigung. Und so geht es in erster Linie um **Verständlichkeit**: bei der Wortwahl, beim Satzbau, bei der Artikulation.

Jeder Sprecher muss seine Hörer voll im Blick haben. „Eine Rede“, sagt Tucholsky, ist „*nicht nur ein Dialog, sondern ein Orchesterstück (...); eine stumme Masse spricht nämlich ununterbrochen mit. Und das musst du hören.*“ Hören also, was der Zuhörer hört. (Schon allein aus diesem Grund muss der Sprecher seine Zuhörer immer voll im Blick haben.)

Es geht dabei *nicht* um Vermeidung von Dialekt, um das Sprechen in feinsten Hochsprache. Nein, es geht immer nur um eines (wie bei jeder Kommunikation): dass der Hörer versteht, was gesagt wird. Und da *können* dialektale Ausdrücke ein Problem darstellen; es kommt ganz auf das jeweilige Publikum an. Es ist allein Aufgabe des Redners, verantwortlich zu sein für das Hören seiner Zuhörer. Das Kriterium für jede gewählte Sprache oder auch Sprachebene ist einzig das Verständnis des Publikums.

Auf **sprachlicher Ebene** empfiehlt sich daher ein nicht komplizierter Satzbau, die sofortige Korrektur aller grammatischen Fehler und der richtige Gebrauch von Fremdwörtern. Gut ist es dabei, wenn die Artikulation sauber und die Sprache moduliert ist, wenn sie also mit einem Wechsel der Tonhöhe und Lautstärke einhergeht.

Pausen

Und ganz wichtig ist es, Pausen zu lassen. Der Zuhörer genießt jede Pause. Er hört gerne zu, sicher. Aber er mag auch die Pausen. Denn jede Pause erlaubt ihm, das Gehörte noch einmal nachklingen zu lassen. Bei Schnellsprechern ist dies oft die einzige Möglichkeit, dass der Hörer die Chance hat, das Gesprochene zu verstehen. Und eine Pause kann deutlich länger sein, als der Sprecher meint ...

Körpersprache

Ein Großteil der Informationen läuft allerdings nicht verbal, sondern **nonverbal** ab. Dies umfasst

- den Blickkontakt,
- die Mimik,
- die Gestik,
- Körperhaltung und -bewegung
- und die Kleidung.

Körper und Hände erlernen ihre Sprache von selbst – allerdings muss der Redner ihnen erlauben, sie zu erlernen. Wie schon gesagt, der Sprecher muss sich wohl und sicher fühlen in seinem Outfit, und er muss die Hände frei halten, damit sie in Bewegung gehen können. Je freier die Hände, desto leichter und angemessener wird auch ihre „Mitsprache“ sein.

Blickkontakt

Und schließlich geht es um den **Blickkontakt**: Man muss nicht krampfhaft den Blick schweifen lassen und einzelne Zuhörer fixieren; es geht nur darum, dass man keinen „Bereich“ der Zuhörerschaft völlig ungesehen lässt. Für das Publikum ist es nur wichtig, dass es sich *angeschaut fühlt*.

7 Medien

Redner als Mediator

Immer wichtiger werden beim Vortrag die eingesetzten Medien. Viele Redner kennen nur noch die Powerpoint-Präsentation und entfernen sich selbst damit häufig ganz aus dem Geschäft. Ich habe Präsentationen erlebt, wo der Sprecher (in einem Falle eine Sprecherin), sich mit den Worten „Sie kennen mich ja alle“ sofort hinter dem Laptop wegduckte und fürder nicht mehr gesehen ward. Solch ein Versteckspiel ist ganz bestimmt nicht Aufgabe medialer Präsentationen.

In jedem Vortrag geht es um den Transport eines Inhalts. Zentrum jedes Vortrages muss daher immer der Transporteur, der Vermittler, eben der *Mediator*, also der Redner selbst, sein. Und alle eingesetzten Medien haben nur den einen Sinn, nämlich das Gesagte zu verdeutlichen und zu verstärken. Und da kann man vieles sehr gut, aber auch sehr vieles sehr schlecht machen.

Sehen wir uns daher die Möglichkeiten des Mediengebrauchs an.

Anschauungsmaterial

Da ist zunächst jede Form von **Anschauungsmaterial**. Wann immer möglich, sollte etwas nicht nur erklärt, sondern auch gezeigt werden. Dazu sollte keine Mühe zu groß sein. Einmal sehen ist besser als zehnmal hören!

Arbeitsblätter, Skripte

Gut sind (vor allem bei Vorträgen mit Workshop-Charakter) **Arbeitsblätter** und **Skripte**. Sie müssen jedoch immer identifizierbar sein: also eine Basiszeile haben, die die Zuordnung erlaubt. Wenn Teilnehmer selbst etwas hineinschreiben können, verstärkt das den Wissenstransfer.

Plakate, Flipcharts

Natürlich unterstützen auch **Plakate** und **Flipcharts** das Vorgetragene. Wichtig ist: Nicht viel Text, große Schrift und kräftige Farben. (Die in Seminar- und Vortragsräumen regelmäßig angebotenen Stifte sind nach meiner Erfahrung meistens ungeeignet: abgenutzt und dünn. Nehmen Sie Ihre eigenen Stifte mit, dann können Sie sicher sein, dass sie gut sind.)

Whiteboards

Das klassische Medium eines Vortrags war die **Wandtafel**. Sie hat allerdings einen entscheidenden Nachteil: Der Redner wendet dem Publikum während der Beschriftung den Rücken zu. Und das gefährdet die Beziehung. Das galt genauso für so genannte **Whiteboards**. Inzwischen gibt es allerdings hervorragende technische Mittel, dem Publikum bei der Beschriftung zugewandt zu bleiben. Das gilt auch für heute beliebteste Medium:

Die Powerpoint-Präsentation

Powerpoint stellt eine großartige Unterstützung jeglicher Botschaft dar. Kontrollieren Sie allerdings sehr gewissenhaft, in welchem Umfang eine Powerpoint-Unterstützung Ihres Vortrags notwendig ist. Wenn Sie die ganze Zeit nur auf Ihren Laptop oder gar auf die Wand stieren, dann ist dies alles andere als eine gute Präsentation: Durch das Fehlen von Blickkontakt, persönlicher Ansprache und vieler körpersprachlicher Signale des Redners wird die Beziehung zum Auditorium gefährdet. Powerpoint ist – wie jede andere Präsentationstechnik auch – nur ein Hilfsmittel, kein Selbstzweck! Wesentlich ist immer die Beziehung des Redners zu seinen Zuhörern und seine Sachkompetenz, seine Glaubwürdigkeit und seine Fähigkeit, sein Publikum für das Thema zu gewinnen. Grundsätzlich gilt auch hier (wie so oft): Weniger ist mehr!

Meine Empfehlung:

- Die Hälfte der vorbereiteten Charts reicht!
- Schreiben Sie **nur Begriffe, keine vollständigen Sätze!**
- Verwenden Sie pro Chart höchstens fünf Informationen!

Und ganz wichtig:

- **Lesen Sie den Text**, den das Publikum sieht, **vor!** Das visuelle Medium drängt sich immer vor das akustische. Wenn Sie etwas sagen, während Ihre Zuhörer/-schauer mit Lesen beschäftigt sind, dann verwirren sie diese und gefährden den Lernprozess. Sobald Sie also den nächsten Chart oder die nächste Zeile zeigen, dann lesen Sie diese als erstes **VOR**.
- Aber **lesen Sie den Text nicht von der Wand ab!** (Klar, dort steht der Text sehr groß, und das verführt schnell dazu, sich der Wand zu- und vom Publikum abzuwenden.) Sie haben den Text ja vor sich auf dem Laptop. Lesen Sie ihn dort ab, dann verlieren Sie das Publikum nicht aus den Augen.
- Und: **Nichts ist alberner als der Chart „Vielen Dank fürs Zuhören“!** Redner, die nicht einmal die Beziehung zu ihrem Publikum auf freundliche verbale Art beenden können, sollten sich wirklich überlegen, ob *das* die richtige Aufgabe für sie ist!

8 Wirkung

Authentizität

*Nur was in dir brennt,
kannst du im anderen entzünden*

(Augustinus)

Jeder Sprecher hat ganz individuelle Möglichkeiten, sein Publikum zu gewinnen. Und genau die muss er einsetzen. „*Suche keine Effekte zu erzielen, die nicht in deinem Wesen liegen*“, sagt Tucholsky. So sein zu wollen wie jemand anderer – das funktioniert nicht, und schon gar nicht beim Reden.

Grundsätzlich können wir daher sagen: Die Wirkung eines Vortrags hängt wesentlich davon ab, wie authentisch der Redner ist. Und **Authentizität** erkennen wir u. a.

- am Engagement des Sprechers,
- an seiner Präsenz,
- am Einbringen persönlicher Erfahrungen,
- an der Einbindung des Publikums.

Und alles, was wir zuvor gesagt haben: über Sprache und Einsatz von Medien - all das kann Ihren Vortrag authentisch werden lassen. Setzen Sie ein, was immer Ihnen liegt (und was immer zum Anlass passt): Humor, Sinnlichkeit der Darstellung, Ernsthaftigkeit, Gefühl – *Schleuder und Harfe!*

Fehler

Und wenn Sie einen **Fehler** machen, dann stehen Sie dazu. Die Leute kommen in einen Vortrag, um lebendiges Leben zu hören, und Fehler gehören eben auch dazu. Das Eingestehen von Fehlern ist kein Zeichen von Schwäche, sondern ganz im Gegenteil von Stärke. - Sogar ein guter Umgang mit Störungen, die natürlich immer wieder auftreten, kann zum Gewinn für den Vortrag werden!

9 Kurt Tucholsky*

Ratschläge für einen schlechten Redner

(1930)

Fang nie mit dem Anfang an, sondern immer drei Meilen *vor* dem Anfang! Etwa so:

„Meine Damen und Herren! Bevor ich zum Thema des heutigen Abends komme, lassen Sie mich Ihnen kurz ...“

Hier hast du schon so ziemlich alles, was einen schönen Anfang ausmacht: eine steife Anrede; der Anfang vor dem Anfang; die Ankündigung, dass und was du zu sprechen beabsichtigst, und das Wörtchen kurz. So gewinnst du im Nu die Herzen und Ohren der Zuhörer.

Denn das hat der Zuhörer gern: dass er deine Rede wie ein schweres Schulpensum aufbekommt; dass du mit dem drohst, was du sagen wirst, sagst und schon gesagt hast. Immer schön umständlich.

Sprich nicht frei - das macht einen so unruhigen Eindruck. Am besten ist es: du liest deine Rede ab. Das ist sicher, zuverlässig, auch freut es jedermann, wenn der lesende Redner nach jedem viertel Satz misstrauisch hochblickt, ob auch noch alle da sind.

Wenn du gar nicht hören kannst, was man dir so freundlich rät, und du willst durchaus und durchum frei sprechen ... du Laie! Du lächerlicher Cicero! Nimm dir doch ein Beispiel an unsern professionellen Rednern, an den Reichstagabgeordneten - hast du die schon mal frei sprechen hören? Die schreiben sich sicherlich zu Hause auf, wann sie „Hört! hört!“ rufen ... ja, also wenn du denn frei sprechen musst:

Sprich, wie du schreibst. Und ich weiß, wie du schreibst.

Sprich mit langen, langen Sätzen - solchen, bei denen du, der du dich zu Hause, wo du ja die Ruhe, deren du so sehr benötigst, deiner Kinder ungeachtet, hast, vorbereitest, genau weißt, wie das Ende ist, die Nebensätze schön ineinandergeschachtelt, so dass der Hörer, ungeduldig auf seinem Sitz hin und her träumend, sich in einem Kolleg wähnend, in dem er früher so gern geschlummert hat, auf das Ende solcher Periode wartet ... nun, ich habe dir eben ein Beispiel gegeben, So musst du sprechen.

Fang immer bei den alten Römern an und gib stets, wovon du auch sprichst, die geschichtlichen Hintergründe der Sache. Das ist nicht nur deutsch - das tun alle Brillenmenschen. Ich habe einmal in der Sorbonne einen chinesischen Studenten sprechen hören, der sprach glatt und gut französisch, aber er begann zu allgemeiner Freude so: „Lassen Sie mich Ihnen in aller Kürze die Entwicklungsgeschichte meiner chinesischen Heimat seit dem Jahre 2000 vor Christi Geburt ...“ Er blickte ganz erstaunt, weil die Leute so lachten.

So musst du das auch machen. Du hast ganz recht: man versteht es je sonst nicht, wer kann denn das alles verstehen, ohne die geschichtlichen Hintergründe ... sehr richtig! Die Leute sind doch nicht in deinen Vortrag gekommen, um lebendiges Leben zu hören, sondern das, was sie auch in den Büchern nachschlagen können ... sehr richtig! Immer gib ihm Historie, immer gib ihm.

* Kurt Tucholsky (1890 – 1935), Deutscher Dichter

Kümmere dich nicht darum, ob die Wellen, die von dir ins Publikum laufen, auch zurückkommen - das sind Kinkerlitzchen. Sprich unbekümmert um die Wirkung, um die Leute, um die Luft im Saale; immer sprich, mein Guter. Gott wird es dir lohnen.

Du musst alles in die Nebensätze legen. Sag nie: „Die Steuern sind mir zu hoch.“ Das ist zu einfach. Sag: „Ich möchte zu dem, was ich soeben gesagt habe, noch kurz bemerken, dass mir die Steuern bei weitem ...“ so heißt das.

Trink den Leuten ab und zu ein Glas Wasser vor - man sieht das gern.

Wenn du einen Witz machst, lach vorher, damit man weiß, wo die Pointe ist.

Eine Rede ist, wie könnte es anders sein, ein Monolog. Weil doch nur einer spricht. Du brauchst auch nach vierzehn Jahren öffentlicher Rede noch nicht zu wissen, dass eine Rede nicht nur ein Dialog, sondern ein Orchesterstück ist: eine stumme Masse spricht nämlich ununterbrochen mit. Und das musst du hören. Nein, das brauchst du nicht zu hören. Sprich nur, lies nur, donnere nur, geschichtele nur.

Zu dem, was ich soeben über die Technik der Rede gesagt habe, möchte ich noch kurz bemerken, dass viel Statistik eine Rede immer sehr hebt. Das beruhigt unheimlich, und da jeder imstande ist, zehn verschiedene Zahlen mühelos zu behalten, so macht das viel Spaß.

Kündige den Schluss deiner Rede lange vorher an, damit die Hörer vor Freude nicht einen Schlaganfall bekommen. (Paul Lindau hat einmal einen dieser gefürchteten Hochzeitstoaste so angefangen: „Ich komme zum Schluss.“)

Kündige den Schluss an, und dann beginne deine Rede von vorn und rede noch eine halbe Stunde. Dies kann man mehrere Male wiederholen.

Du musst dir nicht nur eine Disposition machen, du musst sie den Leuten auch vortragen - das würzt die Rede.

Sprich nicht unter anderthalb Stunden, sonst lohnt es gar nicht erst anzufangen. Wenn einer spricht, müssen die andern zuhören - das ist deine Gelegenheit! Missbrauche sie.

Ratschläge für einen guten Redner

Hauptsätze, Hauptsätze, Hauptsätze.

Klare Disposition im Kopf - möglichst wenig auf dem Papier.

Tatsachen, oder Appell an das Gefühl. Schleuder oder Harfe. Ein Redner sei kein Lexikon. Das haben die Leute zu Hause.

Der Ton einer einzelnen Sprechstimme ermüdet; sprich nie länger als vierzig Minuten. Suche keine Effekte zu erzielen, die nicht in deinem Wesen liegen. Ein Podium ist eine unbarmherzige Sache - da steht der Mensch nackter als im Sonnenbad.

Merk Otto Brahms Spruch: Wat jestrichen ist, kann nicht durchfallen.