

Inhalt

Vorwort	9
----------------------	----------

Teil I

Emotionale Rhetorik

Geheimnisse erfolgreicher Redner	13
-----------------------------------------------	-----------

1. Rhetorische Basis und Brillanz	15
2. Die 7 Geheimnisse der Excellent Speaker	22
3. Die Prinzipien emotionaler Verstärkung	40
4. Die Kraft positiver und negativer Emotionen	45
5. Emotional Brain:	
Alle Entscheidungen sind emotional	51
6. Die 8 wichtigsten Emotionsfelder	
für eine herausragende Rede	77
7. Die 3 Schritte zum Erfolg:	
Kernbotschaft, Highlight, Verstärkung	83

Teil II

Praxis der emotionalen Rhetorik

Begeistern mit 40 rhetorischen Highlights	93
--------------------------------------------------------	-----------

1. Werte- und Emotionsfeld:	
Kraft, Stolz, Siegesgefühle	95
1. Highlight: Aufsehen erregende Zahl	100
2. Highlight: Powerrankings	101
3. Highlight: Success-Story	102
4. Highlight: VIP, Lob und Ehre	103
5. Highlight: Sieg-Effekte mit Zahlen-Charts	104
6. Highlight: Die Körpersprache des Experten	105
2. Werte- und Emotionsfeld: Ärger, Zorn	106
7. Highlight: Reizwörter	111

8. Highlight: Die Macht der Verschwendung	112
9. Highlight: Kampfrhetorik	113
10. Highlight: Die Körpersprache des Kämpfers.	114
3. Werte- und Emotionsfeld:	
Ordnung, Sicherheit, Vertrauen.	115
11. Highlight: Überzeugen mit Struktur	120
12. Highlight: Test und Demonstration	121
13. Highlight: Gelinggarantie und Zufriedenheitsgeschichte	122
14. Highlight: Szenario-Technik – die vernünftige Mitte	123
15. Highlight: Trust-Story – Geschichten mit Tradition.	124
16. Highlight: Die Körpersprache der Sicherheit – die Eiche	125
4. Werte- und Emotionsfeld: Besorgnis, Angst	126
17. Highlight: Vorher Hölle – nachher Himmel	130
18. Highlight: Den Teufel an die Wand malen	131
19. Highlight: Mahnende Worte, Vergleiche, Geschichten.	132
20. Highlight: Die Körpersprache des Mahners	133
5. Werte- und Emotionsfeld:	
Sympathie, Berührung, Verbundenheit.	134
21. Highlight: Interaktion mit dem Publikum	140
22. Highlight: Mit Storytelling berühren, belehren und bewegen	141
23. Highlight: Gefühlvolle Bilder und Metaphern.	142
24. Highlight: Personifizierung und Personenevokation	143
25. Highlight: Festival der Sinne	144
26. Highlight: Die Körpersprache des Schenkenden	145
6. Werte- und Emotionsfeld:	
Mitgefühl, Betroffenheit, Hoffnung	146
27. Highlight: Schicksalsstory.	151

28. Highlight: Motivationsgeschichten	152
29. Highlight: Tröstende Metaphern	153
30. Highlight: Die Körpersprache des Betroffenen	154
7. Werte- und Emotionsfeld:	
Verblüffung, Spannung, Faszination	155
31. Highlight: Stellen Sie sich einmal vor, dass	160
32. Highlight: Der mysteriöse Gegenstand.	161
33. Highlight: Spannend wie einen Krimi präsentieren	162
34. Highlight: Science-Stories – verblüffende Studien und sensationelle Entdeckungen	163
35. Highlight: Quer, anders, unvergleichlich	164
36. Highlight: Die Körpersprache des visionären Entertainers	165
8. Werte- und Emotionsfeld:	
Ironie, Zynismus, Provokation.	166
37. Highlight: Paradoxes Brainstorming	172
38. Highlight: Ironische Hitparade	173
39. Highlight: Schein und Sein – „Die Wahrheit über ...“	174
40. Highlight: Die Körpersprache des Provokateurs . . .	175

Teil III

Emotionale Verstärkung durch rhetorischen Feinschliff

30 rhetorische Wirkfiguren	177
Übersicht	179
1. Alliteration (Stabreim)	180
2. Anadiplose (Verdoppelung).	181
3. Analogie (Ähnlichkeit von Verhältnissen)	182
4. Anapher (Wiederholung des Satzanfangs).	183
5. Antithese (Gegensatz).	185
6. Asyndeton (unverbundene Aufzählung).	186
7. Brevitas (Kürze)	187
8. Chiasmus (Überkreuzstellung)	188
9. Concessio (Scheinbewilligung)	189
10. Euphemismus (Beschönigung)	190

11. Evidentia (Veranschaulichung)	191
12. Exemplum (Beispiel)	192
13. Hyperbel (Übertreibung)	193
14. Imperativ/Slogan (Aufforderung)	194
15. Ironie (Verstellung)	195
16. Klimax/Antiklimax (positive/negative Steigerung)	196
17. Metapher (Übertragung)	197
18. Narratio (Erzählung)	198
19. Oxymoron (innerer Widerspruch)	199
20. Parallelismus (gleicher Satzbau)	200
21. Platzierung (Rangreihenfolge/Ranking)	201
22. Prolepsis (Vorwegnahme eines Einwandes)	202
23. Repetitio (Wiederholung)	203
24. Rhetorische Frage (Scheinfrage)	204
25. Spruch/Zitat	205
26. Symbolismus	206
27. Synekdoche (Ersetzung)	207
28. Trikolon (Dreierschritt)	208
29. Verzicht	209
30. Wortspiel und Wortwitz	210
Anhang	211
Rhetorische Analyse einer Rede von Barack Obama (Obamas Rede zur Amtseinführung)	211
Rhetorische Analyse einer Rede von Steve Jobs (Rede vor den Absolventen Stanfords 2005)	212
Rhetorische Kurzanalysen von herausragenden TED-Präsentationen	213
Die Autorin	214
Literaturverzeichnis	216
Stichwortverzeichnis	222