

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort zur zweiten Auflage</b> . . . . .	<b>V</b>
<b>Vorwort zur ersten Auflage</b> . . . . .	<b>VII</b>
<b>Verzeichnis der Abbildungen</b> . . . . .	<b>XIX</b>
<b>1</b> <b>Bürgermeister und öffentliche Rede: Grundlagen</b> . . . . .	<b>1</b>
1.1    Wie Sie dieses Buch nutzen können . . . . .	1
1.2    Ihr Kapital als Bürgermeister: Führungsstärke und sprachliche Kraft . . . . .	2
1.3    Der Bürgermeister als Projektionsfläche . . . . .	5
1.4    Ihr öffentlicher Auftritt: Drei große Wirkungen – und drei Hauptkomponenten . . . . .	6
1.5    Das rhetorische Dreieck . . . . .	7
1.6    Wann ist ein Auftritt gelungen? . . . . .	12
<b>2</b> <b>Redevorbereitung</b> . . . . .	<b>16</b>
2.1    Und noch einmal: Das rhetorische Dreieck . . . . .	17
2.2    Zeitmanagement: Planung ist die halbe Miete . . . . .	18
2.3    3 Phasen der Redevorbereitung . . . . .	19
2.3.1    Phase I: Kontext . . . . .	20
2.3.2    Phase II: Publikum . . . . .	22
2.3.3    Phase III: Aufbau Ihrer Rede . . . . .	24
2.4    5 Leitfragen für jede Rede . . . . .	25
2.5    Struktur: So organisieren Sie Ihre Inhalte . . . . .	27
2.5.1    Einleitung . . . . .	27
2.5.2    Hauptteil . . . . .	31
2.5.3    Schlussteil . . . . .	37
2.6    Stil und Sprache: So erreichen Sie Ihr Publikum . . . . .	40
2.6.1    Sprachliche Mittel: Textstruktur . . . . .	41
2.6.2    Sprachliche Mittel: Satzstruktur . . . . .	42
2.6.3    Sprachliche Mittel: Wortwahl . . . . .	48
2.6.4    Sprachliche Mittel: Mittel zur Veranschaulichung . . . . .	53
2.7    Visuelle Mittel zur Veranschaulichung . . . . .	60

## Inhaltsverzeichnis

<b>3</b>	<b>Redeanlässe . . . . .</b>	<b>65</b>
3.1	Reden im Gemeinderat . . . . .	67
3.2	Festreden . . . . .	69
3.3	Reden unter freiem Himmel . . . . .	71
3.4	Reden zu besonderen Gelegenheiten . . . . .	71
3.4.1	Die Rahmenrede . . . . .	72
3.4.2	Die Gesellschaftsrede . . . . .	73
3.4.3	Die Trauerrede . . . . .	74
3.4.3.1	Plötzliche Nachricht vom Tod einer Person bzw. Gedanken an eine verstorbene Person in einer Veranstaltung . . . . .	75
3.4.3.2	Trauerakt im Rathaus . . . . .	75
3.4.3.3	Trauerfeier in der Kirche . . . . .	75
3.4.3.4	Friedhofskapelle oder Trauerhalle . . . . .	75
3.4.3.5	Rede am offenen Grab . . . . .	75
3.5	Wahlkampfreden . . . . .	77
<b>4</b>	<b>Ihr Auftritt . . . . .</b>	<b>79</b>
4.1	Kontakt in Echtzeit: Sie und Ihr Publikum . . . . .	79
4.2	Mit dem Publikum im Dialog . . . . .	80
4.3	Lampenfieber . . . . .	82
4.4	Wie frei sollen Sie sprechen? . . . . .	85
4.5	Wie humorvoll darf ein Bürgermeister sein? . . . . .	86
4.5.1	Grundlagen gelungenen Humors . . . . .	87
4.5.2	Humor: Schwarze Liste gegen Pannen und peinliche Pausen . . . . .	91
<b>5</b>	<b>Einsatz von Medien . . . . .</b>	<b>94</b>
5.1	Folien: Nachteile und Chancen . . . . .	95
5.2	Foliengestaltung . . . . .	98
5.2.1	Grundsatz 1: Folien einfach gestalten . . . . .	99
5.2.2	Grundsatz 2: Folien interessant gestalten . . . . .	104
5.2.2.1	Grafiken . . . . .	105
5.2.2.2	Bilder . . . . .	106
5.2.2.3	Diagramme . . . . .	108
5.3	Folien: Präsentieren vor Publikum . . . . .	110
5.4	Zwischendurch: Ein Wort zu Handouts . . . . .	110
5.5	Präsentationsredner: Ihre Aufgaben mit Folien . . . . .	111
5.6	Requisiten . . . . .	113
<b>6</b>	<b>Körpersprache als Ressource . . . . .</b>	<b>118</b>
6.1	Die Bedeutung der Körpersprache für Ihren Auftritt . . . . .	118

6.1.1	Die äußere Haltung als Spiegel der inneren Haltung . . . . .	119
6.1.2	Wirkungsweise der Körpersprache . . . . .	119
6.2	Körpersprachliche Vorbereitung auf Ihre Rede . . . . .	120
6.2.1	Aufwärmen: Den Körper beleben . . . . .	121
6.2.2	Stand und Haltung: standfest und flexibel . . . . .	122
6.2.3	Bewusste Atmung . . . . .	124
6.2.4	Die Mimik aktivieren . . . . .	124
6.2.5	Die Stimme wecken . . . . .	125
6.3	In zehn Schritten zum souveränen Auftritt . . . . .	125
6.3.1	(Auf-)Gang zur Bühne . . . . .	127
6.3.2	Standpunkt einnehmen . . . . .	127
6.3.3	Ruhegeste finden . . . . .	128
6.3.4	Augenkontakt herstellen . . . . .	129
6.3.5	Ausatmen und „Ja“ denken . . . . .	129
6.3.6	Begrüßung . . . . .	129
6.3.7	Thema „behandeln“ . . . . .	130
6.3.8	Verabschieden . . . . .	132
6.3.9	Applaus entgegennehmen . . . . .	132
6.3.10	(Ab-)Gang von der Bühne . . . . .	132
6.4	Nonverbale Strategien zur Schlagfertigkeit . . . . .	132
6.4.1	Erst einmal ausatmen . . . . .	133
6.4.2	Den Redeplatz „sauber halten“ . . . . .	135
6.4.3	Machtvoll schweigen . . . . .	136
6.4.4	Alles nur eine Frage des Timings . . . . .	136
6.5	Small Talk: Ihre Präsenz ist gefordert . . . . .	137
6.5.1	Das Gespräch beginnen . . . . .	137
6.5.2	Körpersprachlich aktiv zuhören . . . . .	138
6.5.3	Das Gespräch beenden . . . . .	139
6.5.4	Respektvoll Distanz herstellen . . . . .	139
7	<b>Umgangsformen in Vortrag und Gespräch . . . . .</b>	141
7.1	Protokollarische Rangfolge . . . . .	141
7.2	Anredeformen . . . . .	144
7.3	Begegnungen: Begrüßung und Vorstellung in Gesprächssituationen . . . . .	146
7.4	Small Talk: Souverän im „kleinen Gespräch“ . . . . .	148
7.4.1	Small Talk: 5 Herausforderungen – und wie Sie sie bewältigen . . . . .	148
7.4.2	Übersicht: Small Talk – geeignete und ungeeignete Themen . . . . .	151

## Inhaltsverzeichnis

7.5	Handeln in heiklen und peinlichen Lagen . . . . .	152
7.5.1	Peinlich. . . . .	152
7.5.2	5 Prinzipien für peinliche Lagen . . . . .	153
7.5.3	10 peinliche Situationen: Was Sie tun können . . . . .	154
7.5.3.1	Redeanlässe. . . . .	154
7.5.3.2	Gesprächssituationen . . . . .	156
8	Interviews geben – ein Spiel mit Regeln . . . . .	159
8.1	Interviews als PR-Chance nutzen . . . . .	159
8.1.1	Medienauftritte sind gut fürs Image . . . . .	159
8.1.2	Print, Online, Hörfunk, Fernsehen – welches Medium bringt am meisten für die Imagepflege? . . . . .	161
8.1.3	Bleiben Sie so, wie Sie sind! . . . . .	162
8.1.4	Soziale Netzwerke als Quelle für Journalisten . . . . .	163
8.2	Fachbegriffe, die Sie kennen sollten . . . . .	163
8.2.1	Statement und Interview . . . . .	164
8.2.1.1	Statement . . . . .	164
8.2.1.2	Interview . . . . .	165
8.2.2	Weitere Fachbegriffe von A bis Z . . . . .	165
8.2.2.1	Atmo . . . . .	165
8.2.2.2	Feature . . . . .	165
8.2.2.3	gebauter Beitrag . . . . .	166
8.2.2.4	Journalist . . . . .	166
8.2.2.5	Live . . . . .	166
8.2.2.6	On-Air . . . . .	166
8.2.2.7	O-Ton . . . . .	166
8.2.2.8	Redakteur . . . . .	166
8.2.2.9	Reportage . . . . .	166
8.2.2.10	Teleprompter . . . . .	167
8.2.2.11	Trailer . . . . .	167
8.2.2.12	Umfrage . . . . .	167
8.2.2.13	Vorproduzieren . . . . .	167
8.3	Fallstricke bei Interviews – und wie Sie damit umgehen	167
8.3.1	Interviewfallen in Printmedien . . . . .	168
8.3.2	Interviewfallen in Online-Medien . . . . .	169
8.3.3	Interviewfallen im Hörfunk . . . . .	169
8.3.4	Interviewfallen im Fernsehen . . . . .	170
8.4	Medienauftritte perfektionieren – 7 „Goldene Regeln“ .	171
8.4.1	Regel 1: Erfüllen Sie Ihre Funktion . . . . .	171
8.4.1.1	Befragung zur Erläuterung eines Themas oder zur Aufklärung eines Sachverhalts . . . . .	171

8.4.1.2	Befragung zu Ihrer Meinung als bekennender Vertreter (Experte) eines Themas. . . . .	172
8.4.1.3	Befragung zu Ihrer Meinung zu einem x-beliebigen Thema . . . . .	172
8.4.2	Regel 2: Machen Sie den „Fragen-Check“ . . . . .	173
8.4.3	Regel 3: Durchschauen Sie journalistische Frage-techniken . . . . .	173
8.4.4	Regel 4: Bringen Sie Ihre Botschaft mit der Filter-methode durch . . . . .	173
8.4.5	Regel 5: Verplaudern Sie sich nicht . . . . .	174
8.4.6	Regel 6: Sprechen Sie „merk-würdig“ . . . . .	174
8.4.7	Regel 7: Punkten Sie durch Charisma. . . . .	174
8.5	Das Zeitproblem . . . . .	175
8.5.1	Zeitmanagement im Interview . . . . .	175
8.5.2	So stellen Sie sich auf die Produktionsarten ein . . . . .	176
8.6	Fragetechniken – Fallstricke und Antworttipps . . . . .	177
8.6.1	Offene und geschlossene Fragen . . . . .	178
8.6.2	Die Lieblingsfragen der Journalisten . . . . .	179
8.7	Sprache, Mimik, Gestik – Was ist für Interviews wichtig? . . . . .	182
8.7.1	Sprache. . . . .	183
8.7.2	Nonverbale Elemente . . . . .	184
8.8	Tipps zur inhaltlichen Vorbereitung . . . . .	186
8.9	Die Interviewsituation – Zusammenfassung . . . . .	189
8.10	Besonderheiten bei Radio- und Telefoninterviews . . . . .	190
8.11	Besonderheiten bei Fernseh-Statements. . . . .	191
8.12	Besonderheiten bei Kriseninterviews. . . . .	192
8.12.1	Vorgabe- oder Unterstellungsfrage . . . . .	193
8.12.2	Suggestivfrage . . . . .	193
8.12.3	Ursachenfrage . . . . .	193
8.12.4	Gegenwartsfrage . . . . .	193
8.12.5	Zukunftsfrage . . . . .	193
8.13	Eigen-PR: Bringen Sie sich selbst ins Gespräch! . . . . .	195
8.13.1	Verständnis für das Medium . . . . .	195
8.13.2	Verständnis für die Medienproduktion . . . . .	195
8.13.3	Verständnis für die Medienthemen. . . . .	196
9	<b>Kommunikation neben und nach dem Vortrag . . . . .</b>	199
9.1	Fragen während des Vortrags . . . . .	199
9.2	Strategien zum Umgang mit Zwischenfragen. . . . .	202
9.3	Zwischenrufe während des Vortrags . . . . .	202

## Inhaltsverzeichnis

9.4	Die Diskussion nach dem Vortrag . . . . .	204
9.5	Umgang mit Diskussionsbeiträgen . . . . .	205
9.6	Angriffe und unfaire Beiträge . . . . .	208
9.6.1	Angriffe: Allgemeine Strategien . . . . .	208
9.6.2	Angriffe: Fälle und Lösungen . . . . .	210
9.7	Nach dem Auftritt . . . . .	211
10	<b>Im Gespräch . . . . .</b>	214
10.1	Gespräche: Gemeinsam Ziele verfolgen . . . . .	214
10.2	Gesprächsanlässe . . . . .	217
10.3	Das Vier-Augen-Gespräch. . . . .	219
10.4	Gesprächssteuerung: Kommunikative Strategien . . . . .	221
10.4.1	Aktives Zuhören . . . . .	222
10.4.2	Gesprächsförderer . . . . .	223
10.4.3	Ich-Aussagen . . . . .	227
10.4.4	Gesprächssperren vermeiden . . . . .	228
10.4.5	Zusammenfassen . . . . .	231
10.5	Die Verhandlung . . . . .	232
10.6	Die Besprechung (Sitzung) . . . . .	234
10.7	Die Moderation. . . . .	238
10.8	Die Diskussion . . . . .	242
10.9	Die Podiumsdiskussion. . . . .	244
10.10	Die Debatte. . . . .	246
10.11	Umgang mit schwierigen Teilnehmenden . . . . .	248
10.12	Umgang mit schwierigen Situationen . . . . .	256
10.12.1	Funkstille . . . . .	256
10.12.2	Konflikte zwischen Teilnehmenden . . . . .	256
10.12.3	Vorwurf . . . . .	257
10.12.4	Provokation . . . . .	258
10.12.5	Killerphrase. . . . .	260
10.13	Eigene Diskussionsbeiträge aufbauen . . . . .	261
11	<b>Kommunikation im Wahlkampf . . . . .</b>	265
11.1	Worauf es im Wahlkampf ankommt. . . . .	265
11.2	Wahlkampf von A bis Z. . . . .	268
11.2.1	Angriffe . . . . .	268
11.2.2	Anrede . . . . .	268
11.2.3	Ausgangslage. . . . .	269
11.2.4	Dialekt . . . . .	269
11.2.5	Fachkompetenz . . . . .	270
11.2.6	Fachsprache . . . . .	270

## Inhaltsverzeichnis

11.2.7	Fairness . . . . .	271
11.2.8	Familie . . . . .	271
11.2.9	Festlegungen . . . . .	272
11.2.10	Fremdwörter . . . . .	272
11.2.11	Humor . . . . .	273
11.2.12	Inszenierung . . . . .	273
11.2.13	Ironie . . . . .	274
11.2.14	Kleidung . . . . .	274
11.2.15	Kommunikationswege . . . . .	275
11.2.16	Komplimente . . . . .	275
11.2.17	Medien . . . . .	275
11.2.18	Offenheit . . . . .	276
11.2.19	Perfektion . . . . .	277
11.2.20	Positive Begriffe . . . . .	277
11.2.21	Protokollarisches . . . . .	277
11.2.22	Sarkasmus . . . . .	278
11.2.23	Schlagfertigkeit . . . . .	278
11.2.24	Slogan . . . . .	279
11.2.25	Spenden . . . . .	280
11.2.26	Sprache . . . . .	280
11.2.27	Start und Verlauf . . . . .	281
11.2.28	Stimme . . . . .	282
11.2.29	Vergangenheit . . . . .	282
11.2.30	Wahrnehmung . . . . .	282
11.2.31	Wiederholungen . . . . .	283
11.2.32	Zeitvorgaben . . . . .	283
<b>12</b>	<b>Bürgerbeteiligung und Bürgermitwirkung . . . . .</b>	<b>284</b>
12.1	Ist Beteiligung eine Modeerscheinung? . . . . .	284
12.2	Wie kann eine „lebendige Zivilgesellschaft“ gelingen? . . . . .	285
12.3	Bürgerbeteiligung und Bürgermitwirkung Schritt für Schritt . . . . .	286
12.3.1	Die Grundlage bilden die 3 Agenda-Felder . . . . .	286
12.3.2	Es geht um ein aktives Mitgestalten des Gesamtprozesses . . . . .	286
12.3.3	Ergebnis des Leitbildprozesses . . . . .	288
12.3.4	Ziel ist es, diese Prozesse nachhaltig zu etablieren. . . . .	288
12.3.5	Vorgehensweisen . . . . .	288
12.3.6	Hilfreiche Faktoren . . . . .	288
12.3.7	Prozessziele . . . . .	288
12.3.8	Voraussetzungen erfolgreicher Beteiligungsprozesse . . . . .	289

## **Inhaltsverzeichnis**

12.3.9	16 Denkweisen zum Erfolg . . . . .	289
12.4	Die ersten Schritte – ein Leitfaden . . . . .	291
12.4.1	Ziel und Vorgehen . . . . .	291
12.4.2	Ausgangslage in Kommune X (Anlaufstellen, Akteure). . . . .	291
12.4.3	Leitfragen zur Klärung der Rahmenbedingungen für die Erstellung eines Konzepts zur Förderung des Bürger-engagements über Bürgerbeteiligung . . . . .	292
12.4.4	Vorschlag: Zunächst das Gesamtziel definieren . . . . .	292
12.4.5	Prozess-Struktur. . . . .	293
12.4.5.1	Politisch-strategische Ebene. . . . .	293
12.4.5.2	Operative Ebene . . . . .	293
12.4.6	Mögliche Vorgehensweise . . . . .	293
12.4.7	Prozessvoraussetzung: Schnellcheck . . . . .	294
12.4.8	Spielregeln. . . . .	295
12.4.9	Lebenswerke-World-Café . . . . .	299
12.4.9.1	Beschreibung . . . . .	299
12.4.9.2	Durchführung . . . . .	301
<b>13</b>	<b>Soziale Medien im Spannungsfeld zwischen Politik und Bürger . . . . .</b>	<b>304</b>
13.1	Einleitung . . . . .	304
13.2	Definition von Sozialen Medien. . . . .	305
13.2.1	Technologien. . . . .	306
13.3	Soziale Medien als neues Werkzeug in der Kommunikation und Bürgerbeteiligung . . . . .	308
13.3.1	Da sein, wo die Zielgruppe ist. . . . .	308
13.4	Strategie und Organisation der Verwaltung. . . . .	310
13.4.1	Strategische Überlegungen. . . . .	310
13.4.2	Organisation der Verwaltung . . . . .	310
13.4.3	Chancen und Risiken . . . . .	311
13.4.3.1	Einige Vor- und Nachteile im Überblick . . . . .	312
13.4.4	Umgang mit den Sozialen Medien im Haus . . . . .	312
13.4.5	Tipps für Facebook . . . . .	313
13.4.5.1	Facebook und Datenschutz. . . . .	313
13.4.6	Tipps für Twitter . . . . .	313
13.5	Social Media-Nutzung . . . . .	314
13.5.1	Erwartungshaltung der Bürgerinnen und Bürger . . . . .	316
13.5.2	Erwartungshaltung der Politik. . . . .	317
13.5.3	Politiker auf Twitter und Facebook . . . . .	321
13.5.3.1	Twitter . . . . .	321

## **Inhaltsverzeichnis**

13.5.3.2 Facebook . . . . .	324
13.6 Und nun? . . . . .	324
<b>Anhang: Ressourcen und Links . . . . .</b>	<b>326</b>
Ressourcen . . . . .	326
Link. . . . .	326
Berufsbild Bürgermeister . . . . .	326
Reden . . . . .	327
Rhetorik. . . . .	327
Zitate. . . . .	327
Daten, Fakten, Informationen. . . . .	328
Anreden und Protokollarisches . . . . .	328
Daten und Fakten . . . . .	328
Besondere Anlässe . . . . .	329
<b>Literaturverzeichnis . . . . .</b>	<b>331</b>
<b>Autorinnen und Autoren . . . . .</b>	<b>336</b>
<b>Stichwortverzeichnis . . . . .</b>	<b>339</b>