

1 Bürgermeister und öffentliche Rede: Grundlagen

In diesem Kapitel finden Sie:

- Anregungen zur Nutzung dieses Buches,
- Zusammenhänge zwischen Führungsstärke und öffentlichem Reden,
- Hinweise zu speziellen Herausforderungen für kommunale Führungskräfte,
- wesentliche Eigenschaften eines guten Redners,
- alles über das Gelingen eines öffentlichen Auftritts.

1.1 Wie Sie dieses Buch nutzen können

„Zeit“ gehört zu den meistgenutzten Hauptwörtern der deutschen Sprache. Für Sie als kommunale Führungskraft ist sie die wohl wertvollste Ressource. Dieses Buch nimmt darauf Rücksicht: Sie sollen schnell und kompakt das finden, was Sie gerade konkret brauchen.

Sie halten ein Arbeitsbuch in der Hand. Das heißt, die folgenden Kapitel unterstützen Sie bei allen Arbeiten, die bei der Vorbereitung Ihrer Reden und Gespräche, also in der gesamten Planung Ihrer mündlichen Kommunikation anfallen.

Sie können das Buch selbstverständlich auch dazu nutzen, Ihre Redekompetenz Kapitel für Kapitel systematisch auf- und auszubauen, denn je mehr Sie trainieren, umso besser werden Sie. Das ist beim Reden ebenso wahr wie im Sport.

Einerlei, wozu Sie dieses Buch nutzen: Sie müssen nicht von Anfang bis Ende Kapitel für Kapitel lesen, um den Inhalt zu verstehen. Suchen Sie sich ggf. einfach die Teile heraus, die für Ihr aktuelles Projekt oder für Ihren nächsten Termin wichtig sind. Am Anfang jeden Kapitels finden Sie stichpunktartig das, was Sie erwartet, damit Sie einen schnellen Überblick

1 Bürgermeister und öffentliche Rede: Grundlagen

haben. An jedem Kapitelende ist außerdem das Wichtigste noch einmal kompakt zusammengefasst.

Der Übersicht und schnellen Nutzung dienen Checklisten und Übersichten, die Ihnen einen Sofortzugriff auf die wesentlichen Informationen ermöglichen.

1.2 Ihr Kapital als Bürgermeister: Führungsstärke und sprachliche Kraft

Bei der Bürgermeisterwahl ist die Persönlichkeit der Kandidatinnen und Kandidaten entscheidend. Das stellten Paul Witt, Rektor der Hochschule Kehl, und Aachens Oberbürgermeister Klaus Muttach aufgrund einer breit angelegten Telefonumfrage in Baden-Württemberg fest. Die Persönlichkeit des Bewerbers spielt, so die meisten Befragten, für ihre Wahlentscheidung eine wesentliche Rolle.¹ Für Wählerinnen und Wähler sind insbesondere öffentliche Kandidatenvorstellungen und persönliche Kontakte (Stände, Hausbesuche usw.) wichtig, damit sie einen lebensnahen Eindruck von den relevanten persönlichen Eigenschaften der Kandidaten gewinnen können.

Ist der Bürgermeister erst einmal gewählt, lässt sich der Erfolg seiner Tätigkeit an folgenden Kriterien festmachen:²

Übersicht:

Eigenschaften erfolgreicher Bürgermeisterinnen und Bürgermeister moderieren können

Wer als Bürgermeister gut moderieren kann, organisiert Entscheidungsprozesse effektiv, bindet möglichst viele Bürgerinnen und Bürger aktiv in das Gemeindegesehen ein und ermöglicht eine faire, ungestörte Kommunikation – gerade dort, wo verschiedene Haltungen und Meinungen aufeinanderprallen. Eine gute Moderation ist besonders dort wertvoll, wo Bürgerinnen und Bürger an Entscheidungen beteiligt sind, etwa an Runden Tischen, in Planungszellen oder in Arbeitskreisen. Moderieren beinhaltet auch, Verantwortung delegieren zu können: Nichts – siehe nächstes Stichwort – motiviert mehr zu einem aktiven Engagement.

1 Weitere entscheidende Faktoren sind das Wahlprogramm und frühere berufliche Tätigkeiten des Bewerbers (Witt 2006), S. 761.

2 Die Eigenschaften erfolgreicher Bürgermeister stellte Witt (2006), S. 762 f. auf der Basis einer Befragung von Bürgermeistern (Diplomarbeit Uwe Eisch) zusammen. Diese Eigenschaften werden hier etwas anders benannt und spezifiziert.

1.2 Ihr Kapital als Bürgermeister: Führungsstärke

motivieren können

Im Wort „motivieren“ steckt der „Motor“: Als solcher sind gute Motivatoren Impulsgeber und Vordenker, ermutigen zu Engagement und zur Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger, binden den Gemeinderat frühzeitig in neue Prozesse ein und stärken dessen Mitglieder in ihrer Bereitschaft zur ehrenamtlichen Tätigkeit.

managen können

Unternehmerisches Denken ist auch im öffentlichen Dienst sehr wichtig. Managen heißt vor allem: Umgang mit Knappheit (Stichworte: kommunale Finanzen, Zeit), ein entscheidungsstarkes sowie ziel- und sachorientiertes Handeln, ferner eine konsequente Haltung, die sich von Konflikten oder Widerständen nicht schrecken lässt.

methodenkompetent sein

Wer methodenkompetent ist, weiß, wie man Arbeitsprojekte vorbereitet und angeht, kennt Maßnahmen zur Bewältigung von Problemen und zum Finden guter Lösungen. Diese Eigenschaft steht in engem Zusammenhang mit „managen können“, bezieht sich aber besonders auf die Kenntnis bestimmter Prozesse und Vorgehensweisen.

sozial kompetent sein

Sozial kompetente Personen können sich leicht in die Haltung anderer hineinendenken und -fühlen (Empathie). Sie wissen, was eine angemessene Selbstdarstellung ist, und sind gleichzeitig teamfähig. Als Führungskraft sind sie in der Lage, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern „auf Augenhöhe“ zu begegnen: respektvoll, akzeptierend und mit natürlicher Autorität. In der Kommunikation sind sie unter anderem deshalb so erfolgreich, weil sie in der Lage sind, komplizierte Dinge klar, adressatengerecht und damit verständlich auszudrücken.

Kommunale Führungskräfte mit sozialer Kompetenz verfügen für die große Aufgabe der **Motivation** über ein unerlässliches Werkzeug. Zur hohen Schule der sozialen Kompetenz gehört zudem die Fähigkeit, **Konflikte** zu moderieren und zu lösen – wobei die Fähigkeit, im Umgang mit anderen auch Widerstände und Konflikte auszuhalten, auch den Managerqualitäten zuzuordnen ist (siehe oben). Nicht zuletzt bedeutet soziale Kompetenz, beweglich und einfallsreich in der Wahl der Strategien und der Kommunikation zu sein. Dies gilt auch für den Umgang mit sozialen Medien (siehe dazu Kapitel 13).

sympathisch sein

Sympathie ist das bedeutendste Kriterium für den Wahlerfolg: Mangelnde Sympathie für einen Bewerber ist der wichtigste Grund, diesen nicht zu wählen.³

3 So Witt (2006), S. 762.

1 Bürgermeister und öffentliche Rede: Grundlagen

Dieses Kriterium scheint am „weichsten“ zu sein – allerdings lassen sich, wie im Verlauf dieses Kapitels deutlich wird, Kriterien bestimmen, die durchaus beeinflussbar sind und es damit ermöglichen, an den eigenen Sympathiewerten zu arbeiten.

Sehen Sie sich die Liste einmal an: All diese Idealeigenschaften für Bürgermeisterinnen und Bürgermeister haben mit gelungener Kommunikation zu tun. Wenn Sie mit Menschen reden können, verfügen Sie nach dem, was Studien und Umfragen belegen, über die Schlüsselkompetenz für Ihren Beruf als kommunale Führungskraft.

Dies gilt auch für die öffentliche Rede. Als politisch aktive Führungskraft wissen Sie, wie sehr der Erfolg Ihrer Rede von Ihrer persönlichen Wirkung abhängt. Das heißt: Der Redehalt ist wichtig – allerdings niemals so wichtig wie die Person, die sie vorträgt. Das sind Sie.

Als Bürgermeisterin oder Bürgermeister, als Rednerin oder Redner sind Sie qua Aufgabe zur Führung verpflichtet. Während das bei der Amtsausübung klar und allen einsichtig ist, verhält es sich beim Reden anders: Sonst gäbe es nicht so viele Auftritte, die „ungeführt“ wirken: zeremoniell, seltsam ziellos, vage und insgesamt schlicht langweilig. Gerade das in der Öffentlichkeit gesprochene Wort ist ein Maßstab dafür, wie Sie Ihre Rolle als Führungskraft tatsächlich ausfüllen.

Macht allein reicht zum Überzeugen dabei nicht aus. Im Gegenteil: Wer nur auf seiner Machtposition beharrt, stößt leicht auf Widerstand. Und selbst, wenn Sie aufgrund Ihrer formalen Befugnisse Ihr Anliegen durchsetzen können, kann es sein, dass Sie mittel- bis langfristig dafür bezahlen: Eine Bürgerinitiative kann eine Entscheidung durchaus wieder rückgängig machen, und das sieht dann gar nicht gut aus. Selbst Ihre Wiederwahl kann gefährdet sein. Und nicht zuletzt: Jede Zusammenarbeit im Gemeinderat, im Rathaus und mit den Bürgerinnen und Bürgern ist angenehmer und vertrauensvoller, wenn Sie auf „Basta-Strategien“ verzichten – in der Kommunikation, im politischen Handeln und in jeder Ihrer Funktionen von der Verwaltungs- bis zur Gremienleitung.

Führen in unseren heutigen Strukturen hat ganz besonders im kommunalen Bereich mehr mit Einladen zu tun als mit Befehlen, mehr mit Dienen als mit Herrschen. Witt (2006, S. 763) behauptet auf der Basis seiner Untersuchungen: „Die fachlichen Qualitäten eines Bürgermeisters sind zu 30 Prozent wichtig, die menschlichen aber zu 70 Prozent.“ Dazu gehört, so Witt weiter, die Fähigkeit, „beweglich in den Mitteln, aber beharrlich in den Zielen [zu] bleiben“ (a. a. O.). Entsprechend der obigen Auflistung wichtiger Eigenschaften heißt das: Sie verbinden in Ihrer Kommunikation Managementfähigkeiten mit persönlicher und sozialer Kompetenz.⁴

4 Jankowitsch (2005) kommt mit Blick auf österreichische Politiker zu einer ganz ähnlichen Einschätzung der maßgeblichen Faktoren.

1.3 Der Bürgermeister als Projektionsfläche

1.3 Der Bürgermeister als Projektionsfläche

Als Führungspersönlichkeit stehen Sie in Ihrer Stadt, Ihrer Gemeinde im Rampenlicht – und so wie alle Prominenten im Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit. Erfahrene Bürgermeisterinnen und Bürgermeister bestreiten, dass dies im menschlichen Bereich oft für erschwerte Bedingungen sorgt. In einem Führungskräfte-seminar berichtete ein Bürgermeister vom Speißrutenlaufen am Wochenende: von Menschen, die interessiert seinen Einkaufswagen im Supermarkt inspizierten und dabei sogar seine Joghurtauswahl kommentierten.

Bei öffentlichen Auftritten haben Sie es mit anderen Auswirkungen Ihres VIP-Status zu tun: Für viele Menschen werden Sie zur Projektionsfläche. Das bedeutet: Sie werden als „Sündenbock“ für so ziemlich alles verantwortlich gemacht, was schiefgehen kann. Egal, ob die Post nicht kommt oder die Beamtin im Rathaus den Reisepass wegen des fehlenden Fotos nicht sofort bestellen kann: Schuld sind Sie. Am anderen Ende der Projektion stehen Sie als Erlöserfigur da: Sie werden idealisiert und sollen all das richten und verkörpern, was die projizierende Person sich herbeisehnt – von der Erneuerung der Bibliotheksbestände bis zum Aufräumen des angeblichen Klüngels im Rathaus. Die Kehrseite dieser Erlöserfigur liegt auf der Hand, denn der Anspruch, ein makelloser, perfekter Mensch zu sein, ist erstens unrealistisch und führt zweitens zu einem ungeheuren Erwartungsdruck auf Sie.

Es ist auf mehreren Ebenen anstrengend, als Projektionsfläche zu leben: Sie werden nicht als die Person wahrgenommen, die Sie sind, sondern als der Repräsentant oder die Repräsentantin, als die Sie gerade benötigt werden. Menschen nehmen sich das Recht, Ihre Worte und Handlungen genau zu beobachten und zu kommentieren.

Bei öffentlichen Auftritten werden Sie es mit einem weiteren Stressfaktor zu tun bekommen: Menschen werden Sie persönlich angreifen oder Sie durch Zwischenrufe zu verunsichern suchen – einfach, weil Sie als Projektionsfläche zu so etwas wie einem Sparringspartner werden. In Kapitel 10 finden Sie Hinweise, die Ihnen speziell in solch schwierigen Situationen im Umgang mit Störungen, herausfordernden Gesprächsteilnehmern und provokativen Kommentaren weiterhelfen.

Ihre wahre persönliche Stärke liegt darin, diese Vorfälle nicht persönlich zu nehmen und Ihre Rolle realistisch zu sehen: Sie werden niemals ausschließlich vor wohlmeinenden Zuhörern sprechen. Sie werden es mit den Positionen, die Sie vertreten und durchsetzen, niemals allen recht machen können. Und es wird immer wieder Menschen geben, die mit sich selbst nicht gut klarkommen und genau deshalb Sie als Projektionsfläche brauchen.

Auf der anderen Seite ist die Projektion trotz der unangenehmen Begleiterscheinungen der vielleicht intensivste zwischenmenschliche Kommunikationsfaktor. Als solchen sollten Sie ihre positive Seite sehen: Kau-

1 Bürgermeister und öffentliche Rede: Grundlagen

fen Sie den Joghurt in Ihrer Stadt – und zeigen Sie damit, dass Sie dort glücklich sind ...

1.4 Ihr öffentlicher Auftritt: Drei große Wirkungen – und drei Hauptkomponenten

Als Redner oder Rednerin werden Sie Ihrer Führungsaufgabe dann gerecht, wenn die Zuhörer der Rede folgen: in ihrem Verlauf mit Aufmerksamkeit und Mitdenken, in ihrer Konsequenz mit Nachdenken, Handeln oder Würdigen – je nachdem, was Sie mit dem, was Sie sagen, beabsichtigen.

Der erfolgreiche öffentliche Redner erzielt in drei Bereichen positive Wirkung:

Erstens finden ihn die Menschen **sympathisch**. Dies ist das oben schon erwähnte wesentliche Kriterium für Bürgerinnen und Bürger, Sie zu wählen. Zweitens halten sie ihn auf der Basis dessen, was er vorträgt, für **kompetent**. Drittens **vertrauen** sie ihm.

Sie merken schon – was Politiker und Redner wirkungsvoll und erfolgreich macht, ist sich sehr ähnlich. Dies kommt nicht von ungefähr: Redner und Politiker befinden sich per Funktion in einer Führungsposition – der Redner zeitweilig, der Politiker qua Beruf.

Kompetenz ist eine wesentliche Voraussetzung für erfolgreiches Führen. Wirklicher Erfolg aber entsteht nur dann, wenn auch Sympathie und Vertrauen gegeben sind. Dies sind „weiche“ Faktoren im zwischenmenschlichen Bereich, die sich nicht objektiv messen lassen und in einem Publikum von Person zu Person zudem stark schwanken können.

Der erfolgreiche Redner: 3 große Wirkungen

sympathisch

kompetent

vertrauenswürdig

In der rhetorischen Tradition wird das Verhältnis zwischen Rednerin oder Redner sowie Publikum und Redegegenstand mit einem Dreieck dargestellt. Die drei Wirkungen des Redners lassen sich in diesem Dreieck einordnen: Sympathisch ist der Redner selbst, kompetent ist er mit Blick auf das, was er sagt, und Vertrauen bildet sich zwischen ihm und dem Publikum.

1.5 Das rhetorische Dreieck

Seit der Antike sieht die Rhetorik, die hohe Kunst der Überzeugung, die Aufgabe des Redners in einem Spannungsfeld zwischen drei Faktoren: Der **Redner** spricht zu und mit einem **Publikum** über ein **Thema** – und dies tut er in einer bestimmten **Situation**. Mit einem Dreieck – die Idee hatte übrigens vor rund 2400 Jahren Aristoteles – lässt sich dieses Verhältnis gut illustrieren:

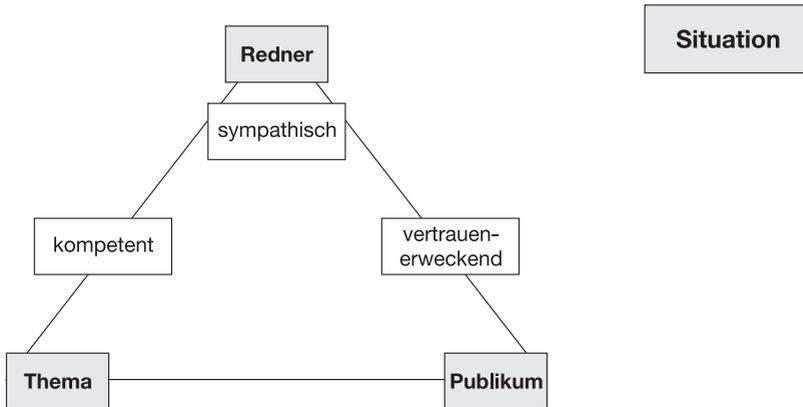


Abb. 1: Das rhetorische Dreieck (1)

Dieses Dreieck werden Sie in Kapitel 2 wiedersehen, wenn es um Aufbau und Struktur der Rede geht.

Kompetent, sympathisch, vertrauenerweckend: Diese drei Eindrücke lassen sich zwar analytisch trennen – im Bewusstsein der Zuhörenden sind sie dagegen eher ineinander verschränkt. Wenn Sie eine Rednerin sympathisch finden, dann nehmen Sie ihr leichter ab, dass sie kompetent ihr Fach versteht und sachorientierte Entscheidungen treffen kann. Das Vertrauen ist eine Kombination aus der Wirkung der Person und den Inhalten, die sie übermittelt – wobei wir alle die Inhalte eher dann akzeptieren, wenn Sympathie und Vertrauen gegeben sind.

Umgekehrt hat es jemand, der unsympathisch wirkt, wesentlich schwerer. Selbst, wenn es um die reine Vermittlung von Sachinhalten geht, muss ein solcher Redner Widerstände überwinden, die mit seiner Sachkompetenz rein gar nichts zu tun haben: einfach, weil das Publikum ihn nicht mag und entsprechend nicht so leicht akzeptiert.

Sind Sie skeptisch? Dann stellen Sie sich einen Moment lang Ihren erklärten Lieblingsgegner vor – eine Person, die Sie aus welchem Grund auch immer nur schwer ertragen. Ihn sehen Sie bei einem Vortrag auf dem Podium. Wie leicht akzeptieren Sie, was er sagt? Oder denken Sie an die Kollegin, die,

1 Bürgermeister und öffentliche Rede: Grundlagen

sobald andere anwesend sind, grundsätzlich und lautstark anderer Meinung ist als Sie. Wie bereit sind Sie, ihren Ausführungen zu folgen?

Ein Positivbeispiel ist der erste afroamerikanische amerikanische Präsident, Barack Obama. Selbst aus Sicht seiner politischen Gegner gilt er als rhetorisches Jahrhunderttalent, und dies vor allem wegen seiner persönlichen Anziehungskraft, die er bei seinen öffentlichen Auftritten ausstrahlt. Sicher ist Charisma an sich, wie Professor Albert Guérard von der Universität Stanford klarstellt, eine „inhaltsleere Dimension“⁵ – dennoch wirkt es als herzliche Einladung an die Zuhörer, dem Redner oder der Rednerin Aufmerksamkeit zu schenken.

Sympathie, eine positive Beziehung – das ist also die Basis für einen leichten sachlichen Austausch. Diese Tatsache bedeutet keineswegs, dass Sie zum Showmaster werden müssen, damit Sie erfolgreich öffentlich reden, also zu einer Oliver Welke- oder Barbara Schöneberger-Mutante zur öffentlichen Bespaßung. Dagegen sind drei Bündel persönlicher Eigenschaften umso wichtiger. Sie stehen im Zentrum des folgenden Abschnitts.

Erstens: Echtheit

Das politische Geschäft wird – da reicht ein kurzer Blick in Medien und Meinungsumfragen – oft leider alles andere als echt oder ehrlich wahrgenommen. Wenn auch die tatsächliche Arbeit von Politikern viel besser ist als ihr Ruf,⁶ so belegen doch Langzeitstudien, dass die Einschätzung der breiten Öffentlichkeit überwiegend negativ ist. Das Institut für Demoskopie Allensbach sieht in einer Langzeitübersicht (Allensbacher Berufsprestige-Skala, seit 1966) das Ansehen politisch Tätiger in Deutschland sogar auf einem historischen Tief. Nur sechs Prozent der Befragten haben vor der Berufsbezeichnung Politiker(in) noch besondere Achtung – sie rangiert damit hinter Offizier und Buchhändler, die immerhin auf neun und sieben Prozent kommen.⁷

Das ist ein düsteres Bild. Hinzu kommt, dass in den Medien – in Fernsehen und Webpages, Radio und Printmedien, Blogs und Videoclips – gerade die Schwächen politisch Tätiger regelmäßig im Mittelpunkt stehen: Skandale und Fehler, inkonsistentes Handeln und persönliche Makel. Diese Schwächen werden mit einer ganz anderen Schärfe und Konsequenz und auch in ganz anderen Ausmaßen an die Öffentlichkeit gebracht als noch vor zehn oder fünfzehn Jahren: Insgesamt nimmt die Masse dieser medial verbreiteten Negativinformationen explosionsartig zu.

Allerdings haben Sie als Kommunalpolitiker(in) einen entscheidenden Vorteil: Sie haben in Ihrer täglichen Arbeit unmittelbarer und konkreter mit den Bürgerinnen und Bürgern zu tun als politisch Tätige in der Lan-

5 Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 9. November 2008, S. 27.

6 Blome (2008) und Jankowitsch (2005) belegen diese Annahme auf einer soliden Datenbasis.

7 Vgl. Allensbacher Berichte (2013).

1.5 Das rhetorische Dreieck

des- oder Bundespolitik. Das heißt: Sie kennen sich erstens in Sachfragen gut aus und haben zweitens einen sehr direkten Draht zu den Bürgerinnen und Bürgern. Dieser direkte Kontakt macht Sie unabhängiger (nicht: unabhängig) von der Darstellung der Medien oder von Verallgemeinerungen („die“ Politiker).

Die Person, die Sie sind, sollen Sie glaubwürdig und sympathisch auch in Ihren Auftritten verkörpern. Nehmen Sie den Begriff „verkörpern“ dabei durchaus wörtlich: Das ganze sechste Kapitel dieses Buches ist dem Bereich Körpersprache gewidmet. Ihr Körper soll und muss dieselbe Botschaft wie Ihre Worte senden, wenn Sie glaubwürdig sein wollen. Umgekehrt drückt der Körper das aus, was Sie mitbringen. Sind Sie überzeugt von dem, was Sie sagen? Sind Sie gern dort, wo Sie reden? Sind Sie motiviert? Begeistert? All dies schlägt sich in Ihren Worten, in Ihrer Haltung, in Ihren Bewegungen nieder.

Aber sehen wir den Tatsachen ins Auge. Als Bürgermeister wissen Sie genau: Eine öffentliche Rede ist immer auch eine bewusste Inszenierung. Echtheit und Glaubwürdigkeit sind keineswegs nur das Resultat eines instinktgesteuerten Reflexes. Sie ergeben sich vielmehr auch dadurch, dass Sie überlegen, wen Sie eigentlich darstellen und wie Sie Ihre Botschaften vermitteln wollen. Wenn als authentisch verstanden wird, dass wir uns immer so verhalten, wie uns zumute ist, so werden wir für unsere Umgebung leicht zur Zumutung. Der Psychologe und Managementberater Rainer Nierbaum betont: „Je authentischer sich eine Person verhält, desto ungläubwürdiger wirkt sie. Der Grund: Wer sich „echt“ verhält, verhält sich diffus und wird damit für andere unberechenbar. Glaubhafter als authentisches Verhalten wirkt ein in sich stimmiges Verhalten. Und dieses gelingt umso besser, je klarer das eigene Rollenskript definiert ist.“

Echt sein: Was damit gemeint ist – und wie Sie es dann auch sind!

- Sie geben für die kommunale Führungsrolle, die Sie verkörpern, ein in sich stimmiges Bild ab. Ihre Aussagen, Ihre körpersprachlichen Botschaften, Ihr Stil: All diese Komponenten sind „aus einem Guss“ und erzählen eine ähnliche Geschichte.
- Dieses Bild und damit die öffentliche Person, die Sie abgeben, entspricht Ihrem Persönlichkeitstyp, Ihren Neigungen und Ihren ethischen Überzeugungen. Machen Sie sich zunächst Gedanken darüber, wie Sie diese drei Komponenten füllen!
- Dennoch: Es geht um Inhalte, nicht um Ihre Person – auch, wenn Ihre Person das „Transportmittel“ ist. Überzeichnen Sie Ihre öffentliche Person nicht: Sie wollen Menschen auf breiter Basis für sich gewinnen und nicht mit Blick auf Ihre Person polarisieren.
- Sie sind bereit, bei diesem Bild zu bleiben, auch wenn dies einmal nicht günstig erscheint.
- Sie senden an Ihre Zuhörerinnen und Zuhörer klare Botschaften.

1 Bürgermeister und öffentliche Rede: Grundlagen

- Sie haben Mut zur Selbstironie: Wenn Sie für etwas stehen, können Sie sich auch selbst humorvoll kommentieren.
- Überhaupt gilt: Perfektion ist nicht das Ziel. Brillanz und Makellosigkeit schrecken oft eher ab, als dass sie verbinden und überzeugen.
- Suchen Sie die direkte Kommunikation: Weder Power Point-Folien noch Facebook-Accounts, sondern Sie persönlich transportieren die Botschaft. Medien können Sie unterstützen, dürfen aber nicht prominenter sein als der Redner und die Rednerin: Sie.

Die persönliche Echtheit und Glaubwürdigkeit bleiben dennoch eine Herausforderung jeder Rede und jedes Auftritts. Gerade die Medien, aber auch Interessensvertretungen, Bürgerinitiativen oder herausfordernde Stadträte lassen oft genug **Spannungsfelder** entstehen, in denen eine öffentliche Rede einem Spaziergang auf einem Tretminnenfeld ziemlich ähnlich ist. Glaubwürdigkeit ist eine der besten Überlebensstrategien, wenn Sie wissen, dass es in Ihrem Publikum sehr entgegengesetzte Positionen zu Ihrem Thema gibt: Einen Ausgleich schaffen, Kommunikationsbereitschaft herstellen, Fraktionen ins Gespräch bringen – so etwas schaffen Sie nur, wenn Sie das Vertrauen aller oder der meisten Beteiligten gewinnen können.

Authentisch sein bedeutet auch, zu dem zu stehen, was Sie gesagt haben: also Vorhaben im Sinne eines größeren, wichtigen Zusammenhanges umzusetzen, ethische Grundsätze zu wahren, Versprechen einzulösen und konsequent durchzuhalten, was Ihrer Meinung nach ansteht und wichtig ist. Was Sie sagen und was Sie tun sollte immer aus einem Guss sein. Besonders schwer, aber umso wichtiger ist es, diese Stimmigkeit in Krisensituationen zu bewahren: also dann, wenn die Situation generell instabil ist und Ihre Zuhörer nach Sicherheiten und Gewissheiten suchen. Auch die Art und Weise, in der Sie in Konflikten kommunizieren, in denen Sie womöglich sogar persönlich betroffen sind, zeigt: Sind Sie wirklich der Mensch, der Sie behaupten zu sein?

Jeder Mensch mit persönlicher Überzeugungskraft hat zwei Eigenschaften ausgeprägt, die gemeinsam authentisch, sympathisch und vertrauenswürdig machen. Erstens hat eine solche Person einen inneren Ruhepol, der für Standfestigkeit, konsequentes Handeln und Selbstvertrauen sorgt. Niemand bringt eine solche Person so leicht aus dem Konzept oder aus der Fassung. Zu diesem inneren Ruhepol kommt zweitens eine innere Dynamik – die Energie, aus der sich Motivation, Zuversicht und Begeisterung speisen. Diese Dynamik ist wichtig, um andere mitnehmen und überzeugen zu können.

Ausgangspunkt für jeden konkreten Redeanlass ist vor diesem Hintergrund somit eines: Ihre eigene Haltung zum Thema und zum Publikum. Klären Sie diese Haltung, bevor Sie überhaupt auch nur anfangen, sich