

Martin Dall

Wirtschafts
Woche

Die Rhetorische Kraftkammer

Überzeugen mit starken Reden und
prägnanten Wortmeldungen



WAS IST GUTE RHETORIK?

1970, Los Angeles: Dr. Myron L. Fox hält an der University of Southern California einen Vortrag über *Die Anwendung der mathematischen Spieltheorie in der Ausbildung von Ärzten*. Im Auditorium sitzen Chefärzte der örtlichen Spitäler, allesamt international anerkannte Experten. Keiner hat jemals etwas von diesem Dr. Fox gehört. Aber das, was sie jetzt erleben, reißt sie regelrecht von ihren Sitzen. Ihre Beurteilung des Auftritts von Dr. Fox: Er sei ein exzellenter Psychiater, dessen Vortrag sie tief und nachhaltig zum Denken angeregt habe; sein Material sei perfekt strukturiert, seine Beispiele anschaulich und seine Aussagen gut verständlich.

Doch Dr. Fox war in Wahrheit gar kein Psychiater. Er hatte sich nie mit Mathematik oder Spieltheorie beschäftigt. Er war nicht einmal ein Doktor. Er war ein Schauspieler, der aus einem Fachartikel einen Vortrag, angereichert mit Floskeln, erfundenen Wörtern und widersprüchlichen Feststellungen, entwickelt und mit erfrischendem Humor dargebracht hatte.

Hinter diesem Live-Experiment standen die drei Psychologen John Ware, Donald Naftulin und Frank Donnelly. Sie wollten herausfinden, ob es möglich wäre, ein Publikum mit einem brillanten Vortrag dermaßen zu verführen, dass es den inhaltlichen Nonsense nicht bemerkt. Der Versuch wurde in den darauffolgenden Jahren mehrmals wiederholt, mit unterschiedlichen Themen, vor unterschiedlichem Publikum – und mit demselben Ergebnis. Damit haben die Psychologen ein Grundphänomen der mündlichen Kommunikation aufgezeigt:

.....

Wenn eine Rede attraktiv ist, „liebt“ das Publikum nicht nur den Redner, sondern den Inhalt seiner Rede gleich mit.

.....

Das kritische Denken ist im Zuhörer für die Zeitdauer der Rede gleichsam abgeschaltet. Es meldet sich erst wieder, wenn die Emotion des Augenblicks verflogen und die Aura des Redners nicht mehr anwesend ist. Dieses Phänomen ist heute in der Psychologie unter dem Namen „Dr.-Fox-Effekt“ be-

kannt. Und dieser tritt nicht nur bei Reden, sondern auch bei spontanen Wortmeldungen von Freunden, Kollegen oder Geschäftspartnern auf.

Ist „Dr. Fox“ ein guter Rhetoriker? Ganz bestimmt, denn er hat sein Ziel erreicht und seinen Inhalt und damit seine Person dem Publikum schmackhaft gemacht – auch wenn er im Augenblick der Ernüchterung als Scharlatan entlarvt war und der Glanz der Rhetorik wieder abblätterte.

Gute Rhetorik verhilft Ideen zum Durchbruch

Der australische Arzt Barry Marshall kann ein Lied davon singen. Als er 1983 auf einem internationalen Ärztekongress in Brüssel einen Vortrag hielt, hatte er mit einer sensationellen Neuigkeit aufzuwarten: Er hatte entdeckt, dass Magenentzündungen durch Bakterien verursacht werden und daher mit Antibiotika heilbar sind. Die Magenentzündung galt als schwer zu behandeln, weil man die Ursache auf psychische Vorgänge wie Stress zurückführte.

Barry Marshall lieferte eine einfache Lösung für ein fast unlösbares Problem, und Millionen Menschen hätten davon profitieren können. Doch warf sich der junge Arzt mit dem Missionseifer eines Menschen, der sicher ist, die Welt retten zu können, ins Vortragsgefecht. Dabei verhielt er sich so ungeschickt, dass er sich prompt eine blutige Nase holte. Wegen seiner „mangelnden Bescheidenheit“ erlangte er Berühmtheit unter den Kollegen, die seine Thesen wegen Mangels an Beweismaterial unisono ablehnten.

Daraufhin startete Barry Marshall ein Experiment am eigenen Körper. Vor Zeugen schluckte er eine mit Bakterien versetzte Flüssigkeit, bekam eine Magenentzündung, nahm Antibiotika – und wurde gesund. Damit hatte er den Beweis für die Richtigkeit seiner Behauptung selbst geliefert. Marshalls Ruf war jedoch durch seinen missglückten Auftritt so beschädigt, dass es zehn Jahre dauerte, bis die von ihm empfohlene Therapie von den nationalen Gesundheitsämtern akzeptiert wurde. Und erst weitere zehn Jahre später, im Jahr 2005, erhielt er den verdienten Lohn für seine Entdeckung: den Nobelpreis für Medizin.

Was wäre passiert, wenn dieser Mann nicht nur mit einer guten Idee gesegnet gewesen wäre, sondern auch mit etwas rhetorischem Geschick? Wie anders wären sein Leben und das Leben unzähliger magenkranker Menschen in diesen zwanzig Jahren verlaufen!

War Barry Marshall ein guter Rhetoriker? Sicher nicht. Er hätte einen Inhalt mit Substanz gehabt. Sein Vortrag wäre eine wunderbare Gelegenheit gewesen, diese Substanz dem Publikum schmackhaft zu machen – doch er versagte.

Leider reicht auch der sensationellste Inhalt nicht von vornherein aus, um ein Publikum zu überzeugen. Der bloße Umstand, dass Sie selbst von einem Gedanken felsenfest überzeugt sind, ist in den Augen Ihres Publikums noch lange kein Beweis. Dieser Beweis wird erst durch die Kraft Ihrer Worte hergestellt. An den Beispielen von „Dr. Fox“ und Dr. Marshall lernen wir:

.....

Gute Rhetorik = inhaltliche Substanz + attraktive Verpackung

.....

WAS IST MODERNE RHETORIK?

Täglich buhlen bis zu 10 000 Informationen um unsere Aufmerksamkeit und fordern uns auf, Stellung zu nehmen, eine Meinung zu haben, Entscheidungen zu treffen. Allein die Nachrichtenagentur Reuters veröffentlicht bis zu 3,5 Millionen neue Geschichten jährlich. In unserer vernetzten Welt hat jeder Mensch in Sekundenschnelle Zugriff auf jede Idee, ganz gleich, wo in der Welt sie geboren wurde.

Die Menge an Information, die ein durchschnittliches menschliches Gehirn jeden Tag zu verarbeiten hat, wächst ins Unermessliche. Die Menschen sind konstant einem „Overload“ ausgesetzt und haben das Bedürfnis, sich davor zu schützen. „Wir ertrinken in Information. Aber wir hungern nach Wissen“, sagte dazu schon vor Jahren der amerikanische Zukunftsforscher John Naisbitt. Das bedeutet für Sie: Wenn Sie aufstehen und das Wort ergreifen, müssen Sie sich im Klaren sein, dass der Wettstreit der Ideen und Meinungen unübersichtlicher und schärfer geworden ist. Die Anforderungen des modernen Arbeitstages machen es notwendig, dass wichtige Informationen in immer kürzeren Zeittakten weitergegeben werden.

Als Ende des 19. Jahrhunderts in Paris die ersten Lichtspiele veranstaltet wurden, waren die Zuschauer im Kinosaal von der Geschwindigkeit der Bilder regelrecht „erschlagen“. Dabei war damals die Technik des Schnitts noch gar nicht erfunden. Heutzutage wird bei vielen Filmen durchschnittlich alle zwei Sekunden ein Schnitt gesetzt, aber Sie werden sich dabei nicht überfordert fühlen, denn oft entsteht Spannung erst durch Tempo.

Dasselbe gilt für die Redekunst. Wenn Sie sich Beispiele herausragender Reden aus den 50er-, 60er- oder 70er-Jahren des vorigen Jahrhunderts ansehen, zum Beispiel von Konrad Adenauer oder Willy Brandt, wird Ihnen auffallen, dass diese Redner sich viel Zeit ließen und ihre Gedanken langsam entwickelten. Adenauer und Brandt waren rhetorische Spitzenkräfte ihrer Zeit, aber wenn wir ihre Reden mit unserem heutigen Empfinden von Tempo und Spannung betrachten, sind wir enttäuscht.



Moderne Rhetorik bedeutet, rasch auf den Punkt zu kommen.



Wenn Sie im Gegenteil dazu langatmig und kompliziert sprechen, kann die Information selbst noch so perfekt sein, das moderne Publikum wird sie als langweilig und damit unattraktiv empfinden.

DIE RHETORISCHE KRAFTKAMMER

Wenn Sie abends mit einem guten Freund oder einer netten Bekannten essen gehen, werden Sie sich keinen besonderen Plan zurechtlegen, welche Themen Sie dort besprechen wollen und in welcher Form Sie das tun. Sie werden sich beim Reden Ihrem augenblicklichen Gefühl überlassen. „In privaten Gesprächen braucht es keinen Plan, und doch bleibt der Austausch immer rund, und es gibt einen Rückbezug“, sagt der Psychologe Frank Farrelly.

Private Gespräche sind ein Ritual, bei dem sich die Gesprächspartner ihres Wohlwollens versichern und ihrer guten Beziehung vergewissern. Dabei sind auch Unzulänglichkeiten zulässig, solange beide Gesprächspartner deutlich machen, dass es ihnen gut geht. Sie können im Gespräch abschweifen oder sich verhaspeln, Sie werden das Wohlwollen Ihres Gegenübers nicht verlieren.

Im Berufsleben wird Ihnen nicht immer in diesem Maße Wohlwollen entgegengebracht. Manchmal ist sogar das Gegenteil der Fall: Ihre Zuhörer warten nur darauf, dass Sie sich eine sprachliche Blöße geben. Wenn Sie vor mehreren Leuten sprechen – bei einer kleinen Rede im Kollegenkreis, einer Präsentation vor dem Vorgesetzten oder bei einem spontanen Statement in einem wichtigen Meeting – und das, was Sie sagen, klingt nicht durchdacht und überzeugend, haben Sie ein Problem.

.....

Wenn Sie nicht in der Lage sind, Dinge auf den Punkt zu bringen, haben Sie rasch den Ruf des Schwaflers. Und wenn Sie Ihre Meinung nicht mit Selbstvertrauen und Überzeugung artikulieren können, sind Sie im „War of Talents“ auf der Verliererseite.

.....

Die Art und Weise, wie Sie eine Idee, einen Gedanken aufbereiten, ist ausschlaggebend für Ihren Erfolg. Egal, in welcher Beziehung das Publikum am Anfang einer Rede zu Ihnen steht, am Ende muss es bereit sein, Ihren Ausführungen Glauben zu schenken. Viele meinen, das sei ausschließlich eine Frage des Talents und jemand, dem „das Reden“ leichtfällt, habe es auch im Leben leichter. Nur der zweite Teil des Satzes stimmt. Denn

gute und moderne Rhetorik ist sehr wohl erlernbar und auch mit Erfolg trainierbar.

In der *Rhetorischen Kraftkammer* finden Sie eine strukturierte und praxiserprobte Methode zur Optimierung Ihrer persönlichen Rhetorik. Anleitungen, Strukturen und Übungen helfen Ihnen dabei, Ihre Überzeugungskraft zu stärken, rasch auf den Punkt zu kommen und komplexe Themen einfach und präzise darzustellen. In vier Stationen werden Sie spannende Themenbereiche kennenlernen, von der Analyse Ihrer Zuhörer und deren Interessen bis hin zum spontanen Sprechen durch das „Sprechdenken“ und zur Steigerung Ihrer persönlichen Präsenz. Wählen Sie aus, was für Sie hilfreich ist und wo Sie sich verbessern möchten und für Ihr Umfeld die höchste Wirkung erzielen können.

Das Besondere an der *Rhetorischen Kraftkammer*: Es geht dabei nicht nur um große Vorträge oder Keynotes. Gerade die spontane Situation im täglichen Umfeld stellt uns oft vor große Herausforderungen. In einem wichtigen Meeting unvorbereitet ein sinnvolles und überzeugendes Statement abzugeben, aus dem Stegreif vor einem Publikum eine komplexe Frage zu beantworten oder einen komplizierten Sachverhalt ad hoc einfach und nachvollziehbar zu erklären: Das ist die wahre Herausforderung der täglichen Rhetorik.