

Katja Kerschgens

30 Minuten

Die geschliffene Rede

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg

Umschlagkonzept: Martin Zech Design, Bremen

Lektorat: Dr. Sandra Krebs, GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Illustrationen „Zwille“: Timo Wuerz, Hamburg

Foto der Autorin: Anette Hammer, Wuppertal

Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)

Druck und Verarbeitung: Salzland Druck, Staßfurt

© 2013 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autorin noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

Printed in Germany

ISBN 978-3-86936-490-2

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- Alle wichtigen Informationen sind blau gedruckt.
- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt auf die Seite, die Ihre Wissenslücke schließt.
- *Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.*
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.



Inhalt

Vorwort	6
1. Das große Ganze:	
Ihr Vortrag auf einen Blick	9
Was Ihre Zuhörer mitnehmen sollten	10
Auf das Wesentliche konzentrieren	13
2. Spiel, Spaß, Spannung:	
Ihre neuen Redehighlights	17
Anders anfangen und aufhören	18
Bildstarke Beispiele liefern	24
Spannungsbögen einbauen	27
Aus weniger mehr machen	32
Im letzten Moment Highlights setzen	36
3. Chart für Chart:	
Der Feinschliff für das Auge	43
Grundsätzliches zu Ihren Charts	44
Charts mit Text	49
Charts mit Zahlen	52
Charts mit Diagrammen	56
Charts mit Bildern und Grafiken	59

4. Der letzte Schliff beim Redeschliff	67
Ihr Vortrag – auf den Punkt gebracht	68
Tipps für den roten Faden	72
Den eigenen Rhythmus finden	76
5. Nacharbeiten für	
Ihren nächsten Redeerfolg	81
Wo sich der Redeschliff gelohnt hat	82
Wann Sie etwas ändern sollten	83
Was Sie für sich mitnehmen können	85
Fast Reader	88
Die Autorin	92
Weiterführende Literatur	93
Register	94

Vorwort

Ihr Vortrag für die Vereinsveranstaltung ist vorbereitet, Ihre Rede für den Jubilar steht, Ihre Präsentation zum neuen Gebäudekomplex ist fertig. Eigentlich. Denn irgendwie nagt es an Ihnen, dass das Ganze noch nicht rund ist.

Oder Sie haben einen Vortrag „in der Schublade“, den Sie schon mehrfach auf verschiedenen Veranstaltungen gehalten haben – und allmählich hören Sie sich selbst reden, brauchen also eine Art Frischzellenkur für Alterprobtes.

Oder noch schwieriger: Ein Kollege wurde krank, morgen steht die Projektpräsentation an – und Sie müssen anhand einer fremden PowerPoint-Präsentation die Ergebnisse vor dem Vorstand präsentieren.

So gesehen lassen sich **Ideen und Tricks für eine geschliffene Rede** immer gut gebrauchen. Denn eine fertige Rede ist nicht in Stein gemeißelt. Die untergeschobene Präsentation des kranken Kollegen ist kein unveränderliches Schicksal. Auch im sprichwörtlich letzten Moment lassen sich Spannungselemente und persönliche Aspekte einbauen, lässt sich ein schlüssiger roter Faden finden oder eine Überfülle an Informationen auf ein für den Zuhörer erträgliches und merkfähiges Maß reduzieren. Und am wichtigsten: **Spaß am Vortrag** (wieder-)finden.

Einem bereits fertigen Vortrag den Feinschliff zu verpassen, gleicht einer Hausrenovierung. Manchmal

genügt eine neue Tapete, mitunter aber müssen alle alten Leitungen raus.

Mit diesem Buch haben Sie die Wahl, wie weit Ihr Redeschliff gehen soll. Wollen Sie Ihren Vortrag noch einmal komplett überarbeiten oder – etwa aus Zeitgründen – nur ein paar Highlights setzen? Manchmal reicht die Zeit vielleicht sogar nur für einen pfiffigen Einstieg und einen bemerkenswerten Schlussatz. Aber immerhin – selbst das macht Ihren Vortrag diesen einen Tick besser, um bei den Zuhörern positiv in Erinnerung zu bleiben.

Sie haben es selbst in der Hand, ob Sie Ihren Vortrag an ein paar entscheidenden Stellen glänzen lassen wollen oder ob am Ende ein **perfekt geschliffener Diamant** daraus wird. Weder das eine noch das andere ist die bessere Lösung, sondern hängt immer von dem Vortrag selbst, Ihnen als Redner und natürlich der für den Redeschliff zur Verfügung stehenden Zeit ab.

Dieses Büchlein soll Sie bestärken, immer wieder an Ihrer Rede zu arbeiten, neue Ideen zu entwickeln und am Ende Ihren Zuhörern genau den Vortrag halten zu können, den diese verdient haben. Und das nicht zuletzt, weil er Ihnen selbst Spaß macht!

Ebendiesen Spaß und viel Erfolg beim Redenschleifen wünscht Ihnen

*Katja Kerschgens
Die Redenstrafferin*



**Was möchten Sie bei den
Zuhörern auslösen oder erreichen?**
Seite 10

Worauf wollen Sie hinaus?
Seite 13

Wie finden Sie Ihren roten Faden?
Seite 15

1. Das große Ganze: Ihr Vortrag auf einen Blick

Sie sollten Ihre Rede immer wieder aus einer sehr wichtigen Perspektive betrachten – aus der des Zuhörers. Das ist leicht gesagt. Doch meistens stecken Redner so tief in ihrem Thema, dass der Blick über den Tellerrand mindestens schwierig, wenn nicht sogar unmöglich wird.

Natürlich ist es wichtig, dass Sie Ihre Informationen vermitteln, Ihre Zahlen präsentieren, Ihre Sichtweise darstellen. Doch am Ende ist immer der Zuhörer Ihre wichtigste Instanz: Hat dieser Sie wirklich verstanden? Sind alle Informationen angekommen? Konnte er überzeugt, begeistert, motiviert werden?

Um diese Perspektive einnehmen zu können, hilft ein ungewöhnlicher Blick auf Ihren Vortrag. Neben der Frage, welches Gefühl Ihre Zuhörer nach Ihrem Vortrag begleiten sollte, sollten Sie sich auch Gedanken über Ihre wesentlichen Botschaften und Ihren roten Faden machen. Denn es ist wie bei einem spannenden Buch oder Film: Zuhörer, Leser, Zuschauer wollen berührt werden. Das geht auch mit Fakten und Zahlen, wenn Sie einige Tricks beachten.

1.1 Was Ihre Zuhörer mitnehmen sollten

Wenn Ihre Zuhörer den Saal, den Besprechungsraum oder das Vereinshaus verlassen, sollte sich etwas bei ihnen verändert haben – ausgelöst durch Ihren Vortrag. Vielleicht sind sie dann beschwingt, emotional berührt, voller Tatendrang oder haben neue Informationen erhalten, die ihre eigenen Ideen beflügeln.

Überlegen Sie bei Ihrem Redeschliff zu Beginn, mit welchem **Gefühl** Ihre Zuhörer nach Hause gehen sollen. Ja genau, mit welchem *Gefühl*. Informationen sind nicht der wichtigste Teil Ihres Vortrags, sondern welche Emotionen Sie mit diesen Informationen wecken.

Auch vermeintlich trockene Materie wie Statistiken oder Kassenberichte kann und sollte mehr als nur Zahlen transportieren. Sollen die Zuhörer staunen oder erschrecken? Soll Handlungsenergie entstehen oder einfach nur Betroffenheit? Freude über Erfolge oder Bestürzung über negative Entwicklungen?

Aus Informationen Emotionen machen

Es ist hilfreich, wenn Sie sich Ihren Vortrag dazu genau ansehen und sich Notizen zu folgenden Fragen machen:

- Gibt es überraschende oder ungewöhnliche Zahlen/Fakten/Informationen?
- Haben Sie Neuigkeiten/bisher Unbekanntes zu vermitteln?

- Oder liefern Sie „nur“ einen Zustandsbericht? Gibt es darin ungewöhnliche Fakten oder Ihre ganz eigenen Schlussfolgerungen?
- Was sollen die Zuhörer nach Ihrem Vortrag (anders) machen?

Mit diesen Fragen grenzen Sie die **emotionalen Wirkungselemente Ihres Vortrags** schon gut ein. Und es hilft Ihnen, sich von den reinen Informationen, die Sie vermitteln wollen, ein Stück zu entfernen.

Filtern Sie die Emotionen aus Ihren Notizen

Jetzt gehen Sie noch einen Schritt weiter. **Das Auge liebt Bilder**. Machen Sie sich das bei Ihren Notizen zu Ihrem Vortrag zunutze, um auf die emotionalen Effekte Ihres Vortrags zu stoßen.

Verwenden Sie beispielsweise die bekannten Zeichenkombinationen für Emotionen – „Emoticons“. Sie sollen Ihnen auf einen Blick offenbaren, welche emotionalen Elemente in Ihrem Vortrag stecken.

Für Informationen/Fakten/Zahlen, die ...	
... positiv sind	:)
... überraschen/zum Schmunzeln anregen	;o)
... sehr lustig sind	:-D
... nicht ganz ernst zu nehmen sind	;-)
... unangenehm/negativ sind	:-)

... Erstaunen auslösen	:-O
... nachdenklich machen	>:-
... verärgern	>:-(
... traurig/anrührend sind	:(`

Natürlich können Sie auch andere Symbole verwenden. Wichtig ist nur, dass Sie anschließend auf einen Blick erkennen können: Welche Emotionen überwiegen? Wenn Sie das festgestellt haben, können Sie jetzt auch die nächste Frage beantworten: Welche Emotion wollen Sie bei Ihren Zuhörern wecken? Das ist die **Kernemotion** Ihres Vortrags, die Sie für die nächsten Schritte im Auge behalten sollten.

Emotionen bringen Leben in Ihre Rede

Dieser erste, ungewöhnliche Blick auf Ihren Vortrag hilft Ihnen, **sich von den reinen Fakten innerlich zu distanzieren** und von der Vorlage ein Stück abzuweichen. Denn nicht selten sind die Fakten das, was den Blick auf die Perspektive des Zuhörers am meistens verstellt. Sie selbst stecken zu tief im eigenen Thema und könnten dabei aus den Augen verlieren, was den *Zuhörern* wichtig ist.



Analysieren Sie Ihren Vortrag anhand der Emotionen, die darin stecken. Fragen Sie sich, welche Gefühle Sie bei Ihren Zuhörern wecken wollen. Definieren Sie Ihre Kernemotion.

1.2 Auf das Wesentliche konzentrieren

Können Sie sich noch an Ihre Schulzeit erinnern? Vor Klassenarbeiten in ungeliebten Fächern wurde am Abend vorher noch schnell ein **Spickzettel** mit den wichtigsten Stichworten geschrieben – um dann am nächsten Tag doch nicht benutzt zu werden, weil plötzlich alles Wichtige im Kopf war.

Das Nützliche daran: Wer Spickzettel schreibt, muss sich schon wegen des Platzmangels auf die wesentlichen Fakten konzentrieren. Das können Sie sich auch beim Überarbeiten Ihres Vortrags zunutze machen: **Wenn Sie morgen eine Klassenarbeit über Ihr Redethema schreiben müssten, welche Stichworte kämen dann auf Ihren Spickzettel?**

Auf diesem Spickzettel stehen jetzt die Stichworte, die während Ihres Vortrags unter allen Umständen fallen sollten. Sie stellen sozusagen die Essenz Ihrer Rede dar.

Verschaffen Sie sich einen Überblick

Dieser Spickzettel hilft Ihnen,

- einen Überblick über Ihre Redeinhalte zu erhalten,
- zu erkennen, ob etwas fehlt, und
- zu sehen, ob sich etwas wiederholt.

Anhand des Spickzettels haben Sie auch die Möglichkeit, den Ablauf der Inhalte in der Reihenfolge zu ändern:

- Sollten Sie einen **PowerPoint-Vortrag** vorbereitet haben, können Sie die Abfolge der Charts verändern.
- Bei frei gesprochenen Vorträgen ohne PowerPoint können Sie Ihre **Notizen auf Karteikarten** festhalten und diese ebenfalls neu sortieren.
- Sollten Sie einen ausformulierten Text vorliegen haben, werden Sie keine Rede halten, sondern eine Lese. Veränderungen sind schwierig. Nutzen Sie daher den Spickzettel also für Redenotizen in Stichworten, die Sie durch den Vortrag führen, damit Sie diesen **frei** halten können.

Finden Sie Ihre Kernaussage

Unabhängig davon, wie viel Zeit Sie für den Redeschliff haben, sollten Sie immer ein Augenmerk auf Ihre Kernaussage haben. Die Stichworte auf Ihrem Spickzettel helfen Ihnen bei der Beantwortung ebendieser Frage: Welche Kernaussage hat Ihr Vortrag?

Nachdem Sie sich mit den *emotionalen Elementen* Ihres Vortrags beschäftigt haben, konzentrieren Sie sich auf die **Inhalte**. Auf der Suche nach Ihrer Kernaussage hilft Ihnen auch diese Frage: Wenn Sie den gesamten Inhalt Ihres Vortrags in einem Satz zusammenfassen müssten, wie würde dieser lauten?

Beispiele für eine Kernaussage können sein:

- „*Unser Verein schrumpft – wir brauchen neue, attraktive Angebote!*“
- „*Die Quartalszahlen geben Anlass zur Freude, jetzt dürfen wir nicht nachlassen!*“

- „Die Markteinführung war schleppend, eine Fehleranalyse ist dringend nötig.“

Machen Sie Kernaussage und -emotion wahr

Bei den nächsten Schritten während Ihres Redeschliffs sollten Sie die **Kernaussage** und auch die **Kernemotion** unbedingt im Auge behalten. Denn das Ziel Ihrer Rede muss sein, mit Ihren Worten die Kernaussage zu bewahrheiten und die Kernemotion bei Ihren Zuhörern zu erzielen. Diese beiden Kernpunkte Ihres Vortrages sind Ihre Leitlinie – Ihr **roter Faden** – für alle rhetorischen Elemente und inhaltlichen Veränderungen, die Sie sich als Nächstes vornehmen.

Es kann Ihnen passieren, dass sich beim Überarbeiten Ihres Vortrags plötzlich neue Schwerpunkte, Akzente oder starke inhaltliche Veränderungen ergeben. Damit kann sich sowohl die Kernaussage als auch die Kernemotion verändern. Halten Sie sich nicht sklavisch an den ersten Kernpunkten fest, sondern ändern Sie diese, falls nötig.

Fassen Sie die wichtigsten Emotionen, die Sie mit Ihrem Vortrag wecken wollen, in einer Kernemotion zusammen. Schreiben Sie einen Spickzettel, als müssten Sie morgen eine Klassenarbeit über Ihr Redethema schreiben. Suchen Sie die Kernaussage Ihres Vortrags und behalten Sie diese zusammen mit der Kernemotion für die weitere Überarbeitung im Auge.





**Wie kommen Sie in die Rede
hinein und wie wieder heraus?**

Seite 18

**Wie verständlich ist Ihre Sprache
wirklich?**

Seite 24

**Welche Spannungsbögen können
Sie Ihren Zuhörern liefern?**

Seite 27

2. Spiel, Spaß, Spannung: Ihre neuen Redehighlights

Hand aufs Herz: Abgelesene Reden, überladene Power-Point-Charts, Floskeln, Zahlenfluten und Fachwörter-schwemme – das können Sie doch besser! Ihre wichtigste Instanz sind dabei Sie selbst als Zuhörer: Was finden Sie bei Vorträgen unerträglich? Das lassen Sie selbst weg. Was packt und interessiert Sie als Zuhörer? Das sollte Sie auch für Ihre eigenen Vorträge inspirieren! In jeden Vortrag lassen sich kleine Highlights setzen – auch im sprichwörtlich letzten Moment. Mit reinen Fakten ist das nicht zu schaffen. Vielmehr sollten Sie aus den vorliegenden Fakten **spannende Geschichten, konkrete Beispiele** und immer wieder **Spannungsbögen** entwickeln.

Und natürlich sollten Sie auch genau hinschauen, was einerseits wegfallen kann und was andererseits etwas mehr Raum braucht, um für die Zuhörer anschaulich zu werden. Damit kommen Sie weg von der Informations-flut und entwickeln Ihre Rede zu einem – im wahrsten Sinne des Wortes – *be-merk-enswerten Ereignis!*

2.1 Anders anfangen und aufhören

Mit Floskeln und langen Begrüßungen holen Sie niemanden von seinem Sitz. Viele Redner nutzen aber gerade den Redeanfang, um sich „warmzureden“, damit das Publikum sich an sie „gewöhnt“. Zuhörer aber finden so etwas vorhersagbar und langweilig oder denken sich sogar: „**Wann fängt der Redner endlich an?**“ – obwohl dieser schon eine ganze Weile spricht. Dasselbe gilt für den Redeschluss: Nicht selten „winden“ sich Redner aus ihrem Vortrag mit altbekannten Floskeln heraus und finden kein überzeugendes Ende.

Vermeiden Sie daher die üblichen Redeanfänge und -schlüsse. Für Ihren bereits vorliegenden Vortrag ist das *die* Chance: Selbst wenn Sie nur ganz wenig Zeit für eine Überarbeitung haben – für einen guten Ein- und Ausstieg reicht es immer!

Fangen Sie anders an als alle anderen

Besonders der Anfang eines Vortrags wird von Rednern gern für Begrüßungsfloskeln, lange Vorreden oder sonstige einleitende, inhaltsleere Worte benutzt. Auf die Aufmerksamkeit Ihres Publikums wirkt das wie lähmendes Gift. Stellen Sie sich stattdessen vor, Ihr Vortrag wäre ein **Roman**. Gute Bücher fangen immer mitten in einer Szene an, der Leser wird sofort ins Geschehen hineingezogen und will von den ersten Seiten an wissen, wie es weitergeht.

Der Tipp für Ihre geschliffene Rede lautet daher: Steigen Sie gleich mitten im Thema ein – so wie auch ein gutes Buch mit einer spannenden Szene startet. Überraschen Sie von Anfang an und machen Sie neugierig auf den Rest. Für einen starken Start in Ihren Vortrag eignen sich zahlreiche Elemente, zum Beispiel

- eine Geschichte,
- eine provokante Frage,
- eine kernige Aussage,
- eine Aufforderung ans Publikum,
- eine ungewöhnliche Information ...

Danach leiten Sie gleich mitten in Ihr Thema hinein. Ein geschliffener Redestart kann beispielsweise so klingen:

- „*Wer von Ihnen hat ein Smartphone? Bitte mal Hand hoch! Vor zehn Jahren hätte das noch ganz anders ausgesehen ...“ Der Redner zeigt eine Kurve, die den weltweiten Verkauf von Smartphones der letzten zehn Jahre anzeigt.*
- „*Würden Sie am Ende Ihrer Karriere das gleiche Gehalt wie heute haben wollen? Rein rechnerisch wird sich das leider in Zukunft genauso für Sie darstellen. Unser Thema heute: Inflation.“*
- „*Wussten Sie, dass eine einzige Google-Suchanfrage den Stromverbrauch einer Energiesparlampe hat, die eine Stunde brennt? Heute Abend werden Sie erfahren, wo Ihre eigenen Stromfresser sind. Ich werde Ihnen verraten, wie Sie Ihren Geldbeutel schonen.“*

Merken Sie was? Sie werden schon beim Lesen neugierig, oder? Klar, denn hier fehlen leere Worthülsen, hier geht es gleich ans Eingemachte. Wahrscheinlich macht sich gerade ein lautes „Ja, aber“ in Ihnen bemerkbar. „Ja, aber ich muss doch meine Zuhörer und vielleicht sogar Ehrengäste begrüßen!“ Wer sagt denn, dass Sie das gleich am Anfang machen müssen? Ein guter Redeschliff sorgt dafür, dass solche „Pflichtaufgaben“ nicht am Anfang, sondern irgendwann später in der Rede eingebunden werden. Denn der Anfang ist reserviert – und zwar für Ihre Aufgabe, die **Aufmerksamkeit Ihrer Zuhörer** vom ersten Moment an zu packen.

Verzichten Sie auf Inhaltsübersichten

Beim Erstellen aufwendiger Inhaltsübersichten können Sie viel Zeit verschwenden. Dieser Aufwand wird durch nichts gerechtfertigt, denn die Zuhörer quittieren Inhaltsübersichten nicht selten mit Augenrollen: „Der Punkt interessiert mich nicht, worüber will der denn noch alles reden, oje, fünfzehn Punkte mit je fünf Unterpunkten – das kann ja dauern!“

Das ist eine logische Reaktion, denn wenn Sie gleich am Anfang verraten, worauf Sie am Ende des Vortrags hinauswollen, haben Sie sich selbst die Show gestohlen. Dann müssen Sie sich nicht wundern, wenn es schwierig wird, die Aufmerksamkeit des Publikums aufrechtzuerhalten. Ein **wichtiger Tipp** lautet also:

Lassen Sie die Inhaltsübersichten am Anfang Ihres Vortrags komplett weg.

Viele Redner haben gerade damit ein großes Problem. Sie orientieren sich selbst an ihrer vorgegebenen Inhaltsübersicht, hangeln sich an ihr entlang. Das ist aber leider so, als würden Ihre Zuhörer einem Kletterer zuschauen, der auf seiner Tour über die Steilwand mit mehreren Sicherheitsseilen, einem Fangnetz und einem Fallschirm gesichert ist. Spannend ist das nicht.

Wer auf eine Inhaltsübersicht aus welchen Gründen auch immer nicht verzichten will oder kann, sollte diese stark reduzieren und sie so gestalten, dass sie (trotzdem) neugierig macht. Sie können zum Beispiel **drei knackige Kernfragen** an den Anfang Ihres Vortrags stellen oder **drei provokante Aussagen** treffen.

Knackige Kernfragen könnten zum Beispiel so aussehen:

1. „Wer will diesen Verein überhaupt?“
2. „Können wir überleben?“
3. „Was haben wir dann davon?“

Provokante Aussagen wären beispielsweise solche:

1. „Unsere Firma hat ein Problem.“
2. „Eine bessere Chance gibt es nicht.“
3. „Probleme machen Marktführer.“

Mit diesen Fragen oder Aussagen haben Sie nicht zu viel verraten und daher neugierig gemacht. Die Zuhö-

rer werden gespannt sein, wie Sie diese Fragen beantworten oder Ihre Thesen untermauern werden. Sie können viel leichter dranbleiben, als wenn Sie gleich alle Details Ihres Vortrags am Anfang verraten. Und die Zuhörer, die sich Orientierung wünschen, haben sie bekommen. Ihr Publikum schaut jetzt einem Steilwandkletterer zu, dessen einzige Absicherung sein Können ist!

Finden Sie einen starken Schluss

Stellen Sie sich vor, Sie sitzen im Theater, der letzte Akt geht seinem Ende zu. Der Schauspieler sagt seinen Schlusssatz. Der Vorhang fällt, der Beifall brandet auf. Dieses Bild sollten Sie sich vor Augen führen, wenn Sie sich den Schluss Ihres Vortrags vornehmen: **Mit dem letzten Satz fällt der Vorhang für Sie und Ihre Rede.** Dieser Satz sollte also sitzen und ein deutliches Signal am Ende setzen!

Um diesen Effekt zu erzeugen, sind typische Floskeln natürlich nicht geeignet. Mit „Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit“ oder „Ich komme dann mal zum Ende“ lösen Sie allenfalls Erleichterung aus.

Der Schluss Ihres Vortrags ist der Paukenschlag. Überlegen Sie sich also gut, was in den Ohren Ihrer Zuhörer nachklingen soll. Sprechen Sie mit klaren Worten eine **Empfehlung** aus, geben Sie einen **Appell**, liefern Sie eine **persönliche Einschätzung** zu Ihrem Redethema oder bringen Sie noch mal Ihre wichtigste Aussage auf den Punkt.

Gute Schlusssätze klingen so:

- „Meine Meinung ist: Dieser Verein soll wachsen – entgegen aller Trends. Vielen Dank.“
- „Ich freue mich auf das nächste halbe Jahr, in dem wir gemeinsam diese Thesen beweisen werden! Auf geht's!“
- „Mein Appell an Sie: Jedes rote Licht an einem Gerät, das eigentlich ausgeschaltet ist, sollte ab sofort Ihre Warnlampe in Sachen Stromverbrauch sein. Viel Erfolg beim Suchen!“

Der rote Faden von Anfang bis Ende

Mit einem starken Einstieg und einem ebensolchen Schlusssatz bleiben Sie in Erinnerung. Sie haben damit zudem die Chance, den roten Faden Ihres Vortrags am Anfang aufzunehmen und am Ende wieder in Erinnerung zu rufen. Sie runden Ihren Vortrag gekonnt ab, indem Sie Ihre Kernaussage und die Kernemotion unterstützen, die Sie für Ihre Rede definiert haben. Behalten Sie diese beiden immer im Auge, besonders bei der Zielgeraden Ihrer Rede.

Überraschen Sie mit einem ungewöhnlichen Redestart, damit haben Sie von Anfang an die volle Aufmerksamkeit Ihrer Zuhörer. Verzichten Sie auf Inhaltsübersichten. Steigen Sie mit einem Appell oder etwas Persönlichem aus Ihrem Vortrag aus – das bleibt hängen.



2.2 Bildstarke Beispiele liefern

Durchforsten Sie Ihren Spickzettel und auch Ihren gesamten Vortrag nach „**Diffuslingen**“. Das sind abstrakte Wörter wie „innovativ“, „sozial“, „effektiv“ oder „teamorientiert“. Diese Wörter bleiben ohne Wirkung bei Ihren Zuhörern im Sprachzentrum hängen. Oder haben *Sie* konkrete Bilder vor Augen, wenn Sie ein Wort wie „kostenneutral“ hören? Sehen Sie, das geht Ihren Zuhörern nicht anders. Je abstrakter die Begriffe in Ihrer Rede sind, umso schneller schalten Ihre Zuhörer ab. Das ist kein böser Wille, sondern den überlasteten Gehirnen geschuldet, die bei solchen Diffuslingen keine Bilder entwickeln können. Je bildstärker aber ein Vortrag ist, umso leichter fällt es den Zuhörern, Ihren Inhalten zu folgen.

Jedes Mal, wenn Ihnen ein solcher Diffusling in Ihren Redenotizen, auf Ihrem Spickzettel oder Ihren Power-Point-Charts begegnet, sollten Sie daran denken, dass die Zuhörer an dieser Stelle kaum eine Chance haben, ihr Bildergehirn zu aktivieren. Ersetzen Sie daher diese Wörter **durch konkrete Beispiele und Geschichten**, die Bilder in den Köpfen erzeugen. Stellen Sie sich zu Ihren jeweiligen Diffuslingen Fragen:

Beispiele für typische Diffuslinge:	Ihre Fragen, um die Bildergehirne der Zuhörer zu aktivieren:
Nachhaltigkeit	Welche konkrete Aktion Ihrer Firma zeigt, dass etwas nachhaltig gehandhabt wird?

professionell	Wie sieht ein lebendiges Beispiel für Ihr professionelles Vorgehen aus?
Marktführer	An welchen Fakten können die Zuhörer genau erkennen , dass Sie Marktführer sind?
absatzstark	Was heißt das in konkreten Zahlen – zum Beispiel im Vergleich zu anderen Anbietern?
innovativ	Was heißt das für Sie im Einzelnen? Was ist für Sie ein konkretes Beispiel für eine innovative Aktion?

Verzichten Sie auf Wörter, die nichts sagen

Es gibt auch Diffuslinge, die ersatzlos gestrichen werden können. Nehmen wir mal den Begriff „erfolgsorientiert“. Welche andere Orientierung sollte Ihre Firma/Ihre Aktion denn sonst haben als die, erfolgreich zu sein? Damit wird das Wort überflüssig, denn es vermittelt keine Neuigkeiten. Wenn Sie schon von Erfolg sprechen, dann sagen Sie doch lieber, wie dieser für Sie genau aussehen soll. Woran werden Sie **konkret** festmachen können, dass Sie erfolgreich waren? Die Antwort auf diese Frage gehört in Ihre geschliffene Rede, das Wort „erfolgsorientiert“ nicht (siehe auch Kap. 3.1 Grundsätzliches zu Ihren Charts/Entschlacken Sie Ihre Charts).

Bilder sind Kino für den Kopf

Merken Sie, wie häufig bei den Fragen das Wort „**konkret**“ vorkommt? Es nützt nichts, wenn Ihre Umschrei-

bung eines Diffuslings wieder neu angefüllt ist mit anderen Diffuslingen. Je lebendiger und lebensnäher Ihre Beispiele und Geschichten sind, umso leichter fällt es Ihren Zuhörern, Ihnen zu folgen. Entwickeln Sie ein Auge und ein Ohr für diese Worthülsen und Schaumschlänger-Begriffe und suchen Sie nach **Alternativen!** Finden Sie Beispiele aus dem Alltag, stellen Sie interessante Vergleiche auf oder erklären Sie es mit einfachen Wörtern – als wollten Sie einen Zwölfjährigen überzeugen. Den Satz „*Das Gerät arbeitet höchst effektiv*“ zum Beispiel kann man Ihnen glauben – oder auch nicht. Und daher dürfte er bei den meisten Zuhörern auch entsprechende Gleichgültigkeit auslösen. Beweisen Sie es! Nehmen Sie sich den Alltag zur Inspiration: „*Die meisten Geräte verbrauchen so viel Strom wie ein Staubsauger. Wie ein Industrie-Staubsauger. Unser Gerät verbraucht ebenfalls so viel Strom wie ein Staubsauger. Wie ein Hand-Staubsauger.*“ Sorgen Sie dafür, dass Ihren Zuhörern Ihre Aussagen nicht egal sind. Ein Satz wie „*Unser Verein macht Spaß*“ sollte nach Ihrem Redeschliff so klingen: „*Ich habe einmal in meinem Leben zwei Tage am Stück Muskelkater im Bauch gehabt. Aber nicht von unseren Sportübungen. Das war nach unserer Vereinfahrt. Was haben wir gelacht!*“



Durchforsten Sie Ihren Vortrag nach Diffuslingen, also nichtssagenden Worthülsen. Überlegen Sie sich dazu und zu den wesentlichen Stichworten

auf Ihrem Spickzettel sowie zu den emotionalen Botschaften Ihres Vortrags neue konkrete Beispiele und lebhafte Geschichten. Streichen Sie die Diffuslinge vollständig, die sich dafür ohnehin nicht eignen.

2.3 Spannungsbögen einbauen

Schauen Sie sich Ihren Vortrag genau an: Verraten Sie den Mörder schon am Anfang, bevor der Krimi zu Ende ist? Liefern Sie schon zu Beginn Lösungen? Dann **ändern Sie die Reihenfolge**: Bauen Sie Spannung auf, indem Sie die Probleme und offenen Fragen nach vorne stellen und diese ausführlich darstellen – bis bei den Zuhörern die drängende Frage entsteht: „Wie sollen wir *das* lösen/ändern?“ Damit bauen Sie Spannung auf, die Zuhörer wollen wissen, wie es weitergeht oder welche Idee Sie präsentieren können. So entwickeln Sie einen großen Spannungsbogen über den gesamten Vortrag. Aber es ist auch möglich, dass Sie immer wieder diverse kleine Spannungsbögen einbauen.

Machen Sie aus Fakten einen Krimi

Durchforsten Sie Ihren Vortrag nach neuen Informationen, Lösungen, Ideen, ungewöhnlichen Fakten. Sie alle sind Ihre Chance, immer wieder **Spannung in Ihre Rede zu bringen**. Wenn Sie beispielsweise einen Vorschlag machen wollen, preisen Sie erst die Vorteile an, die

durch diesen Vorschlag entstehen, zum Beispiel Kosten sparen, Interesse bei potenziellen neuen Mitgliedern wecken, Kunden gewinnen ... Dann erst verraten Sie: „*Dieser Vorschlag ist: ...“*

Umgekehrt ist der Effekt nicht annähernd so groß auf Ihre Zuhörer. Wenn diese gleich wissen, worum es geht, werden Ihre Argumente wesentlich kritischer aufgenommen. Nähern Sie sich aber mit Ihren Argumenten Ihrer vorgeschlagenen Lösung langsam an und Sie lassen dann erst die Katze aus dem Sack, wird die erzeugte Spannung helfen, Ihre Zuhörer zu überzeugen.

Das funktioniert nicht nur bei Argumenten, sondern auch bei vielen anderen inhaltlichen Elementen, die in Ihrer Rede vorkommen. Spannungsbögen können beispielsweise so aussehen:

- „*Ich kenne einen Mann, der mich durch seine Nachhaltigkeit beeindruckt. Er ist nahezu blind, hat aber bis vor Kurzem noch an riesigen Bildschirmen gearbeitet, die ihm halfen, noch irgendetwas zu erkennen. Seine Arbeit hat er dadurch komplett im Kopf gehabt. Dieser Mann spielte vor Jahren noch Geige im Orchester. Heute sieht er die Noten nicht mehr. Jetzt spielt er alles auswendig. Er hat damals nie so gut gespielt wie heute. Dieser Mann beeindruckt mich durch seine Nachhaltigkeit. Dieser Mann ist – mein Vater!*“
- „*Die Idee kam uns in der Straßenbahn. Junge Menschen sind die ganze Zeit mit ihren Handys beschäftigt – mit einer absoluten Selbstverständlichkeit. Dann*

aber klingelte das Handy einer älteren Dame. Umständlich kramte sie es aus ihrer Tasche, fummelte lange daran herum, bis sie endlich die Taste fand, um das Gespräch entgegenzunehmen. Da war der Anrufer aber schon weg. In dem Moment kam uns diese Idee. Diese Idee soll auch älteren Menschen diese Selbstverständlichkeit im Umgang mit ihrem Handy ermöglichen. Diese Idee ist: ein Handy mit nur drei Funktions-tasten!"

Sie sehen, die Spannung kann noch gesteigert werden, wenn Sie das Ganze in eine kurze Geschichte einbauen. Damit ist Ihnen die Aufmerksamkeit der Zuhörer garantiert und Ihr Vortrag wieder entscheidend lebender geworden.

Schauen Sie also genau hin in Ihrem Vortrag: An welcher Stelle lässt sich der **Krimitrück** einsetzen? Ersetzen Sie dann einfach das, worüber Sie reden wollen, durch ein Stellvertreter-Wort. Sagen Sie „diese Person“, „diese Idee“, „dieser Vorschlag“ – und erst am Ende dieser Teilesequenz Ihres Vortrags verraten Sie: „*Diese Person/diese Idee/dieser Vorschlag ist: ...*“

Verkaufen Sie Zahlen spannend

Vorträge, in denen viele Zahlen vorkommen, sind für Zuhörer zumindest eine Herausforderung, manchmal sogar ein Grund, erschöpft innerlich auszusteigen. Wenn Sie zu viele Zahlen auf einmal präsentieren, kann es passieren, dass Sie damit Ihre Zuhörer schlicht über-

fordern. Eine geschliffene Rede konzentriert sich auf die **wesentlichen Zahlen** und lässt alle anderen weg (siehe auch Kap. 3.3 Charts mit Zahlen).

Wenn Sie Ihren Vortrag auf einige wenige Zahlen reduziert haben, können Sie einige davon darüber hinaus auf spannende Weise präsentieren. Schauen Sie sich an, welche Zahl Sie besonders in den Vordergrund stellen wollen, behandeln Sie diese in Ihrem Vortrag aber erst mal als „**Geheimnis**“. Leiten Sie diesen Teil Ihres Vortrags ein mit: „*Eine Zahl/Ein Ergebnis hat uns besonders überrascht ...*“ Oder: „*Von den zwanzig Kennzahlen ist eine besonders wichtig, da sie unser Projekt im besonderen Maße gerechtfertigt hat ...*“ Bringen Sie nun weitere inhaltliche Punkte, um neugierig auf die kommende Zahl zu machen. Dann erst verraten Sie: „*Diese Zahl ist: ...*“ Es muss nicht immer das Gesamtergebnis sein, für das Sie auf den Krimi-Trick zurückgreifen. Es kann auch ein **Teil- oder Zwischenergebnis** sein, auf das Sie aufmerksam machen möchten. Oder es handelt sich um einen Teilespekt Ihres Vortrags, der sich mit einer Zahl darstellen lässt. Beispiele für spannend verkaufte Zahlen könnten etwa so aussehen:

- „*Dass wir ein so gutes Ergebnis mit unserem neuen Produkt erzielen konnten, ist einer Zahl zu verdanken, die bei unserem bisherigen Blickwinkel gar nicht ins Auge fällt. Diese Zahl aber hat einen besonderen Einfluss auf die Verkaufszahlen. Sie hat viel direkter mit dem Erfolg unseres Produkts zu tun, als die Statistiken über den Verkaufserfolg das hergeben. Diese Zahl ist*

die der Kundenzufriedenheit. Völlig zufrieden mit unserem Produkt waren – 99 Prozent der Kunden!“

- „*Ich habe beim Zusammenstellen des aktuellen Kassenberichtes eine ganz kleine Zahl gefunden. Sie ist so klein, dass sogar ein Strich davorsteht, damit man sie nicht übersieht. Ich habe das noch mal durchgerechnet und alles überprüft, aber die Zahl bleibt alarmierend. Diese Zahl sagt uns, dass wir Ideen brauchen, dass wir uns vielleicht auch mit dem Gedanken abfinden müssen, dass wir unseren Verein im großen Kontext der Nachbarvereine sehen müssen. Diese Zahl ist minus zehn. Wir haben allein letztes Jahr trotz einiger Neuzugänge zehn Mitglieder verloren!*“

Auch hier kann die Spannung wieder gesteigert werden, indem Sie Ihre Zahl in einer Geschichte lebendig werden lassen. Wie haben Sie die Zahl entdeckt? Warum ist sie besonders wichtig? Was löst diese Zahl bei Ihnen aus? All das sind Fragen, mit denen Sie Ihren Zahlen neuen Pep verleihen können, damit sie auch wirklich von den Zuhörern wahrgenommen werden.

Suchen Sie nach interessanten, bemerkenswerten, bislang übersehenden oder wichtigen Fakten und Zahlen in Ihrem Vortrag. Erzeugen Sie Spannung, indem Sie von „diese Idee“, „dieser Vorschlag“ oder „diese Zahl“ sprechen, dann erst lösen Sie alles auf mit den Worten: „Diese Idee/Dieser Vorschlag/Diese Zahl ist: ...“



2.4 Aus weniger mehr machen

Zu einem erfolgreichen Redeschliff gehört vor allen Dingen ein Eindampfen der meist viel zu umfangreichen Inhalte auf **ein paar wenige bildstarke, mit Beispielen belegte Redeelemente**, die Ihre Zuhörer aufhorchen lassen. Trennen Sie sich von einem Großteil Ihrer Diffuslinge und reduzieren Sie Ihre Daten, Zahlen und Fakten auf die wichtigsten Aspekte.

Gehen Sie dabei ruhig radikal vor und schauen Sie sich Ihre Präsentation genau an: *Welche drei von den geplanten zwölf Punkten sind die wichtigsten?* Machen Sie diese drei Punkte mit Geschichten, Beispielen, konkreten Zahlen anschaulich – und sparen Sie sich den Rest. Das unterhält Ihre Zuhörer, statt sie zu überfordern!

Lieber weniger, dafür lebendiger

Jetzt kommt sicher wieder dieses „Ja, aber“ in Ihnen hoch: „Ja, aber das muss doch alles erwähnt werden, weil es wichtig ist. Und dann wird mein Vortrag doch viel zu lang, wenn ich zu allem ein Beispiel bringe!“ Durch das reine Aufzählen von Diffuslingen – gerne auch noch mit Bullet Points auf PowerPoint-Charts aufgelistet – wird Ihr Vortrag aber leider unverdaulich für die Zuhörer. Bei Ihrem Redeschliff sollten Sie wirklich genau hinschauen, welche Diffuslinge ganz verschwinden können. Seien Sie ehrlich mit sich selbst – Sie können auf viele dieser nichtssagenden Begriffe und Worthülsen verzichten. Für den Rest binden Sie Beispiele, Geschichten, konkrete

Zahlen als „**Beweismittel**“ in Ihren Vortrag ein. Das macht diesen lebendiger, die Zuhörer können Ihnen leichter folgen und bekommen eine klarere Vorstellung von dem, was Sie vermitteln wollen. Lassen Sie also lieber **drei Punkte weg** und bringen Sie dafür **einen Punkt ausführlicher, lebendiger, bildstark**. Das steigert auch die Merkfähigkeit bei Ihrem Publikum!

Aus Stichworten mehr machen

Um solche Geschichten und Beispiele zu finden, schauen Sie sich Ihren Spickzettel genau an:

- Welche konkreten Beispiele/Geschichten fallen Ihnen zu den jeweiligen Stichworten ein?
- Welche dieser Beispiele/Geschichten eignen sich besonders gut, die Kernaussage zu unterstützen oder Emotionen auszulösen?

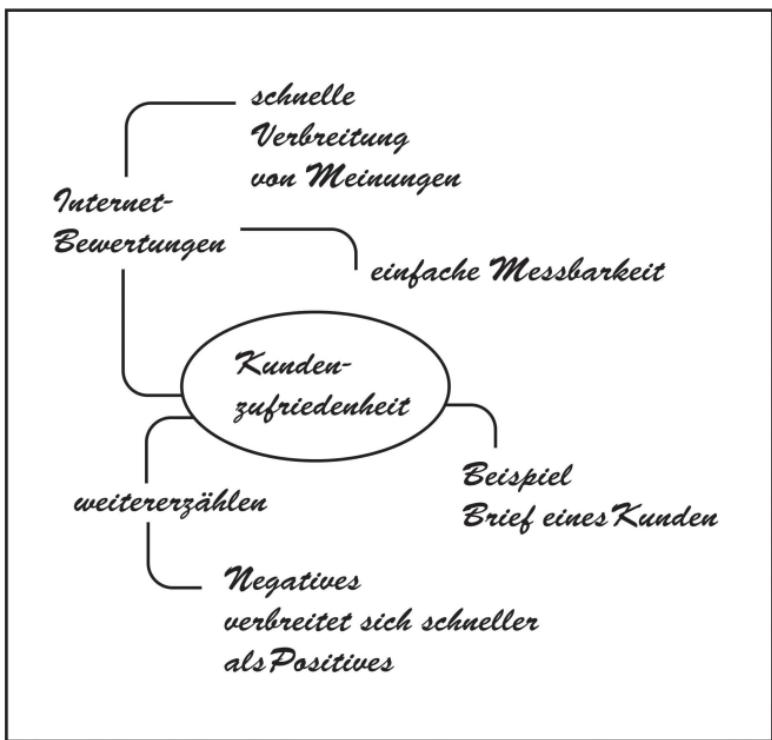
Es gibt eine gute Hilfe, um solche **konkreten Beispiele und Geschichten zu finden**: Schreiben Sie die wichtigsten Stichworte jeweils einzeln auf die Mitte eines leeren Blattes. Nun lassen Sie Ihre Gedanken schweifen: Welche Assoziationen (Bilderwelten, gedanklichen Verknüpfungen) fallen Ihnen zu dem jeweiligen Begriff ein?

Notieren Sie alle Bilder und Begriffe, die Ihnen einfallen, um das Wort in der Mitte herum. Je weiter Sie von Ihrem eigentlichen Vortrag inhaltlich wegkommen, umso besser. Denn jede Assoziation kann die Quelle für eine gute Geschichte sein, mit der Sie diesen jeweiligen inhaltlichen Teil Ihres Vortrags bereichern können.

Dasselbe können Sie auch mit Ihren Notizen zu den *Emotionen* Ihres Vortrags machen. Überlegen Sie sich auch da, welche Assoziationen und damit letztlich Beispiele und Geschichten Ihnen dazu einfallen.

Übrigens eignen sich all die von Ihnen gefundenen konkreten Beispiele und lebendigen Geschichten auch wunderbar, um damit die Rede zu beginnen oder einen interessanten Schlusspunkt zu setzen – auch im letzten Moment des Redeschliffs.

Ein Beispiel für eine solche **Assoziationsübung** und die daraus resultierenden neuen Redeinhalte könnte sein:



34 2. Spiel, Spaß, Spannung: Ihre neuen Redehighlights

Bislang gab es in dem Beispieltalk zu dem Stichwort „Kundenzufriedenheit“ vielleicht nur eine allgemeine Aussage, zum Beispiel so etwas: „Die Kundenzufriedenheit ist uns wichtig, aber wir bewegen uns in einem schwierigen neuen Umfeld aufgrund der Internet-Öffentlichkeit.“ Das bewegt Zuhörer kaum, das ist noch viel zu abstrakt. Sprich: Es entstehen keine Bilder vor dem geistigen Auge, daher ist auch die Betroffenheit allenfalls gering.

Beispiele statt allgemeiner Aussagen

Das lässt sich lebendiger darstellen, die Assoziationen in dem Beispiel oben helfen weiter:

„Vor fünf Jahren hatte ich das letzte Mal einen Brief von einem Kunden in der Hand. Er beschwerte sich über ein Produkt von uns. Das haben wir geregelt, indem wir Kontakt mit ihm aufgenommen haben und ihm Unterstützung anbieten konnten. Das blieb sozusagen ganz unter uns. Wie gesagt – das war der letzte Brief eines Kunden. Heute finden Produktbewertungen nahezu ausschließlich im Internet statt. Heute werden dort von viel mehr Menschen Bewertungen abgegeben, als früher Briefe geschrieben wurden. Und ganz viele andere potenzielle Kunden lesen mit. Unsere Kundenzufriedenheit findet in aller Öffentlichkeit statt – bringen unsere Produkte dafür alles Nötige mit?“

Jetzt ist der Begriff „Kundenzufriedenheit“ mit einer Emotion verbunden, die konkrete Geschichte macht Zuhörer betroffen. Dieses Beispiel zeigt, wie wichtig es

ist, konkret zu werden und bildstarke Elemente zu finden, die den Zuhörer auch erreichen. Diese Geschichten und Beispiele können sich Zuhörer im Übrigen auch viel besser merken als Aufzählungen von nichtssagen-den Worthülsen.



Streichen Sie so viele Stichworte, Diffuslinge, Daten, Zahlen und Fakten wie möglich und konzentrieren Sie sich auf das wirklich Nötige und Relevante, das Sie mit Beispielen und Geschichten lebendig werden lassen.

2.5 Im letzten Moment Highlights setzen

Ihr Redeschliff kann buchstäblich noch im allerletzten Moment erfolgen. Sie haben auf der Fahrt zur Veranstaltung noch etwas Originelles erlebt oder etwas Ungewöhnliches in der Zeitung gelesen? Starten oder beenden Sie damit Ihre Rede! Oder binden Sie es in den Verlauf Ihres Vortrags ein. Sie werden erstaunt sein, wie einfach jedes beliebige Erlebnis oder jede spannende Information sich mit Ihrem Redethema verbinden lässt.

Werden Sie spontan mit dem Stegreiftrick

Dieses spontane Einbinden können Sie üben. Der Trick, zwei auf den ersten Blick weit voneinander entfernte Themen zu verknüpfen, ist der **Stegreiftrick**. Um diesen

zu üben, nehmen Sie zwei Stichworte – zum Beispiel spontan aus dem Duden herausgegriffen – und verbinden diese in einer kurzen Rede. Dazu nutzen Sie wieder die Assoziationen und Bilder, die Ihnen zu den jeweiligen Begriffen einfallen. Die Bilderwelt des einen Wortes überschneidet sich irgendwo mit der Bilderwelt des anderen Wortes – und schon finden Sie einen Übergang von einem zum anderen Begriff.

Beispiel für eine Stegreifübung

Zwei Begriffe	Mögliche Assoziationen
Beifahrer	Nörgeln, Besserwisser, Streit unter Eheleuten, Kartenleser, lebendes Navigationsgerät ...
Politik	Gesetze, Wahlen, „die da oben“, Bundesländer, Ämter, Ministerien, Berlin, Wahlversprechen ...

Diese beiden Begriffe sollen jetzt in einer kurzen Rede sinnvoll miteinander verbunden werden. Das könnte sich beispielsweise so anhören:

„Manche Menschen sind als Beifahrer einfach nicht geeignet. Die wissen alles besser und glauben, dass nur sie den Weg kennen. Manchmal kann daher die Entscheidung für einen Beifahrer unangenehme Folgen haben. Aber wie soll man das vorher wissen? Wenn man eine Partei wählt, kann es am Ende auch so sein, dass diese anschließend Wege beschreitet und eine Politik verfolgt, die uns am Ende dann doch nicht gefällt!“

Diese kleine Fingerübung mit dem Stegreiftrick können Sie immer wieder mit verschiedensten Begriffen ausprobieren. Das wird es Ihnen auf Dauer erleichtern, Ihren fertigen Vortrag spontan zum Beispiel mit einer auf den ersten Blick ganz unpassenden Geschichte zu verknüpfen.

Erlebtes in den Vortrag einbinden

Stellen Sie sich vor, Sie haben auf dem Weg zum Vortrag eine **kleine, lustige Situation** erlebt – starten Sie damit doch einfach Ihren Vortrag! Das könnte dann so klingen:

„Auf meiner Zugfahrt hierher saß eine Mutter mit ihrem kleinen Jungen im gleichen Abteil. Es gab eine Durchsage. Das Kind fragte: ‚Was ist das?‘ Die Mutter antwortete: ‚Das ist ein Mikrofon!‘ Ich dachte nur: Das arme Kind! Die richtige Antwort wäre gewesen: ‚Das war eine Durchsage vom Schaffner.‘ Stattdessen sagte die Mutter: ‚Das ist ein Mikrofon.‘ Sie war ganz offensichtlich nicht bei der Sache. Dem Kind hat sie mit ihrer Antwort nicht wirklich geholfen. Und das hat mir mal wieder gezeigt, wie wichtig es ist, bei der Sache zu bleiben. Sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. So wie wir es auch bei unserer letzten Produkt einführung geschafft haben, durch ein Rückbesinnen auf das Wesentliche erfolgreich neue Maßstäbe zu setzen ...“

Gehen Sie auf Aktuelles ein

Wenn Sie diesen Stegreiftrick sehr gut beherrschen, kann es sogar sein, dass Sie **während Ihres Vortrags**

spontan eine Beobachtung oder ein aktuelles Ereignis einbauen – und wenn es ein Handy ist, das während Ihres Vortrags klingelt:

„Ja, so hat sich auch der Musikkonsum im Laufe der Jahrhunderte gewandelt bis hin zu dem Moment, wo wir sogar Mozarts Melodien als Klingelton einsetzen für unsere tragbaren Telefone. Es ist Teil unseres Alltags geworden – doch ist es damit wirklich verstanden? Ist etwas, was für uns selbstverständlich geworden ist, wirklich verstanden? Oder haben wir uns nur daran gewöhnt, so wie wir uns auch an den Strom aus der Steckdose gewöhnt haben? Ich werde Ihnen heute die Augen öffnen für einige Besonderheiten ...“

Vielleicht passen die Inhalte aus einem kurz vor dem Vortrag geführten Gespräch zu Ihren Inhalten?

„Vorhin sagte mir ein Kollege noch, dass er gerade vom Segelurlaub zurück ist. Er erzählte von einem halsbrecherischen Segeltörn, der beinahe schiefgegangen wäre. So schnell kann es gehen, dass sich die Ereignisse überschlagen, dass Wetterkapriolen oder wirtschaftliche Ereignisse alles Vorherige infrage stellen. So konnten wir auch nicht damit rechnen, dass plötzlich der Markt für unser Produkt einbricht ...“

Gerade das Eingehen auf brandaktuelles Geschehen hinterlässt bei den Zuhörern das Gefühl, dass Sie Ihren Vortrag nicht einfach aus einer Schublade gezogen haben:

„Die aktuellen Arbeitslosenzahlen – heute Morgen war im Radio von 6,6 Prozent die Rede – haben sich gegenüber demselben Monat im Vorjahr kaum verändert. Da waren es 6,5 Prozent. Und dennoch schauen wir mit Sorgenfalten immer wieder auf diese Zahlen, als wären sie ein Indiz für die wahre Entwicklung der Wirtschaft. Ich sage Ihnen, was ein wahres Indiz ist. Dieses Indiz lässt sich nicht durch Zahlen verfolgen. Es greift viel tiefer in das Geschehen hinein. Es wird sich auf unser aller Zukunft auswirken. Es ist das Thema Bildung. Hier findet sich die eigentliche Misere für unsere Zukunft ...“

Haben Sie gemerkt, wie hier obendrein wieder der Krimi-trick in Aktion gesetzt wurde? So lassen sich an vielen Stellen Ihrer Rede Akzente setzen – sogar völlig spontan.



Sie haben viel Zeit?

Suchen Sie zu den Stichworten auf Ihrem Spickzettel Assoziationen, Bilder, Geschichten. Ersetzen Sie Diffuslinge ebenfalls durch konkrete Beispiele. Sortieren Sie Ihren Vortrag um und finden Sie einen großen Spannungsbogen: Sprechen Sie erst über die Probleme, zum Schluss liefern Sie die Lösung.

Sie haben wenig Zeit?

Streichen Sie alle überflüssigen Daten, Zahlen und Fakten und reduzieren Sie etwa zwölf Punkte

auf drei, die Sie bildstark darstellen. Erzeugen Sie kleinere Spannungsbögen, indem Sie wichtige Zahlen oder Fakten mit dem Krimitrück darstellen.

Sie haben kaum Zeit?

Überlegen Sie sich einen überraschenden neuen Anfang und einen knackigen Schlussatz für Ihren Vortrag. Binden Sie spontan aktuelle Ereignisse oder Erlebnisse in Ihren Vortrag ein.



Was sollten Sie bei Charts vermeiden und was sollten Sie beachten?

Seite 44

Wie gehen Sie mit Text und Bildern um?

Seite 49

Wie stellen Sie Zahlen spannend dar?

Seite 52

3. Chart für Chart: Der Feinschliff für das Auge

Viele Vorträge und Präsentationen werden von PowerPoint-Charts begleitet. Dabei hat sich in vielen Fällen die Unsitte eingebürgert, dass pro Chart besonders viele Informationen und sogar ausformulierte Sätze gezeigt werden. Manche Redner scheinen ihre Charts als Teleprompter zu verwenden, um den Text einfach abzulesen. Das zehrt massiv an der Aufmerksamkeit der Zuhörer. Redevorbereitungen bestehen nicht selten aus stundenlangem Feinschliff. Allerdings nicht am Redehinhalt, sondern am Look der PowerPoint-Charts: Da fliegen bunte Bildchen und Schriftzüge hinein, da müssen zahlreiche Diagramme bis ins letzte Detail beschriftet werden – was schon ab Sitzreihe 3 nicht mehr lesbar sein wird. Das frisst Zeit, die Sie sinnvoller verwenden können.

Ein sinnvoller und effektiver Redeschliff geht nach dem **Prinzip des Straffens** vor: alles weglassen, was überflüssig ist. Entschlacken Sie Ihre PowerPoint-Charts und passen Sie diese dem Rhythmus Ihres Vortrags an – nicht umgekehrt. *Sie* sind die Show – nicht die Charts hinter Ihnen.

3.1 Grundsätzliches zu Ihren Charts

Beobachten Sie sich selbst als Zuhörer bei den Vorträgen anderer Redner: Wenn PowerPoint-Charts an die Wand geworfen werden:

- Wollen Sie wirklich mit vollgeschriebenen Charts konfrontiert werden, die bereits den kommenden Inhalt verraten, bevor der Redner selbst an diesen Punkt gekommen ist?
- Wollen Sie sich wirklich von Diagrammen, Bildern und Text ablenken lassen, sodass Sie entscheiden müssen, ob Sie das jetzt alles lesen oder weiter zuhören sollen?
- Fühlen Sie sich nicht geschulmeistert, wenn Sie den Text an der Wand auch noch vorgelesen bekommen?

Warum sollte es *Ihren* Zuhörern anders gehen? Ihre Beobachtungen bei anderen Rednern sollten Ihnen im wahrsten Sinne eine Lehre sein: **Vermeiden Sie, was Sie bei anderen stört!**

PowerPoint hat nichts zu entscheiden

Ein PowerPoint-Chart, das sich selbst erklärt, macht Sie als Redner überflüssig. Wieso verteilen Sie die Präsentation nicht gleich als Handout und machen nach einer halben Stunde einen Multiple-Choice-Test mit Ihrem Publikum? Sie schmunzeln? Vielleicht fühlen Sie sich ja gerade er-tappt. Keine Sorge, der Redeschliff gibt Ihnen die Mög-

lichkeit, sich so weit wie möglich vom Diktat der PowerPoint-Charts zu befreien und **Ihre persönliche Dramaturgie** zu entwickeln. Selbst oder gerade dann, wenn Sie die Präsentation eines Kollegen übernehmen müssen: Sie können immer noch alles an Ihren eigenen Rhythmus anpassen!

Entschlacken Sie Ihre Charts

Um den größtmöglichen Effekt bei Ihren Zuhörern zu erzielen, sollten Sie massiv den **Rotstift** auf Ihren Charts **ansetzen**. Je mehr Zeit Ihnen zur Verfügung steht, umso mehr können Sie Ihre Präsentation entschlacken. Dabei geht es nicht ohne Schmerzen ab, denn Sie haben ja mal gelernt, was auf so ein Chart angeblich alles draufgehört:



Dieser Chart verwirrt: Logos, Designelemente, Überschrift, Speicherplatz der Datei, Gesamtseitenzahl –

was sollen Ihre Zuhörer denn noch alles an **überflüssigen Informationen** bekommen, während sie versuchen, Ihnen zuzuhören? Von den Diffuslingen (siehe Kap. 2.2 Bildstarke Beispiele liefern) in der unnötigen, weil sinnfreien Grafik mal ganz abgesehen.

Volle Charts lenken ab

Lösen Sie sich von alten Merksätzen zu PowerPoint, denn je mehr Sie hinter sich an die Wand werfen, desto mehr lenken Sie von sich selbst ab. Und Sie selbst werden von Ihren Zuhörern abgelenkt! Daher gilt die **Faustregel beim Redeschliff**:

Zeigen Sie nur das Nötigste auf Ihren Charts – *Sie sind die Story!*

Für Ihren Redeschliff heißt das:

- **Verzichten Sie auf Titel, Kapitelüberschriften, Firmenlogo, Corporate-Design-Elemente ...** – all das frisst Leseenergie!
- Wenn Sie mehrere **Botschaften** auf einer Seite haben, **kürzen** Sie diese, so weit es geht, und bringen Sie die übrig gebliebenen Informationen jeweils einzeln auf neue Charts.
- Beachten Sie: Jeder PowerPoint-Chart soll in maximal **zwei Sekunden** erfasst werden können. Probieren Sie es jeweils aus!
- Bauen Sie **schwarze Seiten** in Ihre PowerPoint-Präsentation ein. Damit rücken Sie selbst immer wieder

in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Denn schließlich wirken *Sie* durch Ihre *Rede* – PowerPoint kann nicht reden. Außerdem können Sie dann vor jedem neuen Chart Spannung aufbauen, da bis dahin nichts von Ihren Worten ablenkt.

Arbeiten Sie mit allen Tricks

Jetzt schwirrt wahrscheinlich wieder ein lautes „Ja, aber“ durch Ihren Kopf: „Ja, aber wie soll ich denn wissen, was ich sagen muss, wenn auf den Charts nichts mehr zu sehen ist?“ Was hätten Sie vorher gemacht? Alles von den Charts hinter Ihnen an der Wand ablesen? Ihre armen Zuhörer. Notieren Sie sich Ihre **Stichworte auf kleinen Karteikarten**, die Sie in der Hand halten. Damit verlieren Sie auch nie den Kontakt zu Ihrem Publikum, da Sie sich ja nicht mehr nach Ihren Charts umdrehen müssen.

Damit sind wir auch gleich beim nächsten ausbremsenden Gedanken: „Ja, aber die Marketingabteilung/der Chef/die Firmenspitze will das so.“ Ist einer von denen bei Ihrem Vortrag dabei? Wenn nein – probieren Sie es wirklich mal mit der einfachsten Fassung aus. Die Vollversion können Sie anschließend (!) immer noch als **Handout** verteilen, da ist Ihr Logo ja wieder drauf ...

Ein ganz frecher Trick wäre, so zu tun, als hätten Sie Ihre PowerPoint-Präsentation vergessen oder die Technik würde versagen. Stattdessen brillieren Sie mit freier Rede dank Ihrer Stichworte auf Ihrer Redekarte und **ein paar Notizen und spontanen Zeichnungen auf dem**

Flipchart – Sie werden Ihre Zuhörer begeistern, auch Ihre Vorgesetzten!

Wenn Sie PowerPoint-Charts zeigen, ist das **Timing** entscheidend: Erzeugen Sie zunächst Spannung mit Ihren Worten – dann erst zeigen Sie das Bild oder die Botschaft mit dem nächsten Chart. Sprechen Sie die entsprechenden Informationen immer *zeitgleich* mit der aufblendenden PowerPoint-Botschaft aus, das verhindert Ablesen oder die Vorwegnahme der Spannung.

Überzeugen Sie als Redner

Grundsätzlich gilt: **Menschen überzeugen – nicht technische Hilfsmittel!** Die Zuhörer lassen sich in Wirklichkeit wenig beeindrucken von schicken PowerPoint-Präsentationen. Sie wollen von *Ihnen* überzeugt werden. Sie wollen den Menschen hinter den Zahlen, Daten und Fakten sehen können. Denn einem Menschen kann man Vertrauen schenken; Zahlen und Bullet Points dagegen sind nur unpersönliche Pixel auf einer Leinwand. Und würden Sie einem Pixel einen Auftrag übertragen oder von ihm ein Formular für den Vereinsbeitritt entgegennehmen?



Löschen Sie alle überflüssigen Informationen, Grafiken etc. auf Ihren Charts. Pro Chart sollte nur eine Information/ein Bild/eine Botschaft zu sehen und innerhalb von zwei Sekunden erfassbar sein. Bauern Sie schwarze Charts ein, um die Aufmerksamkeit der Zuhörer wieder voll auf Sie zu lenken.

3.2 Charts mit Text

Es gibt auf Charts ein ganz besonders überflüssiges Element: ausformulierte Sätze. Durchforsten Sie Ihre Präsentation nach diesen kleinen Monstern. Anders kann man diese Dinger ja nicht nennen, denn sie fressen einen Großteil der Energie, die Ihre Zuhörer für Ihre Aufmerksamkeit brauchen. Diese werden nämlich versuchen, diese Sätze zu lesen. Wie sollen sie Ihnen aber dann gleichzeitig zuhören können?

Ausformulierte Sätze führen zudem zwangsläufig dazu, dass sie vom Redner vorgelesen werden. Aber wer Texte vom PowerPoint-Chart abliest, ist ein Vorleser und kein Redner. Das allein verbietet ausgeschriebene Sätze auf Ihren Charts. Und natürlich die Tatsache, dass sich Ihre Zuhörer fragen werden, ob sie das jetzt lesen sollen oder lieber nicht, weil sie Ihnen weiter zuhören wollen. Oder sie lesen schneller, als Sie es vorlesen. Oder sie erkennen naserümpfend, dass der Redner sich nicht die Mühe gemacht hat, das vorliegende Handout in eine auf die Rede zugeschnittene Präsentationsform umzubauen und die Inhalte vorab in verdaubare Häppchen zusammenzufassen. Oder, oder, oder ... Sie sehen, die **Sätze müssen weg**. Wenn überhaupt, sollten hier nur Stichpunkte zu lesen sein. Wie gesagt – wenn überhaupt.

Reduzieren, reduzieren, reduzieren

Schauen Sie bei jedem Satz genau hin, welche Stichworte darin stecken. **Kürzen Sie die Textteile** bis auf eben-

diese **einzelnen Begriffe**. Wenn Sie noch einen Schritt weitergehen wollen, sollten Sie auch hier überlegen, ob für dieses Stichwort eine Geschichte oder ein konkretes Beispiel nicht besser geeignet wäre, um Ihren Vortrag interessanter zu gestalten. Und überhaupt: Ist dieser Punkt wirklich relevant? Wenn nicht, dann weg damit. Mit jedem Wegstreichen haben Sie an anderer Stelle wieder mehr Raum für lebhaftere, bildstärkere Elemente.



So erkennen Sie PowerPoint-Junkies *KKKom3*

- Der Redner dreht sich immer wieder zu den Charts an der Wand zurück und sucht dort seine Stichworte
- Der in ganzen Sätzen formulierte Text an der Wand wird vom Redner abgelesen
- Der vorgelesene Text wird zudem vom Redner per Laser-Pointer verfolgt
- Die Präsentation könnte auch alleine ablaufen, um verstanden zu werden - der Redner ist eigentlich überflüssig
- Zahlreiche Elemente wie Firmenlogo, Corporate Design-Elemente, Überschriften etc. lenken das Auge des Zuhörers unnötig ab

Ihre Referentin: Katja Kerschgens, Die Redenstrafferin

Eigene Dateien/KKKom/Buchprojekte/Redenschliff/Beispielcharts Seite 18 von 62

Stellen Sie sich diesen Chart bei einem Vortrag vor: Warum gibt es überhaupt einen Redner? Steht doch alles an der Wand! Vorausgesetzt natürlich, Sie können diese langen Sätze aus der fünften Reihe noch lesen ... Die Alternative: Schreiben Sie die **wichtigsten Stichworte** auf Ihre **Redekarte**. Stichworte reichen, denn vollständige Sätze können Sie ganz allein formulieren!

Im vorliegenden Fall könnte Ihr Chart im soeben gezeigten Beispiel etwa so aussehen:

Sie könnten diese Stichworte nun im Chart stehen lassen,

- Umdrehen zum Chart
- Ganze Sätze
- Laser-Pointer
- Redner überflüssig
- Unnötige Elemente

aber alle (!) anderen Elemente entfernen. Zeigen Sie die Stichworte immer erst dann, wenn Sie selbst darauf zu sprechen kommen – also nach und nach. Oder verzichten Sie ganz auf die

Stichworte. Schreiben Sie diese aber so oder so auf Ihre Redekarte, damit Sie sich nicht zum Chart umdrehen müssen.

Noch besser: Sie können stattdessen ein Bild einsetzen und aus Ihrer Überschrift eine provokante Frage machen. Dazu können Sie dann sagen:

,Ich zeige Ihnen jetzt anhand von Verhaltensauffälligkeiten, woran Sie erkennen können, ob Sie ein PowerPoint-Junkie sind: Sie drehen sich beim Vortrag zum Chart um. Sie ... [und so weiter]. Haben Sie sich erkannt? Sind Sie ein PowerPoint-Junkie? Dann verrate ich Ihnen jetzt, wie Sie den Ausstieg aus der Sucht schaffen ...“

Sind Sie ein
PowerPoint-Junkie?



ten, woran Sie erkennen können, ob Sie ein PowerPoint-Junkie sind: Sie drehen sich beim Vortrag zum Chart um. Sie ... [und so weiter]. Haben Sie sich erkannt? Sind Sie ein PowerPoint-Junkie? Dann verrate ich Ihnen jetzt, wie Sie den Ausstieg aus der Sucht schaffen ...“

Sicherlich sind Ihre Zuhörer nun mehr gewillt, Ihren Ausführungen weiter zu folgen. Diesen Effekt erreichen Sie nicht mit vorgekauten Textpassagen, denn die stehlen Ihnen nur die Show und lenken unnötig ab. Reduzieren Sie Ihre Textcharts, damit Sie **als Redner im Mittelpunkt bleiben**. Möglicherweise können Sie sogar ganz auf Text verzichten – probieren Sie es aus!



Streichen Sie auf Ihren Charts grundsätzlich alle ausformulierten Sätze auf Stichworte zusammen. Verzichten Sie möglicherweise sogar ganz auf Text und nutzen Sie Bilder. Die Stichworte gehören auf Ihre Redekarte.

3.3 Charts mit Zahlen

Wenn Ihnen bei dem Vorschlag, so viel Text wie möglich zu streichen, schon mulmig wird, wird es Ihnen beim Thema Zahlen sicherlich noch seltsamer zumute werden. All diese schlechten Gefühle beim Kürzen von PowerPoint-Charts sind nicht selten der Tatsache geschuldet, dass PowerPoint als Stichwortgeber genutzt wird. Lösen Sie sich von der Vorstellung, dass Sie Ihre Stichworte an der Wand hinter Ihnen suchen müssen. Halten Sie diese in der Hand – auf Ihrer Redekarte. Das hilft ungemein, sich vom **Diktat der Charts** zu lösen. Das gilt auch und gerade beim Thema Zahlen.

Nicht selten werden vollständige Excel-Sheets eins zu eins in die PowerPoint-Charts kopiert. Damit beweisen Redner keine Kompetenz, sondern ihre Unfähigkeit, die **wesentlichen Zahlen** herauszugreifen und in einen Zusammenhang zu stellen. Schauen Sie also bitte bei jeder Zahlentabelle, welche Zahl die wichtigste ist.

- Welche Zahl war so nicht erwartet worden?
- Welche Zahl ist besonders groß oder klein?
- Welche Zahl fällt sonst aus dem Rahmen?

Inszenieren Sie Zahlen

Zahlen selbst sagen erst einmal nicht viel aus. Sie als Redner sind dafür zuständig, den Zahlen in Ihrem Vortrag Leben und Bedeutung einzuhauchen. Machen Sie sich bewusst, dass Zuhörer sich zwar von Zahlen beeindrucken lassen, aber sie dazu auch einen **geeigneten Rahmen** brauchen, um diese richtig einordnen zu können. Für diesen Rahmen sind Sie als Redner zuständig. Daher suchen Sie zunächst in Ihren Charts nach Zahlen. Bei jeder Zahl überlegen Sie genau:

- Ist diese Zahl relevant oder kann sie wegfallen?
- Welche Zahl sollte hervorgehoben werden?

Möglicherweise haben Sie sich durch diese Überlegungen schon wieder von einigen Punkten auf Ihren Charts oder sogar von ganzen Charts trennen können. Dadurch gewinnen Sie Zeit, um die relevanten, überraschenden, ungewöhnlichen, beängstigenden ... Zahlen bildstark und überzeugend darstellen zu können.

Lassen Sie einzelne Zahlen wirken

Wenn Sie Ihre relevanten Zahlen extrahiert haben, geben Sie diesen einen **neuen Rahmen**. Zum einen können Sie Zahlen mit dem Krimitrück spannend darstellen und besonders betonen (siehe Kap. 2.3 Spannungsbögen einbauen/Verkaufen Sie Zahlen spannend).

Sie können auch einen anderen Trick anwenden: **Stellen Sie Ihre Zahl in einen Vergleich**. Schauen Sie sich Ihren Vortrag an: Welche Zahl sollte bei den Zuhörern besonders nach vorn gestellt werden? Sollte sie besonders groß oder besonders klein wirken? Je nachdem, wie die Wirkung sein soll, wählen Sie Ihre Vergleichszahl. Vergleichszahlen finden Sie zum Beispiel mit folgenden Formulierungen:

- „Im Vergleich zu ...“
- „Im Durchschnitt aller ...“
- „Üblich sind ...“
- „Wir haben erwartet ...“

Und dann beachten Sie noch folgende Regel, um die Wirkung besonders zu erhöhen:

Nennen Sie erst die Vergleichszahl, dann Ihre eigene Zahl!

In folgendem Beispiel soll die ausgewählte Zahl klein wirken, entsprechend sollte eine große Vergleichszahl gewählt werden:

„Wir hatten erwartet, dass wir 5.000 Stück im letzten Jahr verkaufen. Unter Berücksichtigung wirklich aller

*Verkaufswege kamen wir auf eine tatsächlich verkauft
Stückzahl von – Pause – 1.500. Es wird dringend Zeit,
dass wir unsere Strategie ändern!“*

Genauso funktioniert das, wenn Ihre gewählte Zahl groß aussehen soll; dann nehmen Sie eine passende kleine Vergleichszahl:

*„Im Durchschnitt bringt ein Gerät dieser Art eine Energie-
einsparung von 300 Euro im Jahr. Mit unserem Gerät ist
eine Einsparung zu erwarten von – Pause – 450 Euro!“*

Nutzen Sie alltägliche Bilder

Besonders die großen Zahlen sprengen mitunter das Vorstellungsvermögen Ihrer Zuhörer. Wenn Sie solche Zahlen auf Ihren Charts finden, überlegen Sie sich, mit welchem Vergleich Sie diese **anschaulich machen** können. Greifen Sie dazu auf Alltagsgegenstände oder sonstige allgemein bekannte Orte und Objekte zurück. Das klingt dann wie in diesem Beispiel:

*„Wir sprechen hier von zehn Millionen Euro. Stellen Sie
sich Ihr Traumauto vor – mit einem Wert von 50.000
Euro, was ja schon eine Menge Geld ist. Davon hätten Sie
dann 200 Stück in Ihrer Garage stehen, wenn Sie auf ei-
nen Wert von zehn Millionen Euro kommen wollen.“*

Sie können eine große Zahl auch herunterbrechen, indem Sie sie mithilfe einer kleineren Dimension erklären:

„In Deutschland hat das Schienennetz eine Gesamtlänge von insgesamt knapp 42.000 Kilometern. Das ist fast 55-mal die Strecke Hamburg – München.“

30

Überlegen Sie bei jeder Zahl auf Ihren Charts, ob sie relevant ist. Die relevanten Zahlen inszenieren Sie zum Beispiel mit dem Krimitrück, mit einer Vergleichszahl oder einem bildstarken Vergleich.

3.4 Charts mit Diagrammen

Die vielfältigen Möglichkeiten von PowerPoint verleiten immer wieder dazu, alles damit zu machen, was technisch möglich ist. Da werden Säulen- und Tortendiagramme in stundenlanger Arbeit gestaltet, umfangreiche Tabellen umgewandelt in grafische Darstellungen mit Beschriftungen zu jedem einzelnen Detail. Sie können das alles gern so belassen, aber dann teilen Sie vorher bitte Ferngläser aus, damit Ihre Zuhörer das auch alles detailliert erkennen können ...

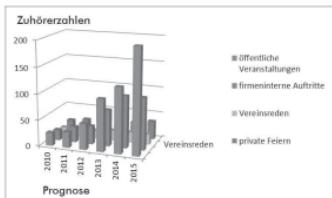
Für den Redner ist es natürlich einfacher, bereits bestehende Inhalte in die Präsentation zu kopieren und sie in ihrer unübersichtlichen Vollständigkeit zu zeigen. Technisch ist vieles möglich, aber ist es wirklich notwendig? Die Gefahr, die Charts zu überfrachten und damit Ihre Zuhörer zu überfordern, ist groß. Ist es wirklich so viel aufwendiger, die wesentlichen Punkte herauszufiltern und reduzierte Charts zu zeigen?



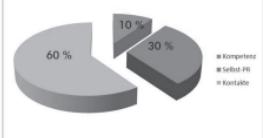
Voraussichtliche Erfolgsentwicklung aufgrund guter Reden

KKKom®

Entwicklung der Zuhörerzahlen



Anteile am beruflichen Erfolg



Ihre Referentin: Katja Kerschgens, Die Redenstrafferin

Eigene Dateien/KKKom/Buchprojekte/Redeschliff/Beispielcharts

Seite 27 von 62

Ganz ehrlich: Ihr Publikum hat es verdient, dass Sie sich die Mühe machen. Sie selbst wären als Zuhörer über das Gegenteil ja auch nicht begeistert.

Die Botschaft eines Diagramms finden

Bei jedem einzelnen Diagramm überlegen Sie sich, was Sie eigentlich damit zum Ausdruck bringen wollen. Wollen Sie eine Entwicklung aufzeigen, eine Tendenz, einen bestimmten Ausschnitt daraus betonen? Oder anders gefragt: **Was ist die Botschaft dieses Diagramms?**

Die Botschaft eines Diagramms kann z. B. sein:

- *Der Marktanteil in den USA ist immer noch zu klein.*
- *Der Verein schrumpft, statt zu wachsen.*
- *Das wichtigste Produkt der Firma ist vom Umsatz her nicht das bekannteste Produkt.*

Bietet das Diagramm eine Information, die eine Ergänzung zu Ihren gesprochenen Worten darstellt? Stellt es einen unverzichtbaren Beweis dar? Wenn Sie auf das Diagramm nicht verzichten können oder wollen, könnten Sie es wenigstens **vereinfachen**? Müssen wirklich alle Beschriftungen und Details darin vorkommen? Oder können Sie das Diagramm nicht einfach auf einen Flipchart zeichnen – und während Sie es zeichnen, verraten Sie erst die wesentlichen Details?

Im vorangegangenen Beispielchart ist die wichtigste Botschaft: Gute Vorträge erreichen vor allem im beruflichen Umfeld Ihren wichtigsten Erfolgsfaktor – nämlich Ihre Kontakte. Nach dem Redeschliff präsentiert sich diese Passage dann so:

„Sie können Ihre Reden überall verbessern – auf privaten Feiern, im Verein, auf firmeninternen oder öffentlichen Veranstaltungen. Bei Letzterem ist die Chance besonders groß, von vielen – und vor allem von immer mehr – Menschen gehört zu werden. (Der Redner zeichnet ein Diagramm mit einer steil aufwärts zeigenden Kurve auf den Flipchart.) Das ist gut so. Denn Ihre Kompetenz hat nur einen zehnprozentigen Anteil an Ihrem Erfolg. Aber 60 Prozent machen Ihre Kontakte für Ihren Erfolg aus. Diese erreichen Sie mit guten Reden, denn damit bleiben Sie in Erinnerung!“

Ihre PowerPoint-Präsentation kann als Handout in ihrer Vollständigkeit erhalten bleiben, aber Ihre Rede

gestalten Sie so, dass Sie **mit einfachen Mitteln die wesentlichen Fakten darstellen**. Denn die Details bleiben sowieso nicht beim Zuhörer hängen, wohl aber Kernbotschaften und wirkungsvolle, einfache Bilder.

Überraschen Sie mit Unvollständigem

Für den schnellen Redeschliff verzichten Sie bei Ihren Diagrammen wenigstens auf die Beschriftungen. Damit werden Sie als Redner unersetztlich – denn erst durch Ihre Worte bekommen die Säulen und Tortenstücke eine Bedeutung. Sie können **die einzelnen Elemente nach und nach einblenden** und verraten dann, um was es sich jeweils handelt. Die Informationen dazu haben Sie wieder auf Ihrer Redekarte notiert.

Im Handout dürfen die Beschriftungen gerne wieder zu sehen sein. Aber während Ihres Vortrags stehlen diese Ihnen nur die Show und nehmen Ihnen die Chance, Ihre eigene Dramaturgie zu entwickeln.

Entfernen Sie die Beschriftungen an Ihren Diagrammen. Oder zeichnen Sie Säulen- und Tortendiagramme von Hand auf den Flipchart.



3.5 Charts mit Bildern und Grafiken

PowerPoint löst nicht selten eine Art **Spieltrieb** aus. Was technisch damit möglich ist, wird auch gemacht.

Und was im Internet gefunden wird, wird noch schnell eingebaut, damit es „lustiger“ wird. Da werden nicht selten sinnfreie Bildchen eingebaut, weil das Auge ja bekanntlich ein weiterer Sinneskanal ist, über den Informationen in die Zuhörerköpfe kommen können.

Schade. Denn wenn auf beiden Kanälen Mist läuft, nützt das ganze Zappen nichts. Überlegen Sie sich gut bei Ihrem Redeschliff, ob all die Bildchen und Grafiken wirklich unbedingt notwendig sind. Um nur ein Beispiel zu nennen: Müssen auf dem letzten Chart applaudierende Hände zu sehen sein, damit jeder versteht, was zu tun ist? Wenn Sie gut waren, werden Ihre Zuhörer schon spontan applaudieren. Wenn nicht – ein Grund mehr, in einen erneuten Redeschliff Zeit zu investieren.

Löschen, was inhaltslos ist

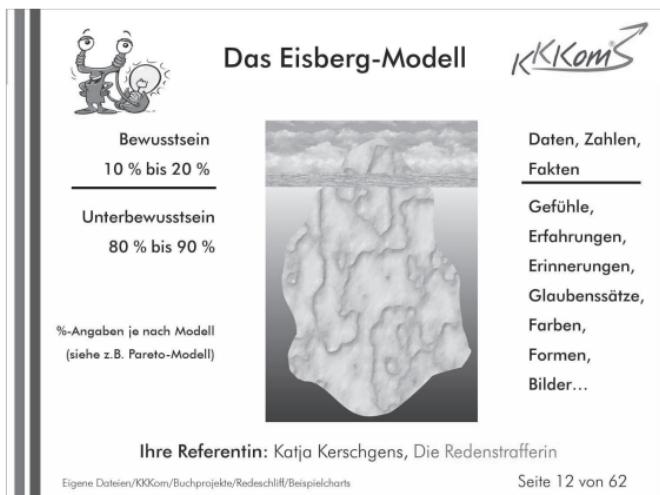
Erfahrungsgemäß kommen Bilder und Grafiken selten allein auf PowerPoint-Charts vor. Meistens sind sie flankiert von weiteren optischen Elementen und natürlich von Text. All das lenkt Ihre Zuhörer von dem ab, was sie eigentlich tun sollen – nämlich zuhören! Durchforsten Sie Ihre Charts wieder mit **kritischem Blick**:

- Welche Bilder und Grafiken unterstützen Ihre Aussagen wirklich?
- Welche Bilder und Grafiken sind überflüssig?

Überflüssig ist alles, was ...

- einfach nur nett aussieht („optischer Zierrat“) – das lenkt mehr ab, als dass es Ihrem Vortrag nutzt;
- irgendwie oder im weitesten Sinne zum Thema passt – statt eben exakt und auf den Punkt gebracht ist;
- ohnehin schon auf allen möglichen PowerPoint-Charts zu sehen ist – machen *Sie* da nicht auch mit!

Vorsicht übrigens auch mit gezeichneten **Witzen**, erst recht welche mit Textblasen. Das spaltet Ihr Publikum: Der Gag wird unterschiedlich schnell verstanden, manche verstehen ihn gar nicht, andere finden ihn nicht lustig. Das bringt Ihren Vortragsrhythmus zum Stottern, also besser gleich weglassen.



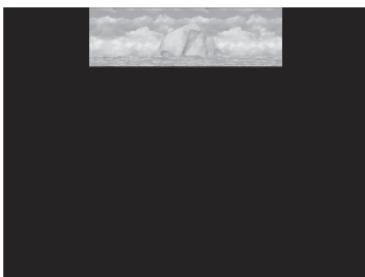
Wenn dieser Chart an die Wand geworfen wird, werden Sie als Redner nicht mehr gebraucht. Die Zuhörer sehen und lesen schon alles, was sie wissen sollen. Ein wirkungsvoller Redeschliff sorgt dafür, dass auf alles verzichtet wird, was hier zu sehen ist – bis auf das Bild, die eigentliche und wesentliche Information auf diesem Chart (siehe die folgenden Screenshots). Die Stichworte rechts und links gehören auf Ihre Redekarte, der Rest ist überflüssig und kann gestrichen werden.

Lassen Sie Bilder wirken

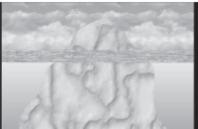
Bilder zu zeigen, ist grundsätzlich eine gute Idee – wenn sie eine **inhaltliche Ergänzung zum Gesagten** darstellen. Doch vermeiden Sie den Fehler, Ihre Bilder „einzurahmen“ mit Logos, Text und sonstigen ablenkenden Elementen. Wenn Sie Bilder zeigen, dann zeigen Sie wirklich *nur* Bilder. Die Faustregel lautet sogar:

Pro PowerPoint-Chart nur ein Bild zeigen – und das flächendeckend!

Inszenieren Sie Ihre Bilder

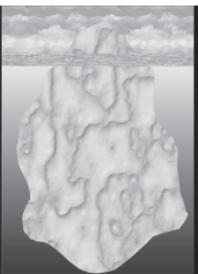


Wenn Sie Bilder zeigen, können Sie auch mit einem Ausschnitt beginnen. Erst nach und nach zeigen Sie den Rest, während Sie weiterreden. In unserem Beispiel hier sähe das dann so aus:



„Unser waches Bewusstsein ist nur die Spitze des Eisberges. Nur zehn oder zwanzig Prozent aller Informationen, die auf uns einfließen, werden hier wahrgenommen. Hier verarbeiten wir Zahlen, Daten, Fakten. Doch die Entscheidungen werden im Unterbewusstsein gefällt – wo die Gefühle, Erinnerungen, Glaubenssätze verankert sind.“

Jetzt wandert die schwarze Abdeckung langsam nach unten, bis der gesamte Eisberg zu sehen ist. Der Redner spricht parallel weiter:



„Jede Entscheidung, die wir fällen, lässt sich zwar nachträglich rational begründen, aber letztlich hat unser Unterbewusstsein die Entscheidung gefällt. Ein Wind oberhalb der Wasseroberfläche kann den Eisberg nicht bewegen, dafür ist eine mächtige Strömung unter Wasser nötig. Also sprechen Sie stets die Gefühle an, die Ängste, die Freude ...“

Wie in diesem Redeschliff-Beispiel können Sie jeden Chart, auf dem Bilder zu sehen sind, bearbeiten und in seiner Wirkung um ein Vielfaches steigern.

Der Diamantschliff beim Redeschliff

Viele Änderungen sind sogar kurz vor Ihrem Vortrag noch möglich: Sie schreiben sich die **Stichworte auf kleine Karteikarten** und räumen dann die Charts kräftig auf. Das **handschriftliche Notieren** hat zudem den Vorteil, dass Sie sich noch weiter einschränken. Sie können auch Ihren Spickzettel zur Hand nehmen und sich ansehen, welches Bild zu welchem Stichwort passen würde. Alles andere kann danach verschwinden. Das wäre dann der Diamantstatus beim Redeschliff!

30

Sie haben viel Zeit?

Entfernen Sie sämtliche überflüssigen Charts. Ändern Sie möglicherweise die Reihenfolge. Durchforsten Sie alle Charts nach Diffuslingen und überflüssigen Zahlen. Suchen Sie Alternativen in Form von Geschichten oder Beispielen.

Sie haben wenig Zeit?

Entrümpeln Sie Ihre Charts bis auf die nötigsten Inhalte, zum Beispiel indem Sie bei allen Diagrammen die Beschriftungen entfernen. Bringen Sie pro Chart nur eine Botschaft. Streichen Sie alle ausformulierten Sätze, wandeln Sie diese in Stichworte um oder finden Sie zum Beispiel passende Bilder als Ersatz.

**Sie haben kaum Zeit?
Entfernen Sie auf allen Charts Logos, Corporate-Design-Elemente, Überschriften etc. Bauen Sie zwischen den einzelnen PowerPoint-Charts schwarze Seiten ein. Notieren Sie sich die Stichworte Ihrer Charts auf Ihrer Redekarte.**



**Bringen Sie Ihr Thema auf den
Punkt?**

Seite 68

**Wie können Sie Ihren roten Faden
einweben?**

Seite 72

**Was geben Sie von sich selbst
preis?**

Seite 76

4. Der letzte Schliff beim Redeschliff

Sie haben nun reichlich kleinere und größere Werkzeuge kennengelernt, um an verschiedensten Stellen Ihres Vortrags den Feinschliff anzusetzen. Doch damit die einzelnen Tricks und Tipps rund um den Redeschliff am Ende Ihrem Vortrag auch wirklich nützen, sollten Sie Ihren Blick auch immer wieder auf die Frage nach der Kernemotion und der Kernaussage Ihres Vortrags werfen. Diese dienen schließlich dazu, dass Sie am Ende Ihre Zuhörer auch wirklich erreichen.

Außerdem kann es passieren, dass die ganzen Überarbeitungen, Veränderungen und Streichungen dazu führen, dass Sie vielleicht den roten Faden verlieren oder den [Blick auf den Gesamtzusammenhang](#). Vielleicht hat sich auch Ihre Kernbotschaft oder Ihre Kernemotion verändert. Da hilft es, wenn Sie sich den Vortrag noch mal in Gänze vornehmen. Denn am Ende zählt bei der Vorbereitung Ihres Vortrags immer, was die Zuhörer davon haben, Ihnen zuzuhören.

4.1 Ihr Vortrag – auf den Punkt gebracht

Sie haben in Ihrem Vortrag Kürzungen vorgenommen, die Reihenfolge geändert, Ihre PowerPoint-Charts entrümpelt, Bilder, Beispiele und Geschichten ergänzt, Ihre Stichworte auf einer Redekarte notiert, Zahlen lebendig werden lassen und Diffuslinge verbannt. Jetzt wird es Zeit, dass Sie sich noch einmal auf den Beginn Ihres Redeschliffs besinnen. Sie erinnern sich: Da standen Ihre Zuhörer im Fokus!

Hier noch einmal die beiden wichtigsten Fragen, die Sie mit Blick auf Ihre Zuhörer zu Beginn beantwortet haben:

- Welche **Kernaussage** hatten Sie für Ihren Vortrag gefunden?
- Welche **Kernemotion** wollten Sie mit Ihrem Vortrag beim Zuhörer auslösen?

Schauen Sie sich Ihren Vortrag noch einmal in seiner nun veränderten und sicherlich schon verbesserten Form an:

- Passt die Kernaussage auch weiterhin? Oder hat sie sich verändert? Wie lautet sie jetzt?
- Lösen Sie die gewünschte Kernemotion aus oder hat sich eine neue ergeben? Welche ist es stattdessen?

Schritt für Schritt analysieren

Gehen Sie den Vortrag Sinnabschnitt für Sinnabschnitt oder auch Chart für Chart durch:

- Welche Kernaussage ergibt sich jeweils in den einzelnen Abschnitten/Charts?
- Welche Kernemotion lösen Sie pro Sinnabschnitt/Chart aus?

Bei dieser **Schritt-für-Schritt-Analyse** stoßen Sie möglicherweise erneut auf Dopplungen oder überflüssige Inhalte. Vielleicht finden Sie jetzt noch ein passenderes Beispiel an einer Stelle oder einen griffigeren bildhaften Vergleich für eine Zahl an anderer Stelle. Möglicherweise fällt Ihnen jetzt erst auf, dass Sie doch noch einen Chart ersetzen können durch eine Geschichte oder ein Chart sogar ganz wegfallen kann.

Dieser Parforceritt durch Ihre Redenotizen und Power-Point-Charts soll Sie wieder auf die Perspektive Ihrer Zuhörer aufmerksam machen. Schauen Sie sich darüber hinaus an:

- Erzeugen Sie insgesamt und auch in einzelnen Passagen Ihres Vortrags immer wieder **Spannung**?
- Können Sie mit Ihren Antworten/Fakten/Ideen überraschen/überzeugen/aufrütteln/motivieren/...?
- Werden die wichtigsten Fragen aus **Zuhörerperspektive** beantwortet?
- Was denken Sie: Wie werden Ihre Zuhörer aus Ihrem Vortrag herausgehen?

Fragen Sie auch sich selbst

Doch nicht nur die Zuhörerperspektive ist beim abschließenden Blick auf Ihren Vortrag wichtig. Stellen Sie auch **Fragen an sich selbst**:

- Bin ich von dem, was ich vermitteln will, auch selbst überzeugt?
- Finde ich selbst alle Abschnitte/Aussagen/Beispiele/... passend und überzeugend?
- Stehe ich zu Kernaussage und -emotion meines Vortrags?

Wenn es Stellen gibt, über die Sie angesichts dieser Fragen ins Grübeln kommen, schauen Sie genau hin, was Sie stört. Wenn Sie unsicher bleiben und eine Alternative finden, nehmen Sie diese. Wenn die Unsicherheit bleibt, suchen Sie sich jemanden, dem Sie diesen kurzen Ausschnitt aus Ihrer Rede vortragen können. **Erfragen Sie wertschätzendes Feedback**, um entweder Ihre eigenen Zweifel zu zerstreuen, die Stelle zu ändern oder sie sogar ganz aus dem Vortrag zu tilgen.

Nutzen Sie den Probedurchlauf

Wenn es die Zeit irgendwie zulässt: Machen Sie einen Probedurchlauf! Sie können für Sie wichtige Passagen übrigens auch im Auto **üben** – es fällt heutzutage angesichts von Freisprechanlagen niemandem mehr auf, wenn jemand allein im Auto sitzend vor sich hinredet. Achten Sie darauf, ob Sie bestimmte Passagen schnell

überspringen, Sie hängen bleiben oder Übergänge nicht funktionieren. Das kann an logischen Anschlussfehlern liegen oder ganz allgemein daran, dass Sie sich mit einer Passage nicht wohlfühlen. Schauen Sie an diesen Stellen lieber noch einmal genauer hin:

- Wann hakt es?
- Was stört Sie genau?
- Wie würde es Ihnen leichter fallen, was könnte Ihnen an dieser Stelle helfen?

Andersherum: Gibt es Stellen, auf die Sie sich schon regelrecht freuen in Ihrem Vortrag? Passagen, die wie von allein funktionieren? Abschnitte in Ihrem Vortrag, bei denen Sie selbst Gänsehaut bekommen? Das ist prima! Je mehr dieser Stellen Sie in Ihrem Vortrag finden, umso überzeugender werden Sie wirken! Passagen, die Ihnen beim Probedurchlauf besonders leichtfallen, könnten auch Ihren Zuhörern gut gefallen. Abschnitte, die Sie selbst emotional berühren, werden auch Ihre Zuhörer berühren.

Überprüfen Sie Ihren überarbeiteten Vortrag hinsichtlich Ihrer gewünschten Kernaussage und -emotion. Erspüren Sie anhand eines Probedurchlaufs, wie der Vortrag auf Sie selbst wirkt.



4.2 Tipps für den roten Faden

Ein gelungener Redeschliff sorgt dafür, dass Ihr Vortrag einen roten Faden bekommt. Daran können sich Ihre Zuhörer orientieren, Ihre Rede wirkt abgerundet und in sich schlüssig.

Der rote Faden ergibt sich zunächst einmal aus Ihrer Kernaussage und Ihrer Kernemotion. Behalten Sie diese während Ihres Redeschliffs immer im Auge – sie sind sozusagen die **Leitmelodie für Ihre Symphonie**. Geschichten, Beispiele, Daten, Zahlen, Fakten, Bilder – all das sollte immer wieder die beiden Kernpunkte Ihres Vortrags unterstützen oder konterkarieren. Letzteres eignet sich gut, um weitere Spannungsbögen aufzubauen und diese dann mit eigenen Ideen, Vorschlägen oder Lösungen aufzulösen.

Anfang und Ende aufeinander abstimmen

Wenn Ihnen wenig Zeit für Ihren Redeschliff bleibt, können Sie zumindest den Ein- und Ausstieg aufeinander abstimmen. Haben Sie am Anfang eine kurze Geschichte erzählt oder ein Beispiel gebracht? Nehmen Sie das am Ende noch einmal auf, ergänzen Sie die Geschichte oder bringen Sie einen noch nicht genannten Aspekt zu Ihrem Einstiegsbeispiel. Ziehen Sie vielleicht die Pointe des zu Beginn Erzählten bis ans Ende Ihres Vortrags. Oder greifen Sie ein Bild am Ende noch einmal auf.

Aufeinander abgestimmte Start- und Schlussätze einer Rede könnten beispielsweise so klingen:

Start:

„Sind Sie eine Leuchte in Ihrem Job? Sicherlich beherrschen Sie Ihre Aufgaben, sind Profi auf Ihrem Gebiet. Aber sieht das auch jeder? Ist das in Ihrer Firma bekannt, was Ihre besonderen Fähigkeiten sind? Ich zeige Ihnen heute, welche Schalter Sie kennen müssen, damit Ihr Licht in Sachen Selbst-PR wirksam leuchtet!“

Schluss:

„Treten Sie heraus aus Ihrem Schatten und stellen Sie sich hinein ins richtige Licht. Fangen Sie an zu glänzen – damit anderen ein Licht aufgeht!“

Den großen Bogen spannen

Wenn Sie mehr Zeit für Ihren Redeschliff haben, können Sie den roten Faden durch Ihren gesamten Vortrag spinnen. Neben einer aufeinander abgestimmten Start-Schluss-Sequenz können Sie im Verlauf Ihres Vortrags immer wieder den roten Faden aufnehmen. Schauen Sie sich dazu Ihre überarbeiteten Abschnitte und PowerPoint-Charts genau an – falls Sie Letztere überhaupt noch verwenden nach Ihrem Redeschliff. Gehen Sie Ihren Ablauf noch einmal durch: Wo finden sich **Anknüpfungspunkte** für Ihren roten Faden?

Verschaffen Sie sich einen Überblick über Ihren geplanten Vortragsablauf. Schreiben Sie in groben Stichworten auf, was in welcher Reihenfolge gesagt und gezeigt werden soll. Das könnte beispielsweise so aussehen:

Start	<i>Sind Sie eine Leuchte? ...</i>
Problem	<i>Unsichtbar, solange keine Fehler passieren</i>
	...
Hindernisse	<i>Äußere Umstände, innere Einstellung</i>
	<i>Kommunikation Frauen/Männer</i>
	...
Lösung	<i>... Small Talk nutzen, Nebensatztechnik einsetzen ...</i>
	...
Schlussatz	<i>... Raus aus dem Schatten, damit anderen ein Licht aufgeht!</i>

Dieses Beispiel wäre „in Wirklichkeit“ natürlich noch wesentlich detaillierter, würde hier aber den Rahmen sprengen. Wichtig ist für Sie und Ihren Redeerfolg, dass Sie einen Überblick bekommen über die **Dramaturgie Ihres Vortrags**:

- Ist die Abfolge der Inhalte logisch?
- Gibt es einen großen Spannungsbogen (zum Beispiel vom Problem zur Lösung)?
- Gibt es immer wieder kleinere Spannungsbögen (Einsatz von Krimitrück, Vergleichszahlen ...)?
- Gibt es zwischendurch kleine Überraschungen, unerwartete Wendungen, wirkliche Hindernisse?
- Sind alle Daten, Zahlen, Fakten unterhaltsam aufbereitet (Diffuslinge gestrichen, überflüssige Charts entfernt, Stegreiftrick genutzt, ungewöhnliche Informationen, Geschichten, Beispiele eingebunden ...)?
- Passen Anfang und Ende zusammen?

Spielen Sie mit Ihren Redekarten

Um nicht alles noch einmal extra aufzuschreiben zu müssen für den Überblick über Ihren Vortrag, können Sie auch Ihre Redekarten benutzen. Wenn Sie Ihre Redenotizen auf kleine Karteikärtchen geschrieben haben, können Sie diese vor sich auslegen. **Pro Kärtchen bitte nur ein paar Stichworte** notieren, am besten mit einem dickeren Filzstift, damit Sie gar nicht erst in Versuchung kommen, zu viel oder sogar ganze Sätze zu schreiben. Jedes Kärtchen steht bestenfalls für einen **Sinnabschnitt**. Jetzt schieben Sie die Kärtchen vor sich auf dem Tisch hin und her:

- Eignet sich vielleicht eine andere Reihenfolge der Inhalte?
- Braucht es noch eine Ergänzung (neue Redekarte einschieben)?

Die dazugehörigen PowerPoint-Charts sortieren Sie anschließend in die passende Reihenfolge. Ganz zum Schluss **nummerieren Sie bitte Ihre Redekarten**. Denn wenn Ihnen diese kurz vor Ihrem Vortrag hinfallen, werden Sie die richtige Reihenfolge so schnell nicht mehr finden.

Verschaffen Sie sich einen Überblick über Ihren Vortrag. Knüpfen Sie einen roten Faden durch einen übergreifenden Start und Schluss. Greifen Sie den roten Faden an verschiedenen Stellen im Vortrag auf. Beachten Sie dabei Kernaussage und Kernemotion.



4.3 Den eigenen Rhythmus finden

Ihr Redeschliff ist sehr gut geeignet, um einen eigenen Rhythmus für Ihren Vortrag zu finden. Lösen Sie sich vom Diktat Ihrer PowerPoint-Charts, halten Sie sich nicht sklavisch an einer altgedienten Redestruktur fest. **Brechen Sie Muster auf**, haben Sie Mut, gegen die Konventionen anzureden. Ihre Zuhörer werden sich freuen, einen Redner erleben zu dürfen, der sich im Vorfeld wirklich Gedanken gemacht hat. Denn die Norm ist das ja leider nicht ...

Keine Angst vor den eigenen Gefühlen

Ihr eigener Rhythmus entsteht vor allem dann, wenn die Inhalte Ihres Vortrags viel mit Ihnen persönlich zu tun haben. Alles, was Sie berührt, werden Sie auch mit Überzeugung präsentieren können. Haben Sie sich zum Beispiel über etwas geärgert? Waren Sie über etwas enttäuscht? Haben Sie etwas Trauriges erlebt? Sprechen Sie Ihre Gefühle aus! Zeigen Sie Ihre Emotionen. Denn die Fakten, die Sie präsentieren wollen, werden erst durch Sie selbst lebendig – und je lebendiger Sie sich präsentieren, umso glaubhafter, vertrauenswürdiger und interessanter werden Ihre Informationen auf die Zuhörer wirken.

Lassen Sie sich Zeit

Variieren Sie Ihre **Sprechgeschwindigkeit**. Lassen Sie sich Zeit, wenn Sie Ihre Geschichten und Beispiele er-

zählen. Gehen Sie ruhig ins Detail. Je deutlicher Ihre Zuhörer sehen, was Sie erzählen, umso höher ist die Wirkung.

Wenn Sie eine Geschichte erzählen, schalten Sie an der spannenden Stelle auf Zeitlupe, indem Sie immer detaillierter erzählen. Dadurch fiebern Ihre Zuhörer noch mehr mit, weil sie Ihren „Film“ jetzt deutlich vor Augen haben. Wenn Sie diese Geschichte dann auch noch in der Gegenwartsform erzählen, erzielen Sie die höchstmögliche Wirkung.

Eine spannend erzählte Geschichte könnte so klingen:
„Die Quartalszahlen kamen per E-Mail. Ich wusste, wir müssten gut dastehen. Ich rechnete mit einem Zuwachs von vier Prozent. Ich öffne die E-Mail, dann das PDF im Anhang. Ich scrollt durch die Zahlenreihen, suche eine bestimmte Zahl. Ich erreiche die letzte Seite, die Zahl ist nicht dabei. Ich rufe Herbert an, der muss die Zahl kennen. Er sagt: Ja, ich habe die Zahl.' Ich platze vor Ungeduld. Ich frage: Ja und, wie lautet sie?' Es entsteht eine Pause, die mir unendlich lang vorkommt. Dann sagt er: ,Wir haben einen Zuwachs von – zehn Prozent!' Ich bin selten sprachlos, aber in dem Moment war ich es!“

Erlauben Sie sich Pausen

Planen Sie bei Ihrem Redeschliff gezielt Pausen ein. Die Wirkung Ihrer gesprochenen Worte erhöht sich, wenn Ihre Zuhörer Ihnen folgen können. Und das können sie am besten, wenn sie zwischendurch das Gesagte „sacken“ lassen können.

Schauen Sie sich die einzelnen Abschnitte und Redeelemente Ihres Vortrags an: Wo könnten Sie eine **Wirkungspause** einsetzen? Notieren Sie sich das an entsprechender Stelle auf Ihrer Redekarte. Und denken Sie daran: Eine Pause, die Ihnen selbst möglicherweise viel zu lang vorkommt, ist für Ihre Zuhörer meist genau richtig.

Besonders wichtig sind Pausen für die Wirkung, wenn Sie eine Zahl oder einen Begriff per Krimitzick präsentieren. Vor der Auflösung eine kurze Pause machen, dann erst die Zahl oder den Begriff sagen. Das wirkt viel besser, als wenn Sie Zahl oder Wort besonders laut sagen. Die Pause davor erhöht ein letztes Mal die Spannung. Nutzen Sie das!

Behalten Sie Kernaussage und -emotion als Leitmotiv für Ihren Vortrag im Auge. Machen Sie einen Probedurchlauf. Spinnen Sie einen roten Faden von Anfang bis Ende. Bringen Sie Ihre Gefühle mit ein – denn die Zuhörer wollen diese sehen! Schalten Sie an spannenden Stellen erzählerisch auf Zeitlupe. Erlauben Sie sich Pausen.



**Waren Sie zufrieden mit Ihrem
Vortrag?**

Seite 82

**Wo sehen Sie noch
Verbesserungspotenzial?**

Seite 83

**Womit konnten Sie Ihre Zuhörer
fesseln?**

Seite 85

5. Nacharbeiten für Ihren nächsten Redeerfolg

Nach dem Vortrag ist vor dem Vortrag. Vielleicht greift bei Ihnen zunächst die Erleichterung, dass es erst einmal vorbei ist. Aber ein Redner, dem seine Zuhörer wichtig sind, nutzt nicht nur jede Gelegenheit, Reden zu halten. Er legt auch Wert darauf, sich mit jeder Rede noch ein wenig mehr aus der Masse herauszuheben.

Sicherlich haben Sie mit dem Redeschliff eine entscheidende Verbesserung herbeigeführt oder ein paar Highlights gesetzt, auf die man Sie möglicherweise sogar anspricht. Dann sind Sie auf dem richtigen Weg! Sie müssen nicht von heute auf morgen ein Top-Redner werden. Aber Sie haben immer die Chance, **jedes Mal ein bisschen besser** zu werden.

Das geht nie durch reine Theorie. Wie viel Redeschliff Sie Ihrem Vortrag auch gegönnt haben, Sie müssen ihn auch wirklich halten, um zu wissen, wie er ankommt. Denn so wie man Schwimmen nur im Wasser lernt, lernen Sie Redenhalten nur vor Publikum.

5.1 Wo sich der Redeschliff gelohnt hat

Der höchste Lohn eines jeden Redners ist lang anhaltender Beifall. Doch schon während Ihres Vortrags können Sie beobachten, wie gut die neu geschliffenen Stellen ankommen. Wenn Sie es schaffen, beobachten Sie Ihre Zuhörer, während Sie sprechen. Wenn Ihnen das während Ihrer Rede zu viel ist, bitten Sie vorher einen Bekannten oder Kollegen, auf die **Reaktionen im Publikum** zu achten. Fragen Sie anschließend genau nach, was ihm aufgefallen ist oder ob er Kommentare gehört hat. Je öfter Sie aber vortragen, umso mehr werden Sie in der Lage sein, selbst auf Ihre Zuhörer zu achten.

Haben Sie Ihre Zuhörer bewegt?

An welcher Stelle Ihres Vortrags

- haben die Zuhörer gelacht oder kurz geraunt?
- war es plötzlich „totenstill“ im Raum?
- gab es vielleicht sogar „Szenenapplaus“?
- wurden Kommentare in den Raum gerufen?

Das war dann der Moment, in dem Ihre Zuhörer von Ihrem Vortrag ganz eindeutig berührt wurden. Rekapitulieren Sie die entsprechenden Stellen Ihres Vortrags: Was könnte der Grund dafür sein, dass Sie mit bestimmten Inhalten Ihr Publikum bewegt haben?

Merken Sie sich Ihre eigenen **Erfolgsrezepte** für Ihre nächsten Vorträge, aber überstrapazieren Sie diese

nicht. Es ist wie beim Schokoladeessen: Ein paar Stückchen sind lecker, nach mehreren Tafeln aber bekommen Sie mindestens Bauchschmerzen.

Der eigene Spaß ist ein Indiz

Vielleicht hatten Sie an einer oder mehreren Stellen Ihres Vortrags auch selbst viel Spaß und **ein richtig gutes Gefühl**. Das sind ebenfalls gute Indizien dafür, dass Sie mit Ihrem Redeschliff auch für sich selbst ein paar Highlights geschaffen haben. Sollten Sie sogar beim Erzählen einer Geschichte oder eines lebendigen Beispiels Gänsehaut gehabt haben, dann haben Sie sicherlich auch Ihre Zuhörer damit bewegt.

Achten Sie auf die Reaktionen im Publikum, um zu erkennen, an welcher Stelle der Redeschliff besonders erfolgreich war.



5.2 Wann Sie etwas ändern sollten

Blicken Sie offenen Auges auf Ihren Vortrag **zurück**:

- An welcher Stelle gerieten Sie „ins Schwimmen“ oder haben vielleicht sogar mal kurz den Faden verloren?
- Wo fühlten Sie sich unwohl oder hörten sich selbst reden?

Das sind Indizien für Stellen, die möglicherweise einen weiteren Redeschliff benötigen könnten.

Gehen Sie bei Lob ins Detail

Jemandem hat Ihr Vortrag besonders gut gefallen und er sagt es Ihnen sogar? Das ist Ihre Chance. Nehmen Sie das Lob an, aber **fragen Sie auch genau nach**, um später noch besser werden zu können:

- „Was genau hat Ihnen am besten gefallen?“
- „Was nehmen Sie konkret aus meinem Vortrag mit?“

Damit bekommen Sie ein Gefühl für die Stellen, an denen Sie besonders gut waren und was die Zuhörer wirklich überzeugt und mitgenommen hat. Das ist hilfreiches Material für die Erarbeitung oder Überarbeitung Ihrer nächsten Rede.

Nehmen Sie konstruktive Kritik an

Schon mal beobachtet? Schlechten Rednern wird selten gesagt, dass sie schlecht waren, sondern auch diese werden gerne belohnt. Auf die Art und Weise werden die Zuhörer auch in Zukunft schlechte Reden zu hören bekommen.

Wenn tatsächlich mal jemand mit Kritik auf Sie zukommt, ist das Ihre **Chance**: Nehmen Sie diesen Menschen auf einen Kaffee zur Seite und fragen Sie interessiert nach:

- „Was genau hat Sie gestört?“
- „Was würden Sie mir empfehlen zu ändern?“
- „Welche weiteren Inhalte hätten Ihnen geholfen?“

Aber auch bei Kritik sollten Sie anschließend nachhaken:

- „Welche Stelle hat Ihnen gut gefallen?“
- „Was können Sie mir Positives mitgeben?“

Konstruktive Kritik ist Ihre Chance, die Reaktionen Ihrer Zuhörer im Detail herauszuhören. Aber schauen Sie auch bei den Kritikern genau hin: Manchmal finden sich darunter Wichtigtuer und Besserwisser, die es selbst auch nicht besser könnten. Die besten Kritiker sind immer die, die Ihnen ein gutes Stück voraus sind beim Begeistern ihrer Zuhörer. Von diesen können Sie nur dazulernen! Sie müssen aber nicht jede Kritik annehmen. Nehmen Sie sich in Acht vor Dauernörglern und notorisch Unzufriedenen. Die können Ihnen nicht wirklich weiterhelfen. Und überhaupt, wenn 100 Zuhörer zufrieden waren und zwei nicht, dann kann Ihr Konzept so schlecht nicht gewesen sein.

Hören Sie bei Lob und Kritik Ihrer Zuhörer gut hin und fragen Sie gezielt nach. Das gibt Ihnen die Chance, das nächste Mal noch besser zu werden.



5.3 Was Sie für sich mitnehmen können

Haben Sie beim Schleifen Ihres Vortrags mutig etwas Neues ausprobiert? War Ihr Einstieg tatsächlich mal

nicht „normgerecht“, sondern ungewöhnlich? Haben Sie statt reiner Faktenaufzählerei interessante, passende Geschichten erzählt oder konkrete Beispiele gebracht? Und – wie hat sich das für Sie angefühlt? Sicherlich war es zunächst aufregend, den Vortrag mit ungewohnten rhetorischen Ideen anzureichern. Doch nicht selten sind es gerade diese **Überraschungseffekte**, die bei den Zuhörern gut ankommen. Denn das Normale sind sie ja gewohnt. **Seien Sie ungewöhnlich** – und spüren Sie nach, wie die Zuhörer bei Ihrem Vortrag mitgehen. Das fühlt sich gut an, oder?

Vergessen Sie die Norm

Wer sagt, dass Sie mit Ihren Präsentationen nicht überraschen dürfen? Vergessen Sie, wie es andere machen. Nur weil es alle so machen, heißt das noch lange nicht, dass es alle richtig machen.

Lernen Sie von den guten Rednern, nicht von den Langweilern! Scheuen Sie sich nicht davor, sich die „ganz Großen“ zum Vorbild zu nehmen. Wie machen es die Profis? Was sind deren Erfolgsrezepte? Lernen Sie von denen, von denen Sie sich auch selbst begeistern lassen. Und keine Sorge – auch die haben alle mal klein angefangen und sich wiederum von großen Rednern inspirieren lassen. Eine bessere Ideenquelle gibt es kaum.

Vermeiden Sie die Perfektionsfalle

Viele Redner sind nach ihrem eigenen Vortrag unzufrieden: Sie haben Aussagen anders formuliert als ge-

plant, eine Teilinformation vergessen oder doch einen anderen Schlussatz gesagt. **Selbstkritik** ist in Ordnung – aber setzen Sie sich nicht unnötig unter Druck. Denken Sie daran, dass nur Sie selbst wissen, was Sie *eigentlich* sagen wollten. Das Publikum kennt Ihre geplanten Inhalte nicht, sondern kann sich nur ein Urteil über das Gesagte machen. Die vermeintlich verfehlten 100 Prozent sind *Ihr* Problem in *Ihrem* Kopf. Die Zuhörer halten das Gehörte für 100 Prozent, da Sie um die „Lücken“ nicht wissen können. Wenn die Zuhörer zufrieden waren, sollten Sie das auch mit sich selbst sein. Das muss Sie ja nicht davon abhalten, beim nächsten Mal noch ein bisschen besser zu werden ...

Es ist wie beim Malen eines Bildes: Die Entscheidung, den Pinsel zur Seite zu legen und keine Änderungen oder vermeintliche Verbesserungen vorzunehmen, fällt schwer. Aber irgendwann kommt der Punkt, an dem Sie nur noch verschlimmbessern können. Entscheiden Sie sich dafür, dass Ihr Vortrag gut vorbereitet ist, und lassen Sie los. Es wird schon werden!

Achten Sie auf die Zuhörerreaktionen und fragen Sie bei Lob und Kritik genau nach. Haben Sie Mut, weiterhin Neues auszuprobieren und Ihre Zuhörer zu überraschen.



Fast Reader

1. Das große Ganze: Ihr Vortrag auf einen Blick

Analysieren Sie Ihren Vortrag anhand der Emotionen, die darin stecken. Fragen Sie sich, welche Gefühle Sie bei Ihren Zuhörern wecken wollen.



Fassen Sie die wichtigsten Emotionen, die Sie mit Ihrem Vortrag wecken wollen, in einer Kernemotion zusammen. Schreiben Sie einen Spickzettel. Suchen Sie die Kernaussage Ihres Vortrags und behalten Sie diese zusammen mit der Kernemotion für die weitere Überarbeitung im Auge.

2. Spiel, Spaß, Spannung: Ihre neuen Redehighlights

Überraschen Sie mit einem ungewöhnlichen Redestart, damit haben Sie von Anfang an die volle

Aufmerksamkeit Ihrer Zuhörer. Steigen Sie mit einem Appell oder etwas Persönlichem aus Ihrem Vortrag aus – das bleibt hängen.

Suchen Sie zu den Stichworten auf Ihrem Spickzettel Assoziationen, Bilder, Geschichten. Ersetzen Sie Diffuslinge durch konkrete Beispiele. Finden Sie einen großen Spannungsbogen: Sprechen Sie erst über die Probleme, zum Schluss liefern Sie die Lösung.

Streichen Sie alle überflüssigen Daten, Zahlen und Fakten. Erzeugen Sie kleinere Spannungsbögen mithilfe des Krimitricks.

Überlegen Sie sich einen überraschenden Anfang und einen knackigen Schlussatz für Ihren Vortrag. Binden Sie spontan aktuelle Ereignisse oder Erlebnisse in Ihren Vortrag ein.

3. Chart für Chart: Der Feinschliff für das Auge

Löschen Sie alle überflüssigen Informationen, Grafiken etc. auf Ihren Charts. Pro Chart sollte nur eine Information/ein Bild/eine Botschaft zu sehen und innerhalb von zwei Sekunden erfassbar sein. Entfernen Sie die Beschriftungen an Ihren Diagrammen. Oder zeichnen Sie Säulen- und Tortendiagramme von Hand auf den Flipchart.

30

Entfernen Sie sämtliche überflüssigen Charts. Ändern Sie möglicherweise die Reihenfolge. Durchforsten Sie alle Charts nach Diffuslingen und überflüssigen Zahlen. Suchen Sie Alternativen in Form von Geschichten oder Beispielen. Streichen Sie alle ausformulierten Sätze, wandeln Sie diese in Stichworte um oder finden Sie zum Beispiel passende Bilder als Ersatz. Entfernen Sie auf allen Charts Logos, Corporate-Design-Elemente, Überschriften etc. Bauen Sie zwischen den einzelnen PowerPoint-Charts schwarze Seiten ein. Notieren Sie sich die Stichworte Ihrer Charts auf Ihrer Redekarte.

4. Der letzte Schliff beim Redeschliff

Verschaffen Sie sich einen Überblick über Ihren Vortrag. Knüpfen Sie einen roten Faden durch einen übergreifenden Start und Schluss. Greifen Sie den roten Faden an verschiedenen Stellen im Vortrag auf.

30

Behalten Sie Kernaussage und -emotion als Leitmotiv für Ihren Vortrag im Auge. Machen Sie einen Probefluglauf. Spinnen Sie einen roten Faden von Anfang bis Ende. Bringen Sie Ihre Gefühle mit ein – denn die Zuhörer wollen diese sehen!

Schalten Sie an spannenden Stellen erzählerisch auf Zeitlupe. Erlauben Sie sich Pausen.

5. Nacharbeiten für Ihren nächsten Redeerfolg

Achten Sie auf die Reaktionen im Publikum, um zu erkennen, an welcher Stelle der Redeschliff besonders erfolgreich war.

Hören Sie bei Lob und Kritik Ihrer Zuhörer gut hin und fragen Sie gezielt nach. Das gibt Ihnen die Chance, das nächste Mal noch besser zu werden.

Haben Sie Mut, weiterhin Neues auszuprobieren und Ihre Zuhörer zu überraschen.



Die Autorin



Katja Kerschgens, M.A. – die Redenstrafferin –, trainiert seit 2001 eine umfangreiche Bandbreite von Teilnehmern in Rhetorik und Schlagfertigkeit: von Callcenter-Agents, Chefsekretärinnen und Geschäftsführern über Finanzvertriebler, Frauen im Handwerk, Landwirte, Politiker und Professorinnen bis hin zu Technikern oder Verkäufern. Aus diesem Querschnitt durch alle Zielgruppen entwickelte sie über die Jahre die Essenz des Redenstraffens und ihre Mission gegen den Missbrauch von Lebenszeit.

Sie studierte Germanistik, Sprachwissenschaft und Phonetik in Köln. Ihre jahrelange Arbeit als Journalistin und Redakteurin schärfte ihren Blick für das Wesentliche. Sie ist professionelles Mitglied der German Speakers Association. Ihre Teilnehmer schätzen ihre freche Art und ihre unterhaltsamen Trainings.

Kontakt:

KKKom – Die Redenstrafferin

Tel.: (0 26 91) 93 20 80

Fax: (0 26 91) 9 32 92 17

E-Mail: info@kkkom.de

www.DieRedenstrafferin.de

Weiterführende Literatur

- Enkelmann, N. B. (Hrsg.): Die besten Ideen für eine erfolgreiche Rhetorik, GABAL Verlag, Offenbach, 2011
- Häusel, Hans-Georg: Think Limbic! Die Macht des Unterbewussten verstehen und nutzen, Haufe Verlag, Freiburg, 2005
- Kerschgens, Katja: Reden straffen statt Zuhörer strafen, GABAL Verlag, Offenbach, 2011
- Traufetter, Gerald: Intuition – Die Weisheit der Gefühle, Rowohlt Verlag, Reinbek, 2007

Register

- Aktuelles 38
Appell 22f., 89
Assoziationsübung 34

Bilder 11, 24f., 33, 35, 37, 40, 44, 52, 55, 59f., 62ff., 68, 72, 89f.

Diagramme 43f., 56–59, 64, 89

Diffuslinge 24–27, 32, 36, 40, 46, 64, 68, 74, 89f.
Dramaturgie 45, 59, 74

Einschätzung, persönliche 22
Emotionen 10ff., 15, 33f., 76, 88
Empfehlung 22

Fakten 9–13, 17, 25, 27, 31f., 36, 40f., 48, 59, 63, 69, 72, 74, 76, 89
Feinschliff 6, 43, 67
Floskeln 17f., 22

Gefühl 9f., 12, 39, 52, 63, 76, 79, 83f., 88, 90

Geschichten 17, 24, 26f., 32ff., 36, 40, 64, 68, 72, 74, 76, 86, 89f.

Handout 44, 47, 49, 58f.

Ideen 6f., 10, 27ff., 31, 62, 69, 72, 86

Inhaltsübersicht 20f., 23

Karteikarten 14, 47, 64
Kernaussage 14f., 23, 33, 67–72, 75, 79, 88, 90
Kernemotion 12, 15, 23, 67ff., 72, 75, 88
Krimitrück 29f., 40f., 54, 56, 74, 78, 89
Kritik 84f., 87, 91

Pausen 77ff., 91
Perfektionsfalle 86
PowerPoint-Charts 32, 43, 44–49, 52f., 60ff., 65, 68, 73, 75f. 90
PowerPoint-Präsentation 6, 46ff., 58
Probedurchlauf 70f., 79, 90

- Publikum 18ff., 22, 33, 44, 47, 57, 61, 81ff., 87, 91
- R**edeanfang 18
- Redekarte 47, 50ff., 59, 62, 65, 68, 75, 78, 90
- Redeschluss 18, 22
- Roter Faden 6, 9, 15, 23, 67, 72f., 75, 79, 83, 90
- S**chritt-für-Schritt-Analyse 69
- Spannung 17, 27ff., 31, 47f., 69, 78, 88
- Spannungsbogen 17, 27f., 40f., 54, 72, 74, 89
- Spickzettel 13ff., 24, 27, 33, 40, 64, 88f.
- Sprechgeschwindigkeit 76
- Stegreiftrick 36, 38, 74
- Stichworte 13f., 26, 33, 36f., 40, 47, 49–52, 62, 64f., 68, 73, 75, 89f.
- T**iming 48
- W**itze 61
- Worthülsen 20, 26, 32, 36
- Z**ahlen 9ff., 25, 29–33, 36, 40f., 48, 52–56, 63f., 68, 72, 74, 89f.
- Zuhörerperspektive 9, 69f.