

Knackiger vortragen

Tipps vom Profi. Wer eine gut strukturiert und bildhafte Rede oder Präsentation halten will, kommt um rhetorische Kunstgriffe nicht herum. Peter Flume, Mitbegründer des Unternehmenstheaters „vitaminT4change“, zeigt wie es geht.



Peter Flume
ist Schüler des berühmten Rhetorikers Walter Jens, Tübingen.

Einen Leitsatz finden

Wer Inhalte strukturiert und auf den Punkt bringen will, sollte wie Barack Obama einen Leitsatz für seine Rede finden. Folgende Tipps helfen:

1. Nehmen Sie sich ein Blatt Papier und schreiben Sie die wichtigsten Punkte auf, die Sie in Ihrem Vortrag ansprechen wollen.
2. Lesen Sie sich nun diese Punkte nochmals durch und stellen Sie sich dabei die Frage: „Wohin möchte ich meine Zuhörer mit meiner Rede führen?“. Beantworten Sie dann die Frage mit 3 bis 5 Sätzen. Schreiben Sie sich diese Sätze auf eine neues Blatt Papier.
3. Fassen Sie die Aussagen der Sätze von Schritt 2 nun in einem einzigen Satz zusammen. Abstrahieren Sie von den Details und suchen Sie quasi den „gemeinsamen Nenner“. Dieser einzige Satz, der jetzt übrig bleibt, ist der Leitsatz für Ihre Rede.

Beispiel: Bei einem Vortrag mit dem Sie Ihre Kollegen überzeugen wollen, im Internet bei „sozialen Netzwerken“ wie XING mitzumachen, könnten sich folgende zentrale Sätze ergeben: Bisher verborgene Beziehungen (die Freunde meiner Freunde) werden aufgedeckt. Das hilft, einen neuen Job, einen Partner oder einen guten Ort zum Leben zu finden. Und es ermöglicht sich schnell Rat von unterschiedlichen Experten zu holen.

Wenn Sie sich diese Aussagen nochmals prüfend ansehen, werden Sie feststellen, dass alle tendenziell den Kontaktaspekt eines „Social Networks“ hervorheben. Es liegt also nahe, einen Leitsatz zu formulieren, der dies deutlich macht: „Nie mehr ein Fremder sein!“.

Wenn Sie aus der Sicht Ihres Unternehmens reden und dafür werben, mehr E-Commerce zu machen, werden Sie eher ein positives Bild von E-Commerce im Internet zeigen. Es liegt also nahe, einen Leitsatz zu formulieren, der dies deutlich macht: „Für einen erfolgreichen Aufbau unseres Kunden-Portals ist jetzt der richtige Zeitpunkt.“ Oder wenn es kürzer sein soll, könnten Sie Ihren Vortrag mit den Worten „Go E-Commerce, now!“ beenden.

Die Konzentration auf einen Leitsatz hilft Ihnen bei der weiteren Vorbereitung der Rede, wesentliche und unwesentliche Dinge voneinander zu trennen. Die Vorbereitungszeit der Rede verkürzt sich somit deutlich.

Analogien bilden

Bei der Analogiebildung werden die Inhalte eines Sachverhalts aus dem einen Bereich auf Sachverhalte eines anderen Bereichs übertragen. Eine Analogie besteht, wenn mindestens ein Merkmal eines Objektes auch Merkmal des ursprünglichen Sachverhalts ist, zum Beispiel der Fehlschlag in einem Projekt und die misslungene Generalprobe am Theater, auf die hin sich der Erfolg einstellt. Sammeln Sie deshalb zunächst verschiedene Phänomene der Natur und prüfen Sie dann, ob Sie übereinstimmende Sachverhalte finden können. Aufgabe:

1. Versuchen Sie mittels einer Analogie aus dem Bereich der Natur zu erklären, warum es zum Beispiel sinnvoll sein kann, als Marktführer in einem bestimmten Bereich einen neu gegründeten Mitbewerber im Markt zu tolerieren, anstatt in mit Niedrigpreisen zu bekämpfen. Formulieren Sie die Analogie vollständig aus.
2. Wiederholen Sie die Übung mit Thesen aus Ihrem eigenen beruflichen Fachbereich und Analogien aus der Natur, der Medizin, aus dem Sport, aus Technik und Wissenschaft oder aus der Kunst.

Eine Lösung der Aufgabe könnte so aussehen: „Meine Damen und Herren, bevor Sie die Entscheidung treffen, unseren neuen Mitbewerber durch Preiskampf vom Markt zu verdrängen, bitte ich Sie, einen Blick auf die Natur zu werfen. Sowohl bei Säugetieren wie bei Fischen gibt es das Phänomen der Parasiten. Sie suchen einen Wirt und leben von diesem. Dennoch bekämpft der Wirt die Parasiten nicht, da sie in der Regel auch eine positive Funktion für ihn haben, beispielsweise dass dessen Schuppen gereinigt werden. Und nun bitte ich Sie, sich nochmals unseren aktuellen Fall anzusehen. Handelt es sich bei dem Mitbewerber um einen Parasiten, der uns Kunden abnimmt, die wir sonst nur mit großem Aufwand bedienen könnten? Würde ein Preiskampf gegen ihn nicht vielleicht sogar dazu führen, dass wir die Margen bei unseren guten Kunden vernichten und dafür nur Kunden gewinnen, die uns keinen Gewinn bringen? Meine Damen und Herren, lassen wir den Parasiten doch seinen Job tun und sorgen wir dafür, dass sein Revier begrenzt bleibt.“

Buchtipps: Peter Flume, Reden, Taschenguide-Trainer, Haufe Verlag, Planegg, 2003, 126 Seiten, 9,90 Euro