



# REDE BEGEISTERT UND GEWINNE

Faszination Rhetorik

Gerhard Reichel

**VERLAG**

Brigitte Reichel  
Goethestraße 1  
91301 Forchheim  
[www.BrigitteReichel.de](http://www.BrigitteReichel.de)  
[reichel.verlag-seminarservice@t-online.de](mailto:reichel.verlag-seminarservice@t-online.de)  
Telefon 09191-89501  
Telefax 09191-2801

**AUTOR**

Gerhard Reichel  
Institut für Rhetorik  
Goethestraße 1  
91301 Forchheim  
[www.GerhardReichel.de](http://www.GerhardReichel.de)  
[info@GerhardReichel.de](mailto:info@GerhardReichel.de)

1. Auflage 2011-04-05  
ISBN 978-3-923241-07-1

® by Brigitte Reichel Verlag  
Alle Rechte vorbehalten

# Inhalt

10 Auf ein Wort

## 1

### Reden in der Öffentlichkeit bestimmt das Image

- 13 Wie man mit überzeugender Rhetorik wirksam  
Öffentlichkeitsarbeit betreibt
- 13 Schlüssel zu den Herzen
- 15 Leistung verkauft sich nicht von alleine
- 16 Auf Sie selbst kommt es an
- 17 Seien Sie „merk“-würdig!
- 18 Rhetorik: Gratwanderung zwischen  
Authentizität und Selbstkontrolle
- 19 Ein interessantes Phänomen
- 20 Der Adler im Hühnerhof

## 2

### Lampenfieber – Salz in der Suppe?

- 23 Hilfe, ich muss eine Rede halten
- 24 Die Urangst des Neandertalers vor der Horde
- 26 Das Hormon mit den zwei Gesichtern
- 27 Mangelndes Selbstvertrauen
- 28 Die Angst des Dichters vor der Höhe
- 28 Die „Ich-Falle“
- 29 Unsicherheit durch mangelnde Vorbereitung
- 30 Zehn Ventile zum Abbau des Lampenfiebers

# Inhalt

## 3

### Vom „zündenden Aufhänger“ bis zum Schluss mit „Aha-Effekt“

- 33 Spannend – mitreißend – fesselnd reden
- 34 Erobern Sie Ihre Zuhörer
- 36 Die Minute, die alles entscheidet: Der Start
- 38 Zehn Ohrenöffner
- 49 Begrüßen: Wen, wann und wie?
- 51 Sagen Sie, worum es geht: Die Botschaft
- 52 Reden Sie gehirnfreundlich
- 53 Brain-Appetizer Nr. 1: Die Metapher
- 55 Brain-Appetizer Nr. 2: Die Analogie
- 57 Brain-Appetizer Nr. 3: Das Beispiel
- 57 Brain-Appetizer Nr. 4: Die Anekdote
- 58 Brain-Appetizer Nr. 5: Das Sprichwort
- 59 Brain-Appetizer Nr. 6: Der Vergleich
- 59 Brain-Appetizer Nr. 7: Die rhetorische Frage
- 61 Brain-Appetizer Nr. 8: Die Zuhörer einbinden
- 63 Ein starker Schluss ist Gold wert
- 66 Reiß' sie noch einmal von den Stühlen:  
Zehn Muntermacher

## 4

### Körpersprache – von Profis genutzt

- 73 Von der Macht der nonverbalen Kommunikation
- 75 Was die Augen verraten
- 78 Die Sprache der Mimik
- 81 Die Sprache der Hände
- 88 Weiche Haltung – weiche Argumente
- 92 Die Sprache der Füße
- 98 Das Auge ist der erste Richter

# 5

## Wie Sie mit Ihrer Stimme Stimmung erzeugen

- 101 Stimmungsmache
- 102 Sieben Stimmfehler
- 104 Lernen Sie Ihre Stimme kennen und lieben
- 104 Und plötzlich hört man Ihnen zu
- 104 Stimmkosmetika: Die Stimme zum Klingen bringen
- 105 Tipps für „Bartnuschler“ und „Silbenverschlucker“
- 107 Es ist alles erreichbar
- 109 Die Modulation
- 109 Die pathetische Sprechweise
- 109 Die monotone Sprechweise
- 110 Die dynamische Sprechweise
- 111 Die Stimme als Gehirndroge
- 111 Die Lautstärke
- 112 Das Sprechtempo
- 113 Mut zur Sprechpause

# 6

## Ohne Vorbereitung kein Ergebnis

- 118 Zwei wichtige Grundregeln
- 120 Bestimmen Sie zuerst Ihr Ziel
- 121 Machen Sie sich Gedanken über Ihre Adressaten
- 122 Rufen Sie eine Zuhörerkonferenz ein
- 123 Ihr Publikum lässt sich in drei Gruppen einteilen
- 124 Anregungen von Bismarck
- 126 Gestalten Sie ein optimales Rede-Umfeld
- 130 Vom Arbeitstitel bis zum fertigen Manuskript:  
Zehn Schritte
- 130 Wählen Sie einen Arbeitstitel

# Inhalt

- 130 Erste Stoffsammlung
- 131 Vorläufige Gliederung
- 131 Materialergänzung und erste Ausarbeitung
- 132 Endgültige Gliederung
- 132 Formulieren Sie einen schlagkräftigen Titel
- 132 Endkontrolle
- 133 Die wortwörtliche Ausformulierung
- 134 Vier wichtige Gründe gegen das Auswendiglernen
- 135 Die Manuskripterstellung
- 138 Die Generalprobe

## 7

### Schlechte Nachrichten überbringen

- 141 Schlechte Nachrichten erzeugen emotionale Betroffenheit
- 142 So gehen Sie professionell vor: Zehn Gebote
- 143 Checkliste zur Vorbereitung
- 144 Negatives Beispiel für das Überbringen einer schlechten Nachricht
- 145 Positives Beispiel für das Überbringen einer schlechten Nachricht

## 8

### Visualisieren – Präsentieren – Faszinieren

- 147 Der Mensch – ein Augentier
- 147 Kommunizieren mit Bildern gibt Sicherheit
- 149 Effektive Kommunikation braucht Bild und Text
- 150 Der tragische Irrtum der fundamentalistischen PowerPoint Gegner
- 151 PowerPoint als Infotainment:
- 151 Sechs zündende Ideen aus dem Werkzeugkoffer der Profis

- 153 Das Handout
- 153 Wie Sie aus der Präsentation von Zahlen einen Krimi machen können
- 154 Beispiele für gute und schlechte Folien
- 160 Für den Notfall planen: Fünf Lebensretter
- 161 Checkliste: Zwanzig Ratschläge für einen schlechten Präsentator
- 163 Checkliste: Zehn Ratschläge für einen guten Präsentator
- 164 Zehn technische Tipps und Tricks im Umgang mit Powerpoint

# 9

## **Sofort, spontan und erfolgreich: So glänzen Sie bei einer Stegreifrede**

- 175 Wie die Gedanken auf Trab kommen
- 177 Mit fünf Schlüsseln verschüttetes Wissen frei legen
- 179 Die Standpunkt-Formel

# 10

## **Mit Schlagfertigkeit punkten**

- 183 Destruktive Schlagfertigkeit
  - 185 Professionelle Schlagfertigkeit
  - 186 Wie Sie auf Störmanöver, Fragen und Zwischenrufe souverän reagieren:
  - 186 Fünfzehn Schlagfertigkeitstechniken
- 
- 198 Literatur

# Rede begeistert und gewinne

## Faszination Rhetorik

### Auf ein Wort: Warum noch ein Rhetorikbuch?

Lloyd George, einer der großen Politiker Großbritanniens im 20. Jahrhundert und ein hervorragender Redner, hielt in einem überfüllten Saal eine Wahlrede. Plötzlich machte er mitten im Satz eine Kunstpause, zeigte mit der rechten Hand in die Gegend und schwieg zehn Sekunden, bevor er mit seiner Rede fortfuhr. Nach der Ansprache kam ein Zuhörer begeistert zu ihm und sagte: *„Eine so wirkungsvolle Pause habe ich noch nie in einer Rede erlebt. Kein Mensch wusste, was kommen würde!“* Lloyd George: *„Ich auch nicht!“*

Lieber Leser, seit mehr als dreißig Jahren führen wir an unserem „Institut für Rhetorik“ Seminare durch. Dabei analysieren wir auch die Reden von Politikern und anderen Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens. Leider geht es uns dabei oft genau umgekehrt wie obigem Zuhörer bei der Rede von Lloyd George: Bei vielen Reden weiß man schon nach wenigen Sätzen, was kommt: viel Blabla, Phrasen, Allgemeinplätze. Unser Interesse sackt ab wie die Börsenkurse bei einer Wirtschaftskrise. Und kommt dann doch mal Gutes und Neues, wird es ohne Spannung, ohne Leidenschaft vorgetragen. Ganz selten kommen wir zu einem Aha-Erlebnis, bei dem wir fasziniert die Ohren spitzen, den Atem anhalten und gespannt sind, wie es weitergeht.

Bei vielen Rednern und Präsentatoren sollen Laptop und Beamer die miserable Rhetorik kaschieren: Sie klatschen eine überfrachtete Text-Folie nach der anderen auf die Leinwand. Jeden Tag flimmern auf diese Weise 30 Millionen PowerPoint-Präsentationen über die Monitore und Beamer dieser Welt. Traurig, aber wahr: 90 Prozent aller Präsentatoren dieser Welt begehen den gleichen Sündenfall. Sie lesen noch einmal brav vor, was sie schon auf Folie geschrieben haben. Wie entsetzlich langweilig!

Mich ärgert das! Warum soll es so schwer sein, eine Rede oder eine Präsentation so zu gestalten, dass es auch Freude macht, zuzuhören? Warum nicht mal einen trockenen Stoff mit einer kleinen Anekdote würzen? Unter den deutschen Fernsehmoderatoren ist seit Jahren Günter Jauch der beliebteste. Warum? Weil er ein perfekter Unterhalter ist. Darf nicht auch eine Rede gute Unterhaltung sein? Genau davon handelt dieses Buch. Es wird Ihnen helfen, die Ohren und Herzen Ihrer Zuhörer zu öffnen.



Beinahe hätte ich vergessen, Ihnen eine meiner Lieblings-Anekdoten zu erzählen:

Als das Erstlingswerk des später berühmten Schriftstellers William Somerset Maugham nicht gehen wollte, bekam er Streit mit seinem Verleger, der sich weigerte, Geld in die Reklame zu stecken. Maugham entschloss sich zur Selbsthilfe. Er gab in einigen Tageszeitungen folgende Heiratsanzeige auf: *„Junger Millionär, sportliebend, kultiviert, musikalisch, verträglicher, empfindsamer Charakter, wünscht ein junges, hübsches Mädchen zu heiraten, das in jeder Hinsicht der Heldin des Romans von W. S. Maugham gleicht.“* Sechs Tage nach Erscheinen der Anzeige war der Roman vergriffen.

Liebe Leserinnen, in diesem Buch habe ich auf *gender mainstreaming*\* verzichtet. Ich schreibe also nicht von Leser/LeserIn, von Rednern/Rednerinnen, von Zuhörern und Zuhörerinnen. Das hat nichts mit Diskriminierung zu tun. Ich schätze meine Leserinnen genauso wie meine Leser. Aber das Lesen eines ganzen Buches würde durch diese geschlechterspezifische Trennung zur Tortur. Das Buch ist so geschrieben, dass Sie es nicht systematisch von vorn nach hinten durchlesen müssen. Sie können gerne springen. Sie können auch gerne ein Kapitel ganz auslassen. Wenn Sie z.B. schon sehr viel rhetorische Erfahrung haben, dann ist vielleicht das Kapitel zum Thema *Lampenfieber* für Sie nicht so wichtig. Auf keinen Fall überspringen sollten Sie das Kapitel 3. Es ist das Herzstück dieses Buches. Es handelt davon, wie man Menschen bei Vorträgen und Präsentationen wirklich begeistert und für sich gewinnt. Wenn Sie die Tipps dieses Kapitels in Ihrer täglichen Praxis anwenden, wird das Ihren Redeerfolg dramatisch verbessern, selbst wenn Sie schon Rhetorikprofi sind. Das Buch profitiert von meiner 35jährigen Praxis als Rhetoriktrainer und Excellent Speaker. Ich versichere Ihnen: Keine einzige Zeile dieses Buches stammt aus der Feder eines Ghostwriters. Sie können sicher sein, die besten und zuverlässigsten Informationen rund um die Welt der Rhetorik in den Händen zu haben, die es zurzeit gibt.

Im Mai 2011

Gerhard Reichel

\* Bedeutet, bei allen gesellschaftlichen Vorhaben, die unterschiedlichen Lebenssituationen und Interessen von Frauen und Männern von vorneherein und regelmäßig zu berücksichtigen, da es keine geschlechtsneutrale Wirklichkeit gibt.

# 1 Das Reden in der Öffentlichkeit bestimmt das Image



## Wie man mit überzeugender Rhetorik wirksam Öffentlichkeitsarbeit betreibt

300 Kunden im Saal, alle Augen sind gespannt auf das Podium gerichtet. Die Unternehmensleitung hat zu einer Produktpräsentation eingeladen. Was alle sofort spüren: Der Redner ist nervös, räuspert sich. An sein Pult geklammert beginnt er schließlich zu sprechen. Leise und hastig. Seite für Seite rattert er monoton herunter, ohne Ausdruck, mit toten Augen. 30 Minuten dauert das, doch diese Minuten fühlen sich für die Zuhörer an wie Stunden. Es springt kein Funke über. Im Saal wird getuschelt, sogar gegähnt. Am Ende schließlich nur müder Applaus.

Was für viele eine lästige Pflichtübung ist, macht Holger Mittermeier Spaß: *„Eine Rede zu halten ist doch toll – und so einfach! Schon mit einem bisschen Humor kann man sein Publikum begeistern. Und wenn das Lampenfieber weicht und der begeisterte Applaus kommt – großartig!“*

Der 39-Jährige ist Chef eines erfolgreichen mittelständischen Familienunternehmens. Vor einem Jahr war er nach dem Tod seines Vaters in dessen Fußstapfen getreten. *„Das war nicht einfach für mich“,* erinnert er sich. *„Mein Vater war eine charismatische Persönlichkeit. Er konnte mit Worten unglaublich begeistern: Bei der Begrüßungsrede, beim Geburtstag, bei der Hochzeit, beim Jubiläum, bei der Verabschiedung, bei der Einweihung, im intimen Zweiergespräch genauso wie bei einer Rede vor hundert oder gar tausend Leuten. Das hat ihm viel Anerkennung gebracht. Aber auch in der Verbandsarbeit und im Stadtrat hatte sein Wort Gewicht. ‚Wer etwas zu sagen hat, muss reden können‘, war seine Devise. Deshalb hat er mich schon sehr früh auf Rhetorikseminare geschickt. Dafür bin ich ihm sehr dankbar.“*

## Schlüssel zu den Herzen

So wie Holger Mittermeier denken nicht alle. Viele Führungskräfte und Unternehmer leisten zwar hervorragende Arbeit, verkaufen sich selbst aber oft unter Wert. Entweder weil sie denken: Leistung verkauft sich alleine. Oder weil sie das Licht der Öffentlichkeit scheuen, aus welchen Gründen auch immer. Schade. Denn meisterhafte Rhetorik ist ein entscheidender Schlüssel zu den Herzen der Menschen.



Mit großen Persönlichkeiten verbinden wir oft ihre eindrucksvollen Reden oder einzelne Sätze daraus. „*Ich bin ein Berliner*“, „*I have a dream*“, „*Yes we can*“ – einfache Worte, die Weltgeschichte geschrieben und sich dauerhaft ins Gedächtnis ganzer Generationen eingebrannt haben. „*Wir sind das Volk*“, vier einfache Worte! Aber sie haben die Mauer zum Einsturz gebracht.



**J.F. Kennedy: Ich bin ein Berliner**

Als junger Student habe ich eine interessante Erfahrung gemacht: Da gab es einen Professor, dessen Vorlesungen waren proppenvoll. Lag es am Vorlesungsthema? Nein, das Ereignis war der Professor selbst. Mit lebendigem Vortrag, einem Reichtum von Beispielen, Anekdoten, Witz und Humor machte er jede Vorlesung zu einem sinnlichen Erlebnis. Wir hingen an seinen Lippen, waren Wachs in seinen Händen.

Stellt man Führungskräften und Personalverantwortlichen einmal die Frage, wodurch jemand in ihren Unternehmen Karriere macht, zeichnen sich drei Faktoren ab:

1. die Qualität der Leistung,
2. das Image beziehungsweise die Selbstdarstellung und
3. der Bekanntheitsgrad der Person im Unternehmen.

Interessant ist auch die prozentuale Verteilung dieser drei Faktoren: Auf die Leistung entfallen lediglich zehn Prozent, auf das Image 30 Prozent und auf den Bekanntheitsgrad satte 60 Prozent. Welche Fähigkeit aber hilft schneller auf sich aufmerksam zu machen, als die Fähigkeit zur öffentlichen Rede?

## Leistung verkauft sich nicht von alleine

Es gibt keine Leistung, in keinem Beruf, die nicht in irgendeiner Weise verkauft werden muss:

- Das „An den Mann bringen“ einer neuen Idee.
- Das Gewinnen eines Mitarbeiters für eine neue Maßnahme.
- Das Überzeugen eines Gremiums von der Wichtigkeit des eigenen Standpunkts.

Alexander der Große hat dies einmal in einzigartiger Weise demonstriert. Auf dem Rückzug von Indien musste er eine der schrecklichsten Wüsten Persiens durchqueren. Das Heer war dem Verdursten nahe. Da brachte ihm einer der Soldaten einen Helm voll Wasser. Und was tat Alexander? Er ließ das Heer antreten, dankte dem Soldaten öffentlich – und schüttete das Wasser langsam mit den Worten in den Wüstensand: *„Für einen zu viel, für alle zu wenig!“* Warum tat er das nicht versteckt hinter dem Zelt, sondern vor allen Augen? Seine Soldaten hätten nie davon erfahren. Und so sprechen wir sogar nach mehr als zweitausend Jahren noch davon. Also: keine falsche Scham, keine falsche Bescheidenheit. Wer gut ist, darf es auch zeigen. Und Klappern hat schon immer zum Handwerk gehört.

### FAZIT

Kaum eine zweite Fähigkeit hilft schneller ein Image aufzubauen, als die Fähigkeit zur öffentlichen Rede. Die meisten Menschen bewundern jemanden, der den Mut hat, aufzustehen, sich vorne hinzustellen und den Mund aufzumachen.

### DESHALB

Suchen Sie Öffentlichkeit! Verbessern Sie Ihre Rhetorik und Argumentationstechnik! Wer etwas zu sagen hat, muss reden können! Bauen Sie gezielt Lampenfieber ab, gewinnen Sie Sicherheit. Dieses Buch gibt Ihnen dazu viele Anregungen. Noch besser natürlich: Sie trainieren zusammen mit anderen in einem seriösen Rhetorikseminar unter Anleitung eines erfahrenen Trainers.

**„In Amerika entscheiden nicht nur die Leistungen, sondern auch die rhetorischen Fähigkeiten eines Sportlers.“**

Dirk Nowitzki, deutscher Basketball-Star





## Auf Sie selbst kommt es an

Als ich zwölf Jahre alt war, nahm mich mein Vater einmal mit in ein Konzert. Das Besondere daran war: Mein Vater stand selbst mit auf der Bühne. Er spielte im Orchester den Kontrabass. Voller Bewunderung schaute und hörte ich ihm zu. Wie stolz war ich auf ihn! Und pausenlos dachte ich mir: *„Wenn ich doch bloß auch solche Musik machen könnte!“*

Auf dem Nachhauseweg erzählte ich Vater von meinem Wunsch, fügte aber gleich hinzu: *„Für dieses große Instrument sind meine Hände noch viel zu klein.“* Darauf blickte mich mein Vater ernst an. Seine folgenden Worte klingen mir noch heute in den Ohren: *„Gerhard, sage nie: Das kann ich nicht! Sage lieber: Ich will es versuchen!“*

*„In Ordnung“*, antwortete ich, *„gleich morgen.“* *„Nein, Gerhard, gleich jetzt!“* Und dann geschah etwas Merkwürdiges: Wir gingen gerade am Stadtpark entlang. Und was macht mein Vater? Er packt behutsam das Instrument aus, stellt mich auf eine Parkbank, lässt meine linke Hand den Hals des Instrumentes umspannen und mit der rechten Hand die Saiten zupfen. Instinktiv handelte er nach der alten Verkäuferweisheit: *„Man muss das Eisen schmieden, so lange es heiß ist.“*

Und wie heiß ich war! Und wie glücklich! Denn ich merkte in dieser Nacht: Die Kraft meiner Hände reichte bereits! Ich war tatsächlich schon groß genug, das Instrument zu spielen!

Ein Jahr später bereits stand ich auf der Bühne. Mit wie viel Freude, mit wie vielen unvergesslichen Stunden hat seitdem die aktive Musik mein Leben bereichert. Die Weichen gestellt hatte in dieser Nacht mein Vater mit jenen zwei Worten: *„Versuche es!“*

Entscheidend ist nicht, was uns an Fähigkeiten mit in die Wiege gelegt wurde. Entscheidend ist, was wir daraus machen. Das – und nur das – ist das wirklich Entscheidende.

- Demosthenes war ein Stotterer und wurde der Welt berühmtester Redner.
- Joschka Fischer wurde als drittes Kind eines Metzgers geboren. Er verließ das Gymnasium ohne Abschluss und begann eine Lehre als Fotograf, die er abbrach, arbeitete danach als Taxifahrer. Später brachte er es als deutscher Außenminister und Vizekanzler weltweit zu hohem Ansehen.
- Barack Obama ist seit dem 20. Januar 2009 der 44. Präsident der Vereinigten Staaten. Noch ein Jahr zuvor hat man es für unmöglich gehalten, dass dies einem Afroamerikaner gelingen könnte.

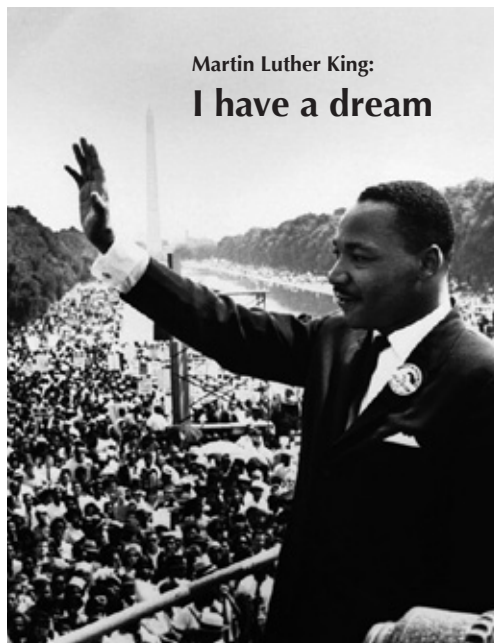
Ein Philosoph schrieb einmal: „*Es ist einer der dunkelsten Augenblicke im Leben eines Menschen, wenn man eines Tages grauhaarig und alt, nahe dem Ende einer unbefriedigenden Laufbahn, zu der Erkenntnis kommt, dass man in all den Jahren nur von einem kleinen Teil seiner selbst Gebrauch gemacht hat.*“ So betrachtet bietet Ihnen dieses Buch mit seinen Tipps und Anregungen die Chance, rhetorische Fähigkeiten, die in Ihnen schlummern, zu entdecken und zu entfalten. Reden ist lernbar. Eines ist klar: Wer rhetorisches Talent hat, bringt es zu einem höheren Grad der Meisterschaft. So schlagfertig zu reagieren wie z.B. Thomas Gottschalk, das kann nicht jeder. Aber so zu reden, dass man damit Wirkung erzielt und in Erinnerung bleibt, ist Handwerkszeug.

## Seien Sie „merk“-würdig!

Es war bei einem Seminar in Bad Ems. Am zweiten Tag kamen gleich frühmorgens einige Teilnehmer zu mir und beschwerten sich darüber, dass sie nicht hätten schlafen können. Ursache: das Rauschen und Geplätscher eines Springbrunnens vor dem Kurhotel. Was tun? Ich sprach mit der Hotelleitung und diese sagte uns zu, den Brunnen nachts ab 23 Uhr abzustellen. Am nächsten Morgen war der Teufel los. Warum? Die übrigen Gäste des Kurhotels hatten sich beschwert, weil nun sie nicht hätten schlafen können. Das plätschernde Geräusch, das unsere Teilnehmer aufregte, empfanden sie als beruhigend. In den Wochen ihres Kuraufenthaltes hatten sie sich so daran gewöhnt, dass sie es nun sogar zum Einschlafen brauchten. Der Mensch ist eben ein Gewohnheitstier! Aus dieser Tatsache können Sie für Ihre Wirkung auf andere Menschen eine enorm wichtige Schlussfolgerung ziehen:

Wenn Sie sich vom Durchschnitt abheben wollen, wenn Sie wollen, dass man auf Sie aufmerksam wird, dann müssten Sie sich „merk“-würdig verhalten. „Merk“-würdig im besten Sinn des Wortes: des Merkens wert!

Menschen mit einem wirklich guten Image sind in einem gewissen Sinn immer ein wenig „anders als die anderen“. Es umgibt sie ein Hauch des Besonderen, des Einmaligen, oft sogar des Wunderbaren.



Ein „merk“-würdiger Redner



## Rhetorik: Gratwanderung zwischen Authentizität und Selbstkontrolle

*„Suche keine Effekte zu erzielen, die nicht in deinem Wesen liegen!“*  
Kurt Tucholsky

Im Rhetorikseminar empfehle ich Teilnehmern, die zu ernst wirken: *„Lächeln Sie doch mal. Mit Ihrem Pokerface haben Sie es schwer, Sympathie zu gewinnen.“* Oft kommt dann der Einwand: *„Warum soll ich lächeln, wenn mir vor lauter Lampenfieber gar nicht danach zu Mute ist? Außerdem ist es mir wichtig, authentisch zu sein.“*

Ich nehme diesen Einwand sehr ernst. Ich mag authentische Menschen. Das „Echte“, das „Originale“, das „Unverfälschte“, das „Ungekünstelte“ an ihnen zieht mich an. Authentizität ist die unverstellte Echtheit im Umgang mit anderen. Authentische Menschen haben Ausstrahlung. Jemand, der in Übereinstimmung mit seinen Werten lebt und handelt wirkt auf uns wie ein Mensch aus einem Guss.

Authentizität ist auch für Sie als Redner wichtig. Dadurch sind Sie für Ihre Zuhörer als Mensch erkennbar, fühlbar, einschätzbar. Sie erzeugen ein Wir-Gefühl, gewinnen Sympathie und Glaubwürdigkeit. *„Die brennt für ihre Sache!“* – *„Der meint, was er sagt!“* – *„Was die machen, hat Hand und Fuß“.*

Authentisch zu sein, ist aber nicht immer ganz einfach. *„Ich bin eigentlich ganz anders, aber ich komme nur so selten dazu“*, lautet der legendäre Satz aus einem Stück des Dramatikers Ödon von Horváth. Im Berufsalltag neigen Menschen dazu, in Rollen zu schlüpfen, die ihnen wesensfremd sind. Sie sind überzeugt: Nur wer sich verbiegt, kann im Haifischbecken bestehen. *„Ich sage doch nicht, was ich denke, und zeige erst recht nicht, was ich fühle. Das geht die nichts an, was in mir abgeht“.* Sie irren. Auf Dauer verlieren solche Menschen nämlich an Respekt. Sie nehmen sich so zurück, dass sie nicht mehr natürlich erscheinen und Charisma verlieren.

Doch Vorsicht, Authentizität hat auch Kehrseiten:

1. Viele reklamieren Authentizität für sich, um hierbei ihre Disziplin- und Rücksichtslosigkeit auszuleben. Sie betrachten sie als Freifahrtschein, um ungebremst ihren Emotionen und Launen freien Lauf zu lassen. Bekannt dafür waren einst die legendären Politiker Franz Josef Strauß und Herbert Wehner, beide glänzende Rhetoriker, aber gleichzeitig sehr unbeherrscht und oft verletzend.
2. Authentizität ist ein Risiko. Wer seine Gefühle zeigt, macht sich verletzlich, angreifbar. Man öffnet sich und gibt einen Vertrauensvorschuss. Der wird nicht immer honoriert.
3. „Echtes“ Verhalten kommt nicht *automatisch* gut an, macht nicht *automatisch* erfolgreich. Im Gegenteil: Wer sich authentisch verhält, wird oft als Quertreiber empfunden.