

Sagen Sie, worum es geht: Die Botschaft

Mit dem „Aufhänger“ haben Sie Ihre Zuhörer neugierig gemacht. Mit der Begrüßung haben Sie sich das Wohlwollen Ihres Publikums gesichert. Jetzt kommt es darauf an, dass Sie Ihrer Botschaft den Weg bereiten.

Versetzen Sie sich einmal in die Lage Ihrer Zuhörer: Sie haben ihre Zeit geopfert, sie haben den Weg und die Unannehmlichkeit der Anfahrt nicht gescheut, um Ihnen jetzt zuzuhören. Voller Erwartung sitzen sie jetzt da und fragen sich: lohnt es sich für mich, zuzuhören? Bringt mir das einen Nutzen?

Je schneller es Ihnen jetzt gelingt, Ihren Zuhörern deutlich zu machen, was sie das Thema angeht, desto sicherer wird der Funke überspringen.

Ihre Zuhörer werden sich umso mehr mit Ihrem Anliegen, Ihrer Botschaft, Ihrem Redeziel identifizieren, je überzeugender Sie als Redner darauf hinweisen, dass

- das Ziel unmittelbare Vorteile bietet,
- das Ziel zu den wichtigsten Dingen im Leben gehört, die man anstreben kann,
- die Zuhörer das Ziel verdienen,
- das Ziel leicht erreichbar ist,
- das Ziel zum Überleben wichtig ist,
- das Ziel langanhaltende oder dauerhafte Vorteile bringt,
- das Ziel von der großen Masse der Menschen nicht angestrebt wird.



**Der Köder muss
dem Fisch und
nicht dem Angler
schmecken.**



Stellen Sie das Ziel und die Absicht Ihres Vortrages so deutlich wie möglich heraus. Ihr Publikum muss spüren, dass Sie eine Mission haben, dass Sie die Welt ein wenig besser, ein wenig menschlicher, ein wenig angenehmer machen wollen.

ÜBRIGENS

Die Erwartung Ihres Publikums wird umso hochgespannter sein, je bedeutungsvoller Ihre Person ist. Das bedeutet: Je wichtiger Ihre Funktion ist, desto weniger können Sie es sich leisten, Ihr Publikum mit „Blabla“ abzuspeisen. Oder geben Sie sich in einem Spitzenrestaurant mit einer Wassersuppe zufrieden?

Reden Sie gehirnfreundlich

Während Sie diese Zeilen lesen, laufen in Ihrem Gehirn pro Sekunde ca. 100 000 chemische Reaktionen ab. Das komplexe Netz der Neuronen ist 1400-mal komplexer als das gesamte Telefonsystem der Welt. Eine Superriesendenkmaschine!

Warum das für Ihre Rhetorik wichtig ist? Weil jede Kontaktaufnahme mit einem anderen Menschen ein Vorgang ist, der sich genau genommen zwischen zwei Gehirnen abspielt. Die Schlussfolgerung daraus ist simpel: Wenn Sie eine gute Rede halten wollen, tun Sie gut daran, sich nach den Arbeitsprinzipien Ihres Gehirns und dem Ihrer Zuhörer zu richten.

Die linke und die rechte Gehirnhälfte

Bereits den alten Ägyptern war aufgefallen, dass man bei geöffneter Schädeldecke eine linke und eine rechte Hälfte entdecken kann. Heute wissen wir, dass diese beiden Hälften total verschiedene Aufgaben haben.

Die linke Hälfte ist der Sitz der Logik und der Vernunft. Man könnte sie das „Haus der Technik“ nennen. Bei den meisten Menschen ist diese Hälfte überlastet, weil sie fast ausschließlich linkshirnig denken. Das Dumme: Für Gedächtnisleistungen ist diese Hälfte nur sehr bedingt geeignet.

Das kann die rechte Hälfte viel besser. Sie ist Sitz der Phantasie, der Kreativität und der Gefühle. Man könnte sie das „Haus der Kunst“ nennen. Künstler sind oft unterbeschäftigt. Das gilt auch für die rechte Hälfte. Bei vielen Menschen ist sie sogar gänzlich arbeitslos.

Wie aber soll das gehen: die rechte Hälfte unserer Zuhörer aktivieren? Es ist ganz einfach: Wenn Sie möchten, dass Ihre Zuhörer sich viel von Ihrem Vortrag merken, müssen Sie sich bildhaft ausdrücken. Verwenden Sie Sprachbilder. Sprachbilder erzeugen in Ihren Zuhörern innere Bilder, sie sind anschaulich im wahrsten Sinn des Wortes. In der Antike nannte man



Die rechte Gehirnhälfte ist dafür prädestiniert, Informationen dauerhaft abrufbereit zu speichern.

sie „Redefiguren“. Wir werden sie im Folgenden Brain-Appetizer nennen. Weil sie unserer rechten Gehirnhälfte Appetit machen. Von einigen haben Sie bisher schon erfahren:

- dem Zitat,
- dem Humor,
- dem persönlichen Erlebnis,
- der Geschichte (Story-telling-Quality)

Im Folgenden sollen Sie noch einige weitere von diesen Appetitanregern kennenlernen:

GEHIRNFREUNDLICH REDEN

Brain-Appetizer Nr. 1: Die Metapher

Was ist eine Metapher? Eine Metapher weist auf Übereinstimmung zwischen zwei Dingen hin, die sich ansonsten unterscheiden. Wenn wir z. B. sagen, Herr Meier sei ein Fuchs, so meinen wir natürlich nicht, dass Herr Meier wirklich ein Fuchs ist. Vielmehr wollen wir deutlich machen, dass Herr Meier bestimmte Eigenschaften besitzt, die wir einem Fuchs zuschreiben.





Metaphern sind Schnellstraßen in das Gehirn Ihrer Zuhörer. Sie schalten das „Kino in seinem Kopf“ ein. Ihre Worte bekommen eine eigentümliche Faszination.

Eine Rede mit Pfiff

Der Oberbürgermeister des baden-württembergischen Städtchens Horb gab einmal am Ende einer Amtsperiode einen Rechenschaftsbericht ab. Er nannte seine Rede aber nicht „Rechenschaftsbericht“, sondern „Horber Logbuch“.

„Auf Schiffen werden die wichtigsten Ereignisse und Stationen stichwortartig in einem Logbuch festgehalten. Auch eine Stadt muss ‚seetüchtig‘ sein, um nicht nur in ruhigen Zeiten zu bestehen, sondern genauso gut Stürme unbeschadet überstehen zu können. Dabei kommt es auf eine qualifizierte und hoch motivierte Mannschaft an. Und das Team am Steuer muss das Ziel kennen und sich über den Kurs einig sein...“ Wie spannend, diese Auflistung bürgermeisterlicher Aufgaben mit den Worten aus der Welt der Seefahrt.

Weitere Beispiele für Metaphern:

„Das Leben ist ein Dschungel.“

„Das Gehirn ist die Krone der Schöpfung.“

„Dieser Schlange kann man nicht trauen.“

„Ich habe Blei in den Gliedern.“

„Der Haushalt, das Schicksalsbuch der Nation.“

„Vor uns liegt eine lange Durststrecke.“

„Der Kopf, die Knautschzone des Motorradfahrers.“

„Er ist eine politische Platzpatrone.“

„Verkaufen ist Steilwandfahren. Man muss dauernd Gas geben.“

„Wir werden mit harten Bandagen kämpfen.“

„Wir stehen auf der Pole-Position.“

„Wir spielen mit offenen Karten.“

„Wir werden den Mitbewerber vom Platz fegen.“