

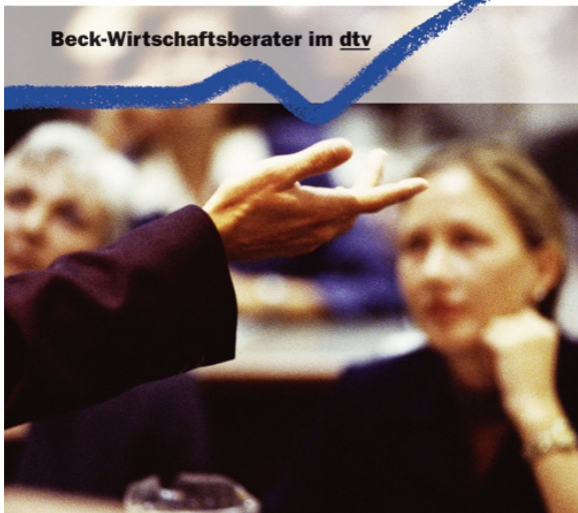
Peter Klotzki

# So halte ich eine gute Rede

In 7 Schritten zum Publikumserfolg

2. Auflage

**Beck-Wirtschaftsberater im dtv**



Nein, denn die Rede ist ein „hochaktueller Kommunikations-Methusalem“, dessen Wurzeln Tausende von Jahren alt, dessen „Kronen“ aber immer noch voller frischer Blätter und Triebe sind. Wenn auch viele Veranstaltungen oder Events auf bunte Unterhaltung setzen, es bleibt dabei: Ohne das Wort wird es auch künftig nicht gehen. Die Argumentation, der Vortrag, die Diskussion, das Interview bleiben gefragt, wie nicht zuletzt die immer größere Zahl von Konferenzen, Vortrags-Veranstaltungen, workshops oder politischen Talkshows zeigt.

„Etwas, worüber man nicht redet, ist gar nicht geschehen, nur das Wort gibt den Dingen Realität“ (Oscar Wilde).

Wir leben in einer Zeit der Überinformation. Immer mehr

Datenmengen werden produziert und kommuniziert, immer mehr Botschaften auf verschiedenen Wegen – Print, digital, Audio oder Video – strömen auf die Menschen ein und überfordern sie. Mehr denn je ist daher Ordnung und Orientierung gefragt. Genau das kann eine Rede leisten. Sie bedeutet Entschleunigung, Konzentration – auf eine Person – und Ausschließlichkeit auf eine Kommunikationssituation; auch die hartgesottensten Info-Junkies legen ihre iPhones etc. für eine Weile weg.

## **Personalisierung**

Die neue Kommunikationswelt ist subjektiver geworden, personalisierter. Blogger treten in Konkurrenz zu Institutionen, Web-Experten zu Journalisten. Gefragt ist Personalisierung,

Autorität gewinnen die Absender, die die neuen Kommunikationsformen beherrschen, die etwas zu sagen haben, die glaubwürdig und kompetent sind und die es verstehen, ihre Botschaften überzubringen.

Die heutige Medien- und Kommunikationswirklichkeit kommt der Rede zu einem Teil entgegen, zu einem anderen Teil aber droht sie auch der Rede in den bisherigen Vortragsformen den Boden zu entziehen. Daraus folgt, dass sich Reden bzw. das vorgetragene Wort weiterentwickeln müssen – kürzer, emotionaler und origineller. (siehe „Schlussbemerkung“).

## **Bilder**

Schließlich kommt bei der Rede zum

SCHIEDLICH KOMMT BEI DER REDE ZUM wirkungsvoll vorgetragenen Wort ein weiterer Aspekt hinzu, der für ihre Aktualität spricht. Eine Rede schafft Bilder – vom Redner in Aktion wie auch die, mit denen er in der Rede arbeitet. Und wir leben in einer Zeit von YouTube, die permanent Bilder produziert, verfügbar macht und einspeist. Jahr für Jahr steigt die Nutzung von Videos im Internet und 20 bis 30 Prozent. Dass diese visuelle Kommunikation den schriftlichen Ausdruck immer mehr ergänzt oder verdrängt lässt sich – vom kulturkritischen Standpunkt betrachtet – vielleicht bedauern, ändern lässt es sich wohl nicht.

## 2.2

# Selbstmotivation

# **Berge versetzen**

Reden sind kein Schul- und kein Studienfach, es gibt keine Gebrauchsanweisungen und keine Fertig-Rezepte; die meisten Menschen sind hier als Autodidakten auf sich gestellt. Wer Glück hat, der kennt vielleicht einen Deutschlehrer, einen Journalisten oder einen politisch Engagierten, der unter die (Reden-) Arme greifen und dem Wort Flügel verleihen kann.

Dazu kommt der mit Reden verbundene (öffentliche) Auftritt, zu dem sich nicht jeder berufen fühlt, und den viele – das sei hier bemerkt – doch über und sich zu bescheiden schätzen. Und so kommt es dazu, dass sich viele Menschen, die eine Rede verpflichtet definitiv nicht umgehen können, weil sie eine repräsentative