

Die Rede

Bevor man eine Rede hält, ist es vorab nicht unnützlich, sich einiger allgemeiner Aspekte des Redens zu erinnern:

Weshalb redet man?

- Um auszudrücken, was man denkt, fühlt, will.
- Um andere Menschen für die eigenen Ziele, für die eigene Person zu gewinnen.

Fazit: Man will durch Reden überzeugen.

Um zu überzeugen, sind bestimmte **Voraussetzungen** zu erfüllen.

1. Interesse wecken
2. Sympathie gewinnen
3. Autorität ausstrahlen
4. Sich verständlich machen

1. **Interesse wecken:** Der Sprechende sollte bemüht sein, die Aufmerksamkeit der Zuhörerschaft zu gewinnen und festzuhalten. Hierfür gibt es etliche Mittel: intensiver Blickkontakt, aktivierende Fragen, abwechslungsreiches, ausdrucksvolles Sprechen, bildhafte Beispiele, Zitate, Verwendung technischer Hilfsmittel.
2. **Sympathie gewinnen:** Sympathie kann nicht erzwungen werden, dennoch kann ein bewusstes Verhalten viel dazu beitragen, sie zu gewinnen. Eine wichtige Voraussetzung bildet die Natürlichkeit. Natürliches Verhalten zeigt man vor allem im privaten Bereich. Daher sollte der Redende bestrebt sein, sich vor einer Zuhörerschaft oder in einem offiziellen Gespräch möglichst privat zu geben. Damit sei mitnichten einem "Sichgehenlassen" das Wort geredet, sondern es sei vielmehr geraten, sich bewusst zu "lockern". Allerdings sollte man sich davor hüten, sich anzubiedern, denn solches Gebaren wirkt – einmal von der Zuhörerschaft entlarvt – in jedem Fall kontraproduktiv. Sympathie wird ebenfalls durch Offenheit und Freundlichkeit gewonnen. Wer seinem Partner dergestalt begegnet, der wird in gleicher Weise behandelt werden. – Eine gute Beziehung kann weitgehend von einer Seite her bestimmt werden.
3. **Autorität ausstrahlen:** Jeder besitzt so viel Autorität, wie er sich selber zugesteht. Persönliche Autorität anderen Menschen gegenüber entsteht durch Kompetenz in der Sache und Selbstbewusstsein. Sie ist auch Folge des Akzeptierens der eigenen Persönlichkeit, was nicht zwangsläufig mit Dünkel oder übertriebener Eigenliebe zu tun haben muss. Autorität hat weniger mit dem eigenen Wissens- und Leistungsstand zu tun, als man gemeinhin zu glauben geneigt ist. Rhetorisches Selbstbewusstsein – und damit rhetorische Autorität – kann nicht theoretisch, sondern nur in praxi erlangt werden. Es ist folglich ratsam, sich so oft als möglich in rhetorische Situationen zu wagen, wodurch sich dann allmählich ein Erfolgs- und Sicherheitsgefühl zu entwickeln vermag. Rhetorischer Erfolg ist ganz entscheidend abhängig von sorgfältigster und zweckmässiger Vorbereitung.
4. **Sich verständlich machen:** Verständlichkeit der eigenen Rede ist stets anzustreben und oberstes Gebot. Sie realisiert sich auf mehreren Ebenen. Die Formulierungen müssen knapp gefasst und klar sein. Dabei ist auf eine klare, einfache Sprache zu achten.¹ Unübersichtliche Verschachtelungen sind zu vermeiden. Fremdwörter und Termini technici (Fachwörter) sollen sparsam verwendet und gründlich erläutert werden; selbstredend ist diesbezüglich unumgänglich, das Publikum im Voraus einigermaßen qualifiziert zu haben. Mit komplizierten Formulierungen imponieren zu wollen, wird immer misslingen. Die Rede muss eine klare, logische Gliederung aufweisen (s. u.). Zuweilen erscheint es sinnvoll, selbige dem Auditorium vor Beginn mitzuteilen. Sprechender und Hörende sollen jeden Augenblick wissen, wo der Gedankengang begonnen hat und wohin er sich bewegt. Unnötige Abschweifungen vom Gedankengang bringen allein Unklarheit; obwohl eine gute Rede knapp gehalten ist, sei vor rigorosen Kürzungen abgeraten, bergen sie doch die Gefahr der Undeutlichkeit.

¹"Je komplizierter das Gesagte wirkt, desto weniger hat man es durchdacht." (Richard von Weizsäcker)

Der Aufbau einer klassischen Rede

(1) Exordium	Einleitung
(2) Narratio	Erzählung; Darstellung der Sachverhalte
(3) Argumentatio	Beweis
(4) Peroratio	Schluss

Das Exordium soll den Hörer/ Leser aufmerksam, aufnahmebereit und wohlwollend stimmen. Die Narratio sollte darauf abzielen, den Hörer/ Leser kurz, klar und glaubhaft über den Sachverhalt zu informieren, während die Argumentatio vor allem überzeugen will; dies kann mit einem positiven Beweis (Confirmatio) oder mit einem negativen Beweis (Refutatio = Widerlegung) erreicht werden, wobei, je nach Wirkungsintention des Redenden, sachlich oder affektiv (Ethos; Pathos) vorgegangen werden kann. Die Peroratio enthält in der Regel eine kurze Wiederholung (Recapitulatio) der bisherigen Beweisführung und einen Appell an die Affekte (z. B. Mitleid, Entrüstung).

Zwischen Einleitung und Beweisführung können sich manchmal Propositio = Themenstellung und/ oder Divisio = Gliederung des Beweisgehaltes schieben, während in anderen Redetexten Einleitung, Erzählung oder Widerlegung extrem verkürzt sind bzw. entfallen, je nach der aktuellen Redesituation.

Die Kunst, sein Thema zu ordnen, wurde in der antiken Rhetorik Dispositio genannt. Dieses antike Modell funktioniert bis heute und ist mitunter auch in der Werbung zu finden.

Zur Funktion der Rede

Die Argumentation der Rede entscheidet über ihre Funktion, wie ihre Funktion über die Argumentation entscheiden muss. Daher ist die Funktion gleichzeitig als Aufbau der Rede zu verstehen. Die drei Grundgrößen der Argumentation Zustand, Ziel und Massnahme ist der klassische Aufbau, den moderne Reden aufgenommen haben. Der Werbetheoretiker Michlingk unterscheidet so auch drei Funktionen des Werbetextes, in Anlehnung an Cicero. Diese finden sich in fast allen Texten der Einführungswerbung wieder:

1. Anlocken, einschmeicheln
(*conciliare*) Teil 1 - die Einleitung (Zuruf oder Aufhänger)
2. Bekanntmachen
(*docere*) Teil 2 - der Hauptteil (Überleitung u. eigentliches Argument)
3. Appellieren, antreiben
(*permovere*) Teil 3 - Schluss (zusammenfassendes Urteil oder Appell)

Die amerikanische AIDA-Formel findet sich noch häufiger:

A	TTENTION	Aufmerksamkeit erregen
I	INTEREST	Interesse wecken
D	ESIRE	Entschluss, Massnahme
A	CTION	Aufruf zur Aktion, Massnahme

Ein Literaturtipp



Hägg, Göran: Die Kunst, überzeugend zu reden. 44 kleine Lektionen in praktischer Rhetorik. München 2003

Der Autor verrät Ihnen die kleinen, aber wirkungsmächtigen Tricks der grossen Redner aus mehr als 2500 Jahren Rhetorikgeschichte. Sie lernen, wie Sie eine Rede aufbauen, wie sie Ihre Argumente gliedern müssen und wie Sie die Hörer auf Ihre Seite bekommen.