



# **3x3** communication

Das kleine 3x3 der  
**Rhetorik**

- Überzeugen in freier Rede, Statement und Messaging -

# INHALTSVERZEICHNIS

Liebe Leser,

die direkte Ansprache ist immer noch der kürzeste Weg ins Herz der Menschen, auch wenn (oder gerade weil) die Kommunikationskanäle immer vielfältiger werden und uns mit Informationen überfluten. Wir wollen wieder Menschen hören - am besten persönlich, aber auch per TV-Live-Schaltung oder als Video im Internet. Geben Sie deshalb Ihrem Anliegen, Ihrem Unternehmen ein Gesicht und machen Sie Ihre Botschaft persönlich. Nutzen Sie die Möglichkeiten der Rede! Der vorliegende Leitfaden soll Ihnen dabei helfen.

Wir wünschen gutes Gelingen!

Susanne Pfaller    Adrian Dunskus

Inhaber 3x3 communication

<b>Themengebiete</b>	<b>Seite</b>
Rhetorica regina artis	4
Das Ziel - intentio	7
Die Argumente - inventio	8
Der Aufbau der Rede - dispositio	10
Die Verpackung des Inhalts - elocutio	12
Überzeugen mit Aristoteles	14
Schreiben fürs Reden - die Positivliste	16
Schreiben fürs Reden - die Negativliste	18
Das Verinnerlichen der Rede - memoria	22
Der Vortrag - actio	27
Hände sprechen Bände	41
Atemübungen	42
Stress: Lampenfieber und Blackout	44
Mit Powerpoint überzeugen	46
Gewinnendes Auftreten	49
Exzellenz in der Kommunikation	50
Die Autoren	52
Das passende Coaching	54
Teambuildings	55

# RHETORICA REGINA ARTIS

Der Antike galt die Rhetorik als regina artis, als Königin der (freien) Künste. Ihre Anfänge hatte sie im 5. Jahrhundert vor Christus, als sich Sizilien und Griechenland demokratisierten. Aristoteles (384-322 v.Chr.) erkannte als erster die Bedeutung der Psychologie für den Erfolg eines Redners. Seine Erkenntnisse haben bis heute Gültigkeit, darunter seine Analyse, dass drei Faktoren über den Erfolg einer Rede bestimmen: Argumente, persönliche Glaubwürdigkeit und emotionale Akzeptanz.

Dreihundert Jahre später zerlegt Marcus Tullius Cicero (106-43 v.Chr.) die Redekunst in fünf Teile, die man mit Argumente, Aufbau, Verpackung, Verinnerlichen, Vortrag angeben kann, und die sich allesamt dem Ziel der Rede unterzuordnen haben, also der Absicht des Sprechers.

(Siehe S. 7)

## Rhetorik - Königin der freien Künste



Marten de Vos (1532-1603)

„Die sieben freien Künste“, 1590, Privatbesitz

# DAS ZIEL - INTENTIO

Eine gute Rede will überlegt, vorbereitet und geübt sein. Schritt für Schritt:

- ▲ Das **Ziel** der Rede (intentio)
- ▲ Die **Argumente**, mit denen Sie überzeugen wollen (inventio)
- ▲ Der **Aufbau** der Rede und ihre Etappen (dispositio)
- ▲ Die **Verpackung** des Inhalts (elocutio)
- ▲ Das **Verinnerlichen** der Rede (memoria)
- ▲ Der **Vortrag** (actio)



Marcus Tullius Cicero (106-43 v.Chr.), berühmtester Redner des alten Rom, benannte in seinem Werk „De oratore“ („Der Redner“) die Elemente einer Rede.



- ▲ **Warnen**
- ▲ **Informieren**
- ▲ **Interesse** wecken
- ▲ **Danken**
- ▲ **Loben**
- ▲ Etwas **beweisen**
- ▲ **Appellieren**
- ▲ Menschen **bewegen**
- ▲ **Bilanz** ziehen
- ▲ **Unterhalten**
- ▲ Die **Reputation** steigern
- ▲ Projekte/Produkte **vorstellen**
- ▲ Neue **Strategien** vermitteln
- ▲ **Visionen** entwerfen

Und

**Sympathien gewinnen** für Ihr Anliegen, Ihr Unternehmen und auch für sich selbst als Redner.

# DIE ARGUMENTE - INVENTIO



Die wichtigsten Argumente sollten als **Kernbotschaften** ausgearbeitet werden. Wenn Sie für ein Unternehmen sprechen, sollten diese Argumente die Strategie des Unternehmens aufgreifen und seinen Grundsätzen entsprechen. Gut formulierte Kernbotschaften können Sie mehrfach verwenden. Das ist wichtig, denn dann prägen sie sich dem Publikum besser ein. Keine Angst vor Wiederholungen (mit Augenmaß)!

So müssen **Kernbotschaften** sein:

- ▲ Klar
- ▲ Kurz
- ▲ Positiv
- ▲ Schlüssig
- ▲ Glaubwürdig

”

*„rem tene, verba sequuntur - beherrsche die Sache, dann folgen auch die Worte.“*

Cato der Ältere (234 - 149 v.Chr.)



## Achtung Kamera!

Kernbotschaften helfen auch beim Auftritt vor der Kamera. Sie strukturieren Reden, Statements, Interviews.

# DER AUFBAU DER REDE - DISPOSITIO



Das **Wichtigste** muss an den **Anfang**! Da gehört Ihnen die Aufmerksamkeit Ihres Publikums noch sicher.

”

*„Eine gute Rede hat einen guten Anfang und ein gutes Ende – und beide sollten möglichst dicht beieinander liegen.“*

Mark Twain (1835 - 1910), amerikanischer Schriftsteller

## Die Rede als Reise

Die Rede ist eine Reise, auf die der Redner seine Zuhörer mitnimmt. Darum sollte er darauf achten, sein Auditorium auf der ganzen Wegstrecke zu führen und zu unterhalten. Deshalb gilt:

- ▲ **Beginnen** Sie mit dem **Wichtigsten**.
- ▲ Benennen Sie das **Ziel** der Rede-Reise.
- ▲ Führen Sie **Argumente** an, warum es sich lohnt, dieses Ziel anzusteuern.
- ▲ Zeigen Sie eine **„Gedankenstraße“**.
- ▲ Veranschaulichen Sie durch **Beispiele** und **Geschichten**.
- ▲ Setzen Sie **Kernbotschaften** als kurze **Wegbeschreibung** ein.
- ▲ Verwenden Sie **Schlüsselworte** als **Wegweiser**.
- ▲ Weisen Sie bei längeren Reden **Etappen** aus und ziehen Sie **Zwischenfazits**.
- ▲ Wiederholen Sie am **Ziel** das Wichtigste als **Variation**.
- ▲ Geben Sie eventuell einen Ausblick auf weitere „Reiseziele“.

## Keine Angst vor Unvollständigkeit!

**Kein Mensch will alles wissen. Im Gegenteil: Verwöhnen Sie Ihr Publikum und wählen Sie stellvertretend aus: das Wichtigste, Interessanteste, Unterhaltsamste.**

# DIE VERPACKUNG DES INHALTS - ELOCUTIO



## Unterschiede zwischen Text und Rede:

- ▲ Eine Rede hört man nur **einmal**
- ▲ Sie lässt sich **nicht stoppen**
- ▲ Es gibt **kein Nachlesen**, keine Wiederholung
- ▲ Was nicht **unmittelbar verstanden** wird, ist passé
- ▲ Wer aussteigt, ist als Hörer **verloren** - andererseits:
- ▲ Die Hörer bleiben meist **im Raum**
- ▲ Sie sind auf den **Inhalt der Rede** festgelegt
- ▲ Eine Rede bedient **einen Sinn mehr** als ein Text: das Gehör
- ▲ Eine Rede schafft menschliche **Nähe**



## Achtung Kamera!

Die Kamera fordert vom Redner noch mehr als das reale Publikum: Um- und Abschalten ist möglich. Der Redner muss sich seinen Zuschauer vorstellen (imaginieren).

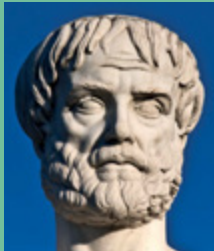
## Wie auf jeder Reise zählt auch bei der Rede die schöne Aussicht:

”

*„Eine gute Rede ist wie ein Bikini – knapp genug, um spannend zu sein, aber alle wesentlichen Stellen abdeckend.“*

angebl. von John. F. Kennedy (1917 - 1963), US-Präsident

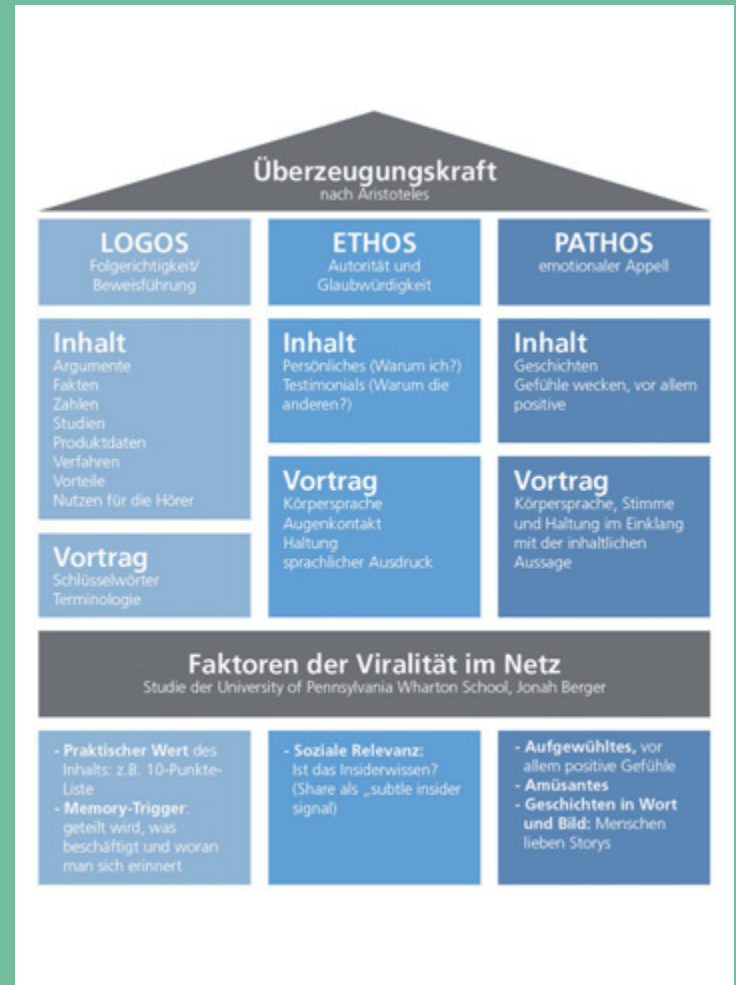
Nach **Aristoteles** (384-322 v.Chr.) ruht die Überzeugungskraft einer Rede auf drei Säulen:



- ▲ **Logos**, die Folgerichtigkeit und Beweisführung (sie gilt es bereits bei der dispositio zu beachten)
- ▲ **Ethos**, die Autorität und Glaubwürdigkeit des Vortragenden
- ▲ **Pathos**, der emotionale Appell

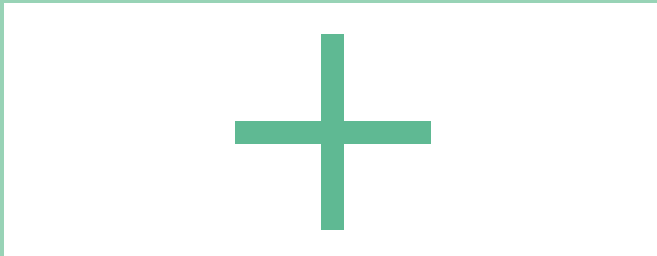
Mit dem aristotelischen Drei-Säulen-Modell lässt sich auch erklären, warum bestimmte Inhalte im Netz viral werden, also häufiger geteilt werden als andere. Das belegt eine aktuelle Studie von Jonah Berger, University of Pennsylvania. Er hat sechs Faktoren ausgemacht, die eine Geschichte im Netz viral werden lassen:

- ▲ der **praktische Wert** des Inhalts und ein starker „**Memory-Trigger**“ (logos)
- ▲ die soziale **Relevanz** des Inhalts, der die Zugehörigkeit zu einer erwünschten Gruppe unterstreicht (ethos)
- ▲ **Aufwühlendes**, vor allem positive Gefühle, **Amüsantes** sowie **Geschichten** in Wort und Bild (pathos).





Schulen und Universitäten im deutschsprachigen Raum vermitteln vornehmlich die Schriftsprache und das Verfassen von Texten. Die Debatte und die freie Rede waren bis vor wenigen Jahren kaum Inhalt des Lehrplans. Deshalb kennen viele vor ca. 1990 Geborene den Unterschied zwischen Vortrag und Text nur aus der Theorie. Vieles, was in Schriftform wenig gebildet erscheint, ist in der freien Rede von Vorteil. Hier gelten andere Regeln, denn eine Rede hört man nur einmal, ein Text hingegen lässt sich nachlesen. Deshalb ist es eine echte Herausforderung, fürs Reden zu schreiben.



## Schreiben fürs Reden - die Positivliste

Das macht Reden **leichter**

- ▲ **Kurze Sätze** bestechen.
- ▲ SPO = Subjekt - Prädikat - Objekt. Das ist nicht simpel, sondern klar.

Das lässt sich gut sprechen und leicht verstehen.

- ▲ **Verben** statt Substantive: kein Nominalstil
- ▲ **Starke** Verben
- ▲ Hilfsverben vermeiden. Sie zerreißen die Sinneinheit.  
Am letzten Kriegstag ist er...gefallen/befördert worden.
- ▲ **Perfekt** statt Präteritum
- ▲ **Aktiv** statt Passiv
- ▲ **Indikativ** statt Konjunktiv
- ▲ **Keine „Weichzeichner“** wie „vielleicht“, „möglicherweise“, „eventuell“: außer Sie wollen Ihre Aussagen bewusst relativieren.

## Das macht Verstehen leichter

- ▲ Den Zuhörern das Rechnen und Denken möglichst **abnehmen**
- ▲ **Pausen** vor und nach wichtigen oder schwierigen Worten und Wörtern.
- ▲ Zahlen auf- und **abrunden**
- ▲ Vergleiche und Einordnungen
- ▲ Bei einer Einheit bleiben. Nicht Prozente und Brüche vermischen, nicht Kilos mit Tonnen, Kilometer mit Meter
- ▲ **Fakten** statt Vermutungen
- ▲ Wichtiges variieren und **wiederholen**



## Schreiben fürs Reden - die Negativliste

### Das macht Verstehen schwerer oder langweil

- ▲ **Lange Begrüßungen**, Danksagungen
- ▲ **Ironie**: Sie wird leicht **missverstanden** und ist nur etwas für Profis.
- ▲ **Abkürzungen**: Sie müssen mindestens einmal ausgesprochen werden.
- ▲ Insider**jargon** und -wissen. Sie schließen den Laien aus.
- ▲ Floskeln, Phrasen, **Modewörter**: nachhaltig... zielführend...upgraden...
- ▲ **Anglizismen** und Fremdwörter.
- ▲ Schiefe **Metaphern**
- ▲ Metaphern aus **mehreren Erlebniswelten** zu einem einzigen Thema
- ▲ **Einschränkungen**: „Ich will an dieser Stelle nicht extra betonen“, „Ich bin wirklich nicht ausländerfeindlich,

aber...; „Das soll jetzt nicht überheblich klingen, ...“

Derartige Relativierungen lassen den Redner leicht überheblich wirken, weniger klar und kompetent.

- ▲ **Übertreibungen**: Sie sind nicht echt
- ▲ Zu viele **Zitate**
- ▲ **Abgegriffene** Zitate
- ▲ Zu viele **Zahlen**
- ▲ Lange **Schachtelsätze**, Beispiel: „Derjenige, der denjenigen, der den Pfahl, der an der Brücke, die auf dem Weg, der nach Worms führt, liegt, steht, umgeworfen hat, anzeigt, erhält eine Belohnung.“
- ▲ **Relativsätze**
- ▲ **Parenthesen**
- ▲ Konstruktionen mit **zusammengesetzte Verben**, Beispiel: „Er fiel in der Schlacht bei Waterloo, in der Napoleon, der um sein politisches Überleben kämpfte, während seine Gegner zu neuer Einigkeit gefunden hatten, Napoleon aber dennoch mit einem Sieg das Kriegsgeschehen noch hätte wenden können, durch seine große Tapferkeit auf.“
- ▲ **Babuschka**-Stories: die Geschichte in der Geschichte in der Geschichte: Vom Stöckchen aufs Hölzchen

“

„Für eine gelungene Rede gebrauche gewöhnliche Worte und sage ungewöhnliche Dinge.“

Arthur Schopenhauer (1788- 1860), deutscher Philosoph

## Unterhalten Sie Ihr Publikum! Wecken Sie Aufmerksamkeit mit

- ▲ Überraschendem / Außergewöhnlichem
- ▲ Rekorden
- ▲ Geschichten
- ▲ Details: Leben steckt im Detail
- ▲ Beispielen
- ▲ Klaren Bildern
- ▲ Humor / Selbstironie
- ▲ Menschlichem / Persönlichem
- ▲ Abwechslung

## Fragen Sie Ihr Publikum!

- ▲ Was glauben Sie passiert, wenn...?
- ▲ Haben Sie schon einmal erlebt, dass...?
- ▲ Was ist wohl größer / kleiner...?
- ▲ Wer von Ihnen kann mir sagen, ob...?

## Interagieren Sie! Sprechen Sie Ihr Publikum an!

- ▲ Nennen Sie in kleinerer Runde Ihre Zuhörer beim Namen
- ▲ Thematisieren Sie Reaktionen Ihrer Zuhörer
- ▲ Aber: Provozieren Sie nicht und lassen Sie sich nicht provozieren.



## Achtung Kamera!

Rhetorische Fragen funktionieren auch vor der Kamera!  
Sprechen Sie den Journalisten stellvertretend für alle Zuschauer an.

# DAS VERINNERLICHEN DER REDE - MEMORIA



Wer frei spricht, blickt zum Zuhörer, nicht auf seinen Redetext. Deshalb erreicht die freie Rede die Menschen viel mehr als jeder abgelesene Vortrag. Doch sie will geübt sein.

”

*„Reden lernt man nur durch reden.“*

Marcus Tullius Cicero (106 v.Chr. - 43 v.Chr.),  
römischer Politiker, Anwalt, Schriftsteller und Philosoph

## Klassische Mnemotechniken

### Locitechnik – die älteste, schon von Cicero beschrieben

Schreiten Sie einen Ihnen bekannten Raum ab. Bestimmen Sie markante Punkte als Stationen und ordnen Sie dann den einzelnen Stationen in der Reihenfolge jeweils einen Abschnitt aus Ihrer Rede zu.

### Gedächtnispalast – die Erweiterung

Konstruieren Sie im Geiste ein Gebäude, das Sie anschließend durchschreiten, wobei Sie ähnlich wie in der Locitechnik Abschnitte Ihrer Rede mit Stationen im Gebäude verbinden. Aber Vorsicht: Ein künstliches Gebäude verlangt Ihnen wesentlich mehr Vorstellungskraft ab als ein bestehendes!

### Visualisierung – die Verallgemeinerung

Generell helfen Bilder, wenn Sie sich abstrakte Aussagen merken sollen. Bilder helfen Ihnen auch, sich beim Publikum verständlich zu machen und haben somit doppelten Nutzen. Sehen Sie zu, ob Sie eine Folge von Bildern entwickeln können, die Sie bei Ihrer Rede dann wie einen Film vor ihr inneres Auge rufen können.

### Emotionalisierung – die Aufladung

Das sogenannte limbische System ist der Teil des Gehirns, in dem die Emotionen verarbeitet werden, das aber auch

einen zentralen Bestandteil unseres Langzeitgedächtnisses ausmacht. Deshalb kann es Ihnen bei Reden helfen, wenn Sie Begriffe beziehungsweise Inhalt im Geiste mit Emotionen verbinden. Im übrigen verschafft das Ihrer Rede auch größere Wirkung.

### **Wie merkt man sich, was man sagen will?**

Menschen gehen - und reden - dorthin, wo sie selbst hinsehen. Visualisieren Sie deshalb das Ziel Ihrer Rede.

- ▲ Bereiten Sie die Rede wie eine Reise vor.
- ▲ Arbeiten Sie den Text wie eine Route aus.
- ▲ Lesen Sie das Manuskript mehrmals laut.
- ▲ Markieren Sie sich die Kernbotschaften und Schlüsselworte als Wegweiser.
- ▲ Reduzieren Sie den Text auf die Schlüsselworte.
- ▲ Halten Sie die Rede erneut anhand der Schlüsselworte.
- ▲ Lösen Sie sich vom Manuskript.
- ▲ Wichtig ist nicht der Wortlaut, sondern die Route.

### **Es gilt:**

Das Ziel im Blick behalten.

Und: Den Satzsatz kennen. Damit sie wissen, wann sie aufhören dürfen.

### **Wenn Sie zur Sicherheit nicht auf Ihr Manuskript verzichten wollen:**

- ▲ Unterteilen Sie das Manuskript auf Karteikarten mit je 3 bis 4 Sätzen Länge.
- ▲ Wählen Sie Schriftgröße 14 oder größer.
- ▲ Lesen Sie zunächst nur den 1. Abschnitt.
- ▲ Heben Sie den Blick vom Text und schauen Sie ins Publikum.
- ▲ Sprechen Sie nun den 1. Abschnitt frei.
- ▲ Machen Sie eine kurze Pause, in der Sie weiter Blickkontakt mit Ihrem Publikum halten.
- ▲ Nun lesen Sie Abschnitt 2.
- ▲ Schauen Sie erneut Ihre Zuhörer an und tragen Sie frei die 3-4 Sätze von Abschnitt 2 vor.
- ▲ Fahren Sie fort mit weiteren Abschnitten.

Positive Nebenwirkung: automatisch entstehen Pausen, die es Ihrem Publikum erleichtern, Ihnen zu folgen.

# DER VORTRAG - ACTIO



## Achtung Kamera!

Bei Auftritten vor der Kamera steht gelegentlich ein Teleprompter zur Verfügung. Das Gerät spiegelt Ihren Text so in die Kameralinse, dass Sie in der Kamera Ihre Rede oder Ihr Statement ablesen können. Das hört sich verlockend an, hat aber Tücken: Sehr leicht hört es sich an, wie es ist - abgelesen.

Es gilt: Der Umgang mit dem Teleprompter will geübt sein! Vorlesen als Vortrag braucht Training.

## Wann Sie vom Blatt ablesen sollten:

- ▲ Bei Grundsatzfragen
- ▲ Wenn jedes Wort präzise sitzen muss
- ▲ Bei sehr komplexen Themen
- ▲ In einer akuten Unternehmenskrise



**Entscheidend ist nicht so sehr, was Sie sagen, sondern wie Sie es sagen.**

“

*„Lieber einmal sehen, als 100 mal hören!“*

Vitali Klitschko (\*1971), Boxweltmeister und ukrainischer Politiker, am 05.12.2013 bei einer Demonstration für die Öffnung seines Landes zur EU zu Außenminister Guido Westerwelle in Kiew

**Gefühle verändern mehr als Worte.**

**Gefühle vermitteln sich vor allem über das Auge und das Ohr.**



„Der Redner überzeugt, der hinter seiner Sache steht.“

3x3 communication

### So entsteht emotionale Akzeptanz beim Hörer (Aristoteles, Pathos).

„Der amerikanische Psychologe Albert Mehrabian (\*1939) hat ermittelt, dass der Eindruck, den ein Publikum sich von einem Redner macht, zu über 90 Prozent von Optik und Akustik, also den nonverbalen Elementen des Auftritts geprägt wird. Der Inhalt wirkt sich nur zu sieben Prozent aus und wird überhaupt nur transportiert, wenn der Gesamtauftritt in sich schlüssig ist.“

**Die Kommunikations-Brücke basiert auf Vertrauen.  
Je sicherer Sie sind, desto authentischer wirken Sie.**

### Machen Sie sich vertraut... ...mit ihrem Publikum!

- ▲ Wer ist mein Publikum?
- ▲ Warum ist es hier?
- ▲ Was bewegt es? Wovor hat es Angst?
- ▲ Was kann ich für meine Zuhörer tun?
- ▲ Welche Sprache sprechen sie?
- ▲ Wie kann ich sie am besten erreichen?
- ▲ Welche Aufgabe habe ich?
- ▲ Wozu will ich mein Publikum bewegen?
- ▲ Was könnte das verhindern?
- ▲ Bewegen Sie sich zu Ihren Zuhörern hin. Nehmen Sie Kontakt mit ihnen auf. Zeigen Sie Ihren Zuhörern, dass Sie gerne zu ihnen sprechen, dass Sie sich freuen, dass die Menschen Ihnen zuhören, Ihnen ihre Zeit schenken.

### Machen Sie sich vertraut... ...mit der eigenen Erscheinung

Trainieren Sie zu Hause vor dem Spiegel oder vor Ihrer Videokamera.

## **Machen Sie sich vertraut... ...mit Ihrer eigenen Stimme**

- ▲ Sprechen Sie Ihre Rede vorher durch.
- ▲ Machen Sie sich mit den Worten vertraut.
- ▲ Geht Ihnen der Text gut über die Lippen?
- ▲ Ist das Ihre Sprache?
- ▲ Ist das Ihre Art zu sprechen, sich auszudrücken?
- ▲ Brauchen Sie ein Mikrofon?
- ▲ Können Sie eine Sprechprobe machen, um sich an den Klang Ihrer Mikrofon-Stimme zu gewöhnen?

### **Übung:**

Sprechen Sie einen Satz in verschiedenen Tonalitäten aus:  
„Das war eine harte Entscheidung, aber eine Alternative gibt es nicht.“

Drücken Sie folgendes dabei aus:

Das tut mir leid!

Das ist nun mal so!

Warum wollen Sie das nicht verstehen?

Wann begreifen Sie es endlich?

## **Machen Sie sich vertraut...**

**...mit der Umgebung**, in der die Rede stattfindet.

Suchen Sie den Raum auf, in dem Sie sprechen werden.

- ▲ Wie ist der Hintergrund, vor dem Sie reden?
- ▲ Glänzt die Wand?
- ▲ Gibt es unvorteilhaftes Gegenlicht?
- ▲ Ist der Raum gut oder schlecht geheizt?
- ▲ Wie weit sind Ihre Zuhörer weg?

## **Machen Sie sich vertraut...**

**...mit dem Inhalt**, vor allem mit den Kernbotschaften, sie sind die Trittsteine Ihrer Rede.

- ▲ Ist die Abfolge der Botschaften logisch?
- ▲ Steht das Wichtigste am Anfang?
- ▲ Lässt sie sich gut aussprechen?
- ▲ Stehen Sie hinter dieser Botschaft?
- ▲ Und auch hinter den anderen?

## **Machen Sie sich vertraut...**

**...mit der Zeit:**

Wieviel können Sie in 30 Sekunden sagen (3-4 Sätze), in einer Minute (7-8 Sätze), wieviel in 10 Minuten (ca. zwei Schreibmaschinenseiten).



Testen Sie Ihr Zeitempfinden, wenn Sie beim Arzt im Wartezimmer sitzen, am Bahnsteig oder in der Lounge am Flughafen.

### Variieren Sie

- ▲ Ihre Sprechgeschwindigkeit
- ▲ Ihre Tonhöhe
- ▲ Ihre Lautstärke
- ▲ Zwischen Sprechen und Schweigen

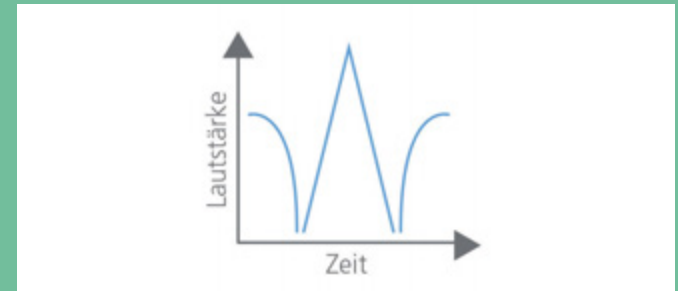
### Die Kunst der Pause

Kernbotschaften wirken am besten, wenn sie frei stehen, wenn der Redner also vorher und nachher eine Pause setzt, statt die Botschaft wortreich ein- und auszuleiten.



### Die „Narrenkappe“

Vor wichtigen oder unerwarteten Begriffen Stimme (und Sprechgeschwindigkeit) absenken, kurz innehalten, dann den Begriff mit starker Betonung bringen, wieder kurz innehalten, dann Stimme und Sprechgeschwindigkeit auf normales Maß zurückbringen.



### Die goldenen Regeln der Rede:

- ▲ Kurze Sätze
- ▲ Langsam reden (Konsonanten-Bremse)
- ▲ Deutlich sprechen (Vokal-Tor)
- ▲ Wichtiges in Variationen wiederholen

## Vermeiden Sie

- ▲ **den ‚Stoiber‘:** Ein Nebensatz am Anfang führt leicht in die Irre. „Wenn Sie vom Hauptbahnhof in München, mit zehn Minuten, ohne dass Sie am Flughafen noch einchecken müssen.“

### Tipp:

Kleiden Sie Ihre Kernbotschaft in einen kurzen SPO-Hauptsatz (Subjekt, Prädikat, Objekt). Nebensätze erfordern im Deutschen eine veränderte Satzstellung: „Wenn Sie einsteigen“ statt „Sie steigen ein“, das kann verwirren und Konzentration kosten.

- ▲ **die ‚Kanzlerin‘:** dutzende Male den einen Merk(el)-Satz zu wiederholen (z.B. „Wir sind die Mitte“)
- ▲ **den ‚Otto Waalkes‘:** über die eigenen Witze zu lachen
- ▲ **den ‚Oberlehrer‘:** „wie ich schon mehrmals gesagt habe...“
- ▲ zu viele Zitate

”

*Tritt fest auf, mach's Maul auf, hör bald auf!*“

Martin Luther (1483-1546), Theologe, Reformator und Bibelübersetzer

## Was ermüdet und erzürnt die Hörer?

- ▲ Leiernder Ton
- ▲ Zu leises Sprechen
- ▲ Zu langsames, eintöniges Sprechen
- ▲ Zu schnelles Sprechen
- ▲ Undeutliches Sprechen
- ▲ Alles über eine halbe Stunde!

## Körpersprache: Richtig auftreten

- ▲ Stand
- ▲ Bewegungen
- ▲ Hände
- ▲ Arme
- ▲ Augen
- ▲ Mimik
- ▲ Lachen (mit dem Mund UND den Augen)
- ▲ körperliche Präsenz (Wie Geist und Seele durch den Körper sprechen)

### Tipp:

Mehr zum Thema Körpersprache finden Sie in der 2. Auflage unseres Leitfadens „Das kleine 3x3 der Kommunikation“.



## Achtung Kamera!

Ob vor der Kamera oder vor den Augen Ihrer Zuhörer: Sie stehen unter Beobachtung. Das halten Sie nur gut aus, wenn Sie sicheren Boden unter den Füßen haben.

### Grundregeln:

Lieber stehen als sitzen!

Beim Stehen: bequem, Füße hüftbreit, in guten Schuhen. Ein Rednerpult sollte so hoch sein, dass Sie Ihre Unterarme abstützen können, und am besten verblendet, so dass man Ihre Beine nicht sieht.

Beim Sitzen: einen festen Stuhl, der nicht wackelt, keinen Drehstuhl, gute Bodenhaftung.

Den Händen freien Lauf lassen.  
Die Arme relativ ruhig halten  
Nicht mit den Beinen zappeln.

”

*„In Dir muss brennen, was Du in anderen entzünden willst.“*

Augustinus von Hippo (354-430), lateinischer Kirchenlehrer und Philosoph

Entscheidend ist die Glaubwürdigkeit des Redners (Aristoteles: Ethos)

Nur hervorragende Schauspieler können mit ihrer Körpersprache anderes ausdrücken, als sie selbst fühlen, und selbst sie tun es nur äußerst selten. Meist gehen sie den anderen Weg: Sie versetzen sich in ihre Rolle hinein und versuchen eins zu sein mit der Figur, die sie verkörpern. Setzen Sie als Redner also nicht erst bei Ihrer äußeren (körperlichen) Haltung an, sondern bei Ihrer inneren.

## Konditionieren Sie sich:

Wenn Sie sich auf Ihr Publikum freuen, dann strahlen Sie das durch Ihren Körper aus.

- ▲ Treffen Sie möglichst früh am Ort ein
- ▲ Bejahen Sie die Situation
- ▲ Überzeugen Sie sich, dass alles Wichtige so ist, wie es sein soll
- ▲ Suchen Sie Ihre „inneren Kraftquellen“ auf
- ▲ Rufen Sie sich die wichtigste Botschaft in den Sinn
- ▲ Suchen Sie im Publikum nach Unterstützern

Wenn Sie tatsächlich für Ihr Anliegen brennen, dann spüren das die Menschen. Wenn Sie sich offen und ehrlich mitteilen wollen, dann suchen Sie automatisch den Kontakt, dann schauen Sie die Zuhörer an und nehmen sie wahr. Damit schlagen Sie die Brücke, über die Sie Ihr Publikum erreichen, und über die das Interesse und die Sympathie der Menschen zu Ihnen zurückfließen.

## Bleiben Sie authentisch! Und ehrlich!

- ▲ **Widersprüche lassen sich leicht aufspüren und belegen:** In Pressearchiven sind Reden und Statements über Jahrzehnte gespeichert.
- ▲ **Die Stimme weist auf Lügen hin:** Viele Menschen sprechen langsamer und betonen seltsam, wenn Sie von der Wahrheit abweichen; Studien belegen: Die Zuhörer bemerken das (Studie d. engl. Psychologen Aiden Gregg)
- ▲ **Die Mikromimik und Körpersprache verraten ungeübte Lügner:** Viele Menschen schlucken häufiger, wenn Sie schwindeln, oder berühren ihre Nase oder halten sich die Hand vor den Mund. Verräterisch sind v.a. „Mikro-Ausdrücke“. Für Bruchteile von Sekunden zeigen dabei die Redner ihr wahres Gesicht, ob sie nur gute Miene zum bösen Spiel machen. Eine Untersuchung am Forensic Psychology Lab der Dalhousie University im kanadischen Halifax hat 2008 gezeigt: Einige Gesichtsmuskeln sind nicht kontrollierbar und können nicht aktiviert werden, so Projektleiter Stephen Porter im Fachmagazin „Psychological Science“.



## Achtung Kamera!

### Kleider machen Leute

Vor der Kamera:

Keine karierten oder feingestreiften Muster: Sie flirren und wirken unruhig.

Nur einfarbige Hemden und Blusen

Kniestrümpfe, keine Socken, keine haarigen Beine

Gute, saubere Schuhe

Keine zu enge Kleidung

Brille vorher putzen

Zähne auf Essensreste (Petersilie!) und Lippenstiftrückstände überprüfen

Wenig Schmuck

Glänzende Stellen im Gesicht pudern lassen.

Handy ausschalten

# HÄNDE SPRECHEN BÄNDE



Die „Krampfhaltung“ wirkt unsouverän.



Eine Hand in der Tasche ist ambivalent.



Beide Hände in den Hosentaschen: meistens zu lässig.



Beide Arme schlaff herabhängend: „Ich bin hilflos“.

Weitere Tipps zur Handhaltung finden Sie auf Seite 49.

# ATEMÜBUNGEN

In der Lunge Raum schaffen für Frischluft: Hände vor der Brust falten und sechsmal *stoßweise ausatmen*.

- ▲ **6 x** Arme vor der Brust ausstrecken und zu den Seiten öffnen (ausatmen) und wieder schließen (einatmen).
- ▲ **6 x** Arme am Körper hängen lassen, über die Seiten nach oben ziehen (einatmen) und wieder absenken (ausatmen).
- ▲ **6 x** Arme am Körper hängen lassen. Rechten Arm am rechten Ohr entlang nach oben über den Kopf strecken (einatmen), anschließend wieder absenken und „ins Lot“ kommen (ausatmen).
- ▲ **6 x** Arme am Körper herunterhängen lassen. Linken Arm am rechten Ohr entlang nach oben über den Kopf strecken (einatmen) und wieder absenken (ausatmen).
- ▲ **6 x** Oberkörper samt den Armen nach vorne fallen lassen (ausatmen) und wieder aufrichten (einatmen).

Hände, Arme, Oberkörper ausschütteln.  
Beine ausschütteln.

## Tipp:

Die Bauchatmung lässt sich besonders gut im Liegen trainieren: Hände auf den Bauch und tief ein- und ausatmen. Spüren Sie, wie sich Ihre Bauchdecke hebt und senkt? Wie intensiv schaffen Sie die Übung?

Allgemein gilt: Je besser Ihre Bauchmuskeln trainiert sind, desto besser wird Ihre Bauchatmung, desto seltener kommen Sie in Atemnot.



# STRESS: LAMPENFIEBER UND BLACKOUT

”

*„Das menschliche Gehirn ist eine großartige Sache. Es funktioniert bis zu dem Zeitpunkt, wo du aufstehst, um eine Rede zu halten.“*

Mark Twain (1835-1910), amerikanischer Schriftsteller

Stress verändert den Menschen - körperlich und seelisch. Stresshormone wie Adrenalin und Noradrenalin erhöhen die Herzfrequenz und den Blutdruck. Vor allem die Muskulatur wird verstärkt durchblutet. Für die Steinzeitmenschen war das überlebenswichtig: Schnelle Beine erleichterten die Flucht vor dem Säbelzahn tiger. An diesem Mechanismus hat sich bis heute nichts geändert, auch wenn heute nicht wilde Tiere für Stress sorgen, sondern die aktuelle Rede.

**Die schlechte Nachricht:** Dem Redner fehlt das Blut in den Beinen gelegentlich im Kopf.

**Die Folge:** Blackout.

**Die gute Nachricht:** Das Publikum ist kein Säbelzahn tiger und kennt selbst Stressmomente.

**Die Folge:** Aufregung und Fehler machen eher sympathisch. Als Redner brauchen Sie nicht perfekt zu sein!

**Die Lösung:** Sprechen Sie Ihren Stress an. Ihr Publikum wird Verständnis zeigen.

## **Tipp:**

Wenn Ihr Gedächtnis Sie im Stich lässt:

Besinnen Sie sich auf das **Ziel** der Rede. Lassen Sie, wenn nötig, einige Reise-Etappen aus, aber halten Sie die **Richtung**.

**Nehmen Sie die Situation an. Bejahen Sie Ihr Publikum und Ihre Aufgabe.**

**Machen Sie sich stark für diese Begegnung: Identifizieren Sie Ihre „Moments of excellence“**

- ▲ Rufen Sie sich Stärken und Erfolge ins Gedächtnis!
- ▲ Tanken Sie Wärme und verschenken Sie an Ihr Publikum.

# MIT POWERPOINT ÜBERZEUGEN



Fangen Sie FRÜH mit der Vorbereitung einer Präsentation an. Ihre Folien sollten DREI TAGE vor Ihrem Vortrag fertig sein, damit Sie sich gut einarbeiten können.

- ▲ Wenn Sie nach dem Vortrag ein Dokument verteilen, sagen Sie das Ihrem Publikum vorher!
- ▲ Achten Sie auf eine ausreichende Schriftgröße: Bei mehr als 200 Zuschauern mindestens 30 (!) Punkt.

- ▲ Schreiben Sie nicht mehr als drei (!) Zeilen Text auf eine Folie.
- ▲ Entscheidend ist nicht die Zahl der Folien, sondern der insgesamt darauf befindliche Text. Ihre Folien sollen die „Tapete“ für Ihren Redetext liefern, nicht von ihm ablenken.
- ▲ Zeigen Sie Folien, keine „Foliumente“. Ausführliche Information gehört nicht in eine Präsentation, sondern allenfalls in die Präsentationsnotizen.
- ▲ Folien wirken umso stärker, je weniger Text sie enthalten.
- ▲ Achten Sie beim Bildmaterial unbedingt auf Rechtfreiheit.
- ▲ Lockern Sie Ihre Präsentation auf: Nutzen Sie in Powerpoint die W- und B-Taste.
- ▲ Drehen Sie sich nicht zur Leinwand, auch wenn Sie etwas zeigen wollen.
- ▲ Nutzen Sie einen eventuell vorhandenen „Präsentationsmonitor“.
- ▲ Ein Teleprompter erleichtert den Blick zum Publikum, erfordert aber Übung im Umgang.



### Weiterführende klassische Texte:

Kurt Tucholsky: „Ratschläge für einen guten Redner/Ratschläge für einen schlechten Redner“, z.B. in Wolfgang Hering (Hrsg.), „Sprache ist eine Waffe. Sprachglossen“, Rowohlt, 1989

Heinrich von Kleist: „Über die allmähliche Verfertigung der Gedanken beim Reden“, z.B. in „Über das Marionettentheater“, Wallstein, 2010

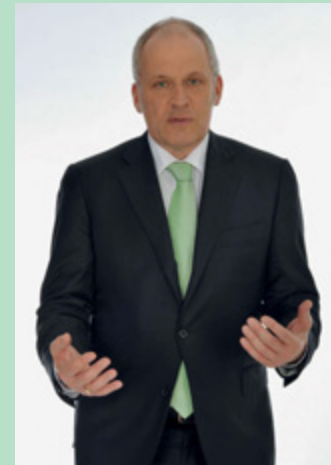
Marcus Tuilius Cicero: „De oratore/Über den Redner“, zweisprachige Ausgabe, Reclam, 1986

Ludwig Reiners: „Stilkunst - Ein Lehrbuch deutscher Prosa“, 2. Auflage, C.H.Beck, 2004

Aristoteles: „Rhetorik“, Reclam, 1999

# GEWINNENDES AUFTRETEN

Eine sparsame Gestik unterstreicht Ihren Vortrag. Die Hände bleiben zwischen Brustbein und Nabel in Bewegung, zwischendurch liegen sie locker ineinander.



Mehr zum Thema finden Sie in der zweiten Auflage unseres Basisleitfadens „Das kleine 3x3 der Kommunikation“, das wir Ihnen gerne zusenden.

# EXZELLENZ IN DER KOMMUNIKATION

3x3 communication coacht Führungskräfte internationaler Unternehmen für Kommunikation auf höchstem Niveau. Spezialisierte Trainings bereiten auf Auftritte im Krisenfall vor. Individuelle Coachings optimieren Inhalt, Form und persönlichen Auftritt bei Präsentationen - ob auf Deutsch, Englisch oder in einer anderen Geschäftssprache.

## **So haben Kunden geurteilt:**

*„... mit Abstand das beste Training, das ich in diesem Jahrhundert besucht habe.“*

Dr. Stefan Brungs, Mitglied des Vorstandes  
Bugatti Automobiles S.A.S.

*„Uns gefällt, wie Adrian Dunskus Kompetenzen aus drei Bereichen einbringt, nämlich dem Journalismus, der Unternehmenskommunikation und dem Coaching.“*

Andreas Meurer, Leiter Unternehmenskommunikation  
Volkswagen Nutzfahrzeuge

*„3x3 communication coacht regelmäßig Mitglieder unserer Geschäftsführung für den Auftritt vor der Kamera. Wir schätzen dabei einerseits die Systematik, andererseits die Fähigkeit, an Sprachtexten zu feilen.“*

Götz Wenker, Vorsitzender der Geschäftsführung  
Swiss Life Select Deutschland GmbH

*„Wir arbeiten seit Jahren mit Adrian Dunskus zusammen und schätzen an ihm, wie er journalistische Expertise mit eigener Erfahrung als Unternehmenssprecher verbindet. Bei unseren internationalen Kunden bringt er darüber hinaus seine Mehrsprachigkeit sehr vorteilhaft ein und verhilft so Coachingteilnehmern auf Deutsch, Englisch und Französisch zu erfolgreichen Auftritten vor der Kamera.“*

Julia Schäfer, Vice President  
Emanate Relevance Marketing & PR, München

*„Adrian Dunskus versteht es sehr gut, griffige Formulierungen zu finden, die dennoch zu den strategischen Kernbotschaften des Unternehmens und zu seiner Kommunikationskultur passen.“*

Silvio Schindler, Leiter Audi Consulting  
Audi AG

# DIE AUTOREN



Adrian Dunskus, Inhaber von 3x3 communication, ist 1959 in Urbana im US-Bundesstaat Illinois geboren und wuchs in Frankreich, Großbritannien, Deutschland und Japan auf. Nach einer Ausbildung zum Bankkaufmann studierte er Volkswirtschaftslehre an der Universität München und arbeitete nach der Diplomprüfung zehn Jahre lang in der Hörfunkredaktion Wirtschaft des Bayerischen Rundfunks und von 1997 bis 2002 als Kommunikationsberater bei Viag Interkom.

Seit 2002 ist er selbständiger PR-Berater. Seine Kunden kommen vor allem aus den Branchen Automobil, Telekommunikation und Finanzen.



Susanne Pfaller, Inhaberin von 3x3 communication, ist 1965 im bayerischen Eichstätt geboren. Nach einem Zeitungs- und einem Rundfunkvolontariat studierte sie in Regensburg Rechtswissenschaften und schloss mit dem Zweiten Staatsexamen ab. Seit 1996 arbeitet Susanne Pfaller für den Bayerischen Rundfunk, zuerst als Reisereporterin, Moderatorin und Redakteurin. Seit 2007 verantwortet sie das Korrespondentenbüro des Bayerischen Rundfunks für die Region Ingolstadt.

2012 erwarb sie nach einer Zusatzausbildung den Titel PR-Fachwirtin DPRA.

# DAS PASSENDE COACHING

Wie erreicht meine Botschaft die Menschen? Die Mitarbeiter, die Investoren, die Journalisten, die Kunden? Diese Frage beschäftigt Sie, weil Sie Ihr Unternehmen täglich präsentieren. Diese Frage beschäftigt auch uns, denn 3x3 communication will Ihnen dabei helfen.

Das Team von 3x3 communication kennt die PR- und Medienwelt und hat zudem jahrelange Erfahrung in der Beratung. Wir bieten Coachings für Video, Audio und Text auf Deutsch, Englisch und Französisch. In diesen drei Sprachen erarbeiten wir mit Ihnen für Sie Interviews, Statements und Präsentationen. Coachings von 3x3 communication stellen sicher, dass Sie Ihr Publikum persönlich erreichen. Neben dem Basistraining bieten wir spezialisierte Formate, die auf Ihre individuellen Bedürfnissen eingehen.

- ▲ Strategieorientierte Krisenkommunikation
- ▲ Fürs Sprechen schreiben
- ▲ Fit für die Talkshow
- ▲ Change Management – Wandel kommunizieren
- ▲ Als Team überzeugen

# TEAMBUILDINGS

Ihre Mitarbeiter müssen sich als Mannschaft neu aufstellen? Wir sorgen dafür, dass man das sieht und hört. Unsere Teambuildings bringen Ihre Mitarbeiter dazu, sich gegenseitig als Teil einer Mannschaft wahrzunehmen und dafür die richtigen Worte zu finden.

## Ihre Mitarbeiter lernen

- ▲ in Wortwahl, Stimme, Körperhaltung, Mimik und Gestik zu überzeugen;
- ▲ strategiekonforme Botschaften zu entwickeln, die vor der Kamera gut „funktionieren“;
- ▲ im Team und als Team zu kommunizieren.

## Für Spitzenkräfte: Einzeltrainings

Führungskräften in herausgehobener Stellung und Unternehmensvertretern, die besondere kommunikative Aufgaben zu bewältigen haben, bieten wir vollständig individualisierte Sitzungen an, die zwei unserer Senior-Coaches gestalten.



## **3x3 communication**

Adrian Dunskus  
Schleiferweg 8  
85276 Pfaffenhofen an der Ilm  
Deutschland

Tel +49 (0) 84 41/400 91 30  
info@3x3communication.com  
www.3x3communication.com