ERFOLG RHETORIK

NIE ZU FRÜH VERRATEN, WER DER MÖRDER IST



Siegessicher lächelt Matthias Pöhm in sein Publikum. Breitbeinig, fast schon provozierend arrogant geht der Rhetoriktrainer ein paar Schritte auf der Bühne hin und her, federt lässig mit seinen Hüften wie ein Revolverheld vor dem Duell. Pöhm wartet, bis alle Augen auf ihn gerichtet sind. Dann legt er los: „Wir haben den Umsatz...", Pöhm dreht sich zum Flipchart und malt eine riesige „50" auf das Papier, „...um F-Ü-N-F-Z-I-G P-R-O-Z-E-N-T G-E-S-T-E-I-G-E-R-T."

Die letzten drei Wörter betont er überdeutlich, dann herrscht Stille im Saal. Pöhm erklärt: „Erst die Zahl aufschreiben, dann die Zahl nennen! Fast alle machen das falsch – und erzeugen deshalb keine Spannung." Dann setzt er noch einen drauf: „Verwenden Sie dicke Filzschreiber! Kleine Redner haben kleine Stifte. Große Redner haben große Stifte."

Einer von ihnen ist Jürgen Schmid, Produktdesigner aus dem Tübinger Raum. Schmids Welt besteht aus klaren Linien und Skizzen, da macht ihm keiner was vor. Doch Scheinwerfer und Rednerpulte lassen ihn erschaudern. Immerhin: Sein ständiges „Ähhh" hat er sich schon abgewöhnt. Aber er will noch besser werden. Und so steht Produktdesigner Jürgen Schmid auf der improvisierten Bühne und hat ein Problem: Er soll reden wie Martin Luther King.

Gerade noch hat Schmid zusammen mit seinen Kurskollegen einen Fernsehausschnitt aus Kings berühmter Rede „I have a dream" gesehen. Und mitgezählt: Neunmal ließ der amerikanische Bürgerrechtler seine Sätze mit den Worten „I have a dream" beginnen. Anaphora nennt man dieses Stilmittel. Es verleiht den Worten Schlagkraft. Die Worte hämmern sich durch das rhythmische Wiederholen in die Hirne der Zuhörer. Schmid soll das jetzt üben.

Viele Manager haben Probleme mit der freien Rede – und verschanzen sich hinter Powerpointfolien. Dabei lässt sich spannendes Vortragen lernen.

Matthias Pöhm spricht gern in solchen Bildern. Er übertreibt, provoziert, lobt sich selbst. Sein Publikum hat er fest im Griff. Muss er auch: Er ist einer der bekanntesten und teuersten deutschen Rhetoriktrainer. Die kleinen Redner sind diesmal ein Dutzend Mittelständler, Manager und Führungskräfte aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, denen das souveräne Auftreten vor großen Gruppen Probleme bereitet. Wie Schulkinder sitzen sie in der ersten Reihe in Pöhms Seminar und bestaunen seine zur Schau gestellte Lässigkeit – um davon zu lernen.

DAFÜR HABEN DIE ZWÖLF FÜHRUNGSKRÄFTE tief in die Tasche gegriffen. Zwei Tage Pöhm kosten so viel wie ein Gebrauchtwagen: knapp 5000 Euro. Die Übernachtung im Hotel Holiday Inn in München-Unterhaching kommt noch mal extra. Das Seminar ist so teuer, weil es einen neuen Kick verspricht: Rhetoriktraining vor Publikum. Pöhm hat 120 Statisten organisiert, die für Live-Atmosphäre sorgen. Sie sind buchstäblich die Drohkulisse, eine Wand aus 120 starrenden Augenpaaren. Die Präsenz der vielen Menschen soll den Blutdruck der Schüler steigen lassen.

Ganze 17 Reden werden sie in zwei Tagen halten. Sie werden stammeln und stottern, sich bis auf die Knochen blamieren. Und klar, sie werden vor Aufregung zigmal den Filzschreibertrick vergessen.

Doch Schmid ist nicht Martin Luther King. Er soll eine Überzeugungsrede zum Thema Rauchen im Restaurant halten und eine Anaphora einbauen. Das Unbehagen ist dem Designer anzusehen. Er lässt die Schultern hängen, tritt von einem Bein auf das andere, blinzelt, bläst ins Mikro, sagt „Test, Test". Und beginnt mit „Also, ich möchte Ihnen...". Weiter kommt er nicht. Ein kräftiges „Stooopp!" erlöst ihn von den Qualen. Matthias Pöhm korrigiert seinen Schüler: „Verzichten Sie auf unnötige Füllwörter und Anmoderationen. Legen Sie gleich richtig los. Und stehen Sie aufrecht, mit beiden Beinen fest auf dem Boden!" Schmid setzt erneut an. Wird sicherer. Er wählt die Anaphora „Für ein Rauchverbot im Restaurant". Und vergisst prompt, sie zu wiederholen.

Pöhm lobt ihn dennoch. Dezent weist er auf die Fehler hin, ohne den Redner zu demotivieren. Pöhm – schwarzes Jackett, blaue ausgewaschene Jeans, strahlend weißes Hemd – ist ein smarter Selbstdarsteller. Sichtlich genießt er die Aufmerksamkeit seiner Zuhörer. Sie sei wie eine Droge, sagt er. Und dieses Gefühl müssten auch seine Schüler spüren. „Wer sich einmal den Schuss gesetzt hat, kommt so schnell nicht mehr davon los."

Wenn Pöhm auf Droge ist, erzählt er gerne kleine Heldengeschichten. Eine geht so: Ein Softwareingenieur muss während einer Veranstaltung aus dem Stegreif eine ▶

FOTO RICHARD DRURY/IMAGE BANK/GETTY IMAGES

„KLEINE REDNER HABEN KLEINE STIFTE. GROSSE REDNER HABEN GROSSE STIFTE.“



Rede halten. Er versagt, stammelt und bringt die Rede mit Hängen und Würgen zu Ende. Geschockt beschließt er, Seminare zu besuchen und Bücher über Rhetorik zu lesen. Er übt und übt, saugt alles zum Thema Redekunst auf und formuliert schließlich sein eigenes Regelwerk: eine Art Grammatik für gute Rhetorik. Es wird ein Erfolg. Der Held, man ahnt es, ist der Softwareingenieur Matthias Pöhm.

Von den Rechnern hat er sich längst losgesagt. Mit elektronischem Schnickschnack will er nichts mehr zu tun haben. Auch nicht auf der Bühne. Ganz oben auf seiner Liste der verbotenen Techniken steht das Präsentationsprogramm Powerpoint: Voll geschriebene Folien mit Über- und Unterschriften, wilde Balkendiagramme, kecke Überblendungseffekte oder aufpoppende Glühlampenmännchen – all das sei „grauenvoll“, zetert Pöhm.

Als einziges Hilfsmittel lässt er „Powerpoint unplugged“ durchgehen: das Flipchart. Nur dort entfalten spontane Zeichnungen wie etwa ein Kuchendiagramm ihre unterstützende Wirkung. „Auf dem Flipchart können Sie durchstreichen, neu malen, unterstreichen oder umblättern. Denken Sie immer daran: Das ist alles nur Show. Aber Sie sind der Star, nicht ein Computerprogramm.“

Das ist nicht jedermanns Sache. Skizzieren und malen vor Publikum ist für einige noch schlimmer als reden. Pöhm erklärt geduldig das kleine Einmaleins des perspektivischen Zeichnens. „Klötzchen, Balken und Kuchen wirken erst, wenn sie dreidimensional skizziert werden “, sagt er. In den folgenden Trainingsreden tauchen von nun an kleine Zeichnungen auf. Designer Schmid ist in seinem Element. Seine Vorher-Nachher-Skizze eines Schweißgerätes beeindruckt das Publikum. Und sein Vortrag gewinnt an Spannung. Schmid ist zufrieden, der Applaus erfüllt ihn mit Stolz. Sicherheit durch perspektivisches Zeichnen.

Die Organisatoren haben das Publikum auf drei Säle verteilt. Die kleinen Redner bekommen einen Trainerassistenten an die Seite gestellt und pilgern durch die Säle, jede Rede wird dreimal gehalten, in jedem Saal eine. Die Trainerassistenten korrigieren, die Schüler setzen die Tipps mit der nächsten Rede sofort um.

IN DEN WENIGEN PAUSEN finden die Schüler Zeit, das Seminar zu beurteilen. Der Düsseldorfer Unternehmensberater Bodo Wiegand kündigt an, gleich seine fünfköpfige Führungsmannschaft auf das Seminar zu schicken. Thomas Baggeler, Geschäftsführer eines Bonner Reinigungsunternehmens mit 1100 Mitarbeitern, sagt: „Man muss raus aus der Komfortzone. Das Üben vor Publikum ist anstrengend, aber lehrreich.“ Pöhms Rhetorikdroge entfaltet langsam ihre Suchtwirkung. Seine Schülerschaft ist angefixt: „Das ist ein tolles Gefühl, die Zuhörer im Griff zu haben“, sagt Unternehmer Peter Vogel. Bisher wollte er Reden „so schnell wie möglich“ hinter sich bringen. Wie einen Zahnarztbesuch. Nächste Woche muss Vogel eine Rede vor Geschäftsfreunden halten. „Ich freue mich regelrecht darauf“, sagt er nun.

Vielleicht wird Vogel dann die so genannte Handhoch-Abstimmung ausprobieren. Der Redner richtet eine Frage an das Publikum und bittet um das Handzeichen. Dieses Stilmittel hilft, die eigenen Argumente durch das Publikum zu unterstützen. Denn im Saal sitzen immer mehr Unentschlossene. Sie heben im Zweifel nicht die Hand, der Redner kann triumphierend abzählen und sagen: „Sie sehen – nur fünf von 50 sind dieser Meinung. Eine Minderheit.“ Mögliche Einwände lassen sich so vom Tisch wischen. Hinzu kommt: Das Publikum verhält sich tendenziell wie der Referent. Bleibt dessen Hand unten, greift der Imitationsreflex: Auch die anderen rühren sich nicht. Pöhm macht es vor. Das Publikum reagiert so, wie Pöhm will: „Sehen Sie – so einfach ist das.“

Oder auch nicht. Die übenden Redner versagen beim Selbstversuch, das Publikum reagiert überhaupt nicht – die Abstimmungsfragen waren nicht eindeutig formuliert. Pöhm kritisiert: „Geben Sie das Heft nicht aus der Hand. Stellen Sie klare Ja-Nein-Fragen. Sonst gehen Sie unter.“

Wenn der Kursleiter seine Schüler anfeuert, bemüht er gern das Bild vom Zauberer. So gut wie Supermagier David Copperfield müssen sie werden. Sie sollen die perfekte Show abziehen. Prägnante Bilder wählen. Starke Verben benutzen. Keine komplizierten Sätze konstruieren. Fachausdrücke vermeiden. Stattdessen lieber einen Krimi erzählen. Spannung aufbauen. Und um Himmels willen bloß nicht zu früh verraten, wer der Mörder ist.

Die Abschlussreden am Ende des zweiten Seminartages zeigen beachtliche Lernerfolge. Im Licht der Scheinwerferkegel liefern die Schüler eine Art rhetorisches Gesellenstück ab. Einige kopieren Pöhms Stil, andere nutzen die Tricks, bleiben aber authentischer. Sie haben durch das permanente Sprechen vor Publikum ihre Aufregung niedergekämpft und wirken souveräner, lässiger. Es bestätigt sich die Regel: Je sicherer der Redner, desto besser die Rede, desto besser der Redner beim nächsten Mal. Die Spirale dreht nach oben. ■

ANDREAS GROSSE HALBUER

OHNE VORSPIEL – DIREKT ZUR SACHE

Die meisten Reden sind staubtrocken, unpersönlich, mit Zahlen und Fachbegriffen überfrachtet. Folge: Die Zuhörer schalten schon nach ein paar Minuten ab und beten innerlich, die Predigt möge schnell vorbei sein. Verhindern lässt sich das durch eine gute Dramaturgie, eine Vision, die begeistert, fesselt und das Publikum einlädt zuzuhören. Das Publikum erreicht man am besten, wenn es spürt, dass der Vortrag einen persönlichen Nutzen bringt, eine Perspektive bietet. Mit ein wenig Übung können Sie die schlimmsten Rhetorikfehler vermeiden und beachtliche Erfolge erzielen. Die acht besten Tipps von Peter Ditko, Gründer und Geschäftsführer der renommierten Rednerschule in Bonn:

1 AUGEN AUF

Die Körperhaltung verrät viel über den Redner. Wer von einem Bein aufs andere wippt, sich hinter Rednerpulten verschanzt und auf das Manuskript starrt, zeigt, dass er unsicher ist. Besser: Achten Sie auf einen festen Stand und eine aufrechte Körperhaltung. Nehmen Sie die Bühne in Besitz, machen Sie die Augen auf und halten Sie ständig Blickkontakt zum Publikum. Sprechen Sie lauter als Sie es normalerweise tun. Das wirkt souverän und selbstbewusst.

2 HÄNDE HOCH

Falsch: Hände in den Hosentaschen, hinter dem Rücken verschränken oder die Arme hilflos an den Schultern herunterbaumeln lassen. Richtig: Die Hände auf Bauchnabelhöhe leicht angewinkelt vor dem Körper zusammenzuhalten. Ein Stift in der Hand macht sich gut, doch klammern Sie sich daran nicht fest! Halten Sie ihn locker mit leicht angewinkelten Armen vor dem Körper. Fortgeschrittene können sich an großen Gesten versuchen. Fäuste ballen, Fingerschnipsen, offene Arme in Richtung Publikum heben – das macht den Vortrag lebendig. Doch Vorsicht: Wenn Sie sich selbst mit großen Gesten zelebrieren, dürfen Sie dabei nicht hektisch werden. Sonst wirkt das im besten Fall unsicher, meist aber peinlich.

3 GROSSE TÖNE MACHEN

Wir Deutsche neigen dazu, das Substantiv statt Personalpronomen, Adjektiv und Verb zu betonen. Dadurch verliert der Vortrag an Lebendigkeit, wirkt hölzern, langweilig. Orientieren Sie Ihren Sprachrhythmus besser an den Verben. Und achten Sie auf die Stimmführung. Geht es um sachliche Dinge, sollte die Tonlage normal, eher monoton bleiben. Will man sein Publikum emotional ansprechen und Druck machen, muss die Stimme entweder sehr leise oder aber angehoben werden. Ein Kompanieführer wird schließlich auch laut, wenn er seine Truppe auf Trab bringen will.

4 MACH MAL PAUSE

Wer unter Lampenfieber leidet, redet viel und ohne Punkt und Komma. Ein Fehler! Tatsächlich entschleunigen und verstärken Sprechpausen eine Aussage. Die Faustregel: Je wichtiger der Satz, desto kürzer sollte er sein – sieben bis neun Wörter maximal. Und je wichtiger er ist, desto länger sollte man danach seinen Mund halten. Drei bis fünf Sekunden reichen schon, um die Wichtigkeit zu unterstreichen. Pausen dienen zudem dem Verständnis des Vortrags. Merke: Das Aufnahmetempo der Zuhörer ist stets geringer als die Sendegeschwindigkeit des Redners.

5 IM BILD BLEIBEN

Wählen Sie eine bildhafte Sprache. Mit ihr lassen sich selbst komplizierte Themen anschaulich darstellen. Lothar Späth zum Beispiel verglich Deutschland einmal mit einem Zoologischen Garten, der ausländischen Investoren klar macht: „Füttern verboten". So etwas bleibt hängen.

6 KLASSE STATT MASSE

Zu viele Zahlen sind K.-o.-Tropfen für die Aufmerksamkeit. Gerade Führungskräfte machen immer wieder den Fehler, dass sie ihre Zuhörer mit einem Berg von Zahlen und Faktenwissen zuschütten. Wer weiß schon, was 20 Milliarden Euro sind?! Am besten werden solche kaum vorstellbaren Größen auf ein Bild projiziert. Beispielsweise indem man sie mit den Kosten einer 2000 Kilometer langen Transrapidstrecke von Berlin nach Moskau vergleicht. Und was sich an Fakten dramaturgisch in der Rede nicht unterbringen lässt, können Sie am Ende auf Papier austeilen.

7 BITTE NICHT STÖREN

Bei frontalen Angriffen gilt: nicht darauf eingehen! Sachliche Einwände dagegen sollte man wenigstens würdigen und vermitteln, dass man sie zu einem späteren Zeitpunkt thematisiert. Auf Einwürfe und Fragen sollte man zudem auf keinen Fall aggressiv oder rechthaberisch reagieren. Das zeigt nur, dass man für die eigene Meinung schlechte Argumente hat. Außerdem zweifeln die Zuhörer schnell am Charakter des Redners. Auch Handyklingler oder Zuhörer, die den Saal verlassen, sollten Sie ignorieren. Wer seine Rede unterbricht, lenkt die Aufmerksamkeit auf den Störer.

8 BLOSS KEIN VORSPIEL

Die meisten Redner stellen zuerst sich selbst, dann das Thema vor. Oft folgt dann die obligatorische Powerpoint-Orgie mit Gliederungen und unzähligen Zahlen. Verzichten Sie auf umständliche Anmoderationen und Hinweise zum Verlauf des Referats. Besser: Steigen Sie direkt ein, am besten mit einer persönlichen Geschichte! UG



FOTOS: GETTY IMAGES/IMAGE BANK, CORBIS