

In der Kürze liegt die Würze

Kommunikation ist das Schlüsselwort für Erfolg. Ob in einer geselligen Runde oder an einem Podiumsgespräch – brillante Redner kennen die Tricks. Und Sie?

Britta Trachsler

Schon Goethe vertrat die These: „Redner sind Genies, die ihre Zuhörer durch ihre ehrliche Begeisterung und suggestive Kraft mitreißen.“ Dem antiken Rhetor ging es vor allem darum, die Gemüter zu bewegen. Die Rhetorik verdankte ihren ersten Aufschwung in der Antike der Demokratie. Dort, wo die Tyrannenherrschaft abgeschafft wurde, kamen Volksgerichte auf, bei denen Bürger ihre an der Macht beteiligten Mitbürger zu überzeugen hatten. Viele rhetorische Mittel, die der berühmteste römische Rhetoriklehrer Quintilian - etwa 35 bis um 100 nach Christus - systematisierte, kommen noch heute in Reden oder in der Werbung vor.

Die Wirkung des „Scheinzugeständnis“

Wie verhalten Sie sich zum Beispiel, wenn ein Publikum feindselig oder desinteressiert wirkt? Dann geben Sie sich bescheiden und gestehen kleine Schwächen ein. Wer am Anfang Kürze verspricht oder einen Scherz macht, gewinnt meistens die Sympathien der Zuhörenden. „Nur die tiefe Sorge hat mich dazu bewegt, das Wort zu ergreifen“, mit einem solchen Einstieg rüttelt man träge Gemüter wach. Was machen Sie, wenn Sie vor einem Publikum eine Rede halten müssen, das für den Gegner liebäugelt? Dann empfiehlt sich, das so genannte „Scheinzugeständnis“, das Sie aber sofort mit der „zwar – aber“ – Formel einschränken. Sympathiepunkte erhält oft der Rhetoriker, der die letzte Entscheidung über einen Streitpunkt scheinbar den Zuhörenden überlässt; diese fühlen sich dadurch in ihrem Bedürfnis nach Selbstständigkeit geschmeichelt. Umgekehrt zeigt der Redner, wie sicher er sich seiner Sache ist.

Kommunikation ist ein Schlüsselwort in Wirtschaft und Politik: Dialogbereitschaft gilt als grundlegende Führungsqualität. Die Gespräche haben in der Wirtschaft allerdings wenig mit den Konversationsidealen vergangener Zeiten gemeinsam - denn sie sind im Ton verbindlich und streng zielorientiert. Rollen, Themen und Dauer sind fixiert. In der heutigen schnelllebigen Zeit ist die Bereitschaft sich rasch auf neue Themen, Lösungen und Kommunikationsstile einzustellen unabdingbar.

Embryos vor der Kamera

Wie können Sie ihren Standpunkt wirkungsvoll vertreten? Die Anstifter zur französischen Revolution sprachen nicht von „Unterdrückern“, sondern von „despotischen Ungeheuern“, die ihre „Bajonette auf eure Kinder und Frauen richten.“ Besonders eindrücklich wirkt Beweismittel auf das Publikum: Abtreibungsgegner treten zum Beispiel mit abgetriebenen Embryos vor die Kamera. Weniger drastisch, aber auch effektiv ist, wenn Sie ein Beispiel angeben, damit erhält ihre These mehr Glaubwürdigkeit. Um einer Aussage mehr Gewicht zu geben, hat sich die rhetorische Figur der Wiederholung bewährt. Im Refrain wird ein Ausdruck oder ein ganzer Satz in Abständen wiederholt. Antonius in Shakespeares „Julius Cäsar“ führte dies folgendermassen aus: „Doch Brutus sagt, dass er voll Herrschsucht war, und Brutus ist ein ehrenwerter Mann.“ Dadurch entsteht ein ironischer Effekt; der Zuhörer genießt sein Vorwissen, wartet auf die Wiederkehr des Motivs und macht sich dadurch unbewusst zum Komplizen des Autors.

Der römische Rhetoriklehrer Quintilian warnte davor, Vorbilder zu kopieren: „Wo wären wir heute, wenn niemand mehr zustande gebracht hätte als seine Vorgänger!“ Demzufolge ist das Wichtigste die Originalität. Damit die Quintessenz der Rede bei den Zuhörenden nachklingt, gehört diese immer an den Schluss.