

Berliner Zeitung vom 18.01.2014

MAG

## "Der eine schwitzt, der andere schwätzt"

INTERVIEW: FRANZISKA WALSER

Ein bisschen einschüchternd ist es schon, eine Dame zu treffen, die einem als "Grande Dame der Rhetorik" vorgestellt wird. Man tritt also mit einem sorgsam ausformulierten Fragenkatalog zum Interview an. Gudrun Fey dagegen wirkt ganz entspannt. Reden ist schließlich ihr Geschäft. Sie wollte als junge Frau Schauspielerin werden. Dann hat sie doch Philosophie studiert und greift deshalb bis heute gerne auf antike Rednervorbilder wie Aristoteles und Platon zurück. Aber fangen wir erst mal mit einem sehr aktuellen Problem an: mit der sprachlichen Ödnis in Meetings.

In Umfragen sagen Manager, dass vier von fünf Vorträgen in ihrem Unternehmen langweilig sind. Das ist ja furchtbar!

Aber eine Tatsache. Weil diejenigen, die Präsentationen halten, meist nur ans Informieren denken. Dabei muss man seine Zuhörer auch unterhalten und begeistern.

Klingt eher nach einer Theatervorstellung als nach Arbeit ...

Hinter so einem Gedanken steckt ein falsches Bemühen um Seriosität. Und die typisch deutsche Angst, nicht ernst genommen zu werden. Wenn man zu einem amerikanischen Professor sagt, sie oder er sei nicht unterhaltsam, ist das die schlimmste Kritik. Wenn bei uns mal ein Professor so redet, dass man es versteht, heißt es gleich: Populärwissenschaftler!

Wir Deutschen sind dröge?

Absolut. Das liegt unter anderem an unserer Geschichte. Wir haben im Dritten Reich erlebt, wie Rhetorik verführen kann.

Das wirkt immer noch nach?

Ja, auch wenn sich die Meinung langsam ändert. Nach dem Zweiten Weltkrieg war die Rhetorik absolut unpopulär. Da wurden Redner, die versucht haben, Menschen mit solchen Mitteln zu überzeugen, kritisiert.

Und warum ändert sich das jetzt wieder?

Weil unsere Hörgewohnheiten nun mal nicht von der Geschichte geprägt sind, sondern universell. Wenn wir einem Sprecher länger zuhören, brauchen wir bestimmte Reize, damit die Konzentration nicht zu schnell nachlässt. Sprachliche Mittel wie Bilder, Fragen. Sonst schlafen die Leute ein.

Oder sie beginnen das auf Konferenzen beliebte "Bullshit-Bingo" zu spielen, bei dem man erwartbare Phrasen wie "Global Player" oder "Benchmark" auf einen Zettel schreibt und diese dann während der Rede abhakt, sobald sie gesagt werden.

Solche Phrasen sind eine Flucht ins Unkonkrete. Wer so etwas sagt, ist nicht gut vorbereitet.

Viele Ihrer Ratschläge gehen auf Vorbilder aus der Antike zurück. Hat sich seitdem nichts verändert?

Im Prinzip gelten immer noch die Regeln, die Cicero aufgestellt hat. Und die lauten: docere - belehren, movere - bewegen, mitreißen, und schließlich noch delectare - erfreuen, unterhalten. Diese drei Ziele sollte jede Rede enthalten. Allerdings mit unterschiedlicher Gewichtung, je nachdem, ob man einen Fachvortrag hält, eine politische Rede oder eine Ansprache zum Hochzeitstag.

Sie behaupten, es gebe keine langweiligen Themen. Wirklich?

Nicht, wenn man sein Thema von Anfang an passend formuliert. Zum Beispiel indem man den Zuhörern im Vortragstitel einen konkreten Nutzen verspricht. Oder das Thema konkretisiert. "Die Grundlagen des Denkmalschutzes" klingt langweiliger als "Grundlagen des Denkmalschutzes am Beispiel des Berliner Humboldtforums".

Wie schafft man es, seine Zuhörer von Anfang an zu fesseln?

Man muss sich als Erstes Gedanken über sein Publikum machen. Sind die Leute aus eigenem Interesse gekommen? Oder

besuchen sie zum Beispiel einen Pflichtvortrag zum Thema Brandschutz. Ist Zweiteres der Fall, muss man die Zuhörer abholen. Und ganz am Anfang einer Rede braucht man natürlich einen Ohrenöffner.

Was könnte das sein?

In den USA ist es fast schon Standard, eine Rede mit einer persönlichen Anekdote zu beginnen. Möglichst eine, in der man nicht als der glänzende Held dasteht. Etwa eine Situation, aus der man selbst etwas gelernt hat. Das nennt man Storytelling.

Und wie bereitet man sich auf so einen Vortrag vor?

Auf keinen Fall mehr Wissen anlesen! In den meisten Fällen weiß man genug von einem Thema für einen Vortrag. Man muss es nur gut strukturieren. Wichtig ist es auch, immer wieder zu üben, einen stringenten Vortrag aus einem Thema zu machen. Als würde man eine Schneise in einen Dschungel schlagen. Je öfter man durchgeht, desto eher findet man den Weg. Unser Denken ist wie ein Dschungel. Es finden viele Dinge nebeneinander statt. Aber zum Sprechen muss man sie in ein geordnetes Nacheinander bringen. Man kann ja nur ein Wort nach dem anderen sagen.

Sie empfehlen, auf Füllwörter wie "eigentlich" oder "irgendwie" zu verzichten. Gar nicht so einfach ...

Füllwörter schleichen sich dann ein, wenn man seine Formulierungen nicht sicher beherrscht. Mit solchen Wörtern verschafft man sich Zeit zum Nachdenken - das passiert unbewusst. Wenn Sie es sich bewusst machen wollen, bitten Sie einen Kollegen, Ihre "Eigentlichs" zu zählen und für jedes "Eigentlich" zahlen Sie dann einen Euro!

Ist ein zu perfekter Vortrag nicht langweilig?

Man sollte die Person schon noch erkennen können. Ein Dialekt zum Beispiel ist toll, weil er einzigartig ist. Oder auch ein kleiner Versprecher. Wir hören doch bei der Tagesschau nie genauer hin, als wenn der Sprecher aus dem Konzept kommt.

Aber was macht man, wenn man einen richtigen Blackout hat?

Man blickt zurück. So wie man es auch im Alltag ganz automatisch macht. Wenn Sie zum Beispiel von der Küche ins Wohnzimmer gehen, um die Zeitung zu holen. Und dazwischen denken Sie an etwas anderes und vergessen, warum Sie da hingegangen sind, dann gehen Sie einfach zurück in die Küche, und es fällt Ihnen wieder ein. So macht man es auch im Vortrag: Man kehrt zurück zu einem Gedanken, den man hatte und hangelt sich langsam wieder zu der Stelle, an der man den Aussetzer hatte.

Klingt überzeugend. Aber Sie haben ja auch ein Buch mit dem Titel "Überzeugen ohne Sachargumente" geschrieben. Meinen Sie das eigentlich ernst?

Natürlich! Oft passiert es, dass eine Rede ausplätschert, weil man die stärksten Argumente an den Anfang setzt und dann mit anderen Sachargumenten weitermacht, bis einem nichts mehr einfällt. Außerdem laden Sachargumente immer zu Gegenargumenten ein. Wenn Ihnen zum Beispiel ein Kollege das Du anbietet und Sie sagen: "Wir kennen uns noch nicht so lange", kann er sagen: "Ok, dann eben nächstes Jahr." Wenn Sie dagegen ein Gefühlsargument bringen und sagen: "Ich fühle mich mit dem Sie wohler", dann mag er zwar beleidigt sein. Aber er kann nichts dagegen sagen, weil es Ihr subjektives Gefühl ist.

Gefühlsargumente sind stärker als Fakten?

In gewisser Weise schon. Weil sie unangreifbar sind.

Und wie präsentiert man diese Argumente am besten?

Im Stehen. Obwohl das vielen Menschen unangenehm ist, weil man so eher den Blicken ausgesetzt ist. Aber wenn man sitzt und dann noch den Laptop vor dem Gesicht hat, verschwindet man als Person.

Beim Kanzlerduell standen beide Kandidaten - und danach redeten alle nur über Merkels Halskette.

Die Kleidung sollte im Idealfall nicht vom Inhalt ablenken. Das gilt für witzige Krawatten genauso wie für tiefe Ausschnitte.

Präsentationen scheinen immer wichtiger zu werden. Heute müssen Kinder schon ab der ersten Klasse kleine Vorträge halten ...

... und in einigen Bundesländern sind Präsentationen Teil des Abiturprogramms und zählen genau soviel wie die anderen Prüfungen. Dahinter steht die Erkenntnis, dass in Unternehmen heute wesentlich mehr in Teams gearbeitet wird. Man muss sich ständig gegenseitig auf den neusten Stand bringen. Da sind Vorträge unvermeidlich.

Präsentationen statt Informationsflut?

Das Thema Selbstmarketing wird auf jeden Fall immer wichtiger. Die Unternehmen haben inzwischen gemerkt, dass nicht unbedingt die Leute weiterkommen, die sehr fleißig sind, sondern jene, deren Leistung auffällt. Um es salopp zu sagen: Der

eine schwitzt, der andere schwätzt.

Das heißt, man muss die Fleißigen dazu bringen, dass sie mitschwätzen können?

Natürlich. Den Lauten kann man es nicht abgewöhnen. Aber man kann die anderen nachrüsten.

Und was ist mit den hoffnungslosen Fällen?

Die gibt es nicht. Wenn jemand am Küchentisch reden und überzeugen kann, kann er das auch vor Publikum. Es ist nur eine andere Situation.

Gudrun Fey gilt als eine der Pionierinnen der deutschen Rhetorikbranche. Sie hat seit 1974 über 30 000 Menschen in Sachen Präsentation geschult und Ratgeber wie "Überzeugen ohne Sachargumente" veröffentlicht. Eines ihrer Spezialgebiete ist Training bei Lampenfieber. Mit ihrem Unternehmen "Study & Train" bietet sie Seminare und Coaching für Firmen und Politiker an.


*Franziska Walser*

<b>Quelle:</b>	Berliner Zeitung vom 18.01.2014
<b>Rubrik:</b>	MAG
<b>Dokumentnummer:</b>	MDS-A-849D3109-16E7-462B-8025-A8B98E2E7BD5

**Dauerhafte Adresse des Dokuments:**

[https://www.genios.de/document/BEZE\\_\\_MDS-A-849D3109-16E7-462B-8025-A8B98E2E7BD5](https://www.genios.de/document/BEZE__MDS-A-849D3109-16E7-462B-8025-A8B98E2E7BD5)

Alle Rechte vorbehalten: (c) Berliner Verlag GmbH & Co. KG

 © GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH