



REDEN HALTEN – ABER WIE?

Günter Lehmann

Downloadmaterial

ISBN 978-3-8252-6146-7 | eISBN 978-3-8385-6146-2
© Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG

Checkliste zum Rede-Einstieg

| | |
|-----|---|
| 1. | Machen Sie dem Publikum ein Kompliment! |
| 2. | Beginnen Sie situationsbezogen! |
| 3. | Beginnen Sie problemorientiert! |
| 4. | Überraschen Sie mit einer Zuspitzung! |
| 5. | Starten Sie mit einem passenden Zitat oder Gag! |
| 6. | Setzen Sie aktuelle Daten und Fakten an den Anfang! |
| 7. | Leiten Sie mit Ton- bzw. Bilddokument oder Anschauungsobjekt ein! |
| 8. | Bedienen Sie sich aus der Geschichte (Chroniken, Kalendarien)! |
| 9. | Versuchen Sie den Einstieg mit Humor! |
| 10. | Führen Sie mit einer Analogie zum Thema! |
| 11. | Beginnen Sie mit einer Anekdote! |
| 12. | Benutzen Sie einen Dialog als Aufhänger! |
| 13. | Erläutern Sie einen Begriff oder eine Zahl! |
| 14. | Nehmen Sie den Neuen gleich zu Anfang den Schrecken! |
| 15. | Knüpfen Sie an den Vorredner an! |
| 16. | „Wussten Sie schon ...?“ |
| 17. | Stellen Sie eine rhetorische Frage! |
| 18. | Beginnen Sie mit einer Behauptung! |
| 19. | Reagieren Sie spontan! |

| Richtigkeit | Bedeutsamkeit |
|----------------|--|
| Fakten | Was das Interesse des Publikums trifft. |
| Daten | Was dem Partner entgegenkommt. |
| Statistik | Was den Zielen des Publikums entspricht. |
| Zitate | Was dem Image, den Werten des Publikums zusagt. |
| Varianten | Was dem Publikum Wahlfreiheit ermöglicht. |
| Erfahrungen | Was an die Erfahrungen des Publikums anknüpft. |
| Praxishinweise | Was dem Publikum bei der Lösung seiner Probleme hilft. |

Faktoren für die Überzeugungskraft eines Arguments

| Zielgruppe | Ziel der Rede | Aussagen von Bedeutung |
|------------------------------|---|--|
| Eigentümer (Verkauf) | Überzeugen von der Angemessenheit des Verkaufspreises | Preis bestimmenden Eigenschaften: Lage, Miete, Restnutzungsdauer, Bauschäden |
| Banker (Finanzierung) | Entscheiden für Finanzierungsempfehlung oder Finanzierungsablehnung | Risikofaktoren: Vermietungsstand, Miete, Bewirtschaftungskosten, Restnutzungsdauer, Liegenschaftszinssatz, Drittverwendungsfähigkeit |
| Erwerber (Kauf) | Überzeugen von der Wirtschaftlichkeit der Investition | Wirtschaftlichkeitsfaktoren: Roh- und Reinertragsvervielfältiger (Rohertrag bzw. Reinertrag/ Kaufpreis) Sanierungskosten/Kaufpreis |
| Mieter (Nutzen) | Überzeugen von der Angemessenheit der Miete | Nutzwert bestimmende Eigenschaften: Lage, Miete im Vergleich, Ausstattung Bauzustand, Flexibilität |

Aussagen von Bedeutung für unterschiedliche Zielgruppen – Wertermittlung

| Zielgruppe | Ziel der Rede | Aussagen von Bedeutung |
|------------------|--|---|
| Bauherr | Informieren über einen Anspruch auf Kürzung des Honorars gegenüber dem Planer | Konstruktionsgestaltung und Baustoffwahl in Bezug auf Beanspruchung, Abweichung von den anerkannten Regeln der Technik, Nutzungsausfall oder -einschränkung |
| Bauträger | Informieren über einen Anspruch auf Minderung des Werklohns gegenüber dem Ausführenden | Abweichungen vom geschuldeten Erfolg gemäß Vertrag, Abweichung von den anerkannten Regeln der Technik, Instandsetzungstechnologie und Kosten |
| Mieter | Informieren über einen Anspruch auf Minderung der Miete | Prozess und Einfluss der Beteiligten auf die Entstehung des Schadens, Zeitlicher und finanzieller Beseitigungsaufwand |
| Gericht | Überzeugen von den Ursachen, dem Verursacher und den Beseitigungskosten des Schadens | Schadensbild, Prozess und Einfluss der Beteiligten auf die Schadensentstehung, Vor- und Nachteile von Instandsetzungsvarianten |

Aussagen von Bedeutung für unterschiedliche Zielgruppen – Bauschadensfeststellung

Günter Lehmann: Reden halten – aber wie?

ISBN 978-3-8252-6146-7 | eISBN 978-3-8385-6146-2

© Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG

| Publikums- typ | Kennzeichnung | Kommunikationsstrategie |
|--------------------------------|---|---|
| Offen oder aktiv unfreundlich | Ablehnung des Standpunktes, offene Bekämpfung | Vorsichtig positive Beziehung aufbauen: Übereinstimmungsbereiche, andere Standpunkte |
| Unfreundlich | Ablehnung des Standpunktes, keine Gegenmaßnahmen | Faire und logische Argumentation, Behauptungen beweisen, begrenzte Zustimmung |
| Neutral | Verstehen des Standpunktes, durch Thema nicht betroffen | Beziehung zu Interessen der Hörer herstellen, Verbesserung und Verluste veranschaulichen, Beispiele einsetzen |
| Unentschlossen | Verstehen des Standpunktes, Interesse am Thema, kein Entscheidungszwang | Argumentation für ein rasches Handeln, Beispiele und Expertenmeinung, Schlussfolgerungen zuspitzen |
| Uninformiert | keine Meinung zum Standpunkt, da Fakten unbekannt | Fakten zum eigenen Standpunkt darstellen, klarer Aufbau, Wechsel der Formen |
| Unterstützend | Zustimmung zum Standpunkt, keine aktive Unterstützung | Wecken von Begeisterung und Aktivität, positive Ergebnisse und Handlungsziele formulieren |
| Offen oder aktiv unterstützend | Zustimmung zum Standpunkt, aktive Unterstützung | Aktivität erhalten, Erfolge und ungelöste Aufgaben nennen, neue Ziele definieren |

Publikumstyp – Kommunikationsstrategie

| Ansprechpartner | Unterstützungspotential | Aussagen von besonderer Bedeutung |
|------------------------|--------------------------------------|--|
| Veranlasser | Anstoß für Veränderungen geben | Veränderung ist notwendig, Problem ist klar gekennzeichnet, Umsetzungsidee setzt an der Ursache an, ist schlüssig und effektiv. |
| Fachkompetenter | Empfehlung an Entscheider geben | Umsetzungsidee ist fachlich korrekt, die Wechselwirkung mit anderen Problemen bzw. Themen ist erkennbar, kritische Details bei der Umsetzung sind beachtet. |
| Beeinflusser | Einfluss auf Entscheider nehmen | Imagegewinn ist erkennbar, Erfolg ist messbar, Vorschlag ist realisierbar und ökonomisch zu vertreten, Interessen der Beeinflusser sind berücksichtigt. |
| Entscheider | Entscheiden über Umsetzungsvorschlag | Vorschlag passt in die Strategie, Kosten/Nutzenverhältnis ist positiv, Umsetzungszeit ist vertretbar, Risiko beherrschbar (Exit-Strategie), kein Verlust an Popularität zu erwarten. |
| Nutzer | Realisieren des Umsetzungsvorschlags | Zustimmung durch die Leitung liegt vor, Inhalt und Aufwand der Veränderung sind erkennbar, Vorteile überwiegen, persönliche Auswirkungen sind erkennbar. |

Checkliste für die gezielte Ansprache einzelner Zielgruppen in der Organisation

| Ergebnisorientierter Kurzvortrag – ergebnisorientiert |
|--|
| 1. Ausgangslage |
| Zu Beginn meiner Untersuchung sah die Situation wie folgt aus / bekam ich die Aufgabe gestellt |
| 2. Vorgehensweise |
| Daraufhin habe ich untersucht als Erstes als Zweites als Drittes |
| 3. Ergebnis |
| Das Ergebnis meiner Untersuchung ist |

Argumentationsfolge – ergebnisorientiert

| Kurzvortrag – dialektisch |
|--|
| 1. Behauptung |
| X stellt für einen Fall fest, dass |
| 2. Gegenbehauptung |
| Andererseits stellte Y für den gleichen Fall fest, dass |
| 3. Kompromiss |
| Ich mache folgenden Vorschlag für einen Kompromiss: |

Argumentationsfolge – dialektisch

| |
|---|
| Kurzvortrag – innovativ |
| 1. Behauptung |
| Wir stehen seit einem Jahr vor dem Problem, dass |
| 2. Traditionelle Lösung |
| Bisher wurde es wie folgt gelöst |
| 3. Neuer Lösungsvorschlag |
| Ich möchte Ihnen eine Idee für einen neuen Ansatz vorstellen |

Argumentationsfolge – innovativ

Checkliste zum Kurzvortrag

| Bausteine | | Hinweise |
|-----------|------------------------------------|--|
| (1) | Starten Sie mit Schwung! | siehe Hinweise zum Redeeinstieg |
| (2) | Begrüßen Sie Ihr Publikum! | Begrüßung nach dem Einstieg, weniger ist mehr! (Ehrengäste) |
| (3) | Geben Sie den Rahmen vor! | kurze Gliederung, zeitlicher Rahmen |
| (4) | Stellen Sie sich vor! | Wer sind Sie, welche Kompetenzen haben Sie? Dank für Einladung |
| (5) | Schildern Sie die Fakten! | Ist-Zustand, Ausgangslage, Begriffserklärung |
| (6) | Zeigen Sie Konsequenzen auf! | negative Folgen, Schlussfolgerungen |
| (7) | Bieten Sie Scheinalternative(n) an | halbherzigen Lösungsvorschlag/gegnerischen Standpunkt |
| (8) | Präsentieren Sie die echte Lösung! | überzeugende Lösung/eigener Standpunkt |
| (9) | Formulieren Sie den Zielsatz! | Motto/Botschaft/Nutzen |
| (10) | Finden Sie einen guten Abschluss! | siehe Hinweise zum Redeschluss |

Bausteine für den Kurzvortrag

| |
|------------------------------|
| Redeziel: Thema: |
| Ort: Zeit: |
| Kernaussage 1: |
| Kernaussage 2: |
| Kernaussage 3: |
| Kernaussage 4: |
| Kernaussage 5: |

Muster einer Leitkarte

| | |
|---|--|
| Redeziel: Thema: | |
| Kernaussage 1: Zeit: | |
| Belege/Beweise/Begründungen | |
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |
| 5. | |

Muster einer Kernkarte

| | |
|---|-------------------------------------|
| Redeziel: Thema: | |
| Kernaussage 1: Zeit: | |
| Belege/Beweise/Begründungen | Mittel für Veranschaulichung |
| | Beispiele |
| | Erlebnisse/Ereignisse |
| | Bilder |
| | Modelle |
| | Gegenstände |

Muster einer Kernkarte mit Veranschaulichungsbeispielen

| Stufe | Jurist | Pädagoge | Mediziner | Theologe |
|--------------|---|--|---|--|
| 1 | <i>Sachverhalt</i> (bedeutsame Tatbestandsmerkmale) | <i>Vorbereitung der Hörer</i> (Einstimmung, Hinführung) | <i>Anamnese</i> (Aufnahme der Symptome) | <i>Narratio</i> (Schilderung des Sachverhaltes) |
| 2 | <i>Problematisierung</i> (relevante Fragen) | <i>Klarheit</i> (Darbietung der Sache) | <i>Ätiologie</i> (Fragen nach den Ursachen der Symptome) | <i>Argumentatio</i> (argumentative Folgerungen aus dem Sachverhalt) |
| 3 | <i>Lösung</i> (klare Unterscheidung zwischen Haupt- und hypothetischen Lösungen) | <i>Assoziation</i> (Vergleichen, Verknüpfen) | <i>Diagnose</i> (Benennen der Sachverhalte) | <i>Refutation</i> (Zurückweisung möglicher Einwände) |
| 4 | <i>dogmatische Absicherung</i> (Grundsatzentscheidungen, Präzedenzfälle usw.) | <i>System</i> (Verallgemeinern, Einordnen) | <i>Therapie</i> (Behandlung) | <i>Conclusio</i> (Zusammenfassung, Schlussfolgerungen) |
| 5 | <i>Folgerungen für ähnliche Sachverhalte oder eigene Maßnahmen</i> | <i>Methode</i> (Anwendung auf andere Fälle) | <i>Prognose</i> (Voraussage der Entwicklung) | <i>Epilogos</i> (Anwendung auf den Lebensbereich des Hörers) |

Der Fünfsatz im Vortragsverfahren verschiedener Berufsgruppen (FREY, 1996, S. 60 f.)

Dreisatz – Statement zu Lösungsvorschlägen

Tendenz: rückblickend, maßnahmenorientiert

1. Aufgabe/Auftrag/Problemstellung

Unser Auftrag lautete ... / Am Anfang standen wir vor der komplizierten Frage ...

.....
.....
.....

2. Lösungsidee/Konzeption

Ich schlage deshalb vor ...

.....
.....
.....

3. Im Detail/Welche Maßnahmen?

Dazu sind folgende Maßnahmen erforderlich ... / Konkret heißt das ...

.....
.....
.....

Andere Variante:

1. Worin bestand unser Auftrag?
2. Was haben wir vorgefunden? Was galt es zu bedenken?
Welche Lösungsschritte wurden bisher gegangen?
3. Welche Vorschläge haben wir entwickelt?

Schema Dreisatz – Lösungsvorschlag, maßnahmenorientiert

Dreisatz – Statement zu Lösungsvorschlägen

Tendenz: vorrausschauend, zukunftsorientiert

1. Ist-Zustand

die gegenwärtige Lage ist dadurch gekennzeichnet, dass ... / Das Problem ist ...

.....
.....
.....

2. Soll-Zustand

So sollte / könnte es sein: ... / Werfen Sie einen Blick in die Zukunft ...

.....
.....
.....

3. Wie erreichbar

Wie kommen wir dorthin) Ich empfehle / schlage vor / beantrage deshalb ...

.....
.....
.....

Andere Möglichkeiten:

Variante 1:

1. Wo wollen wir hin?
2. Wo sind wir heute?
3. Wie kommen wir zum Ziel

Variante 2:

1. Welche Vision verfolgen wir?
2. Ist das Ziel realistisch?
3. Wie kommen wir dahin?

Schema Dreisatz – Lösungsvorschlag zukunftsorientiert

Dreisatz – Statement zu Lösungsvorschlägen

Tendenz: situativ, innovativ

1. Allgemein gilt (Grundsätze/Vorurteile/Regeln/Weisheiten)

Wir alle kennen das Sprichwort / Über viele Jahre galt der Grundsatz / Eine alte Erfahrung lautet ...

.....
.....
.....

2. Aber die neue/besondere Situation erfordert

In unserem Fall ist es anders. Warum? Weil ...

erstens

.....

zweitens

.....

drittens

.....

viertens

3. Daraus folgt (Lösungsvorschlag)

Deshalb sollten wir / schlage ich vor ...

.....
.....
.....

Schema Dreisatz – Lösungsvorschlag innovativ

Viersatz – Statement zu Lösungsvorschlägen

Tendenz: abwägend, gewichtend

1. Problemstellung

Tatsache ist ... / Unser Problem ist ... / Die Aufgabe lautet ...

.....

.....

.....

2. Verschiedene Lösungsmöglichkeiten

Das Problem könnte folgendermaßen gelöst werden / Folgende Lösungsvorschläge wurden unterbreitet ...

.....

.....

.....

3. Beste Lösung

Eine Lösung ist besonders interessant / vernünftig / gut umsetzbar. Welche? Warum?

.....

.....

.....

4. Was tun? (Weg zur besten Lösung)

Wie kommen wir am schnellsten dorthin? / Was müssen wir tun?

.....

.....

.....

Viersatz - Lösungsvorschlag abwägen

Schemata zur Rede „Überzeugung/Motivation“

| Viersatz – Überzeugungsrede |
|--|
| Tendenz: fordernd |
| 1. Worum geht es? Heute stehen wir vor großen Herausforderungen |
| 2. Wie war es? Wie ist es? Wie wird es sein? Ich erinnere mich noch gut Heute ist Morgen wird |
| 3. Was wird getan? Was könnte getan werden? Wir haben bereits Wir müssen noch |
| 4. Was bleibt noch zu tun? Was sollten wir tun? Deshalb schlage ich vor: |

Viersatz – Überzeugung fordernd

Fünfsatz – Überzeugungsrede

Tendenz: Einspruch erhebend

1. Einspruch

Was X sagt / vorschlägt, ist aus meiner Sicht problematisch.

.....

.....

2. Negative Konsequenzen

Der sicher gut gemeinte Vorschlag hat einen erheblichen Nachteil/mehrere Stolpersteine.

.....

.....

3. Alternativ-Vorschlag

Besser wäre

.....

.....

4. Positive Konsequenzen

Die Vorteile liegen auf der Hand:

.....

.....

5. Botschaft/Redeziel

Ich fordere/beantrage deshalb ... / Wir müssen deshalb dafür sorgen, dass ... /
Unser wichtigstes Ziel muss sein ...

.....

.....

Fünfsatz – Überzeugungsrede Einspruch

Fünfsatz – Überzeugungsrede

Tendenz: dialektisch

1. Allgemein gilt (Grundsätze/Vorurteile/Regeln/Weisheiten)

Ich stimme – wie Sie – dem Grundsatz zu, dass

.....
.....

2. Behauptung (eines anderen)

Andere stellen dazu fest / X behauptet, das gelte auch/nur für

.....
.....

3. Gegenbehauptung

Dem lässt sich entgegenhalten

.....
.....

4. Vergleich

Vergleichen wir beide Grundsätze/Positionen/Meinungen, so fällt auf

.....
.....

5. Vorschlag

Deshalb schlage ich vor

.....
.....

Fünfsatz – Überzeugungsrede dialektisch

Fünfsatz – Überzeugungsrede

Tendenz: motivierend

1. Was ist (das Problem/die Lage/der Missstand)?

Unser Problem besteht darin, dass ...

.....
.....

2. Warum ist das so?

Dafür gibt es folgende Gründe: Erstens

Zweitens

Drittens

Viertens

3. Wie sollte es sein?

Unser Ziel ist ...

.....
.....

4. Was müssen wir folglich tun?

Wie lässt sich das Ziel erreichen? Wir müssen ...

.....
.....

5. Packen wir es an!

Beginnen wir zügig damit! Tun wir es! Geben wir uns nicht länger mit kosmetischen Operationen/Halbherzigkeiten ab!

.....
.....

Fünfsatz – Überzeugungsrede motivierend

Schemata zum Fachvortrag

| |
|---|
| Dreisatz – Fachvortrag |
| Tendenz: ergebnisorientiert |
| 1. Ausgangslage Vor einem Jahr sah die Situation wie folgt aus / hatten wir zu untersuchen |
| 2. Vorgehensweise Wir haben daraufhin / als Erstes als Zweites als Drittes als Viertes |
| 3. Ergebnis Das Ergebnis war ... / Die Ergebnisse haben uns alle überrascht. |

Dreisatz – Fachvortrag ergebnisorientiert

Dreisatz – Fachvortrag

Tendenz: rückblickend, bilanzierend

1. Wie war es früher? (Problem)

Als ich mein Amt antrat / Vor einem Jahr / hatten wir mit ... zu kämpfen.

.....
.....

2. Wie ist es heute? (gelöst)

Und wie sehen wir heute das? ...

.....
.....

3. Wie haben wir das erreicht?

Als Erstes haben wir ...

.....
.....

Als Zweites haben wir ...

.....
.....

Als Drittes haben wir ...

.....
.....

Und schließlich haben wir als Viertes ...

.....
.....

Dreisatz – Fachvortrag bilanzierend

Dreisatz – Fachvortrag

Tendenz: dialektisch

1. Behauptung

Einerseits gilt/haben wir festgestellt ... / X behauptet, dass ...

.....

.....

.....

.....

.....

2. Gegenbehauptung

Andererseits gilt/haben wir festgestellt ... / Y hat aber bewiesen, dass ...

.....

.....

.....

.....

.....

3. Kompromiss

Gibt es einen dritten Weg? ... / Ich mache folgenden Vorschlag für einen Kompromiss: ...

.....

.....

.....

.....

.....

Dreisatz – Fachvortrag dialektisch

Dreisatz – Fachvortrag

Tendenz: innovativ

1. Behauptung

Wir stehen heute / seit vielen Jahren vor dem Problem ...

.....

.....

.....

.....

.....

2. Traditionelle Lösung

Bisher wurde es wie folgt gelöst / zu lösen versucht ...

.....

.....

.....

.....

3. Neuer Lösungsvorschlag

Wir sollten einen anderen Ansatz wählen. / Weit besser wäre ...

.....

.....

.....

.....

.....

Dreisatz – Fachvortrag innovativ

Checkliste zum Redeschluss

| | |
|-----|---|
| 1. | Knüpfen Sie an den Anfang an! |
| 2. | Nehmen Sie eine Zusammenfassung vor! |
| 3. | Ziehen Sie Konsequenzen! |
| 4. | Stellen Sie den Nutzen dar! |
| 5. | Appellieren Sie an die Zuhörer! |
| 6. | Fordern Sie Taten! |
| 7. | Erheitern Sie! |
| 8. | Versetzen Sie in Erstaunen! |
| 9. | Stellen Sie Vergleiche an! |
| 10. | Setzen Sie Zitate ein! |
| 11. | Bringen Sie einen Toast aus! |
| 12. | Erzählen Sie eine Episode! |
| 13. | Schließen Sie mit Humor ab! |
| | |
| | Eine gute Rede ist wie eine erfolgreiche Raumfahrt. Es geht hier wie dort <ul style="list-style-type: none">- um einen gelungenen Start,- die erfolgreiche Durchführung der Mission und- eine sichere Landung. |