

VERA F. BIRKENBIHL

RHETORIK

**REDETRAINING FÜR
JEDEN ANLASS**

Besser reden, verhandeln, diskutieren

mvgverlag 

© 2018 des Titels »Rhetorik« von Vera F. Birkenbihl (ISBN 978-3-86882-943-3) by mvg Verlag,
Münchner Verlagsgruppe GmbH, München. Nähere Informationen unter: www.m-vg.de

Vorwort zur Ariston-Ausgabe

Der Kassettenkurs bietet ein komplettes Rhetorik-Seminar, bei dem die Zuhörer/innen quasi teilnehmen können, sogar unterwegs (z.B. beim Joggen).

Es freut mich sehr, daß dieses Buch mit der Neuauflage zu ARISTON »kommt«, einem Verlag, der auch den Zuschlag für die Neu-Auflage meines inzwischen »klassischen« Rhetorik-Kassettenkurses erhielt. Das vorliegende Buch entstand **einige Jahre später**, erstens, weil einige Hörer/innen gern die wichtigsten Schlüsselgedanken nachlesen wollten, zweitens, weil manche Leute lieber lesen als hören, und drittens, weil inzwischen einige interessante Fragen aufgetaucht waren, die ich gerne beantworten wollte. Die Tatsache, daß der Kurs mit der Neuerscheinung bei Ariston in die 13. Auflage und das Buch in die 6. Auflage gehen, zeigt wieder einmal, wie sehr die Mundwerbung der Hörer/innen und Leser/innen »gewirkt« hat, denn die ursprünglichen Verlage machten für **beide** Produkte so gut wie keine Werbung. Ich danke allen, die »es« weitersagen.

Wer andere meiner Bücher (oder Kassetten) kennt, weiß, daß es zwischen ihnen **wenige** inhaltliche Überschneidungen gibt. Das vorliegende Buch jedoch ist das **erste**, in dem ein Thema publiziert wurde, das sich in den letzten Jahren zu einem Haupt-Schwerpunkt mit inzwischen **drei** (!) eigenständigen Büchern gemauert hat (**ANALOGRAFFITI**). Auf den Seiten 150ff. finden Sie meine allererste kurze Hinführung zu dieser **Denk-Technik** (die bis zur 5. Auflage noch *Analografie* hieß). Außerdem war dies das **erste** Buch, in dem diese besonderen Wortbilder (sog. KaWa.s[©]) sich durch das ganze Buch »hinziehen« (z.B. auf den Seiten 154, 155, 159). Vor kurzem erschien das neue Haupt-Werk (**Das große Analograffiti-Buch**) mit vielen farbigen Beispielen. Im vorliegenden Rhetorik-Buch finden Sie die Denk-Technik, damit Sie Ihre rhetorischen Aufgaben (von einem schwierigen Gespräch über eine

Außerdem erschienen bis Sommer 2002 zwei weitere Teilthemen, nämlich:

- **ABC-Kreativ®** – **Techniken zur kreativen Problemlösung** (hier geht es um eine ganz andere Art, schwierige Probleme anzugehen, die überdies auch noch Spaß macht), sowie
- **Das innere Archiv®** (hier geht es um das Begreifen und Speichern von Ideen, um später kreativ mit ihnen arbeiten zu können).

PINKER, Steven:
Wie das Denken im Kopf entsteht

Verhandlung bis zu einer »echten« Rede) **besser vorbereiten** können, aber es handelt sich genau genommen um eine Denk-Technik, die Ihnen ganz allgemein hervorragende Dienste leisten kann.

Damit sind wir bei einem zentralen Anliegen dieses Buches (und des gleichnamigen Kassetten-Kurses): Sogenannte rhetorische Probleme sind oft eigentlich denkerische Schwierigkeiten (von mangelnder Kenntnis bis unzureichender Vorbereitung). Wenn Sie erst einmal beginnen, systematisch an Situationen zu arbeiten, in denen Sie besser »reden« (oder kommunizieren) möchten, und feststellen, wie **faszinierend es ist, sich schrittweise zu verbessern** (vgl. »Steine im Fluß« S. 78, so bereite ich selbst jedes neue Referat vor!), dann wird es Ihnen viel **Freude bereiten**, denn unser Geist ist auf Evolution angelegt. So wie ein Baum nie aufhört zu wachsen, so sollte auch unser Verstand, unser Wissen und unser gesamtes Denken sich auf eine lebenslange Entwicklung einlassen – es macht einfach viel mehr Spaß!

Dieses Vorgehen bringt uns übrigens auf den Weg zur **Genialität** – egal, auf welchem Gebiet Sie systematisch weitermachen. Nun denken Sie vielleicht: *Genial? Ich doch nicht?!* Nun, die meisten Menschen nehmen an, Genies seien außergewöhnliche Leute, denen wir niemals das Wasser reichen könnten. Ähnlich halten wir **besonders kompetente Menschen** für **Beinahe-Genies**, damit landen auch sie in der Kategorie »genial«. Aber damit tun wir uns keinen Gefallen.

Wie Steven PINKER feststellt:

(Diese) Vorstellung entsprang vor zweihundert Jahren ... (Deshalb bekommen) Kreativitätsberater viel Geld von Unternehmen für die Durchführung von Workshops, die ... aus jedem Manager einen Edison machen (sollen) ... Tatsache aber ist: Historiker haben (die) Tagebücher, Notizen, Manuskripte und Briefe besonders kreativer Autoren, Künstler und Wissenschaftler durchforstet und nach Anzeichen für den übersensiblen Seher gesucht, der in regelmäßigen Abständen von Blitzen aus dem Reich des Unbewußten erleuchtet wird. Doch ... sie haben nur herausgefunden

den ...: Genies sind fleißige Menschen. **Das typische Genie bezahlt mindestens zehn Jahre Lehrgeld**, bevor es etwas leistet, das bleibenden Wert hat. Während ihrer Lehrjahre vertiefen sich Genies in ihr Fach. (...) **Das Genie TRAINIERT mehr** und hat daher ein **weit besseres REPERTOIRE** aufgebaut.

Mozart komponierte schon mit acht Jahren Sinfonien, aber sie waren nicht sehr gut; sein erstes Meisterwerk vollbrachte er im zwölften Jahr seiner Karriere.
(PINKER)

Das ist der Schlüssel: Beginnen Sie Ihr eigenes Repertoire auszubauen, indem Sie erste »Steine im Fluß« kreieren und polieren, denen Sie im Lauf der Zeit weitere hinzufügen, und so werden Sie eines Tages »trockenen Fußes« über das Wasser »gehen« können. Das Wasser symbolisiert fließendes Denken (ohne Vorbereitung), die Steine sind kleine rhetorische Module, gut durchdacht und trainiert. Auf diese kann man sich in Not-Zeiten »retten«, außerdem kann man längere Aussagen (Reden) als Ansammlung solcher Module sehen. So erzeugt man bereits im Vorfeld Sicherheit und ... aber lesen Sie selbst; all das steht in dem Buch, das Sie gerade in den Händen halten. Es beschreibt MEINEN Weg, aber er kann auch der Ihre werden!

Mit besten Wünschen,
Vera F. Birkenbihl, 2002

www.birkenbihl.de

PS zur 12. Auflage: Inzwischen sind das Kartenset *Rhetorik. 50 Übungskarten für erfolgreiche Redekunst* und die Hosentäschchenbüchlein *Fremdsprachen lernen mit der Birkenbihl-Methode für Schüler, Eltern-Nachhilfe, Rhetorik kompakt und Prüfungen bestehen* erschienen.

v. f. b.

Was dieses Buch Ihnen »bringt«

Tips Ideen

Dieses Buch bietet Ihnen eine Reihe von Tips und Ideen, die meinen Seminarteilnehmer/innen immer besonders weitergeholfen haben. So gesehen enthält es »**Seminarinhalte**«. Andererseits ist jedoch ein gutes Seminar (oder ein Vortrag, ein Artikel oder ein Buch) immer auch vergleichbar mit einem »**Super-Markt**« (im amerikanischen Wortsinn: ein »super« Markt!). Sie »schlendern« durch den »Laden«, Sie sichten, was Ihnen alles angeboten wird, und Sie entscheiden, was für Sie persönlich besonders wichtig ist.

Materialien

Um dem Text das Meistmögliche zu »entnehmen«, möchte ich Ihnen vorschlagen, bereitzulegen:

1. **Schreibzeug** für Notizen sowie
2. farbige **Filzmarker** in verschiedenen Farben und
3. **Büroklammern**.

Immer wenn Sie auf einen Gedanken stoßen, den Sie später mit Sicherheit wieder aufgreifen wollen, markieren Sie den Text und befestigen oben an der Seite eine Büroklammer. So können Sie Ihren »Rundgang« durch den »Super-Markt« in aller Ruhe beenden, ehe Sie die Produkte, die Sie »kaufen« wollen, nach Hause tragen.

Wenn Sie nicht nur »passiv« lesen, sondern auch **aktiv** mitarbeiten wollen, benötigen Sie noch zwei Dinge:

- | | |
|----------------|---|
| Kassettengerät | 1. ein Kassettengerät, mit dem Sie Ihre Stimme aufzeichnen können. Im Zweifelsfall reicht ein Billigst-Gerät aus dem Kaufhaus, Sie brauchen keine Hi-Fi-Qualität! |
| Timer | 2. einen Timer (bzw. eine Stopuhr), wobei inzwischen viele Armbanduhren oder Computer-Notebooks diese Funktion integriert haben. |

Der Aufbau dieses Buches ist modular!

Dieses Buch beantwortet eine Reihe häufiger Fragen meiner Seminarteilnehmer/innen und meiner Kund/innen, die das Rhetorik-Kassetten-Set¹ gehört hatten. Es enthält

1. einige Schlüsselgedanken aus diesem Kurs – für alle, die gern (zusätzlich) lesen und »anmalen« wollen
2. viele über die Kassetten hinausgehende Informationen.

Somit ergänzen sich Buch und Kassetten, wiewohl man mit jedem allein gut arbeiten kann. Wer z.B. keine didaktischen Hörspiele mag, braucht das Kassetten-Set nicht ...

Weil aber das Buch **viele Einzelfragen** aufgreift, ist es **modular** aufgebaut:

- | | |
|-------------------------|---|
| Teil I
Informationen | * Teil I enthält die Antworten (Stichworte sind alphabetisch sortiert). Sie können vorn beginnen und alles lesen, aber Sie können auch gezielt diejenigen Textstellen herausuchen, die Sie (derzeit) besonders interessieren. |
| Teil II
Training | * Teil II faßt spezielle Trainingsaufgaben zusammen, die Ihnen helfen, sich schrittweise zu verbessern. Suchen Sie sich diejenigen Aufgaben heraus, die Ihnen am meisten »bringen«, und stellen Sie damit Ihr individuelles Trainingsprogramm zusammen. Manche Übungen können Sie allein absolvieren, bei anderen brauchen Sie eine Gruppe. |

1 s. Literaturverzeichnis ab S. 180.

Wenn Sie Menschen kennen, die sich ebenfalls rhetorisch verbessern wollen, dann arbeiten Sie gemeinsam (vielleicht einmal pro Woche oder Monat, je nachdem, wie wichtig Ihnen dieses Vorhaben ist). Sie benötigen keine/n »Trainer/in«, Sie brauchen die Übungsanweisungen nur aktiv umzusetzen ...

**Teil III
Gliederung**

**Neu:
Analograffiti®**

- * Teil III gibt Ihnen einige enorm hilfreiche Möglichkeiten, eine Rede zu gliedern. Wenn Sie Ihre Rhetorik vor allem für normale Gespräche (Konferenzen) verbessern wollen, ist in diesem Teil vor allem der Abschnitt »Analograffiti®« (S. 150 ff.) von Interesse, denn hier geht es um die Entwicklung von Gedankengängen (nicht nur für eine Rede!). Wollen Sie hingegen jetzt (oder später) echte »Reden« halten, dann können alle Gliederungs-Informationen für Sie als »Wegweiser« dienen.

Anhang

- * Im Anhang finden Sie sowohl eine Beispiel-Rede als auch das Literatur- und Stichwortverzeichnis. Letzteres ist besonders hilfreich, wenn Sie unter dem Stichwort, das Sie interessiert, im alphabetischen Teil nichts finden. Suchen Sie hier verschiedene verwandte oder ähnliche Begriffe; so können Sie oft doch fündig werden.

Wie gut/schlecht sind Sie derzeit (rhetorisch)?

**Meeting
Mini-Rede**

Es ist uns vielleicht nicht (immer) klar, inwieweit unser Glaube unsere Wirklichkeit schafft. Menschen, die Angst haben, werden weit mehr »angstauslösende Details« erleben als solche, die sich sicherer fühlen. Angenommen, Sie sind in einem Meeting und wollen »das Wort ergreifen« (also eine Mini-Rede, und sei sie noch so kurz, halten) – stellen Sie sich vor, daß gerade in diesem Augenblick der Kaffee ausgeht. Diese »Störung« wirkt auf jemanden, der nervös ist, ganz anders als auf jemanden, der sich wohl/er fühlt. Deshalb zeigen Ihnen einige Textabschnitte (vgl. *Selbstwertgefühl* (SWG), S. 70), wie Sie Ihre Selbstsicherheit erhöhen können.

Selbstwertgefühl

In diesem Zusammenhang möchte ich Ihnen eine kleine Story (vgl. auch Abschnitte *Stories* und *Zitate*, S. 86 und 114) aus dem alten China erzählen.

China

Im alten China mußten Leute, die in den Staatsdienst wollten, Prüfungen machen. Diese Prüfungen waren viel gehirngerechter als unsere heutigen Eintrittsexamen für eine Beamtenlaufbahn. Jemand, der beispielsweise Ingenieur im Staatsdienst werden wollte, mußte auch in Poesie, Kunst, Malerei und Kalligraphie gute Noten haben (nicht nur im Ingenieurwesen!). Das war für einen »mathematisch gelagerten« Typen vielleicht ein bißchen schwierig, auch in den Bereichen gute Noten zu haben, die nicht zu seinem angestrebten Spezialgebiet gehörten.

Hilf mir!

So ein Betroffener steht vor einer wichtigen Prüfung und geht in den Tempel, um zu beten. Er kniet nieder vor der Statue des »roten Richters«, einer Götterfigur mit einem Pinsel in der Hand, welcher Erfolg in Kalligraphie, Poesie und Dichtkunst symbolisiert.

Zu diesem roten Richter betet unser Kandidat jetzt und sagt: »Ich bin ganz verzweifelt, morgen beginnen die Prüfungen, die über drei Monate laufen werden. Kannst du mir helfen?«

Auf einmal kommt die Statue zum Leben. Der rote Richter beugt sich herunter und sagt mit donnernder Stimme: »Hier, nimm meinen Pinsel! Einen Monat nach Abschluß der Prüfungen bringst du ihn mir wieder!«

Überrauscht eilt der Prüfling von dannen. Und er besteht alle Prüfungen summa cum laude. Er wird sogar ein geachteter Poet durch die Gedichte, die er in diesen Prüfungswochen schreibt. Er hat begonnen, außerhalb der Prüfungsaufgaben Gedichte und kurze Texte zu schreiben ... Aber nun geht diese Zeit zu Ende, denn der rote Richter hatte ja

gesagt, daß er diesen »magischen« Pinsel zurückbringen muß.

Inzwischen hat er gelernt wertzuschätzen, daß er seine Gedanken und seine Emotionen ausdrücken kann. Er hat begriffen, was für einen Sinn es hat, wenn man seine Gedanken und Empfindungen niederschreibt.

Der Tag, an dem er den Pinsel zurückgeben muß, rückt immer näher. Er schreibt ziemlich hektisch so viel wie möglich, damit er diese Zeit noch ausnutzen kann, solange er den Pinsel hat. Und dann geht er an dem Schicksalstag wieder in den Tempel und betet zum roten Richter. Zuerst bedankt er sich für die großartige Hilfe, und dann sagt er: »Ich würde so wahnsinnig gern deinen Pinsel noch länger benutzen. Das ist so toll, das fließt aus mir heraus, es entwickeln sich so großartige Dinge. Kann ich den Pinsel bitte schön nicht noch ein Weilchen behalten?« Wieder kommt Leben in die Statue. Wieder spricht der rote Richter mit donnernder Stimme: »Du Narr! Hast du es denn noch immer nicht begriffen? Jetzt kannst du mit jedem Pinsel schreiben!«

**Der Glaube, der
»Berge versetzen«
kann ...**

Seit unser Kandidat glaubte, er habe den »magischen« Pinsel, konnte er »plötzlich« schreiben. Aber es lag an seinem **Glauben**, nicht am Schreibinstrument!

Wie »neu« sind »neue Informationen«?

Neuer Tip

Jede Information, die Sie hören (oder lesen), kann »neu« oder »bekannt« sein, wobei diese Unterscheidung besonders dann wichtig ist, wenn die Information ein Verhalten beschreibt (wenn uns z.B. ein **Verhaltens-Tip** angeboten wird). Jemand erzählt uns vielleicht, wie man in zehn Minuten mit einem Mikrowellengerät eine Folienkartoffel zubereiten kann, was mit einem Herd fünfmal so lange dauert. Oder es betont

jemand, daß wir alle viel besser miteinander auskämen, wenn wir häufiger »bitte« und »danke« sagen würden.

Nun kann eine solche Information für uns **völlig neu** sein (z.B. der Folienkartoffel-Tip) oder aber **bekannt**. Das Etikett »bekannt« kann jedoch zwei völlig unterschiedliche Arten von Reaktionen in uns auslösen:

Entweder ...

Entweder ist ein Vorschlag uns bekannt/vertraut, weil wir dieses Verhalten nicht nur kennen, sondern auch anwenden bzw. leben. Dann machen wir zustimmende Geräusche (»wie wahr!« oder »genau!«). Oft sagen wir sogar: »Das ist logisch«, wobei wir mit dem Begriff »logisch« genaugenommen sagen wollen: »Das entspricht exakt meinen Erwartungen oder Erfahrungen.« Also hat unsere Aussage mit Logik (im Sinne der formalen Logik) überhaupt nichts zu tun, sie soll lediglich unsere Vertrautheit mit dieser Information ausdrücken.

Oder ...

Oder aber ein Tip, wie man sich verhalten könnte, ist uns zwar (theoretisch) bekannt, nicht aber vertraut, weil wir ihn nicht (oder zu selten) leben. Zum Beispiel der Vorschlag, unsere Mitmenschen öfter mit Namen anzusprechen.

Im ersten Fall (**bekannt/vertraut**) reagieren wir, als habe man uns eine tiefe Weisheit verkündet. Wir nicken ernsthaft mit dem Kopf, wir stimmen zu, wir finden den Sprecher (oder Autor, dessen Worte wir lesen) sympathisch, intelligent u.a.

Gefahr:
Abwehr

Im anderen Fall (**bekannt, aber nicht gelebt**) besteht die große Gefahr, mit Abwehr zu reagieren. Wir sagen dann gern, die Information sei »banal«, oder wir bezeichnen sie als »Gemeinplatz«. Komischerweise glauben wir jetzt, wir hätten uns das Recht erkauft, diese Information abzulehnen. Manchmal gehen wir sogar so weit, den Sprecher (Autor) auch gleich zu disqualifizieren. Er mag uns jetzt »lehrerhaft«, »besserwisserisch«, »unsympathisch« usw. erscheinen – je nachdem, wie

gering unsere Bereitschaft ist, uns mit diesem **Gedanken** auseinanderzusetzen.

Entweder ...

Warum ist das so? Antwort: Die Neigung zur Abwehr kommt zustande, weil wir uns weit weniger kennen, als wir glauben. Wir neigen dazu anzunehmen, daß wir Dinge, die wir **wissen**, auch **tun** (sie also **kennen** und **können!**), und wir mögen es nicht, wenn jemand uns auf die Diskrepanz aufmerksam macht. Deshalb lehnen wir solche Information gern ab. Somit kann aber **gerade unsere Abwehr** ein hervorragendes Signal darstellen, welches uns sagt: »Achtung; da ist etwas, womit du dich vielleicht doch näher befassen möchtest ...«

Oder ...

Da es uns im ersten Moment der Konfrontation selten gelingt, uns trotz der inneren Abwehr offen mit der Information auseinanderzusetzen, schlage ich folgendes Vorgehen vor – testen Sie das folgende Konzept:

Kennen oder
Können?

Der Birkenbihl'sche Banalitäts-Test

Schreiben Sie den Gedanken auf einen Zettel, und hängen Sie diesen an eine Stelle, an welcher Ihr Auge mehrmals täglich darauf fallen wird. Im Büro kann es ein Platz an der Wand sein, auf den Sie (z.B. beim Telefonieren) regelmäßig schauen. Wenn Sie viel unterwegs sind, könnten Sie den Zettel an der Innenseite Ihres Aktenkoffers befestigen.

Gefahr:
Abwehr

Damit bewirken Sie folgendes: In den nächsten Tagen wird Ihr Blick immer wieder auf diesen Zettel gelenkt, und zwar in unterschiedlichsten Gedanken-Zusammenhängen. Somit wird diese Idee erstens »anders« auf Sie wirken als im ursprünglichen Zusammenhang, als Sie diese Information gehört (gelesen) haben. Zweitens begegnen Sie diesem Gedanken jetzt mit »Vorwarnung«, weil das Überraschungselement wegfällt, denn Sie sind ja darauf gefaßt, an diese Information erinnert zu werden. Deshalb können Sie beim nächsten Auftauchen weit

»objektiver« reflektieren, ob diese Idee Ihnen doch helfen könnte, als zu dem Zeitpunkt, als Sie unerwartet damit »konfrontiert« wurden.

Immer noch
banal?

Sollte der Gedanke Ihnen nach drei oder vier Tagen immer noch »banal« erscheinen, dann dürfen Sie ihn mit dem Zettel ostentativ in den Papierkorb werfen.

Testen Sie den Banalitäts-Test mit folgendem Gedanken von Seneca (1) oder dem inhaltlich verwandten Sprichwort (2):

1. Gehe so mit dem Niedergestellten um, wie du wünschst, daß der Höhergestellte mit dir umgehe.
2. Was du nicht willst, das man dir tu', das füg auch keinem andern zu.



Oder, positiv formuliert: **Behandle andere so, wie du von ihnen behandelt werden möchtest.**

Ziemlich banal, oder?!¹

Ihr Gewinn

In diesem Sinne möchte ich Ihnen vorschlagen, ab heute allen solchen Gedanken (inkl. denen dieses Buches), bei denen sich Ihnen der Gedanke »Wie banal!« aufdrängt, diesem Banalitäts-Test zu unterziehen. Es kostet Sie nur einen Augenblick Zeit, ein Stichwort auf einen Zettel zu schreiben und diesen (gut sichtbar) zu befestigen. **Zu verlieren haben Sie dabei nur diese Mini-Investition, Sie könnten jedoch möglicherweise viel dabei gewinnen!**

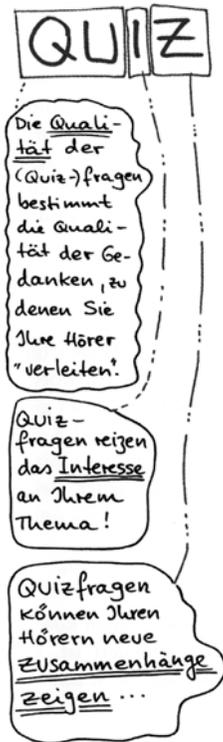
Ich habe so manchem Gedanken inzwischen viel zu verdanken, den ich ohne diesen Banalitäts-Test sofort verworfen hätte.

Machen Sie mit?

1 Wobei manche Seminarteilnehmer/innen äußerst erstaunt sind, wenn sie erfahren, daß der »große« KANT diesen Gedanken außerordentlich wichtig fand und ihn jedem als »kategorischen Imperativ« ans Herz legte.

Teil I: Die häufigsten Fragen

Aktivierung des Publikums



Es ist extrem leicht, die Menschen, die Ihnen zuhören sollen, aktiv einzubeziehen. Es folgen vier spezifische Vorschläge:

1. Eine Quizfrage (oder mehrere Quizfragen)

Sie können zu jedem Thema und zu jeder Frage (die Sie z.B. in einem Meeting erörtern wollen) eine Quizfrage (oder mehrere Quizfragen) formulieren, **um das Denken anzuregen**.

Jede Quizfrage kann als rhetorische Frage (s. S. 24) formuliert werden, oder aber Sie laden die Zuhörer ein, zu aktiven Teilnehmern zu werden, indem Sie sie bitten, über diese Frage/n kurz mit den Sitznachbarn zu diskutieren (60 bis 90 Sekunden reichen völlig!). Sofort erhebt sich ein engagiertes Stimmengemurmel. Nach Ablauf der Zeit (Sie haben natürlich eine Stoppuhr dabei) läuten Sie eine Glocke und sagen einige unwichtige Worte (z.B.: »Also, dann können wir ja weitermachen ...«), womit Sie signalisieren, daß es jetzt weitergeht.

Ich benutze diese Möglichkeit (mit und ohne Diskussion) seit über einem Vierteljahrhundert! Sie funktioniert phänomenal, mit wenigen Gesprächsteilnehmern wie mit tausend Zuhörern.

»Trockene
Theorie«?

Fallbeispiel: »Trockene Zahlen«

Angenommen, meine Botschaft befaßt sich mit Zahlenmaterial zu der Summe, die jedes Jahr für Rüstung ausgegeben wird. Wenn ich Ihnen diese Zahl nur mitteile, dann habe ich mehr oder weniger **Glück**, ob Sie diese Zahl a) wirklich bewußt hören und b) ob Sie sich die Zahl auch **merken** werden.

Aufnahme- und
Gedächtnishilfen
anbieten

Frage ich Sie hingegen **vorher**, wie hoch **Sie** die Summe schätzen, dann beginnen Sie, sich für die Fragestellung zu interessieren. Demzufolge »fallen« meine Informationen hinterher »auf fruchtbaren Boden«. Also ist es keine Frage des »Glücks« mehr, ob ich diese Zahl in Ihrem Bewußtsein »plazieren« kann.

z.B. durch
Vergleiche
(Analogien)

Wenn wir die Zahl hinterher noch gehirn-gerecht aufbereiten, z.B. durch den Vergleich mit den Geldern, die wir für Bildung (oder für Kindergärten, Altenpflege usw.) ausgeben, dann wird die Botschaft bei unseren Hörern einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen (sprich: sie sind beeindruckt).

2. Die rhetorische Frage

Interesse wecken

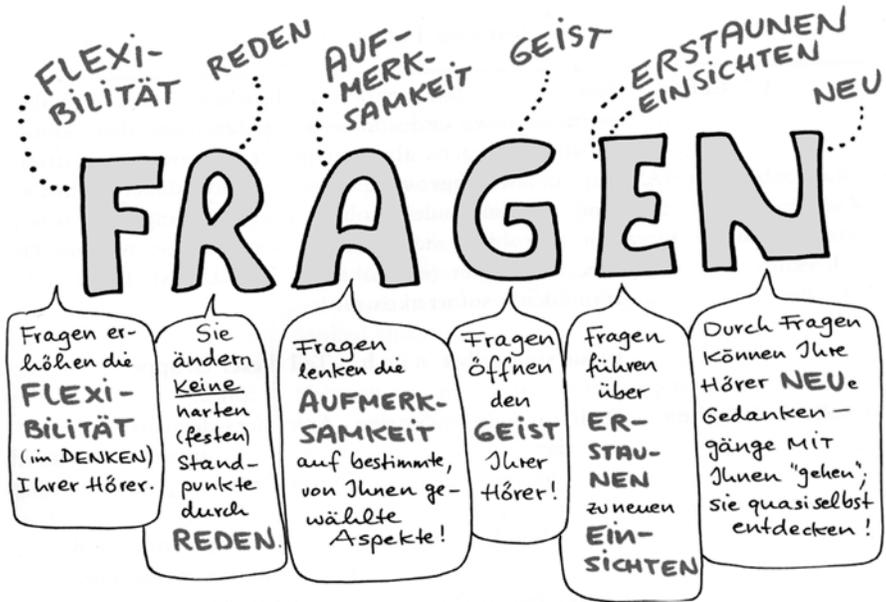
Die rhetorische Frage ist eine Frage, die ein Redner (griechisch: Rhetor) stellt, auf die er jedoch keine Antwort erwartet. Dies ist ein hervorragendes »Stilmittel« eines guten Redners (auch für Einzelgespräche, Meetings und Konferenzen geeignet). Die rhetorische Frage ähnelt der Quizfrage, nur mit dem Unterschied, daß Sie nach einer kleinen Pause gleich weiterprechen.

3. Der heutige Tag

»Aufhänger«

Es gibt Nachschlagewerke¹, denen wir entnehmen können, was heute vor zehn (oder 100) Jahren passiert ist. Dies könnte ein »Aufhänger« für eine Quizfrage (s. S. 23) sein,

1 z.B. *Was geschah am ...?*, s. Literaturverzeichnis ab S. 180.



z.B.: »Wissen Sie, was genau heute vor (Anzahl) Jahren (in dieser Stadt/in diesem Land/in Amerika usw.) passiert ist?«
 Dann machen Sie eine kleine Kunstpause und beginnen mit dieser Begebenheit ...

4. Die konkrete Zielgruppe

Jede/r Zuhörer/in fragt sich immer:
 »Was BRINGT MIR das?«

Ein Eingehen auf die Anwesenden ist immer interessant. Jede/r fühlt sich »persönlich« angesprochen. Also kann eine »menschliche« Bemerkung oder Frage jede/n persönlich betreffen.

Wenn Sie hingegen eine »homogene« Gruppe vor sich haben (z.B. lauter Menschen desselben Berufsstandes, derselben Gemeinde, derselben Firma usw.), dann gibt es zwei besondere Möglichkeiten: