

sieben leitsätze zur überzeugenden freien rede

wortkraft

1. finden sie innere ruhe

„die ruhe vor dem sturm.“

wenn sie selbst überzeugt sind, dass sie etwas wichtiges oder neues zu sagen haben, werden sie überzeugend wirken. kurz vor der präsentation: lieber kopf frei (frischluft) als kopf voll (zehnter durchgang der charts).

2. suchen sie einen festen stand

„stabil wie ein baum.“

nur wer körperlich einen festen stand hat, kann auch inhaltlich einen festen standpunkt vertreten. am besten stellen sie sich bereits vor den ersten worten aufrecht und stabil auf beide beine.

3. wählen Sie einen passenden einstieg

„schwingen sie das verbale lasso um ihre zuhörer am anfang so weit wie nötig und ziehen sie die schlinge am ende so fest wie möglich.“

vermeiden sie, wenn möglich, eine zwangsweise vereinnahmung des publikums. viele menschen reagieren selbst bei positiven themen mit widerstand auf formulierungen wie z.b.: „jeder von uns ...“, „wir alle ...“. weniger widerstand erzeugen einstiege wie z.b.: „die meisten von ihnen ...“ „vermutlich haben einige von ihnen ...“

4. sprechen sie aus der sicht ihrer zuhörer

„der wurm muss dem fisch schmecken, nicht dem angler.“

wenn sie ihr anliegen aus der sicht ihrer zuhörer schildern, hören die menschen zu, um antworten auf die eigenen fragen zu erhalten. beispiel: „wie würde es ihnen gehen, wenn ...?“, „wenn sie vor der frage stünden ...“

5. gestalten sie kompakte charts

„es heißt nicht aus zufall ´stichworte´ statt ´stichsätze´.“

schaffen sie sich keine konkurrenz zum ihrem gesprochenen wort. auf den charts sollten nur stichworte stehen. weiterhin gilt der grundsatz: keine visuelle ablenkung während der eröffnung und des abschlusswortes.

6. bringen sie es zum schluss auf den punkt

*„ein fantastisches tausend-meter-rennen ist wertlos,
wenn der endspurt ein sanftes auslaufen ist.“*

so frei sie auch sprechen mögen in Ihren vorträgen, so klar sollten sie vorher sein, was der letzte satz, der appell ist. niemand sollte den raum verlassen, ohne am ende gehört zu haben, was zu tun oder zu lassen ist. bewährt sind angebots-formulierungen wie z.b.: „wenn sie ... erreichen wollen, dann ... tun / lassen“, „wenn ... für sie wichtig ist, dann ...“.

7. halten sie den applaus aus

„die ruhe nach dem sturm.“

wenn sie noch einige atemzüge stehen bleiben, merkt das publikum, dass sie wirklich zu dem gesagten stehen.

authentische rhetorik
& coaching

volker hoffmann

agrippinawerft 6
50678 köln

tel. 0221-8 466 566
fax. 0221-8 466 567

hoffmann@wortkraft.de
www.wortkraft.de