

# Eine Rede sinnvoll aufbauen - Folge 4 in der Reihe „Reden halten kann jeder (lernen)“

06/12/2019 11:10



Mehr Rede-Kompetenz und gute Inhalte statt leerer Stuhlreihen

**In der KKL-Blog-Reihe zum Thema „Reden halten“ geht es heute um die zweite „heiße“ Phase eines jeden Rede- oder Präsentationsprojektes: die Entscheidung für einen zielführenden Aufbau. Dafür gibt es in der langen Tradition der Rhetorik eine Vielzahl von geeigneten Schemata und Mustern. Hier sind einige davon...**

Wenn der Redner die Planungsschritte Recherche und Themen-Setzung hinter sich hat (die vorangegangenen Folgen dieser Reihe halfen ihm dabei), geht es ans Kreative-Eingemachte: Er konzipiert konkret, wie er seine gewählten Inhalte samt Botschaft für den Vortrag aufbereiten will.

## **Konzeption einer Rede nach professionellen Mustern**

Er diskutiert seine Ideen gern mit einem [professionellen Rede-Coach](#) – und schreibt dann los (oder lässt schreiben). Dabei verwendet er mindestens eines der rhetorisch möglichen Schemata, die sich historisch bis zu Aristoteles' „Topik“ aus dem vierten vorchristlichen Jahrhundert zurückverfolgen lassen. Das Wort beschreibt unter anderem real mögliche Argumentations- und Aufbau-Möglichkeiten einer Rede, die den griechischen „Logos“-Regeln der sprachlich geprägten Vernunft folgt.

Hier sind aus heutiger Sicht zusammengefasste typische Gliederungen oder Muster des in Redeform gebundenen „Sprech-Denkens“ eines Redners, von dem zuvor schon die Rede war, – mit bewusst gesetztem, eigenem Rede-Ziel bei zuvor verstandenem, recherchiertem Kontext (darunter auch der Publikumshorizont). Natürlich gibt es zu jedem Schema viele mögliche Varianten, aber ohnehin ist ja keine Liste je vollständig, wie eine durchaus unüberschaubare Fachliteratur zeigt.

## **Der Redner weiß, was er tut.**

1. Grundsätzlich gilt für (fast) jeden Redner: Er lässt sich prinzipiell auf argumentierendes Handeln ein. Also gelten logische Regeln wie der Satz des Widerspruchs (also dass eine Aussage nicht gleichzeitig mit ihrem Gegenteil gelten kann) und Begründungs- oder Beweis-Regeln. Zu letzteren

gehören Plausibilitätsbehauptungen („gesunder Menschenverstand“) und detaillierte Erläuterungen, womöglich mit logischen Ableitungen und nachvollziehbaren Belegen (heute gern: mit Zahlen irgendeiner Statistik). Beweisdarlegungen könnten deduktiv (aus dem Allgemeinen ins Einzelne) oder induktiv (Schlüsse aus vielen Einzelheiten in bestimmter Anordnung) angelegt sein. Oft bedarf es darüber hinaus des bewussten Einsatzes von „ad hominem“-Positionen (auf Menschen bezogen, also nicht streng „ad rem“, auf die Sache selbst), zum Beispiel in der Berufung auf Autoritäten (heute gern: wissenschaftlichen). Es können aber auch moralische Forderungen, emotionale Appelle oder taktische Tricks angewandt werden. Entscheidend ist zunächst nur: Der Redner sollte wissen, was er tut.

2. Die Basis-Muster einer Rede – Modelle für fast jeden Zweck:

**Eins – Zwei – Drei** (Einleitung, Hauptteil, Schluss – eine Anordnung wie im Schulaufsatz, die jeder sofort versteht),

auch leicht erweitert möglich, gern in der praktischen Politik oder Verhandlung eingesetzt:

**1 – 2 – 3 – 4** (Eingang, Sachverhalt/Streitfrage, Glaubhaftmachung mit Beweisführung, Beschluss)

3. Zwei Muster für Situations-/Anlassreden von Geburtstag bis Betriebsjubiläum:

**Gegenwart – Vergangenheit – Zukunft,**

**4 x B** (Begrüßung – Begründung – Beschreibung – Beglückwünschung)

4. Etwas für die Info-Welt: die klassische **Sachrede** (mit oder ohne Powerpoint-Illustrationen):

Thema – Agenda – Informationen – Ergebnis/Botschaft

5. Wichtig sind zu einem Ziel führende **Argumentationsreden**. Sie begründen, berichtigen oder vergleichen (das geht auch induktiv oder deduktiv), oft in der 3er-Reihe:

**Situation – Argumente – Konsequenz**

6. Für politische oder sonstige **Meinungsreden** (Statements) heißt eine Grundform:

**Motivation – Soll – Ist – Argumentation – Appell**

7. Eine typische **Verhandlungsrede** (mit Überzeugungsziel) läuft gern so:

Captatio (Verbeugung vor dem Publikum) – Hinführung – Zielsätze – Gegen-Sätze – Argumente mit Verstärkungsbeweisen – Ziel-Appell

8. In Unternehmen nach wie vor gern genommen ist die Marketing-/Verkaufsrede „**A-I-D-A**“:

Attention – Interest – Desire – Action (oder noch besser merkbar: **Hey – You – Why – What**)

9. Etwas anspruchsvoller ist die politische oder sonst wie öffentliche Diskussionsbeitragsrede im typischen „**Fünfsatz**“ (Schritte 1 – 5):

Eine Argumente-Kette führt direkt zum Appell-Schluss oder als etwas aufwändigerer Argumente-Vergleich hin zum Kompromiss oder hin zur Ausklammerung anderer Positionen mit entsprechendem Schlussappell.

10. Ein viel beschworenes, aber wenig sinnvoll eingesetztes Implement oder Element von Reden ist seit einigen Jahren die so genannte „**Story**“. Damit sind zumeist nur mehr oder weniger persönliche eingestreute Anekdoten zum Thema gemeint, manchmal aber auch ein tatsächliches „Storytelling“ nach einem alten Modell aus Hollywood mit Figuren wie Held und Mentor, mit „filmreifen“ Erlebnissen, gern mit zwei Krisen und passenden (Auf-) Lösungen. Aber Vorsicht: Eine Rede ist kein Film, eine Präsentation normalerweise auch nicht. Die Story ist mehr ein Hilfsmittel im Detail als ein Grundmuster.

## Die passende Rede-Form: Der Rede-Coach hilft

Diese zehn Punkte sollen für heute als Muster-Basis genügen. Und wie sieht es nun bei Ihnen aus: **Was passt für Ihren Rede- oder Präsentationsanlass?** Wählen Sie selbst, aber mit Bedacht! Und lassen Sie sich gern beraten und coachen. Denn das richtige Argumentationsschema zu finden, hat natürlich auch mit Erfahrung in der Anwendung zu tun. Viel Spaß und Erfolg dabei!

