



Matthias Pöhm

# Vergessen Sie alles über Rhetorik

Mitreißend reden – ein  
sprachliches Feuerwerk in Bildern

Matthias Pöhm

**Vergessen Sie alles über Rhetorik**



Matthias Pöhm

# Vergessen Sie alles über Rhetorik

Mitreibend reden –  
ein sprachliches Feuerwerk in Bildern

mvgverlag 

### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

[poehm@mvg-verlag.de](mailto:poehm@mvg-verlag.de)

3. Auflage 2013

© 2001 by mvg Verlag, ein Imprint der Münchner Verlagsgruppe GmbH

Nymphenburger Straße 86

D-80636 München

Tel.: 089 651285-0

Fax: 089 652096

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Umschlaggestaltung: Münchner Verlagsgruppe GmbH

Satz: Fotosatz H. Buck, Kumhausen

Druck: Books on Demand GmbH, Norderstedt

ISBN Print 978-3-86882-377-6

ISBN E-Book (PDF) 978-3-86415-416-4

Weitere Informationen zum Verlag finden Sie unter

**[www.mvg-verlag.de](http://www.mvg-verlag.de)**

Beachten Sie auch unsere weiteren Verlage unter  
[www.muenchner-verlagsgruppe.de](http://www.muenchner-verlagsgruppe.de)

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung .....	9
<b>1. Die neue Rhetorik .....</b>	<b>15</b>
Nur die Wirkung zählt .....	15
Die zeitgemäße Rhetorik .....	17
Der Aufbau Ihres Bewusstseins .....	18
<b>2. Faszination auslösen .....</b>	<b>21</b>
Die Sprache der neuen Rhetorik .....	21
Die reine Bildersprache – Reden mit Zuhör- zwang .....	32
Kanalieren Sie die Handlungsenergie der Zuhörer .....	40
Der Sündenfall: Folien .....	43
Neue Erkenntnisse zu rhetorischen Fragen .....	72
Die Anaphora .....	78
Die Macht von Gleichnissen .....	82
<b>3. Reden direkt ins Unterbewusstsein .....</b>	<b>93</b>
So werden Sie zum Meinungsführer .....	93
Der Körper spricht zuerst .....	104
Große Gesten .....	109
<b>4. Wie Sie auch skeptische Zuhörer dazu     bewegen, für Ihr Anliegen zu stimmen .....</b>	<b>111</b>
Nur der Vorteil zählt .....	112
Überprüfen Sie die Logikkette .....	115
So verkaufen Sie Zahlen .....	117
Der Trick mit der „Horrorlösung“ .....	122

Bei Abstimmungen: Lassen Sie den Gegner aktiv werden . . . . .	125
Formulieren Sie die Gegenargumente Ihrer Widersacher . . . . .	126
Das Selbstbild des Publikums . . . . .	130
Zustimmung auf einem Nebengleis bringt Zustimmung auf dem Hauptgleis . . . . .	132
Wie Sie Ihr Anliegen unter die Bauchdecke bringen . . . . .	138
Istzustand = Horror; Sollzustand = Paradies .	142
Lassen Sie das Publikum die betroffene Person sein . . . . .	145
Der Konkurrenzgedanke . . . . .	147
Der Wettbewerbsgedanke . . . . .	149
Keine Aussage ohne Beispiel . . . . .	150
Der Flipchart – Ihr bester Freund . . . . .	151
Verkaufen Sie Ihre Lösung als „Ei des Kolumbus“ . . . . .	154
Wie Sie Ihren Vortrag wie einen Krimi aufbauen	156
<b>5. Die spektakuläre Eröffnung . . . . .</b>	<b>159</b>
Weg mit alten Redeeröffnungen . . . . .	160
Die persönlich erlebte Geschichte . . . . .	163
Fragen ins Publikum . . . . .	164
Anonymes Reden . . . . .	167
Mitten ins Geschehen tauchen . . . . .	170
Die Demonstration – das Maximum der Anschaulichkeit . . . . .	171
Anschauungsobjekte . . . . .	178

<b>6. Der letzte Schliff</b> .....	181
Die Nervosität in den Griff kriegen .....	181
So einfach sind Jubiläumsreden .....	186
Die Simulgantechnik .....	191
Beraterinnen und Berater .....	194
<b>7. Kurztipps zur Rhetorik</b> .....	197
<b>8. Die Checkliste für eine mitreißende Rede</b> ...	207
Zum Schluss .....	215
Anmerkungen .....	217
Stichwortverzeichnis .....	219



# Einleitung

Ich bin Rhetoriktrainer aus Leidenschaft. Das war aber nicht immer so. Bevor ich mich als Rhetorik- und Schlagfertigkeitstrainer selbstständig gemacht habe, war ich Software-Ingenieur. Ich möchte Ihnen einmal die Geschichte erzählen, wie ich zur Rhetorik gekommen bin:

Ich hatte Riesenprobleme vor Leuten zu reden. Schon in der Schule hatte ich fürchterliches Herzpochen und Händezittern, wenn jeder Schüler etwas vorlesen musste und ich mir ausrechnete, wann die Reihe an mir war. Später hatte ich ein echtes Schlüsselerlebnis. Es war zu der Zeit, als ich als Software-Ingenieur in Genf arbeitete. In Genf spricht man Französisch. Ich war damals als Personalvertreter gewählt, weil ich sowohl Deutsch als auch Französisch sprach. Mein damaliger Chef hielt am Ende des Jahres eine Mitarbeiterversammlung ab. Er referierte über das Ergebnis des vergangenen Jahres, gab einen Ausblick auf das kommende Jahr und plötzlich kam die Rede auf das Thema der Personalvertretung. Er begann darüber zu sprechen, da sah er mich in der Menge und sagte unvermittelt: „Ah, Herr Pöhm ist ja da, der könnte uns mal darüber berichten“. Und so musste ich von einer auf die andere Sekunde aufstehen und unvorbereitet Stellung nehmen, noch dazu in einer Sprache, die nicht meine Muttersprache war. Ich hatte schweißnasse Hände – ich war knallrot im Gesicht – mein Herz pochte so heftig, dass meine Stimme bebte – hörbar für alle 50 Mitarbeiter. Und ich weiß bis heute nicht, was ich dort zusammengestammelt habe.

Mein Hirn hatte sich von den gesprochenen Worten gelöst. Knallrot und beschämt habe ich mich wieder hingeworfen. Ich war vor allen blamiert. Der gewählte Personalvertreter! Es war so peinlich, dass ich zwei Tage nicht mehr in die Firma gehen wollte.

Damals schwor ich mir: *Das bekommst du weg!* Kurze Zeit später zog ich in die Deutschschweiz um und meldete mich dort für einen Rhetorikkurs nach dem anderen an. Es gab Wochen, da war ich an fünf Abenden in fünf unterschiedlichen Rhetorikkursen. Mit so einem massiven Aufwand wird man irgendwann besser. Das kann man gar nicht verhindern.

Dann legte ich mir die Latte immer höher. Eines Tages sah ich in einer Zeitung einen Artikel über den Schweizer Mineralwasserproduzenten Rhäzünser. Der investierte sein ganzes damaliges Werbebudget in eine Tournee durch alle größeren Schweizer Städte. Es wurde ein Spiel veranstaltet, wo man den „Hochstapler des Jahres“ suchte. Kandidaten stapelten Getränkeboxen, und wer den höchsten Turm schaffte, bevor der Turm mitsamt dem Kandidaten einstürzte, hatte gewonnen. Ich rief aufgrund des Artikels die Firma an und fragte, ob sie schon jemanden hätten, der das in der Öffentlichkeit präsentiert. Sie sagten: „Nein, haben wir nicht, aber dafür ist auch kein Budget vorgesehen.“ Ich sagte: „Egal, ich mach's Ihnen umsonst.“ Und auf diese Weise begann ich, Veranstaltungen in der Öffentlichkeit zu moderieren: Eventmarketingveranstaltungen, Galas, Messen.

Dann legte ich mir die Latte wieder ein Stück höher. Die höchsten Weihen für einen Moderator sind Auftritte im Fernsehen. Und es ist mir tatsächlich gelungen, zu Probe-

aufnahmen, den so genannten Castings, eingeladen zu werden. Eine der häufigsten Fragen, die mir dort gestellt wurden, lautete: „Herr Pöhm, haben Sie eine Sprachausbildung?“ Ich musste verneinen, aber für mich beschloss ich: Die machst du. Und so machte ich damals neben meinem normalen Job drei Jahre lang eine Sprachausbildung. Irgendwann war auch da der Durchbruch geschafft und ich konnte professionell als Sprecher arbeiten. Ich wurde von Tonstudios engagiert, als Kommentarsprecher für Infofilme oder als Sprecher für Werbung.

Ich habe sehr viele Rhetorikkurse selbst besucht, darunter die teuersten, die Sie in Deutschland und der Schweiz finden können. Meiner Einschätzung nach wissen die meisten Rhetoriktrainer nicht, worauf es wirklich ankommt. Sie wissen schlicht und einfach nicht, wie Rhetorik funktioniert. Man hat den Eindruck, sie haben ein paar Rhetorikbücher gelesen und plappern einfach nach, was der Durchschnitt aller anderen auch sagt. In solchen Kursen hören Sie dann Tipps wie: Der Redner muss langsam, gemächlich zum Rednerplatz gehen; Nutzen Sie die Struktur: Einleitung – Hauptteil – Schluss; Vor- und Nachteile von Präsentationshilfsmitteln ... usw.

Dieses Buch hat den Anspruch, Ihnen eine komplett neue, moderne Art der Rhetorik zu vermitteln. Rhetorik, wie ich sie verstehe, ist die Kunst, Bilder in den Köpfen der Menschen entstehen zu lassen. Es ist das freie Sprechen vor einem Publikum, so dass Spannung, Begeisterung und Emotionen vermittelt werden. Ich habe mir die Frage gestellt, wie man mit freiem Reden Faszination auslösen kann. Sie bekommen hier eine handfeste Anleitung in die Hand, wie Sie das im Detail bewirken können. Rhetoriker

müssen sich heutzutage als Entertainer begreifen. Das haben noch viele nicht mitbekommen. Eine Teilnehmerin eines meiner Seminare erzählte mir, dass ihr Rhetorik-Professor an der Universität den Studenten beigebracht hätte: „Bleiben Sie immer auf der Sachebene – erzählen Sie nichts Persönliches.“ Nein – das Gegenteil ist die Wahrheit. Erzählen Sie möglichst viel Persönliches und Sie werden das Publikum gewinnen.

Das Problem bei einem Buch über Rhetorik ist leider, dass es auf Papier gedruckt ist – Sie *lesen* dieses Buch. Aber die Gesetze der geschriebenen Sprache sind komplett anders als die Gesetze der gesprochenen Sprache. Auch das ist die Ursache so vieler schlechter Reden: Sie werden schriftlich auf Papier entworfen. Die Beispiele in diesem Buch müssten Ihnen eigentlich frei gesprochen vorgetragen werden, nur dann entfalten sie ihre volle Wirkung. Ein Satz, den Sie hören, wird von Ihrem Bewusstsein anders aufgenommen als ein Satz, den Sie lesen.

Hier ein Beispiel aus einer frei gesprochenen Rede:

„Psychologisch passiert dabei Folgendes: Der Angreifer macht einen Vorwurf – negativ vorprogrammiert – plötzlich wird von ihm geredet – auch noch positiv – und jetzt die Frage, die ihn in den Mittelpunkt stellt, auch noch als Vorbild – das ist zu verführerisch.“

Diesen Satz würde so niemand niederschreiben. Aber genau so reden wir. Die Regeln, die uns für das Schreiben gegeben wurden, können wir für das freie Sprechen teilweise genau ins Gegenteil umkehren.

Noch ein Tipp zum Lesen dieses Buches: Untersuchungen haben gezeigt, dass der Durchschnitt aller Menschen ein Buch nur bis zur Seite 21 liest. Nicht alles, was in diesem Buch steht, wird für Sie wichtig erscheinen. Deshalb blättern Sie zunächst dieses Buch durch und markieren Sie sich mit einem Bleistift die Überschriften, die bei Ihnen Interesse auslösen. Und dann lesen Sie nur diese Kapitel. So bleiben Sie mit Freude daran und haben das Wichtigste aus dem Buch für Sie herausgezogen.



# 1. Die neue Rhetorik

## Nur die Wirkung zählt

Sie werden in diesem Buch etliche Regeln finden, die das Gegenteil dessen propagieren, was Sie bisher für gültig erachtet haben. Ich habe mir einen ganz einfachen Grundsatz zu Eigen gemacht: Ich betrachte alles von der Wirkung her. Ich schaue mir eine bestehende Rhetorikregel an, probiere sie aus und entscheide aus dem Bauch heraus, wie sie auf mich wirkt. Dann nehme ich genau das Gegenteil dieser Regel, probiere es aus, und höre wieder auf meinen Bauch. Und wenn mein Bauch sagt, dass die bestehende Regel eine bessere Wirkung hat, dann wird natürlich die bestehende Regel übernommen. Wenn allerdings mein Bauch die neue Version von der Wirkung her als besser einstuft, dann wird sie eben nun zur Regel. So flogen etliche, verkopfte Ansätze, die sich seit Jahrzehnten in Rhetorikbüchern und bei Rhetoriktrainern gehalten haben, über Bord.

Ich habe mit meinem Ansatz des öffentlichen Redens einen sehr hohen Anspruch. Ich habe Redner analysiert, die wirklich mitreißend und begeisternd reden. Von ihnen habe ich mir Dinge abgeschaut. Ich will Ihnen Techniken und Tricks zeigen, wie Sie ein Zauberer werden können. Mein Anliegen ist es aber nicht, Sie zu einem Zauberer zu machen, der ein Dorffest unterhalten kann. Meine Intention ist es, Ihnen solche Details und Feinheiten beizubringen, damit Sie zukünftig wie ein David Copperfield auftreten.

Eine Rede muss wirken. Es gibt ein strenges Kriterium, das ich manchmal in meinen Rhetorik-Coachings einsetze:

Jeder Satz, der nicht interessant wirkt, der nicht unterhaltend wirkt, der nicht spannend wirkt, kann ersatzlos gestrichen werden.

Wenn Sie mit diesem Leitfaden einmal Ihre bestehenden Präsentationen durchgehen, dann bekommen Sie zwingend kürzere und viel bessere Reden.

## Die zeitgemäße Rhetorik

Rhetorik, wie sie heutzutage benutzt werden soll, hat ihr Vorbild in der Werbung: spannend, unterhaltsam, bildorientiert, kurze Abfolge von Bildern, emotional, wenige plakative Botschaften. Nach diesen Kriterien beurteilen wir unterbewusst inzwischen auch öffentliche Reden. Viele Rhetoriktrainer kommen aus einer Generation, die diesen Wandel nicht nachvollzogen hat. Sie halten sich immer noch an eine überkommene Rhetorik, an Grundsätze der alten Griechen und Römer, und denken, die Rhetorik sei vom Prinzip her gleich geblieben. Aber wie in allen anderen Bereichen hat auch hier ein rasanter Wertewandel stattgefunden. Regeln, die Jahrhunderte lang ihre Gültigkeit hatten, sind blitzartig zu Staub geworden. Redestrukturen, Übersichten am Anfang, geschliffene Ausdrucksformen, Begrüßungen, Zitate und Stilblüten, Fünfsatz-Strukturen ... Das sind inzwischen alles Relikte aus vergangener Zeit.

Leider machen es uns öffentliche Personen wie Politiker, Manager und hohe Führungskräfte noch immer schlecht vor. Und der Mensch ist ein Wesen, das 95 Prozent seines Verhaltens durch Imitation erlernt hat – also imitieren wir auch schlechtes Verhalten. Wenn es der Herr Generalmanager und der prominente Politiker so vormachen, kann das doch nicht verkehrt sein – sonst wären sie ja schließlich nicht auf diesem Posten. Und so multipliziert sich ein mangelhaftes Verhalten ganz unbewusst über die Zeit hin.

## Der Aufbau Ihres Bewusstseins

Ihr Bewusstsein können Sie sich wie einen Eisberg vorstellen: 90 Prozent des Eisbergs liegen unter Wasser und nur 10 Prozent über Wasser. Der obere Teil entspricht Ihrem wachen Bewusstsein – ist also der Teil, der für Ihr logisches Verständnis zuständig ist. Die restlichen 90 Prozent, die unter Wasser, entsprechen Ihrem Unterbewusstsein. Ihr Unterbewusstsein ist nur in der Lage, Bilder oder Gefühle zu verarbeiten. Wenn Sie jetzt beispielsweise den Ausdruck „Kommunikationskompetenz professionalisieren“ hören, so landet dieser Ausdruck im wachen Teil über Wasser.

**„Kommunikationskompetenz  
professionalisieren“**



Sie müssen jetzt Energie aufwenden, um diesen Ausdruck in etwas Anschauliches zu übersetzen, damit der Teil unter der Wasseroberfläche das auch verarbeiten kann. Weder zum Wort „professionalisieren“ noch zu „Kommunikationskompetenz“ haben Sie ein konkretes Bild. Sie müssen für ein paar Zeiteinheiten innehalten, um sich ei-

ne Vorstellung zu machen, was der Redner wohl damit meint. Und hier liegt das große Problem: Sie verlangen vom Zuhörer jedes Mal ein Stückchen Energieaufwand, um Ihnen zu folgen. Die Mühe macht er sich drei-, viermal, aber dann ist es ihm zu anstrengend und er schweift mit seinen Gedanken ab. Sie als Redner verlangen zu viel Energie vom Zuhörer. Was ich Ihnen in diesem Buch vermitteln will, ist das energielose Reden.

Energieloses Reden: Das heißt so anschaulich reden, dass wir direkt ins Unterbewusstsein funken und den Logikteil kurzschließen.

### „Ein Haufen Probleme“



Für das Unterbewusstsein ist es umso besser, je konkreter und fassbarer Sie sich ausdrücken.

Ihr Hirn liebt Konkretes. Machen Sie abstrakte Zeit- und Mengenangaben immer konkret.

Wenn Sie jetzt beispielsweise davon sprechen, dass Ihr Vorschlag „Kostensparnis“ bringt, so landet dieser Begriff nur im über der Wasseroberfläche liegenden Logikteil. Es löst bei den Menschen noch nichts aus. Konkrete

Zahlen sind immer fassbarer für unser Hirn. Wenn Sie von „Kosten“, „Zeiten“, oder „Strecken“ sprechen, so geben Sie immer konkrete Zahlen. Sprechen Sie also besser von 4.000 Euro pro Woche statt von „Kosteneinsparung“ oder von zwei Stunden jeden Tag statt von „Zeitverlust“ oder von vier Kilometern Umweg statt von „längerem Weg“. Das ist viel anschaulicher, fassbarer und landet direkt im Unterbewusstsein.

Hier nun als Beispiel ein spezieller Tipp, wie Sie das häufig verwendete Wort „amortisieren“ in Zukunft umschreiben sollten. Sagen Sie statt dessen „es bezahlt sich von selbst“, geben Sie danach konkret an, ab wann sich die Investition bezahlt macht und im Anschluss sagen Sie, dass der Zuhörer ab dem Datum X Geld *verliert*. Hier ein Beispielsatz: „Der Einbau dieser Heizungsanlage amortisiert sich.“ – Heißt in der Umformulierung:

„Der Einbau dieser Heizungsanlage bezahlt sich von selbst. Sie sparen dadurch jeden Monat 200 Euro Heizkosten. Nach vier Jahren haben Sie die Anschaffungskosten von 9.700 Euro wieder drin. Nach dem vierten Jahr *verlieren* Sie Geld. 200 Euro: Monat für Monat, Jahr für Jahr.“

## 2. Faszination auslösen

### Die Sprache der neuen Rhetorik

Rupert Lay, Jesuit und Urvater der Dialektik, wurde in einem Interview des Tagesanzeigers aus Zürich gefragt: „Nun werden Sie auch über die lenkenden Reaktionen sprechen. Dabei geht es um das Lenken bei Provokationen in Gesprächen oder bei Interviews. Was können Sie dazu schon heute verraten?“

Rupert Lay:

„Vorerst noch ein Wort zu den lenkenden Reaktionen. Um sinnvoll auf Provokationen reagieren zu können, muss derjenige, der provoziert wird, über eine begründete Erkenntnistheorie verfügen. Diese Erkenntnistheorie darf nicht rekonstruktivistisch sein, nach der wir uns selbst oder andere Menschen so erkennen, wie sie an sich sind. Alle Abbildtheorien sind widerlegt worden ...“<sup>1</sup>

Mit so einem Satz konnte man in den 70-er Jahren vielleicht noch einen Blumentopf gewinnen. Die Zeiten sind heute vorbei!

Dr. Michael Spitzbart, zur Zeit Deutschlands Gesundheitsexperte Nr. 1, in einer frei gesprochenen Rede:

„Risiken bei Überdosierung? – Keine Nebenwirkung! Sie können die Apotheke leer fressen, es kann nix passieren. Aber es wird Ihnen nicht nicht geraten, äh, auch nicht erlaubt ...“<sup>2</sup>