

Von Dr. Christoph Luchsinger, +41 76 392 03 20, [luchs@schatten-kabinett.ch](mailto:luchs@schatten-kabinett.ch)

- alt Gemeinderat Stadt Zürich (FDP) für die Kreise 1 & 2 und Direktor [www.schatten-kabinett.ch](http://www.schatten-kabinett.ch)
- Universitätsdozent Mathematik
- Kleinunternehmer: Gründer [www.acad.jobs](http://www.acad.jobs) : akademische Stellen weltweit – und die besten Jobs in der Privatwirtschaft

Artikel auf [www.schatten-kabinett.ch](http://www.schatten-kabinett.ch) sind keine Einführungen in ein Thema, sondern Memos und Checklisten für Praktiker.

### Wie bereitet man eine gute Rede vor

Weitere wichtige Dokumente dazu auf [www.Schatten-Kabinett.ch](http://www.Schatten-Kabinett.ch) :

- [www.schatten-kabinett.ch/29](http://www.schatten-kabinett.ch/29) (Wie man (aus liberaler Sicht) eine Vorlage analysiert)
- [www.schatten-kabinett.ch/24](http://www.schatten-kabinett.ch/24) (Wie halte ich einen erfolgreichen **Vortrag**)
- [www.schatten-kabinett.ch/53](http://www.schatten-kabinett.ch/53) (Wie hält man eine gute **Rede**)
- [www.schatten-kabinett.ch/138](http://www.schatten-kabinett.ch/138) (Wenn Übersetzungen involviert sind) – diesen Artikel sollten Sie alle paar Jahre wieder lesen, gehört zur Allgemeinbildung

Sie wissen, dass Sie eine Rede halten müssen. Setzen Sie dazu gleich ein Dokument auf und tragen Sie dort immer alles ein, was Ihnen dazu einfällt. Arbeiten Sie sich (wieder) in das Thema ein.

### Die ersten Abklärungen beinhalten des weiteren:

- Wieviel Zeit habe ich?
- Existiert ein Bezug zum Ort, Zuhörer? Thema in einen Rahmen stellen.
- Wer ist das Publikum, ihr Background, Vorbildung, ihre Interessen, was wollen sie hören?
- Warum sind die ZuhörerInnen da? Denken Sie daran, dass Ihr Thema für andere nicht von vornherein interessant sein könnte; aber genau das ist Ihre Aufgabe: Ändern Sie das in Ihrer Rede.
- Weshalb trete ich auf? Für wen trete ich auf? Was will ich erreichen?
- Wahl des Titels; sie müssen diesen für die Einladung melden.
- Falls Sie einen gleich- oder ähnlich gesinnten Mitstreiter haben werden, sprechen Sie sich mit ihm ab. Selbst Steilpässe kann man absprechen.
- Müssen Sie sich selber vorstellen (-> kurze, prägnante und sympathische Vorstellung vorbereiten) oder werden Sie vorgestellt (-> CV an Moderator schicken)?

### Einarbeitungsphase:

- Die richtige Grundeinstellung: Inhalt vor Marketing – aber Marketing muss am Schluss auch sein!
  - Wenn ein Redner das Gebiet nicht versteht, sondern einfach Phrasen aneinanderreicht, wird die Rede nicht gut.
  - Sie müssen zuerst die Theorie, den Hintergrund eines Gebietes beherrschen: zum Beispiel die geschichtliche Einordnung, Gründe/Ursachen des Problems, Lösungsansätze. Ihre Lösung muss dann in der Rede als zwingend einzig richtige Lösung erscheinen. Sie müssen auch die Schwachpunkte der Gegner kennen.
  - Selbst wenn Zuhörer nicht alle Hintergründe und Theorien verstehen, merken sie, ob jemand systematisch ein Gebiet analysiert hat und Struktur in Gedanken und Rede hat.

- Im zeitlichen Ablauf heisst das Folgendes (die drei ersten Punkte nicht öffentlich):
  - Analyse des Problems
  - Was würde ich machen, wenn ich die Mehrheit hätte (nicht Kompromiss vorwegnehmen – sonst kann man den Kompromiss nicht logisch begründen)
    - «Ich hätte gerne lieber bilaterale Verträge ohne Zahlungen an die EU (Osteuropa) gehabt und ohne diese grossen Staatsforschungsprogramme.»
  - Wieso vertritt man dann den Kompromiss dazu
    - «Ich wollte diese grossen Staatsforschungsprogramme selber nicht. Es war das Gesamt-Verhandlungsergebnis mit der EU; wir haben gut verhandelt und das ist jetzt das Resultat. Die Vorteile überwiegen.»
  - Wie verkauft man das ganze (Marketing kommt erst hier!)
- Was will ich vortragen?
- Kausalitätsketten überprüfen (was will ich wem mitteilen und was muss ich dazu alles sagen?)
- Welches sind die Prioritäten? Was sind Haupt-, was sind Nebenbotschaften?

### Typen von Reden:

- Aufbau kann bei einer *ungestörten Rede* sein:
    - Einführung (15%), Interesse erzeugen
      - vielleicht mit einer provokativen Aussage
      - ein Problem vorstellen und dessen Lösung versprechen
      - Aktuelles Thema ansprechen
    - Hauptteil (75%): Problemanalyse, unsere Lösung
    - Schluss (10%): Zusammenfassung und Aufruf
    - Dauer; je kürzer desto besser, nach Möglichkeit nur wenig mehr als 20 Minuten
  - Aufbau einer Aussage in einem *Streitgespräch*, wenn es nicht einfach ein Hick-Hack ist, sondern interessiertes Publikum (Zuschichtungs-Club Schweizer Fernsehen, Talk-Täglich von Tele Gilli), in 3 Phasen sprechen
    - Sie haben gesagt, dass die Arbeitslosigkeit ein grosses Problem ist. Da bin ich mit Ihnen einverstanden. (Verbindung zur Aussage Vorredner)
    - Wo wir jetzt aber eine Differenz haben ist in der Ursachenanalyse und entsprechend in der Lösung. Wenn der Arbeitsmarkt so reguliert ist wie jetzt, werden anwesende Firmen nur vorsichtig neue Leute einstellen und neue Firmen siedeln sich gar nicht erst an. (eigene Aussage)
    - Deshalb müssen wir am 3. November die Arbeitsmarktreform annehmen, damit wieder mehr investiert wird und mehr Arbeitsplätze geschaffen werden. (konkreter Handlungsauftrag)
  - Wenn es ein *zusammenhangsloses Hick-Hack* ist (Arena des Schweizer Fernsehens, Sonn-Talk Tele Gilli): 3-Punkte-Regel (optimal nur 3 Sätze – Sie haben nicht mehr Zeit):
    - Einstieg: worum geht es? (Die Arbeitslosigkeit ist zu hoch)
    - Mittelteil: was will ich? (Mit der Reform werden neue Arbeitsplätze geschaffen)
    - Schluss: Appell («Ja» stimmen am 3. November)
- Falls Sie mehr Zeit haben, können Sie auch zur 5-Punkte-Regel wechseln:
- Einstieg (Interesse wecken, Alarmierung)
  - Ihre Meinung
    - Zwar sicher vortragen, als unbestrittene Fakten bringen!
    - Seien Sie sich aber still bewusst: In der Tat ist es einfach Ihre subjektive Sicht
  - Begründung und Argumente
  - Bildliche Beispiele

- Appell
- Wenn 2-4 Freunde systematisch, ehrlich einen ergebnisoffenen Diskurs führen, tritt die Rhetorik in den Hintergrund und man kann sachlich/rational vorgehen und sich auch bei der Gedankenformulierung/Wortfindung helfen:
  1. Beschreibung Sachverhalt/Problem (schauen, dass man sich da weitgehend einig ist)
  2. Ist es wirklich ein Problem; muss man es (staatlich) lösen? Zum Beispiel:
    - «Überalterung» ist kein Problem – falsch konstruierte Sozialwerke schon
    - Die Endlichkeit fossiler Energieträger ist kein Problem – der CO2-Ausstoss schon
  3. Muss man es (staatlich) lösen?
  4. Wie kann man es lösen?
  5. Wie viele (Geld)-Mittel wollen wir dafür aufwenden?

Zu 4 und 5: funktioniert Lösung (hier sollte man mit Gegner einig sein)? Wollen wir es (das ist abhängig von der Ideologie)? Ist es verhältnismässig (da spielt Lebenserfahrung eine Rolle)?

- Paar Bemerkungen dazu:
  - In Streitgesprächen müssen Sie versuchen, das Gespräch in eine Richtung zu lenken, wo Sie stark und der Gegner schwach ist.
  - Debatten werden manchmal aufgezeichnet (zB Audio-Protokoll im Parlament) und in den Medien danach nur teilweise wiedergegeben. Achten Sie darauf, dass Ihre wichtigen, längeren Wortmeldungen auch alleine Sinn machen (Stand alone). Dazu müssen sie allenfalls Aussagen des Gegners repetieren.

#### **Sorgfältige Ausarbeitung der Rede:**

- Wortwörtliche Rede ja oder nein? Nachfolgendes gilt nur für die ungestörte längere Rede; kurze Wortmeldungen sollte man nicht vollständig hinschreiben, sondern nur zB drei Stichwörter.
  - Es gibt manchmal totale Blackouts; da hilft eine vollständig ausgearbeitete, niedergeschriebene Rede.
  - Sinnvoller Kompromiss ist es, die ganze Rede zu schreiben und dann **Rot und Fett** alle paar Zeilen Stützpunkte zu highlighten, aber nicht nur Substantive sondern auch Verben (die Sätze werden dann automatisch schöner gebildet).
  - Möglichst nicht vom Blatt ablesen; von allem Anfang an möglichst frei üben. Kurze Kontrollblicke zu den roten/fetten Stellen.

#### **Das können Sie auch als Anfänger:**

- Seien Sie persönlich (als ich letztes Mal eine Baubewilligung einreichte ....), offensiv, kurz und knapp, ehrlich und transparent.
- Bringen Sie praktische Beispiele, gerne szenisch ausgemalt.
- Benutzen Sie Beispiele aus dem täglichen Leben.
- Wenn möglich, brauchen Sie einfache, kurze Wörter (keine Fach- und Fremdwörter): lange Wörter sind historisch später entstanden. Sie erreichen die Menschen – auch Akademiker – besser und nachhaltiger, wenn Sie einfache, kurze Wörter benutzen.
- Im Gegensatz zu einer sachlichen, effizienten Auseinandersetzung oder wissenschaftlichen Arbeit, müssen Sie die wichtigsten Punkte *mehrfach* bringen, einfach anders umschrieben. Die Kernbotschaften können Sie auch wortwörtlich mehrfach wiederholen.

- Prägnante Formeln sind zentral, man muss sie aber erstmal finden. Schreiben Sie diese unbedingt auf, wo immer Sie diese gelesen/gehört haben.
  - Yes we can!
  - Ich beschütze die Kinder Frankreichs, Sie beschützen die Privilegierten Frankreichs.
  - Sie wollen weniger Reiche. Und ich will weniger Arme.
  - Merkel hat ein Herz. Aber sie hat keinen Plan. (Flüchtlingspolitik)
- Gegen das Ende hin: Bringen Sie haufenweise einfache Fakten und Argumente, welche alle in eine zwingende Richtung zeigen; das wichtigste Argument zuerst. Die Lösung, die Sie anpreisen, drängt sich dann zwangsweise auf, bevor sie diese konkret ausgesprochen haben.
- Wissenschaftliche Studien muss man selber immer bringen, die des Gegners aber hinterfragen. Optimal erklärt man zuerst, warum man solche Studien eigentlich ablehnt und dass sie unsicher sind, weil
  - Stichprobe zu klein
  - Nicht von den USA auf die Schweiz übertragbar (Ort)
  - Seit 1980 haben wir neu Internet (Zeit)
  - tendenziöse Graphiken
  - Korrelationen ohne Kausalzusammenhang
  - Interpretationsfehler
  - zentral wichtige erklärende Faktoren wurden «vergessen»
  - «Eine Umfrage ist kein Ersatz für eine Volksabstimmung!»

Dann bringt man sie aber selber doch – optimal solche eher aus dem gegnerischen Lager! Weil man vorher ausführlich aufgezeigt hat, dass man die Gefahren kennt, ist man dann glaubwürdiger.

- «*Ich war früher auch für den EU-Beitritt*» -> erhöht Glaubwürdigkeit (der ist offen und kann auch seine Meinung ändern).
- 5 % -> jeder 20te von Ihnen.... / alle 20 Jahre.....; von 1000 (oder 100) Leuten sind ....
- Eventuell Zusammenfassungen einbauen, Übergang von einem Teil zum Nächsten klar deklarieren und bisherige Resultate zusammenfassen.

#### **Auf dem Weg zur Meisterschaft:**

- Bewusste, gezielte Wiederholungen, eventuell mit Steigerungen und Richtung, können wirkungsmächtig sein: Winston Churchill: «We shall go on to the end, we shall fight in France, we shall fight on the seas and oceans, we shall fight with growing confidence and growing strength in the air, we shall defend our island, whatever the cost may be, we shall fight on the beaches, we shall fight on the landing grounds, we shall fight in the fields and in the streets, up the chimney and down the staircases and roofs, we shall never surrender.»
- Sie müssen die Zuhörer führen. Die Zuhörer müssen darüber orientiert sein, was sie gerade ansprechen und warum. Im Gegensatz zu einem wissenschaftlichen Vortrag oder einer schriftlichen Arbeit, in der sie die Zuhörer auch mit zuerst unzusammenhängenden Aussagen sogar provozieren können, eignet sich dieser Aufbau normalerweise nicht für die Rede. Schaffen Sie zuerst einen Rahmen, in dem ihre nachfolgenden Aussagen danach zu verstehen sind.
- Sie können nur dann Emotionen und Betroffenheit glaubhaft transportieren, wenn Sie die Situationen, welche Sie beschreiben, entweder selber erlebt haben oder in Ihrem allernächsten Umfeld intensiv miterlebt haben. Sprechen Sie nicht emotional von den Härten der Arbeitslosigkeit, den Schrecken des Krieges oder Krankheiten, wenn Sie überhaupt keine

emotionale Nähe dazu haben. Die Zuhörer merken es. Wenn Ihr Gegner das macht, thematisieren Sie bitte die lächerliche Betroffenheitsmarkierung. Besser gleich ehrlich mit Formulierungen wie «Was ich mir als Nichtbetroffener vorstelle, reicht schon um...».

- Sprechen Sie latent vorhandene Ängste, Gefühle und Idealvorstellungen der Zuhörer gleich zu Beginn an. Sie zeigen damit, dass Sie diese gut verstehen. Zeigen Sie auf, dass die Idealvorstellungen der Zuhörer genau zu Ihren Lösungen passen, ja, dass die Zuhörer eine wichtige Aufgabe/einen Platz in Ihrer Lösung haben und dort einen wertvollen Beitrag leisten. Sprechen Sie *für* die Zuhörer, nicht *zu* den Zuhörern.
- Sie können zwei Arten von Argumenten/Sichtweisen einsetzen:
  - Kurzfristige Eigeninteressen der Zuhörer ansprechen, rational, sachlich, funktional, Wettbewerb, Angebot und Nachfrage, Markt
  - geistig-ethisch-moralisch, ganzheitlich, gemeinsame Interessen ansprechend, langfristig, Gerechtigkeit, Selbstdisziplin/Masshalten, Verantwortung für das Ganze, reziproker Altruismus, Ausserökonomisches, jenseits von Angebot und NachfrageZum Beispiel können Sie in einem ersten Teil die erste Gruppe einsetzen und gegen Schluss hin die zweite Gruppe. Den Übergang können Sie so gestalten, dass Sie mit den Eigeninteressen der Zuhörer starten und dann mit rationalen Erklärungen das Zusammenspiel dieser Eigeninteressen via Angebot und Nachfrage, Markt und Wettbewerb erklären und so zu den gemeinsamen Vorteilen gelangen. Auf Englisch gibt es auch den Ansatz im Verkauf: «Why, How, What»; mit «Why» wird die intrinsische Motivation der Akteure beschrieben (ich habe mich immer aufgeregt, dass... . Deshalb bauten wir...).
- Benutzen Sie bildhafte Sprache, eindrückliche Analogien/Metaphern («Das ist ein Fass ohne Boden»). Nehmen Sie sich Zeit, die richtigen Wörter zu finden:
  - Kernkraft (Kern ist tiefsinning); Atomkraft (Hiroshima)
  - Eurokrise: Rettungsschirm (positiv); Bail-out (beinhaltet Schuld der Gläubigerstaaten/-banken)
  - Mehr dazu auf [www.infosperber.ch/Artikel/Umwelt/Klima-Medien-verfahren-mit-Wortwahl-zu-passivem-Verhalten](http://www.infosperber.ch/Artikel/Umwelt/Klima-Medien-verfahren-mit-Wortwahl-zu-passivem-Verhalten)
- Achten Sie auf den Rhythmus Ihrer Rede.
- Machen Sie Vergleiche mit eher bekannten Situationen, wenn Sie etwas Komplizierteres ansprechen müssen (statt von Geldseite/-menge der Wirtschaft, sprechen Sie von Gütern und Dienstleistungen, die geliefert werden müssen, das verstehen alle Leute; Geld kann man nicht essen).
- Wenn Sie in einer Rede massive Kritik an einer Person, Partei oder Regierung üben müssen, sind Sie eventuell besser beraten, wenn Sie in Tonfall und Wortwahl Ironie und Sarkasmus wirken lassen anstelle von direktem Angriff und Kritik.

#### **Abschliessend:**

- Nicht zu viele Witze einbauen.
- Nachbessern / Kontrolle:
  - In der Rede gilt:
    - Kurze Hauptsätze anstelle von komplizierten Sätzen mit Verschachtelungen und Nebensätzen.
    - *Nummerierte* Aufzählungen sind heikel, weil die Hörer die Einordnung/Aufzählung nicht überblicken können, allenfalls Anaphern: «Unter Ihrer Regierung ist die Inflation gestiegen, Unter Ihrer Regierung ist

das Defizit gestiegen, Unter Ihrer Regierung ist die Arbeitslosigkeit gewachsen....»

- Kontrolle Schweizerdeutsch:
  - welche, welcher, welches -> wo
  - damit -> dadämit
  - arbeiten (als Verb) -> schaffe
- Wenn es Übersetzungen beinhaltet (auch ausländische Redewendungen) und wenn es holprige Sätze hat:
  - [www.schatten-kabinett.ch/138](http://www.schatten-kabinett.ch/138) (Wenn Übersetzungen involviert sind)
  - Holprige Sätze:
    - Substantive durch Verben ersetzen oder umgekehrt?
    - Sätze umstellen?
    - Weitere Vorschläge im Text [www.schatten-kabinett.ch/138](http://www.schatten-kabinett.ch/138)
- Ende des Vortrages ankünden und dann aber auch aufhören. Zusammenfassung zum Schluss.
- "Schilder" in den Notizen einbauen (farbig, sogar mit Leuchtstift): LANGSAM (wenn man schnell spricht...).
- Jetzt auf mindestens **18 Punkt** hochfahren und schauen, wie man mit der Maus scrollend vorwärtskommt oder sonst ausdrücken.
- Redezeit stoppen, reicht es -> Notstreichungen markieren.
- Wenn fertig geschrieben: Nicht mehr als 2-3 mal üben; sonst leidet die Spontaneität: einmal wenn fertig, einmal abend vorher, einmal 1-2 Stunden vor Rede.

#### **Und noch ein paar letzte Bemerkungen zu anderen Meinungen und Diskussionen:**

- Sie können den Gegner nicht überzeugen, aber das Publikum.
- Gegner nicht beleidigen; nicht persönlich angreifen.
- Wieviele % Leute muss man ansprechen:
  - Proporzwahlen (Parlament): 25 % (FDP.Die Liberalen in der Schweiz)
  - Majorzwahlen (Regierung): 35-40 % - andere wählen Sie auch sonst
  - Abstimmungen: > 50 %
- Sie müssen keinen Respekt haben vor PolitikerInnen, welche einfach Positionen vertreten, weil diese populär sind. Haben Sie aber bitte Respekt vor gut fundierten, ehrlich gemeinten anderen Ansichten. Auch bei Ihren Ansichten kommt Ihre ganze bisherige Lebenserfahrung hinein. Die ist einzigartig, auch bei den anderen, und deshalb sind andere, gut fundierte Meinungen immer ein Gewinn und eine Chance zur Horizonterweiterung!
- Längere Auslandsaufenthalte (Auslandsemester!), arbeiten in verschiedenen Branchen und die Ablehnung von "dass nicht ist, was nicht sein darf" (hinschauen, auch wenn es weh tut und stört) helfen, andere Ansichten zu respektieren.
- Erinnern Sie sich auch immer an Sachfragen, in denen Sie mittlerweile eine 180° Wende vollzogen haben. Sie waren vor der Wende auch voll von der anderen Meinung überzeugt. Waren Sie damals ein Idiot oder sind Sie es heute?