

Von Dr. Christoph Luchsinger, +41 76 392 03 20, luchs@schatten-kabinett.ch

- Mitglied «Die Mitte» (www.die-mitte.ch)
- alt Gemeinderat Stadt Zürich für die Kreise 1 & 2
- Redaktor www.schatten-kabinett.ch
- Universitätsdozent Mathematik
- Kleinunternehmer: Gründer www.acad.jobs : akademische Stellen weltweit – und die besten Jobs in der Privatwirtschaft

Artikel auf www.schatten-kabinett.ch sind keine Einführungen in ein Thema, sondern Memos und Checklisten für Praktiker. Buchbesprechungen ersetzen nicht die Lektüre des Originals. Sie finden hier auch sehr gute Formulierungen, um komplexe Zusammenhänge kompakt zusammenzufassen oder Schlagworte, um ihre bereits vorhandene Rede zu würzen. Falls wir irgendwo Urheberrechte verletzen, bitte umgehend mit Nachweis melden: wir werden dann die jeweiligen Passagen neu als Zitate kennzeichnen.

Wie bereitet man eine gute Rede vor

Weitere wichtige Dokumente dazu auf www.Schatten-Kabinett.ch :

- www.schatten-kabinett.ch/29 (Wie man (aus liberaler Sicht) eine Vorlage analysiert)
- www.schatten-kabinett.ch/24 (Wie halte ich einen erfolgreichen **Vortrag**)
- www.schatten-kabinett.ch/53 (Wie hält man eine gute **Rede**)
- www.schatten-kabinett.ch/138 (Wenn Übersetzungen involviert sind) – diesen Artikel sollten Sie alle paar Jahre wieder lesen, gehört zur Allgemeinbildung
- www.schatten-kabinett.ch/332 (Techniken der Propaganda und Meinungsmanipulation)

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 (Ziischichtungs-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

www.schatten-kabinett.ch/332 : Techniken der Propaganda und Meinungsmanipulation

- 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)?
Lesenswert: www.nzz.ch/gesellschaft/10-tipps-fuer-die-diskussion-beim-fondue-chinoise-ld.1661692?
- Legendär: Sendung des Schweizer Fernsehens (Emilie Lieberherr mit den «Müllers» im Gespräch): www.srf.ch/play/tv/redirect/detail/05f18417-ec5b-4b94-a4bf-293312e56afe
- 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:

- Danken Sie an der richtigen Stelle für das Engagement und rufen Sie zu weiterem Einsatz auf.
- Ein bisschen billig, aber vor traditionellem, wertkonservativem und liberalem Publikum von Bildungsbürgern wirksam: beklagen Sie vor diesem auserwählten Publikum den Wertezerrfall in der Gesellschaft (das stimmt ja seit 2000 Jahren); dazu folgende Unterthemen:
 - Achtung von Rechtsstaat, Justiz, Behörden
 - Freiheit und Verantwortung – vor allem das zweite betonen
 - Masshalten – in einer Zeit von Exzessen immer gut
 - Optimismus
 - Patriotismus
 und weitere noble, nicht genau definierte, abstrakte Themen
- 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.
 - Kleiner Tipp für Leute, die gut in Logik/Mathematik sind. Die folgenden 2-3 Aussagen umschreiben mathematisch praktisch den gleichen Sachverhalt, sprechen die Leute aber eventuell anders an. Vielleicht können Sie analog Ihre Aussagen variieren:
 - Jeder Zürcher (A) ist Schweizer (B). «Aus A folgt B»
 - Wenn jemand nicht Schweizer ist, kann er kein Zürcher sein. «Aus nonB folgt nonA»
 - Verwandt: Es gibt auch Schweizer, die sind nicht Zürcher. «A ist (echte) Teilmenge von B»
- Können Sie den Aspekt der «Vielfalt» einbringen? Das ist für Liberale meist gut: wenn es zum Beispiel viele *verschiedene* Lösungen von besprochenen Problemen auf dezentraler Ebene gibt, ist das bürgernah und kundenorientiert: es gibt Bürger/Kunden, die wollen, dass es nach Hause geliefert wird, das sie es selber machen können, das sie es abholen können; in diesem Dorf wird es so gemacht, in einem anderen Dorf anders. Je komplexer eine Lage beschrieben wird, desto klarer ist, dass man wegen der Komplexität (die Bürgerwünsche entspricht), keine Einheitslösung aufzwingen sollte/kann. Vielfalt der bereits bestehenden Lösungen als Bannwald gegen Zentralisierung/Regulierung.
- 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.
- Am Schluss Aufruf, mit Modalverben: dürfen, können, mögen, müssen, sollen, wollen

- 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 1995 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:

- 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 auf der Vernunftebene zwei Arten von Argumenten/Sichtweisen einsetzen:
 - Den Eigennutz der Zuhörer ansprechen, rational, sachlich, funktional, Wettbewerb, Angebot und Nachfrage, Markt, Macht und Interessen (Zweckrational)
 - geistig-ethisch-moralisch, ganzheitlich, gemeinsame Interessen ansprechend, langfristig, Gerechtigkeit, Werte, Selbstdisziplin/Masshalten, Verantwortung für das Ganze, reziproker Altruismus, Ausserökonomisches, jenseits von Angebot und Nachfrage (Wertrational)
 Zum 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. Die ganz hohe Kunst besteht dann darin, langfristig die eigenen Interessen in «Werte» umzugliessen: ab dann verteidigen Sie hohe Werte! Die Verteidigung von Interessen ist oft zu anrühlich. Während sie bis hier an die menschliche Vernunft appellieren, ist es nicht verboten (im Gegenteil), wenn Sie das auch mit einem Appell an die urmenschlichen Instinkte in Einklang bringen können.
- 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...).

- 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 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. «Es ist leicht, Menschen von Dingen zu überzeugen, die ihnen schmeicheln» (Richard Coudenhove-Kalergi). Sprechen Sie *für* die Zuhörer, nicht *zu* den Zuhörern.
- Benutzen Sie bildhafte Sprache, eindruckliche 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
- 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 etwas Abstraktes verkaufen müssen, was für sich nicht zwingend bei allen positive Gefühle auslöst (Pressefreiheit, Wettbewerb, Privateigentum, Armee), beschreiben Sie doch das Gegenteil – was passiert, wenn es das nicht mehr gibt:
 - Tocquevilles negativer Ansatz zur Verteidigung der Pressefreiheit: «Ich gestehe, für die Pressefreiheit keineswegs die uneingeschränkte und unwillkürliche Liebe zu empfinden, die man für Dinge hegt, die ihrem Wesen nach unbestreitbar gut sind. Ich schätze sie weit mehr in Erwägung der Übel, die sie verhindert, als wegen des Guten, das sie leistet.»
 - Wettbewerb:
 - Sie wollen eine kleine Firma gründen? Es gibt in Zürich schon 3 solche Firmen – da besteht kein Bedarf mehr.
 - Was machen Sie, wenn Sie mit einem Restaurant nicht zufrieden sind?
 - Privateigentum: wir setzen uns jetzt an einen runden Tisch und diskutieren basisdemokratisch über die Produktion und Verteilung der Güter und Dienstleistungen die wirklich notwendig sind.

- Negativ definierte Freiheit als «Abwesenheit von Fremdzwang»: das Gegenteil ist, dass Beamte, Politiker, die Mehrheit sie zu etwas zwingen kann (Schlagworte: Entmündigung, Fremdbestimmung, Machtmissbrauch, Entmenschlichung)!
- Armee: ist in der Tat eine Organisation der Unfreiheit und des Zwanges, kostet viel Geld, Hierarchie und Macht statt Freiheit, zieht neben sehr guten Leuten auch sehr schlechte an – aber: notwendiges Übel. Sonst keine Sicherheit gegen Aussen. Ohne Armee wird man auch in der (Handels)diplomatie nicht ernst genommen.
- Merken Sie sich aus der Zauberflöte: «Die Absicht ist edel und lauter und rein». Ziele des Gegners oder Mittel zum Erreichen des Ziels angreifen? Die Ziele (und Idealvorstellungen) der meisten Leute sind nicht per se schlecht (ausser sie haben es mit wirklich schlimmen Leuten zu tun). Wenn jemand etwas für die Umwelt tun will, gegen die Erderwärmung, für sozialen Ausgleich, gegen Armut/Hunger/Krankheit/Krieg in der Welt: zeigen Sie durchaus Sympathien für die Grundidee, stellen Sie allenfalls schon mal die Rigorosität in Frage. Bestreiten Sie nicht die vorhandenen Probleme. Dann aber greifen Sie die Mittel an, mit denen diese Ziele erreicht werden sollen: undemokratisch, unverhältnismässig teuer, wird es so nicht noch schlimmer? freiheitseinschränkend, zentralisierend, Machtballung, etc; viel mehr Argumente auf www.schatten-kabinett.ch/29 .
- Wenn Sie eine eigene Lösung gegen eine andere durchsetzen wollen: überziehen und überzeichnen Sie die andere Lösung («etwas behaupten, das niemand fordert», «bewusstes Missverstehen»). Dann können Sie Ihre eigene Lösung im Gegensatz dazu als die (einzige) vernünftige Lösung präsentieren.
- www.schatten-kabinett.ch/332 : Techniken der Propaganda und Meinungsmanipulation
- 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.
 - Man kann das zum Beispiel in der Form von Übertreibungen machen. Berühmtes Beispiel aus der Nazi-Zeit waren Formulierungen wie «Der *allergrösste* Führer aller Zeiten» [korrekt wäre der «Grösste Führer aller Zeiten» gewesen]
 - Oder, auch aus der Nazi-Zeit: statt «Wollt Ihr Butter oder Kanonen» (Göring) macht man den Fehler «Wollt Ihr Margarine oder Kanonen» (bewusst in etwas Lächerlichem noch einen herrlichen Fehler/Versprecher einbauen).

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....»
 - Karl Waggerl: «Nichts ist leichter, als sich schwierig auszudrücken.»
 - Kontrolle Schweizerdeutsch:
 - welche, welcher, welches -> wo

- damit -> dadämit
 - arbeiten (als Verb) -> schaffe
- Vieles wird besser, wenn man den allerletzten Satz einfach weglässt ☺.
- Wenn es Übersetzungen beinhaltet (auch ausländische Redewendungen) und wenn es holprige Sätze hat:
 - 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
- 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 ausdrucken.
- 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:

- Sehen Sie das Ganze als eine sportliche Auseinandersetzung. Ihr Gegenüber ist ein Gegner, kein Feind! Selbst wenn es letzten Endes mal um Leben und Tod gehen sollte (Gesundheitswesen, Landesverteidigung) – Sie werden in der Auseinandersetzung nicht besser, wenn Sie verbissen Ihre Positionen verteidigen.
- Sie können den Gegner nicht überzeugen, aber das Publikum.
- Gegner nicht beleidigen; nicht persönlich angreifen.
- Wieviele % Leute muss man ansprechen:
 - Proporzwahlen (Parlament): 25 % (je nach Parteiengrösse)
 - 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?