

Horst Hanisch

# RHETORIK

ist Silber <sup>2100</sup>

Grundlagen der überzeugenden  
Redekunst

ÜBER-  
ARBEITETE,  
SIEBTE  
AUFLAGE



VON DEN ERSTEN SCHRITTEN ZU  
EINER PERFEKTEN PRÄSENTATION

# **Rhetorik ist Silber** <sup>2100</sup>

**Grundlagen der  
überzeugenden Redekunst –  
Von den ersten Schritten zu  
einer perfekten Präsentation**

**Horst Hanisch**

---

© Auflage 7, 6, 5, 4, 3, 2, 1: 2025, 2022, 2021, 2016, 2014, 2009,  
2003 by Horst Hanisch

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über [dnb.dnb.de](http://dnb.dnb.de) abrufbar.

Der Text dieses Buches entspricht der neuen deutschen Rechtschreibung.

2 Die Verwertung der Texte und Bilder, auch auszugsweise, ist ohne Zustimmung des Autors urheberrechtswidrig und strafbar. Dies gilt auch für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung und für die Verarbeitung mit elektronischen Systemen.

Die Ratschläge in diesem Buch sind sorgfältig erwogen, dennoch kann eine Garantie nicht übernommen werden. Eine Haftung des Autors und seiner Beauftragten für Personen-, Sach- und Vermögensschäden ist ausgeschlossen.

Aus Gründen der einfacheren Lesbarkeit wird auf das geschlechtsneutrale Differenzieren, zum Beispiel Mitarbeiter/Mitarbeiterin weitestgehend verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für beide Geschlechter.

**Idee und Entwurf:** Horst Hanisch, Bonn

**Lektorat:** Alfred Hanisch †, Bonn; Annelie Möskes, Bornheim (ab 3. Auflage)

**Buchsatz:** Guido Lokietek, Aachen; Horst Hanisch, Bonn

**Umschlag:** Christian Spatz, engine-productions, Köln; Horst Hanisch, Bonn

**Zeichnungen:** Sofern nicht anders angegeben: Horst Hanisch, Bonn

**Herstellung und Verlag:** BOD – Books on Demand GmbH, Nordstedt

**ISBN:** 978-3-7597-8824-5

---

---

# **Rhetorik ist Silber** 2100

**Grundlagen der  
überzeugenden Redekunst –  
Von den ersten Schritten zu  
einer perfekten Präsentation**

3

---

Auszug aus  
Rhetorik ist Silber 2100  
von Horst Hanisch

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>INHALTSVERZEICHNIS</b> .....	5	<i>Aristoteles und die Logik</i> ...	33
<b>VORWORT UND HINLEITUNG</b> .....	13	<i>Das System des Status –</i>	
TACHELES REDEN .....	13	<i>Hermagoras von Temnos</i> ..	34
„Das ist eine interessante		<i>Genus rationale (Bereich der</i>	
Frage; aber lassen Sie mich		<i>Argumentation)</i> .....	35
eben mal ...“ .....	13	<i>Genus legale (Steuerung der</i>	
<b>KAPITEL 1 – VON DER RHETORIK</b>		<i>Auslegung von juristischen</i>	
<b>– DIE GROÖE KUNST ZU REDEN</b>		<i>Texten)</i> .....	37
.....	19	<i>Die vier antiken Stilarten ..</i>	38
RHETORIK VON DER ANTIKE BIS		<i>Scholastik – Karl der Große</i>	
HEUTE.....	19	<i>und die Schulen</i> .....	40
<i>Die Vorläufer der heutigen</i>		<i>Thomas von Aquin –</i>	
<i>Rhetorik</i> .....	19	<i>Friedrich Hegel und die</i>	
<i>Das elenktische Verfahren</i>	21	<i>Dialektik</i> .....	42
<i>Sokrates – Logisch bis in den</i>		<b>MODERNE RHETORIK – REDEKUNST</b>	
<i>Tod</i> .....	24	.....	43
<i>Die Bedeutung der Sophisten</i>		<i>Die Kunst zu reden</i> .....	43
– <i>der Rhetor – und die</i>		<i>Rhetorische</i>	
<i>Disziplinen der Rhetorik</i> ....	26	<i>Darstellungsmethoden –</i>	
<i>Tropen, Redeschmuck und</i>		<i>Redefiguren</i> .....	45
<i>Wortfügungen</i> .....	28	<b>KAPITEL 2 – NERVENDES</b>	
<i>Die 5 Kategorien der</i>		<b>LAMPENFIEBER UND</b>	
<i>Stilqualitäten in der Antike</i>	30	<b>BERUHIGENDE ANTI-STRESS-</b>	
<i>Plato(n) und der Dialog</i> .....	32	<b>ÜBUNGEN</b> .....	57

---

DIE INNERE UNRUHE BESIENEN.....57	BASIS FÜR EINE PROFESSIONELLE
<i>Schweißperlen auf der Stirn</i>	PRÄSENTATION .....74
.....57	<i>Dynamisch und kurzweilig</i>
<i>Unwohlsein vor dem Auftritt</i>	<i>vortragen.....74</i>
– <i>Nervosität, Lampenfieber</i>	<i>Der Rote Faden und die</i>
.....59	<i>Dramaturgie.....77</i>
<i>Positiver und negativer</i>	<i>Das Redeziel .....80</i>
<i>Stress.....62</i>	<i>Vortrags- und</i>
<i>Sich der Gefahr stellen – oder</i>	<i>Präsentationsarten.....82</i>
<i>fliehen? .....64</i>	<i>Zeitung und Reserve....85</i>
DIE STRESSAUSLÖSER BEI	<i>Aktive Phasen und</i>
VORTRÄGEN .....66	<i>Lerneinheiten.....88</i>
<i>Ungewollte Stressoren.....66</i>	DER PRÄSENTATIONS-BEGINN .....90
<i>Blackout.....68</i>	<i>Geschickt einsteigen – die</i>
<i>Stress-Vermeidung und</i>	<i>Einleitung .....90</i>
<i>Minimierung der Nervosität</i>	<i>Mit packendem Titel</i>
.....70	<i>potentielle Interesse wecken</i>
<b>KAPITEL 3 – DER PRÄSENTATION</b>	.....96
<b>EINE NACHVOLLZIEHBARE</b>	DER STRUKTURIERTE HAUPTTEIL .102
<b>STRUKTUR VERLEIHEN .....71</b>	<i>Makro- und Mikro-Planung</i>
VON EINLEITUNG BIS ABSCHLUSS..71	.....102
<i>Erste Gedanken zur Planung</i>	<i>Die Organisation des</i>
<i>einer Präsentation .....71</i>	<i>Hauptteils.....106</i>
<i>Vorbereitung der</i>	<i>Chronologie, Zeitachse –</i>
<i>Präsentation; sammeln –</i>	<i>damals, heute, dann.....109</i>
<i>ordnen – fertigstellen .....73</i>	<i>Die Präsentation in einen</i>
	<i>Rahmen packen.....111</i>

# Inhaltsverzeichnis

---

DAS PRÄSENTATIONS-ENDE ..... 113	2. Inhaltswiedergabe ..... 128
<i>Das zusammenfassende</i>	3. Sprechdenken ..... 129
<i>Finale</i> ..... 113	4. Erzählung/Narratio..... 131
<b>KAPITEL 4 – DER LAIE WIRD</b>	5. Sachbericht und
<b>PROFI, DAS INTENSIVE</b>	<i>Stellungnahme</i> ..... 132
<b>TRAINING</b> ..... 119	6. Beschreibung ..... 133
PRÄSENTATIONS-TRAINING UND	7. Schlagzeile ..... 133
RHETORIK-ÜBUNGEN..... 119	8. Sachvortrag ..... 134
<i>Trainieren des Redens</i> ..... 119	9. Meinungsrede –
1. <i>Mentale Präsentation</i> ..... 119	<i>Überzeugungsrede</i> ..... 136
2. <i>Einzeltraining vor dem</i>	10. Verkaufsgespräch ..... 137
<i>Spiegel</i> ..... 120	11. Pitch ..... 138
3. <i>Training vor einer anderen</i>	12. Motivationsrede ..... 139
<i>Person</i> ..... 121	13. Rahmenrede ..... 140
4. <i>Auf Tonträger aufnehmen</i>	14. Festrede ..... 141
..... 121	15. Jubiläumsrede..... 141
5. <i>Auf Bildträger aufnehmen</i>	16. Trinkspruch ..... 142
..... 122	17. Hochzeitsansprache.. 142
<i>Redetraining vor</i>	18. Tischrede..... 143
<i>Testpublikum</i> ..... 123	19. Laudatio (Lobrede).... 145
VORTRAGS- UND PRÄSENTATIONS-	20. Dankesrede ..... 145
ÜBUNG ..... 127	21. Trauerrede – Grabrede
<i>Ständiges Training –</i>	..... 146
<i>hervorragende Umsetzung</i>	22. Smalltalk ..... 147
..... 127	23. Interview ..... 148
1. <i>Ablesen</i> ..... 128	24. Anmoderation ..... 149
	25. Moderation ..... 151

---

26. Talk-Runde.....151	3. Vorwegnahme-Methode .....167
27. Diskussion.....152	4. Vorteil-Nachteil-Methode .....168
28. Präsentation .....153	5. Bumerang-Methode ....169
29. Online-Präsentation...154	6. Isolierungs-Methode ...169
PRÄZISE ERKLÄREN .....155	7. Divisions-Methode.....170
<i>So präsentieren, dass der     andere eindeutig versteht</i> .....155	8. Multiplikations-Methode .....170
<i>Links ist nicht immer links –     Zweideutige Eindeutigkeit</i> .....156	9. Offenbarungs-Methode .....171
SENSIBEL AUSDRÜCKEN .....160	10. Ja-Aber-Methode.....171
<i>Feinfühlig erklären.....160</i>	11. Ablenk-Methode.....172
<b>KAPITEL 5 – DIE BELEBENDE INTERAKTION .....163</b>	<b>KAPITEL 6 – LEBHAFT KÖRPERSPRACHE – DER KÖRPER SPRICHT SEIT EWIGKEITEN ...175</b>
UMGANG MIT DEN TEILNEHMENDEN .....163	DAS SPIEGELN DER KÖRPERSPRACHE .....175
<i>Verbaler Angriff und         gekonnte Abwehr .....163</i>	<i>Versteckte Botschaften ...175</i>
EINWÄNDE ZUM EIGENEN VORTEIL DREHEN .....166	DIE GESTIK – MIT HAND UND FUß REDEN .....178
<i>Einwand-Methoden .....166</i>	<i>Reaktion auf Aktion.....178</i>
1. Rückfrage-Methode, Gegenfrage-Methode .....166	WAS DIE KÖRPERSPRACHE VERRÄT .....180
2. Rückstell-Methode.....167	<i>Wohin mit den Armen und         Händen beim Reden? .....180</i>

# Inhaltsverzeichnis

---

<i>Die Arme in Bewegung – Lasst die Hände sprechen</i> 184	DIE BASIS FÜR DIE VERBALE KOMMUNIKATION..... 211
<i>Unwillkürliche und willkürliche Gesten</i> ..... 187	<i>Wortstil – Wörter werden lebendig</i> ..... 211
<i>Stinkefinger und Victory- Zeichen</i> ..... 191	WÖRTERN EINEN SINN UND EINE STIMME GEBEN – BEDEUTUNG EINES WORTES ..... 214
<i>Lebhafter Einsatz von Gesten ..... 193</i>	<i>Stimmung und Atmosphäre schaffen</i> ..... 214
<i>Lügt die Körpersprache oder lügt nur das gesprochene Wort?</i> ..... 196	<i>Die affektive Bedeutung eines Wortes</i> ..... 217
<b>MIMIK, BLICKKONTAKT, LÄCHELN</b> ..... 198	DIE LÄSTIGEN UNWÖRTER ..... 222
AUGENKONTAKT ..... 198	<i>„Eigentlich“ heißt „eigentlich nicht“</i> ..... 222
<i>„Schau mir in die Augen“</i> 198	<i>Ungeschickte Kraft der Wörter?</i> ..... 225
<i>Blickkontakt vor großem Publikum auf der Bühne..</i> 199	<i>Ausdrucksweise – Lokution – Sprechakte</i> ..... 233
<i>Lächeln – und trotzdem ein Bösewicht?</i> ..... 201	VON BUCHSTABEN ZUR SCHRIFT 235
<i>Verräterische Mimik – Die sechs Grundemotionen ...</i> 204	<i>Formen der Handschrift..</i> 235
<i>Weitere aussagekräftige Gesichts-Emotionen</i> ..... 207	<i>Von der Schrift zu Bildzeichen – Die Emojis</i> ..... 236
<b>KAPITEL 7 – AUS WÖRTERN WERDEN SÄTZE</b> ..... 211	VON WÖRTERN ZUM AUSSAGEKRÄFTIGEN SATZ..... 239
	<i>Der elegante Satzstil</i> ..... 239

---

---

VERALLGEMEINERUNG,	<i>Die entscheidenden ersten 7</i>
TAUTOLOGIEN UND ALLITERATIONEN	<i>Sekunden</i> .....271
.....242	<i>Welches Bild der</i>
„Jeder hat schon mal ...“ ..242	<i>Präsentierende vermittelt</i> 273
<i>Tautologie – Pleonasmus</i> 244	<i>Blitzartiges Festlegen der</i>
<b>DIE HÖRBARE KRAFT DER</b>	<i>eigenen Meinung</i> .....276
<b>STIMME</b> ..... 252	<i>Die sich selbst erfüllende</i>
DIE BASIS FÜR DIE PARAVERBALE	<i>Prophezeiung</i> .....280
KOMMUNIKATION .....252	<i>Der Auftritt des</i>
<i>Die wohlklingende, „sonore“</i>	<i>Präsentierenden</i> .....283
<i>Stimme</i> .....252	<i>Deutung nonverbaler Signale</i>
<i>Sprechrhythmus – Tonhöhe,</i>	.....285
<i>Betonung; Lautstärke</i> .....257	<i>Die menschliche</i>
<i>Das Mittel der Betonung –</i>	<i>Ausstrahlung – das</i>
<i>Prosodie</i> .....261	<i>Menschrometer</i> .....287
GENDER – SOZIALES GESCHLECHT	DAS STRAHLENDE GESICHT .....290
.....266	<i>„Zeige mir ein strahlendes</i>
<i>Alle Geschlechter</i>	<i>Lächeln!“</i> .....290
<i>einbeziehen</i> .....266	<b>ALLE SINNESKANÄLE NUTZEN</b>
<b>KAPITEL 8 – DER ERSTE</b>	.....292
<b>EINDRUCK – AUF STIMMUNGEN</b>	DAS ERGIBT SINN – MIT ALLEN
<b>ACHTEN</b> ..... 271	SINNEN ARBEITEN .....292
DIE WIRKUNG DES EIGENEN	<i>Wissen greifbar machen</i> ..292
ERSCHEINUNGSBILDS .....271	<i>Gezielt ansprechen</i> .....296

---

## Inhaltsverzeichnis

---

<b>KAPITEL 9 – FALLS DIE PRESSE</b>	ONLINE-GESPRÄCHE – VIRTUELLER
<b>AUFTAUCHT ..... 301</b>	KONTAKT ..... 309
DER UMGANG MIT JOURNALISTEN	<i>Online-Auftritt –</i>
UND PRESSE..... 301	<i>Digitalisiertes Leben ..... 309</i>
<i>Hinterm Redepult Stellung</i>	DIGITALE ERSCHEINUNG..... 312
<i>nehmen..... 301</i>	<i>Ein ‚gutes‘ Bild abgeben . 312</i>
<i>Die kamerataugliche</i>	<i>Ausrichtung vor der Kamera</i>
<i>Kleidung..... 303</i>	..... 314
<i>Wie Farben wirken – Kleine</i>	<b>INDEX..... 319</b>
<i>Farbpsychologie für</i>	<b>KNIGGE ALS SYNONYM UND ALS</b>
<i>Präsentierende..... 304</i>	<b>NAMENSGEBER ..... 319</b>
<b>KAPITEL 10 – KOMMUNIKATION</b>	UMGANG MIT MENSCHEN..... 327
<b>AUF DISTANZ..... 309</b>	<i>Adolph Freiherr Knigge... 327</i>



Auszug aus  
Rhetorik ist Silber 2100  
von Horst Hanisch



## Vorwort und Hinleitung

### *Tacheles Reden*

*„Den Menschen zeichnen unter anderen seine relativ große Intelligenz,  
seine besonderen handwerklichen Fähigkeiten  
und seine differenzierte Sprache aus.“*

*Dtv-Atlas Philosophie  
9. Auflage 2001*

### **„Das ist eine interessante Frage; aber lassen Sie mich eben mal ...“**

Beginnen wir ganz am Anfang. Am Anfang war das Wort. Oder doch nicht? Waren unsere Vorfahren nicht eher Wort-los? War es nicht eher das Ungesprochene, mit dem sich unsere Ur-Ur-Ur-Vorfahren verständigten?

Versteht sich nicht ein Schwarm Fische ohne ein Wort zu sprechen? Kommunizieren nicht Ameisen nonverbal, wohl aber durch (körperliche) Berührung? Tatsächlich gibt es die Sprache im heutigen Sinne wohl erst seit 30.000 bis 100.000 Jahren.

Selbst heute können wir gar nicht alles durch Wörter ausdrücken. Oder können Sie Ihrem Nachbarn erklären, wie eine Banane schmeckt? Das Kunst-Wort ‚bananig‘ gilt dabei nicht, weil sich Ihr Gegenüber, wenn er noch nie eine Banane gegessen hätte, durch dieses Wort den Geschmack immer noch nicht vorstellen kann.

Manche Aussage zeigt, welche Gefühle die Sprache verrät. Zum Beispiel: „Ich kann dich nicht riechen“, oder „Das kann ich nicht begreifen.“ Manchmal bleibt uns das Wort ja auch sozusagen im Halse stecken.

Zu allem Überdruß heißt es hin und wieder gar, dass wir nicht alles wörtlich nehmen sollen (ja wie denn sonst?! Übrigens – manche können wohl ihre eigenen Wörter nicht verstehen: „Ich kann mein eigenes Wort nicht verstehen ...“

---

## ***Zwischenmenschlicher Austausch: verbal, paraverbal und nonverbal***

So scheint es nicht unbedingt zu verwundern, dass der US-Amerikanische Psychologe Albert Mehrabian (\*1939) herausgefunden hat, dass sich in der Kommunikation nur 7 % der vermittelten Informationen auf den gesprochenen Inhalt einer Nachricht (verbal), 38 % auf die Art und Weise, wie die Wörter ausgesprochen werden (Artikulation, Lautstärke, Sprechtempo) und 55 % auf die Körpersprache (Mimik, Gestik) beziehen.

Nach dem Standardwerk des Autors zum Thema Körpersprache, widmen wir uns im vorliegenden Buch schwerpunktmäßig dem gesprochenen Wort, der verbalen Kommunikation vor Publikum oder mit Gesprächspartnern. Natürlich soll die paraverbale und nonverbale Verständigung nicht ganz vernachlässigt werden.

14

Schwerpunkte im vorliegenden Buch werden auf zeitgemäße Umsetzung gelegt und der Anspruch der Praxisnähe gesucht. Logischerweise wird damit die ‚antike‘ Rhetorik nur einleitend dargestellt.

Dabei wird dieses Buch in mehrere große Bereiche geordnet, die das Gesamtthema gliedern sollen.

Die Leserin und der Leser mögen es mir nachsehen, wenn ich den einen oder anderen Punkt ausführlicher beschreibe und manchmal auch etwas Humorvolles einstreue.

Meiner Meinung nach schadet es nichts, wenn bei dieser umfangreichen Materie, die uns allerdings tagtäglich begleitet beziehungsweise verfolgt, auch hin und wieder gelacht werden darf. Zum Beispiel, wenn ich solch einen Satz höre: „Er betrachtete die Seezunge, die die Tante aß.“ Wer da wohl wen gegessen hat?

### ***Spiel mit Worten***

Da eine Sprache offensichtlich nicht als logisch zu bezeichnen ist, ergeben sich hin und wieder Situationen, die zum Schmunzeln reizen: Hat schon mal jemand ein Wörtchen mit Ihnen geredet (und blieb es dann auch nur bei einem Wort)?

---

## Vorwort – Hinleitung zum Thema

---

Oder hat Ihnen jemand schon mal sein Wort gegeben (hatte er nur eines? – Und hat jetzt keines mehr? – Ist er also jetzt Wort-los?).

Aber gut, es heißt ja dann auch „Jetzt haben Sie das Wort.“ (Wo denn?). Letztens hat mich mal jemand beim Wort genommen, wobei mir die Zeitgenossen lieb sind, die um's Wort bitten.

Hin und wieder legt jemand auch sein Wort in Gottes Ohr (Haben Sie schon mal gehört, dass er es von dort wieder-holte? – Sucht er deswegen manchmal nach Wörtern?).

Manch ein Zeitgenosse hält sein Wort (fest? – oder in den Händen?). Ein anderer ergreift das Wort (war es geflohen?), der nächste wechselt ein Wort („Ich gebe dir das Wort ‚Nikolaus‘, und was kriege ich dafür?“). Ein Wort kann – so scheint es – gut und schlecht sein: „Ich habe ein gutes Wort für ihn eingelegt.“ (Was war das wohl für ein ‚gutes‘ Wort?).

Wussten Sie, dass ein Wort gegessen werden kann: Wort-Salat? Oder, dass ein Wort in kriegerischen Auseinandersetzungen von Vorteil sein kann: Wort-Gefecht?

### ***Wort-Reichtum***

Wir sprechen von Wort-Reichtum. Deshalb erscheint es mir nachvollziehbar, was ein Ehepartner zum anderen sagte: „Das letzte Wort ist noch nicht gesprochen.“ Bis heute habe ich allerdings nicht erfahren, welches wohl das letzte Wort sein würde.

Aber, da fällt mir ein, ein anderer Nachbar erzählte mir mal, dass seine Frau immer das letzte Wort habe. (Wobei ich immer noch nicht weiß, um welches Wort es sich handelt). „Das ist mein letztes Wort!“ Aha. Angeblich entsprechen die 50 meistgebrauchten Wörter einer Sprache etwa 45 Prozent eines geschriebenen Textes. Also doch eher Wort-Armut?

### ***Reden mit- und zueinander***

Wir reden miteinander und wir reden zu anderen. Wir sprechen, diskutieren, tragen vor, kommunizieren, diskutieren und so weiter und so weiter.

---

---

Hören wir auch einander zu? „Klar“, mögen Sie sagen, „höre ich auch meinem Gesprächspartner zu. Sonst wüsste ich ja gar nicht, was ich dem anderen entgegenen soll.“

Also scheint das Zuhören ein elementarer Teil einer Kommunikation zu sein. Wir setzen dabei stillschweigend voraus, dass die Kommunikation auch einen Erfolg im weitesten Sinne erzielen soll.

Manchmal haben wir das Gefühl, dass unser Gegenüber es nicht ehrlich meint, obwohl wir es nicht begründen können. „Ich habe da so ein ungu-tes Gefühl.“ Hier könnte es sein, dass der Körper etwas anderes aussagt als das, was wir hören. Schwindelt uns unser Gegenüber an? Oder ist er/sie einfach nur unsicher?

### ***Verräterische Körperhaltung***

Wie skeptisch wir einer Deutung der Körpersprache auch gegenüberste-  
hen, es lässt sich nicht verneinen, dass die Sprache des Körpers deutbar  
ist. Ein Ziel dieses Buchs ist es, einzelne Mosaiksteine der Körpersprache  
kennenzulernen und deuten zu können.

Wer sich intensiv mit diesem Thema beschäftigt, wird sehr schnell mer-  
ken, wie leicht ein Mensch sich durch seine Körperhaltung verrät. Dieses  
Wissen müssen wir nicht nutzen, um jemanden negativ zu manipulieren,  
sondern um es uns und unserem Gegenüber leichter zu machen, ein Ge-  
spräch optimal führen zu können.

Noch ein gut gemeinter Tipp. Meines Erachtens ist es sinnlos, nun ge-  
bremst durch den Alltag zu schreiten, aus Angst, sich durch die Körper-  
haltung zu ‚verraten‘. Nein, wenn die ‚verbale‘ Aussage ehrlich ist, ist es  
die ‚nonverbale‘ ebenso.

Das neue Wissen kann allerdings dazu beitragen, Körperhaltungen, die  
vom Gesprächspartner negativ gedeutet werden könnten, in besonders  
wichtigen Situationen (zum Beispiel beim Vorstellungs- oder Überzeu-  
gungsgespräch) zu vermeiden.

---

## Vorwort – Hinleitung zum Thema

---

### ***Rhetorisch fit werden***

Lassen Sie mich zuletzt noch auf den Bereich des Rhetorik-Trainings hinweisen. Selbst wenn Sie wissen, wie Technik optimal einzusetzen ist, weshalb es sinnvoll erscheint zu zitieren, Sie es schaffen, unnötige Fülllaute und irreführende Unwörter zu vermeiden, heißt es noch lange nicht, dass der Transfer in die Praxis gelingt.

Deshalb gilt: Praktisch und tatsächlich üben. Haben Sie keine Angst vor Nervosität oder Lampenfieber. Das gehört dazu. Die meisten Trainierenden können durch aktives Training in überschaubarer Zeit deutliche Verbesserungen erkennen.

Bei diesem wichtigen Thema mit allen möglichen Facetten bleibt es nicht aus, dass meine eigene Meinung zu dem einen oder anderen Sachverhalt subjektive Schwerpunkte setzt. Diese Meinung muss nicht immer mit der Meinung anderer Menschen übereinstimmen – das ist demnach relativ leicht nachvollziehbar.

Und – nicht zu vergessen – gibt es bestimmt noch das ein oder andere Kapitel, das ergänzt werden könnte. Deswegen bin ich konstruktiver Kritik und weiterführenden Anregungen gegenüber gerne aufgeschlossen.

### ***Tacheles reden***

Ich will nicht viele Worte machen, aber, wie es sich offensichtlich für (gute?) Bücher gehört, nutze ich hier die Gelegenheit, mich bei einigen Menschen, die mich psychisch und physisch bei der Realisierung dieses Projekts selbstlos unterstützten, mit geschriebenen Worten zu bedanken. Danke!

Liebe Leserin, lieber Leser, verbieten Sie sich nicht dort das Wort, wo es ausgesprochen werden sollte. Reden Sie Tacheles. Sagen Sie frei, was Sie denken, ohne andere zu verletzen. Das Wort Tacheles stammt aus dem Westjiddischen („zweckmäßig reden, zur Sache kommen“).

Also, lassen Sie uns zur Sache kommen. Nehmen Sie nur dann ein Blatt vor den Mund, wenn es wirklich notwendig ist. Halten Sie sich am besten vor Augen, dass überlegtes Reden ‚Silber Wert ist‘.

---

---

Ihnen, liebe Leserin, lieber Leser, wünsche ich ein gutes Gelingen bei Ihren zukünftigen Reden, Präsentationen, Vorträgen, Gesprächsleitungen und anderen rhetorischen Herausforderungen.

Auf dass Sie in Zukunft all das, was Sie vermitteln wollen, rhetorisch professionell, aber doch menschlich und vor allem überzeugend umsetzen.

Horst Hanisch

Auszug aus  
Rhetorik ist Silber 2100  
von Horst Hanisch

# Kapitel 3 – Der Präsentation eine nachvollziehbare Struktur verleihen

## *Von Einleitung bis Abschluss*

„Der Anfang ist der wichtigste Teil der Arbeit.“

Plato(n), gr. Philosoph  
(427 - 348/347 v. Chr.)

### Erste Gedanken zur Planung einer Präsentation

Sie freuen sich, dass Sie gebeten wurden, eine Präsentation halten zu dürfen.

Sie wollen weder den Auftraggeber noch die Teilnehmer und natürlich auch sich selbst enttäuschen.

Sie müssen sich sehr gut vorbereiten, wollen wissen, wie Sie starten und abschließen, wie der Hauptteil strukturiert wird.

Nach der Präsentation planen Sie eine Nachbereitung, um Ihre Arbeit in Zukunft noch weiter zu optimieren.

Das Diagramm zeigt, wie Sie vorgehen können.

#### **Zu Position 4:**

Interesse wecken:                      ▪ „Das Thema ist für Sie wichtig, weil ...“

Ziel nennen:                             ▪ „Ich werde Ihnen heute ...“

Vorkenntnisse ermitteln:             ▪ „Kennen Sie schon ...?“

Bezug zur Praxis herstellen:         ▪ „Das ist in Ihrem Arbeitsbereich ...“

---

---



Rhetorik  
von Prof. Dr. Dr. h.c. P. Schölsch  
SS 2010  
S. 100

### Vorbereitung der Präsentation; sammeln – ordnen – fertigstellen

Um zu einer ‚runden‘ Präsentation zu kommen, können Sie so vorgehen:

- 
- Ein interessantes Thema suchen und finden.
  - Einen vorübergehenden Arbeitstitel wählen.
  - Stoffsammlung vornehmen (zum Beispiel mit Mindmapping).
  - Brainstorming, um originelle Ideen zu ergänzen.
  - Alles überdenken, Sinnloses streichen.
  - Eine vorläufige Struktur erstellen.
  - Erste Stichwortfassung erstellen.
  - Erste stilistische Ausformung des Hauptteils vornehmen.
  - Erste stilistische Ausformung des Beginns der Präsentation.
  - Erste stilistische Ausformung des Abschlusses.
  - Eingehende Kontrolle des Bisherigen. Roten Faden beachten.
  - Feinere Ausformung des Beginns, des Hauptteils, des Abschlusses.
  - Bisherigen Arbeitstitel in einen ansprechenden Titel umwandeln.
  - Eventuell Bild- und Tonmaterial einbinden. Erstellen und testen.
  - Endgültige Fassung erstellen.
  - Ausgiebiges Trainieren der Präsentation.
  - Letzte Anpassungen vornehmen.

---

# ***Basis für eine professionelle Präsentation***

„Die Basis des Charakters ist die Willenskraft.“  
Oscar Wilde (*Oscar Fingal O'Flahertie Wills*), ir. Dichter  
(1854 - 1900)

## **Dynamisch und kurzweilig vortragen**

Wer kennt sie nicht, die langweiligen Reden, möglichst monoton vorgelesen und gespickt mit „ähm“ und „öhms“? Ein langatmiger Schachtelsatz folgt auf den nächsten, der auch noch inhaltslos bleibt. Schade – vergeudete Energie und Zeit.

Viel anregender (und professioneller) sind die Reden, Vorträge und Präsentationen, die lebhaft, dynamisch und kurzweilig überkommen, die beim Zuhörer alle Sinne anregen, die sich bildhaft und farbenfroh – dort wo es passt – mit einer Prise erfrischendem Humor am deutlich zu erkennenden roten Faden entlang entwickeln.

### ***Erkenntniszuwachs***

Die Zuhörer profitieren von vermittelten Informationen, die das Wissen erweitern und einen wertvollen Erkenntniszuwachs schaffen. Sie profitieren von Hinweisen für ihr berufliches (oder auch privates) Leben.

Gut gelaunt, motiviert und gegebenenfalls sogar begeistert applaudieren die Zuhörer am Ende der Ausführungen. So soll es sein!

So schwierig ist es gar nicht, die Zuhörenden zu inspirieren. Wie schön wäre es, gäbe es eine Checkliste, die nur abgehakt werden müsste, um eine tolle Rede hinzulegen.

Nun, so ist es nicht – und soll es auch nicht sein, bestünde doch die berechtigte Gefahr, überall möglicherweise gute aber gleichartige Präsentationen zu hören.

---

## Kapitel 3 – Struktur der Präsentation

---

### ***Rhetorik-Gerüst individuell füllen***

Lassen Sie es so ausdrücken: Ihnen, liebe Leserin und lieber Leser, wird ein ‚Rhetorik-Gerüst‘ an die Hand gegeben, welches Sie mit Ihren besonderen Stärken, eigenen Vorstellungen und persönlichem Profil individuell füllen.

Es kann (und sollte) Ihnen gelingen, einen eigenen Präsentationsstil zu entwickeln, in dem Sie selbst ‚aufgehen‘ können, um Ihre Zuhörer rhetorisch zu überzeugen.

Bringen Sie Struktur und Spannung ein, Bewegung und Dynamik, Abwechslung und Initiative. Ihre Zuhörer investieren nicht nur Zeit, sondern auch Energie und in der Regel Geld, um Ihren Worten zu lauschen. Der Aufwand soll belohnt werden.

### ***Aha-Erlebnis***

Bei der Vermittlung von Wissen, Fähigkeiten und Erfahrungswerten ist oft durch ein zustimmendes Kopfnicken oder eine Feststellung „ja, das stimmt“ Zustimmung der Anwesenden wahrzunehmen.



Manchmal wird auch durch den sogenannten Aha-Effekt beziehungsweise ein Aha-Erlebnis schlagartig eine neue Erkenntnis gewonnen.

Der deutsche Psychologe Karl Bühler (1879 – 1963) führte diesen Begriff ein. Aha-Erlebnis: Ein Problem wird durchschaut, jedoch noch nicht die Lösung erkannt. Die Person spürt, auf dem richtigen Weg zu sein.

Sie probiert und erreicht die ‚Schwelle zum Denken‘.

---

---

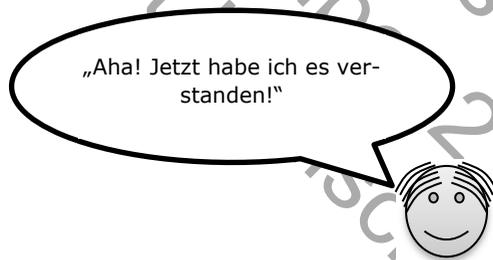
Eine plötzliche Überschreitung dieser Schwelle (das ist das eigentliche Aha-Erlebnis) entsteht, gefolgt vom Moment der Einsicht. Es bedeutet:

- die plötzlich auftretende Einsicht zur Lösung eines Problems, oder das schlagartige Erkennen von Zusammenhängen.

Klassischer Zuwachs von Wissen	Schlagartiger Zuwachs von Wissen
	

76

Der Wissenszuwachs wurde schlagartig erhöht. Im Idealfall offenbart sich dem Zuhörer, wo und wie er das neue Wissen sinnvoll einsetzen kann. Die investierte Zeit hat sich gelohnt. So soll es sein!



### Der Rote Faden und die Dramaturgie

Damit Ihnen genau das gelingt, bedarf es einiger handwerklichen, methodischen Fähigkeiten. Soziale Kompetenz, Einfühlungsvermögen, ein gesundes Selbstvertrauen, selbstbewusstes Auftreten und weiteres lässt eine Präsentation erfolgreich und ‚rund‘ werden. Um eine flotte Rede gelungen vorzutragen, ist ein Roter Faden zu spannen, der die Zuhörer durch den Vortrag oder die Präsentation führt.



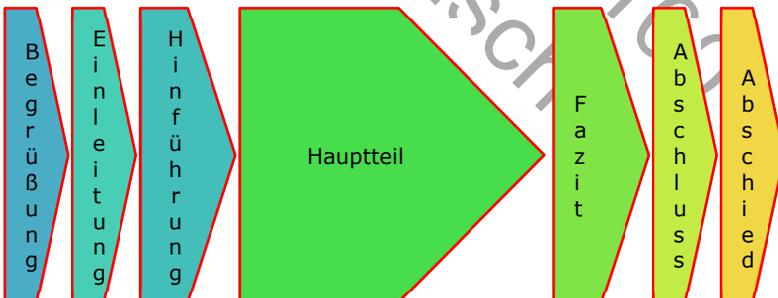
An diesem unsichtbaren Faden orientiert sich der Zuhörer. Die Struktur wird sichtbar, die Übersicht und Ordnung bleibt bestehen. Bei manchen Rednern scheint der Ablauf so auszusehen, könnte er als Linie aufgezeichnet werden:



Der Rote Faden geht verloren.

Langweilige und ausschweifende Wiederholungen, endlose Schachtelsätze, die sich im Nirgendwo verlieren, unlogische Sprünge im Ablauf verärgern den rhetorischen Laien. Der Trainierte hat seine Struktur deutlich vor Augen, macht diese für den Zuhörer hör- und sichtbar.

Der Rote Faden lässt einzelne Blöcke erkennen, die bei näherem Hinschauen beispielsweise folgende Präsentationsteile kennzeichnen:



---

Diese Präsentationsteile können verschieden lang sein, so, wie es dem Redeanlass entspricht und natürlich auch von der zur Verfügung stehenden Zeit abhängig ist.

### ***Dramaturgie***

Wird Neugierde und/oder Spannung durch den Präsentierenden aufgebaut, bleibt der Zuhörer ‚bei der Stange‘. Er folgt aufmerksam den Ausführungen und will wissen, wie es weitergeht.

Dem Präsentierenden ist es gelungen, eine zuhörensweite Dramaturgie (gr. ‚dramaturgia‘ für ‚dramatische Darstellung‘) aufzubauen.

Das Wort dramatisch wiederum steht für eine gewisse Aufregung, die erzeugt wird. Etwas ist aufwühlend, drastisch dargestellt, einschneidend.

Im Wort dramatisch steckt das Drama (gr. ‚drama‘ für ‚Handlung‘). Drama hört sich im ersten Augenblick negativ an. Tatsächlich ist ein Drama ein Trauerspiel (Tragödie) oder ein Lustspiel (Komödie).

78

### ***Abwechslung, Überraschung, Gegensatz, Verzögerung***

Um eine Dramaturgie, eine gewünschte Handlung in die Präsentation einzubauen, gibt es einige Möglichkeiten.

Mit das Einfachste dürfte die Abwechslung sein. Immer mal wieder ein neues, unerwartetes Vorgehen, ohne den Verlauf des Roten Fadens zu verlieren.

Zu Abwechslungen gehören auch Überraschungen. Der Zuschauer ist überrascht, wenn Unerwartetes geschieht.

Sei es, dass ein passendes Anschauungsmaterial ‚aus dem Hut‘ gezaubert wird, oder sich plötzlich eine unerwartete Wendung im Überlegungsstrang ergibt.

Dieser könnte beispielsweise durch einen Paradigmenwechsel erreicht werden. Hierunter wird verstanden, die eigene Welt der Gedanken zu verlassen, den eigenen Tellerrand zu überblicken, um eine Sachlage ‚mit anderen Augen zu betrachten‘.

---

## Kapitel 3 – Struktur der Präsentation

---

„Liebe Führungskräfte, schlüpfen Sie doch bitte mal einen Augenblick in die Rolle eines bedauernswerten Mitarbeiters, der gerade einen bösen, kostenschweren Fehler machte. Welche Gedanken und Befürchtungen gehen Ihnen – als Mitarbeiter – durch den Kopf? Wie verhielten Sie sich an seiner Stelle?“

Durch dieses Wechselspiel können sich Gegensätze oder Widersprüche auf tun.

Zum Beispiel dann, wenn erkannt wird, dass in einem Konflikt beide Konfliktpartner recht haben können. Wie wäre in solch einem Fall zu urteilen oder zu entscheiden?

Diese Variante öffnet beispielsweise einen guten Einstieg in ein klassisches Pro-/Contra-Thema.

Zur Dramaturgie zählen auch bewusst eingesetzte Verzögerungen: Die Zuhörer ‚hecheln‘ regelrecht nach der nächsten Information oder einer Auflösung, die absichtlich herausgezögert wird.

---

## Gezielt ansprechen

Wenn Sie im Gespräch herausfinden, mit welchem der fünf Sinne Ihr Gesprächspartner häufiger argumentiert, wissen Sie, wie er Sie besser verstehen kann.

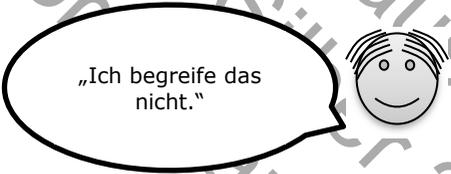
### ***Wahrnehmung über den jeweiligen Sinn***

Die meisten Menschen sind Augen-Menschen und nehmen Informationen bevorzugt visuell auf. Der taktile Sinn (Tastsinn) spricht die Fähigkeit der unbewussten Steuerung von Körperbewegungen an. Zu diesem Sinn gibt es eine ganze Menge Beispiele, von denen Sie viele kennen dürften.

„Ich könnte aus der Haut fahren.“ „Das finde ich zum Kotzen.“ „Immer wird alles auf mir abgeladen.“ „Das zwingt mich in die Knie.“ „Das habe ich mir zu Herzen genommen.“

Können Sie von Ihrem Gesprächspartner Formulierungen dieser Art wahrnehmen, dann wissen Sie, dass er das Anschauungsmaterial greifen, gar angreifen will.

296



„Ich begreife das nicht.“

„Ich kann es nicht begreifen.“ Diese Aussage zeigt, Ihr Gesprächspartner hat nicht die Möglichkeit etwas zu be-greifen.

Machen Sie es ihm leichter, indem Sie beispielsweise ein Modell Ihrer Idee mitbringen oder ein sauber ausgedrucktes Diagramm auf festem, gutem und dickem Papier, das er während Ihrer Präsentation in der Hand halten kann.

Der Geruchssinn wird in der Kommunikation sehr häufig unterschätzt. Tatsächlich trägt der Geruch dazu bei, vieles deutlicher wahrzunehmen. Im rhetorischen Austausch könnte folgende Aussage fallen: „Das stinkt mir.“

---

## Kapitel 8 – Der Erste Eindruck – Stimmungen

Diese Aussage lässt tief blicken. Sie sagt nämlich aus, dass der Gesprächspartner sein Gegenüber nicht mag. Er findet sein Gegenüber regelrecht abstoßend.



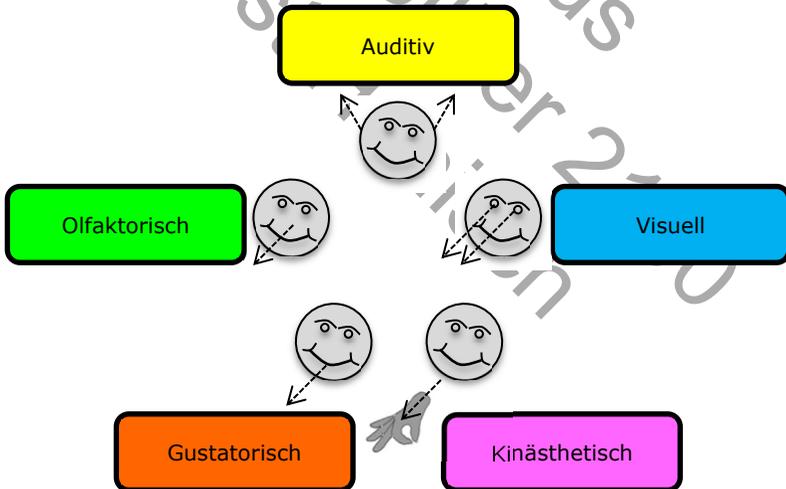
Wird ‚kann‘ probehalber durch das Wort ‚will‘ ersetzt, wird daraus: „Ich will den Typ nicht riechen.“

Eine Geschäftsbeziehung wird sich hier kaum aufbauen.



297

### Die 5 Sinneswahrnehmungen



---

## 5 sinnesbezogene Aussagen



298

## Auf dem jeweiligen Sinn ansprechen



## Kapitel 8 – Der Erste Eindruck – Stimmungen

---

Nun wissen Sie, wie Sie a) herausfinden, mit welchem Sinneskanal Ihr Gesprächspartner (überwiegend) lernt und versteht und wie Sie b) genau über diesen Kanal mit ihm kommunizieren können.

Der abschließende Tipp lautet: Achten Sie genau auf die Aussagen der Menschen, die mit Ihnen reden.

Sie werden sich wundern, wie schnell Sie sich durch ihre Wortwahl ‚verraten‘.

Erkennen Sie die Kraft dieser Vorgehensweise? Arbeitet Ihr Gesprächspartner überwiegend auf dem auditiven Kanal, Sie selbst eher auf dem visuellen, reden Sie teilweise aneinander vorbei.

Weniger dramatisch ausgedrückt: Sie nutzen nicht das Maximum des gegenseitigen Verstehens.

Der auditive Typ wird eher zum Hörer greifen, um mit Ihnen zu sprechen, wohingegen Sie lieber Abmachungen schriftlich formulieren.

Aufzeichnung durchgeführter Videochats dürften für Sie beide sehr wahrscheinlich vorteilhaft sein.

299

### ***Gefühle extrem einbringen***

Wie die Sinne angesprochen, eingebunden und die dazugehörenden Aussagen analysiert werden können, wurde dargestellt.

Durch bestimmte Vorgehensweisen können Sie in einem Gespräch die Emotionen, die Gefühle des Gegenübers gezielt ansprechen.

Hier eine kleine Auswahl, wie Sie in Dialogen oder Präsentationen übertrieben Gefühle einbringen können:

---

Sie schmeicheln sich bei Zuhörern ein (Comprobatio).	▪ „Das finde ich eine tragende Idee von Ihnen.“
--	---

Sie äußern sich verachtend zu Argumenten des Gegenübers (Diasyrmus). Verkleinert die Aussage.	▪ „Das ist nur ein bedauerlicher und damit zu vernachlässigender Einzelfall von vielen.“
---	--

---

Sie künden drohende zukünftige Ereignisse an oder beschuldigen jemanden (Diabole).

- „Sie werden schon sehen, was passiert!“
- Nimmt in einer rhetorischen Auseinandersetzung ein Redner die Rolle des Gegenübers ein, wird er manchmal als ‚Advocatus Diaboli‘, als ‚Anwalt des Teufels‘ bezeichnet.

Sie tätigen einen emotionalen Ausruf (Ekphonesis).

- „Lassen Sie uns endlich losgehen!“

Sie rufen erstaunt aus (Thaumasus).

- „Ach, das hätte ich ja nie gedacht!“
- Eventuell mit einem ironischen Unterton geäußert.

Sie verspotten den Gesprächspartner deutlich durch übertriebene Nachahmung seiner Art und Weise zu sprechen (Hypokrisis).

- „Ich würde das nie machen!“, wobei der Redner eine Person nachahmt/nachäfft und auch eine höhere Stimme einnimmt.

Sie übertreiben entrüstet (Hyperbel).

- „Das lässt Millionen von Vorgesetzten den Kopf platzen!“

Sie jammern und klagen über selbst erlittene Verletzung.

- „Bis zur totalen Erschöpfung habe ich die Daten gesammelt.“

Sie äußern Abscheu.

- „Das ist ja eklig!“

Durch die eingebrachten Gefühle können Sie eine Stimmungslage erzeugen.

Diese Stimmung lässt sich unter Umständen auf die Gesprächspartner übertragen, sodass Sie es in der Hand haben, die Atmosphäre zu bestimmen.

Horst Hanisch

# RHETORIK ist Silber

## EIGENTLICH HEISST EIGENTLICH NICHT

Reden Sie Tacheles. Sagen Sie frei, was Sie denken, ohne andere zu verletzen. Sprechen Sie gewählt und überzeugen Sie Ihr Gegenüber. Reden Sie unverkrampft zu und mit anderen. Aber richtig! Korrekt gewählte Wörter und beeindruckende Reden sind ‚Silber wert‘. Tauchen Sie ein in die faszinierende und vielfältige Welt des gesprochenen Wortes.

Das vorliegende Buch zeigt der Leserin und dem Leser in zehn Kapiteln, was unter überzeugen-der Rhetorik zu verstehen ist, wie verbal und nonverbal erfolgversprechend präsentiert werden kann und wie die Zuhörenden begeistert werden können. Der Inhalt umfasst folgende Themen:

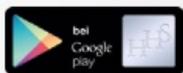
- Von der Rhetorik – Die große Kunst zu reden
- Nervendes Lampenfieber und beruhigende Anti-Stress-Übungen
- Der Präsentation eine nachvollziehbare Struktur verleihen
- Der Laie wird Profi – Das intensive Training
- Die belebende Interaktion
- Lebhaftige Körpersprache – Der Körper spricht seit Ewigkeiten
- Aus Wörtern werden Sätze
- Der erste Eindruck – Auf Stimmungen achten
- Falls die Presse auftaucht
- Kommunikation auf Distanz

## ZUM AUTOR:

Horst Hanisch, Bonn, ist selbstständiger Fachbuchautor, Coach und Dozent. Seine Trainingstätigkeit erstreckt sich unter anderem auf die Bereiche Kommunikation, Persönlichkeits-Entfaltung, Soft Skills, Soziale Kompetenz und Knigge/Etikette/ Umgangsformen. Seine Seminare finden im In- und im Ausland statt. Er ist Autor zahlreicher Fachbücher, die in Deutschland und im Ausland erschienen sind.

Horst Hanisch veranstaltet Seminare zu Themen wie ‚Business-Etikette‘, ‚Das wie ist man/frau was?-Lehrmenü‘, ‚Rhetorik, Präsentation und Moderation‘, ‚Outfit, Selbstbewusstes Auftreten, Smalltalk‘, ‚Interkulturelle Kompetenz‘ und andere.

**Jetzt downloaden: Die Knigge-App von Horst Hanisch**



€ 24,90 [D]



[www.knigge-seminare.de](http://www.knigge-seminare.de)

9 783759 788245