



## RHETORIK - DIE KUNST DER (VERKAUFS-)SPRACHE

Ob er will oder nicht: Der Mensch kommuniziert immer. Daran wird sich auch in Zukunft nichts ändern. Doch Sie haben es in der Hand, wie Sie eine Botschaft überbringen, ein Projekt vorstellen oder einen Vortrag halten. Sie selber bestimmen Form und Mittel Ihrer Präsentation. Sie führen Verhandlungen mit Geschäftspartnern, Sie arbeiten im Verkauf mit direktem Kundenkontakt oder Sie sind mit Kundenreklamationen konfrontiert; eine gute Rhetorik wird dabei immer eine wichtige Rolle übernehmen und Einfluss auf den Erfolg haben.

Das Transportieren einer Botschaft ist in der «Mechanik» vorerst sehr ähnlich. Es gelten vergleichbare Spiel- und Verhaltensregeln und die Ablaufstruktur folgt ihren Mustern. Haben Sie schon einmal eine politische Debatte im Parlament verfolgt? Oder beispielsweise die Politsendung «Arena» des Schweizer Fernsehens? Die Art der Rhetorik, das Timing von Aussagen, die Formulierung von Argumenten und Gegenargumenten können ein Abstimmungsergebnis beeinflussen. Achten Sie beim nächsten Abstimmungskampf auf die Rhetorik der Parteien: Sie verändert sich gegen das Ende der Abstimmungskampagnen deutlich. Ursprünglich oft

wohlklingende Kommunikation wird zunehmend aggressiver. Nur noch die besten Rhetoriker werden eingesetzt. Wie oft werden Abstimmungen und Wahlen kurz vor dem Termin entschieden? Diese Entwicklung gehört nicht nur zum politischen Alltag, sie findet sich auch sonst in vielen Debatten, Entscheidungsfindungen und Diskussionen.

Hier kommt die hohe Kunst des Präsentierens ins Spiel. Wer sie beherrschen will, weiss die verschiedenen Kommunikationsarten zu kombinieren: Wo setzen Sie auf verbale, wo auf nonverbale Kommunikation? Wo greifen Sie zu technischen und anderen Hilfsmitteln, etwa um eine Situation zu visu-

alisieren? Wann setzen Sie Ihre Sprache, die Rhetorik ein? Indem Sie gekonnt präsentieren, geben Sie Ihrem Erfolg nachhaltig Schub. 70 Prozent unserer Informationen übermitteln wir nonverbal. Das bedeutet, dass wir durch unsere Körpersprache wie Gestik und Mimik entscheidend zu einem Gesprächs- oder Präsentationsergebnis beitragen. Wenn wir bedenken, dass nur gerade 30 Prozent verbal transportiert werden, erkennen wir, dass das gesprochene Wort umso wichtiger ist. Wer die Kombination von verbaler und nonverbaler Sprache beherrscht, kann viel bewirken. Befassen wir uns mit dem gesprochenen Wort, der Rhetorik:





Rhetorisches Können hat immer zwei Seiten. Einerseits kann es bedeuten, sich klar auszudrücken, seine Gesprächspartner zu begeistern, zu überzeugen oder sogar positiv zu beeinflussen. Andererseits kann es bedeuten, mit geschliffener Zunge alles, auch Unwahrheiten, ins rechte Licht zu rücken und so die Gesprächspartner zu manipulieren. Sie haben bestimmt auch schon solche oder ähnliche Erfahrungen gemacht. Denken Sie an einen Kauf, den Sie im Anschluss bereut haben – was ist da genau passiert? Wurden Sie Opfer einer rhetorischen Manipulation?

Gute und professionelle Rhetorik heißt, korrekt und ehrlich durch Sprache zu überzeugen. Gute Rhetorik bedeutet, klar geordnete Gedanken so vorzutragen, dass sie nachvollziehbar und leicht verständlich sind. Das klingt im ersten Moment relativ einfach. Erinnern Sie sich an ein Referat, das Sie gehört haben: Ein bekannter Redner, fachlich kompetent und durch viele Titel und Taten ausgezeichnet, steht am Rednerpult. Leider verlieren Sie während der Präsentation den Faden, da seine Ausführungen zwar in der Tat sehr kompetent, aber wenig strukturiert und nachvollziehbar sind. Oft sind fachlich kompetente Redner leider schlechte Rhetoriker. Sie können das Wissen, das Sie besitzen, nicht in verständliche Botschaften packen. Erinnern Sie sich an Ihre letzten Verhandlungen, etwa mit Kunden oder einem Geschäftspartner; konnten Sie Ihre Botschaften verständlich und mit Weitblick überbringen?

**Die Sprache leistet einen wichtigen Beitrag**

Ein Gespräch oder eine Rede soll einfach, übersichtlich gegliedert, kurz und prägnant sowie anregend und anschaulich sein. Diese Elemente sind die Basis jeder Rede oder Präsentation und sollen eingehalten werden.

**Rhetorische Gestaltungsmittel**

Wenn das Thema bestimmt und die Gesprächspartner bekannt sind, dann geht es darum, wie man dem Gesprächspartner sein Thema am besten vermitteln kann. Dazu bietet sich eine ganze Palette an rhetorischen Gestaltungsmitteln an.

**Verbale und paraverbale Gestaltungsmittel:**

- Atmung
- Stimme
- rhetorische Stilmittel

Mit dem gezielten Einsatz dieser drei Hilfsmittel kann die Aussagekraft einer Präsentation oder das Verhandlungsgespräch beträchtlich erhöht werden.

**Atmung**

Der bewusste Umgang mit der Atmung zählt zur paraverbalen Kommunikation. Reden ist nichts anderes als ein tönen-des Ausatmen. Sobald ein Mensch unter Stress steht, verändert sich seine Atmung, und er ringt beim Reden immer

wieder nach Luft. Ein typisches Anzeichen von Stress.

**Eine bewusste Wahrnehmung der Atmung**

- öffnet die Körperhaltung
- ermöglicht das Sprechen
- entspannt bei Stress
- beeinflusst die Wirkung gegenüber Dritten

**Stimme**

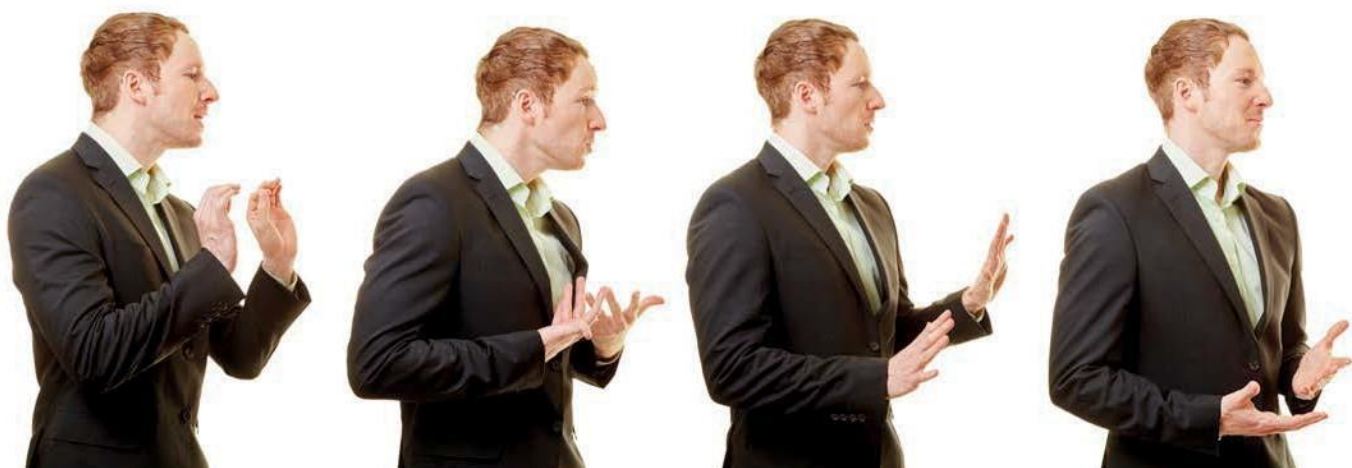
Die Stimme verrät viel über die Stimmung einer Person. Ärger, Freude, Selbstsicherheit, Nervosität – alles spiegelt sich in ihr wieder. Wer seine Stimme gezielt einsetzen kann, verleiht dem Gespräch Lebendigkeit, gibt ihm eine persönliche Note und fesselt den Gesprächspartner.

**Mit der Stimme bestimmen wir**

**Lautstärke:** Grundsätzlich muss die Lautstärke der Stimme den Raumverhältnissen und dem Gesprächspartner angepasst werden. Durch ihre Veränderung werden Schwerpunkte gezielt gesetzt.

**Sprechtempo:** Viele von uns sprechen tendenziell zu schnell. Sie lassen dem Gesprächspartner somit keine Zeit, das Gehörte zu verarbeiten. Ein gezielt erhöhtes Sprechtempo kann jedoch Spannung aufbauen, aber mit Bedacht!

**Sprechpausen:** Sprechpausen sollen gezielt als rhetorisches Gestaltungsmittel eingesetzt werden. So hat der Gesprächs-



partner Zeit, sich zu konzentrieren. Wie Kapitel und Absätze dem geschriebenen Text geben Pausen einer Rede Struktur. Jeder Gedanke soll mit einer Pause abgeschlossen werden, bevor etwas Neues beginnt. Eine Sprechpause ist für viele von uns ungewohnt, aber Sie werden von ihrer Wirkung positiv überrascht sein!

**Betonung:** Monotonie ist tödlich. Satz- teile oder Worte sollen durch Betonung hervorgehoben werden, um so das Verkaufsgespräch oder eine Verhandlung lebendig zu gestalten. Wer von uns freut sich schon auf eine langweilige Verhandlung oder ein monotones Gespräch?

#### Rhetorische Stilmittel

Rhetorische Stilmittel helfen, Spannung in einem Gespräch oder einer Verhandlung zu erzeugen. In der Praxis werden sie allerdings oft zu wenig eingesetzt:

**Beispiele:** Beispiele helfen dem Gesprächspartner, einen Zusammenhang

besser zu verstehen. Sie müssen einen direkten Bezug zum Thema haben und für den Gesprächspartner nachvollziehbar sein.

**Humor:** Lachen verbindet Menschen. Für Humor ist aber Fingerspitzengefühl gefragt. Witze müssen zum Thema und zum Gesprächspartner passen und dürfen niemanden verletzen.

**Provokationen:** Provokationen bauen, ähnlich wie humorvolle Einlagen, die Spannung auf, dürfen aber niemanden angreifen. Allfällige Widersprüche müssen jederzeit geklärt werden können.

**Rhetorische Fragen:** Die gestellte Frage beantwortet der Redner selbst, denn die Antwort liegt auf der Hand. Ein geschicktes Mittel in Verhandlungen!

#### Kompetenzen?

Einige behaupten, dass gute Redner nicht unbedingt über hohe Fachkompetenzen verfügen müssen. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass sich fundiertes Fachwissen

immer in der Rhetorik widerspiegelt und zu einer hohen Glaubwürdigkeit führt. Wer sich seiner Sache sicher ist, wirkt durch seine Körpersprache sowie die gewählten Worte.

Erkennen Sie (wenn Sie es nicht schon vorher getan haben) den Stellenwert einer guten Rhetorik? Achten Sie beim nächsten Gespräch oder bei der nächsten Verhandlung speziell auf Ihre persönliche Rhetorik. Setzen Sie die Ihnen bekannten Hilfsmittel gezielt ein und Sie werden mit Sicherheit positive Erfahrungen machen.

Die Rhetorik ist wohl die Kunst der Sprache, aber vergessen Sie bitte nie: C'est le ton qui fait la musique! Der Ton macht die Musik!

[WWW.SALESPLANNING.CH](http://WWW.SALESPLANNING.CH)

*Roland Vogel*



#### Rhetorisches Können ist in verschiedenen Situationen gefragt:

- Präsentationen vor Kunden oder Geschäftspartnern
- Verhandlungen
- Verkaufsgespräche und Beratungen
- Konfliktgespräche mit Mitarbeitenden oder Kunden
- und überall dort, wo das gesprochene Wort zum Einsatz kommt

Rhetorik ist die Kunst des Redens und die Kunst, durch Reden zu überzeugen. In der Rhetorik gestaltet der Redner bewusst, wie er auf sein Publikum wirken möchte. Es gibt dafür unendlich viele Empfehlungen und Regeln. Die einen verbieten, was andere gutheissen. Entscheidend ist, dass die Rhetorik zur eigenen Person passt. Bleiben Sie in jedem Fall authentisch, der Kunde wird es merken!