

PARLA®: Reden wie Steve Jobs?

- Was macht eine gute Rede aus

Sehr geehrte Damen und Herren,

wussten Sie schon, dass...

- 2002 in den größten 500 deutschen Unternehmen 29000 Reden gehalten wurden (Pressekonferenzen, Führungskräftekonferenzen, Jubiläen, Richtfester...),
- 50% der öffentlich wahrnehmbaren Reden von den CEOs bzw. den Vorstandsvorsitzenden gehalten werden, die anderen 50% von anderen Vorstandsmitgliedern,
- die Reputation des CEO zu 50% für das Unternehmensimage verantwortlich ist?
(Vazrik Bazil: Redemanagement, in: Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden, 2007)

Doch rhetorische Brillanz ist nur selten angeboren, wie auch das Handelsblatt am 31.5.2018 schreibt. Leider empfinden Top-Führungskräfte und Vorstandschefs die Arbeit an der Rede und ihrer Performance oft als nachrangig und glauben, mit nüchternen Zahlen, Daten und Fakten überzeugen zu können. Sie bedenken dabei nicht, dass nichts davon ankommt, wenn das Publikum in Langeweile ertrinkt und sich dem Smartphone zuwendet.



© robinsonk26 / pixabay.com

Akribische Vorbereitung ist alles. Apple-Gründer Steve Jobs soll für eine Minute seines Auftritts 40 Minuten geübt haben.

Eine gute Rede ist Teamarbeit. Telekom-Chef Tim Hötting hat seine Vorbereitung auf die Hauptversammlung 2018 mit einem „Twalk“ begonnen, einem Spaziergang mit Redenschreibern und Kollegen aus der Kommunikationsabteilung.

Ein gelungener Vortrag ist ein Prozess, der erst nach dem Auftritt endet und viele Schleifen braucht. Dabei idealerweise die Unterstützung eines Rhetorikprofis. Hier wird die Botschaft sprachlich und bildlich herauskristallisiert, der rote Faden entwickelt, ein überraschender Einstieg und ein wirksamer Schluss, sowie dramaturgische Highlights. In Probedurchläufen arbeitet der Redner nicht nur an seiner Sicherheit, sondern auch an Variabilität, um die Spannung zu halten und Emotionen stimmig zu vermitteln. Eine besondere Herausforderung ist für viele, kritische Nachrichten zu kommunizieren und mit provokanten Fragen umzugehen. Auch das ist erlernbar. Üben, üben, üben, ist die Devise und das Erfolgsrezept Nr. 1.

In diesem Shortletter erfahren Sie, welche Tipps Sie aus der Trickkiste von Steve Jobs und Timotheus Hötting mitnehmen können. Sie bekommen ein passendes Zitat, einen Literatortipp und

Trainingsempfehlungen.

Viel Vergnügen und interessante Erkenntnisse wünscht Ihnen Ihre Anja Oser.



Anja Oser
Geschäftsführerin
PARLA GmbH & Co. KG
Neckarstaden 20
69117 Heidelberg
Tel.: +49 6221 58 58 40
Fax: +49 6221 48 40 57
E-Mail: info@parla.de
Webseite: www.parla.de

Übrigens:

Wir sind Silberpreisträger des Europäischen Preises
für Training, Beratung und Coaching 2017/2018.



**„Wenn ich einmal all meine Besitztümer abgeben müsste und dürfte
nur einen Besitz behalten, ich würde die Kraft der Rede wählen.
Denn mit ihrer Hilfe hätte ich bald alle anderen zurückgewonnen.“**

Daniel Webster (1782-1852), amerikanischer Politiker

Steve Jobs - Timotheus Höttges – was ist die Kunst erfolgreicher Redner?

„I want to tell you three stories from my life. No big deal. Just three stories.“ Mit diesen Worten leitete Steve Jobs seine berühmte Rede an der Stanford University ein.

Mit Worten bewegen

Geschichten inspirieren und bleiben haften. Nicht ohne Grund gibt es derzeit bei den Neuerscheinungen mehr Literatur zum „Storytelling“ als zu „Rhetorik“. Ob nun vor Stanford-Absolventen, auf einer Konferenz oder vor den versammelten Mitarbeitern: Jede Führungsperson, die mit einer Rede vorbereitet in einen gefüllten Raum erwartungsvoller Gesichter hineintritt, steht vor der Herausforderung, Inspiration und Motivation beim Publikum zu bewirken und das bitte nachhaltig.

Und das sind die 6 Tipps und Tricks, mit denen Steve Jobs arbeitete, um mit seinen Reden zu begeistern:



Bildquelle: businessinsider.com

Steve Jobs an der Stanford University, 2005

1. Kennen Sie Ihre Zuhörer. Was denken sie? Was fühlen sie? Was erwarten sie vom Redner?
2. Stellen Sie sich auf die jeweilige Situation und das Publikum ein. Richten Sie Logos, Ethos und Pathos Ihrer Rede danach aus.
3. Konzentrieren Sie sich auf wenige Kernthemen, die Ihr Unternehmen beschreiben.
4. Überlegen Sie sich passende Metaphern, die Sie je nach Situation variieren.
5. Wiederholen Sie diese Themen und Metaphern.

6. Konzentrieren Sie sich auf Ihre Glaubwürdigkeit und Ihr Image. Sie sind der Schlüssel zu fast allem.

Sie werden jetzt denken, Geschichten, Gefühle der Zuhörer, das ist zu viel Emotionalität für eine Business-Rede. Nein! Wir wissen auch aus der Entscheidungsforschung, dass Menschen nur mit Überzeugung ins Handeln kommen, wenn sie ein gutes Gefühl bei der Sache haben. Deshalb ist es so wichtig, dass Sie mit Körper und Stimme die anschaulich formulierte Botschaft entsprechend transportieren, dass Ihre Message vom Gefühl getragen wird. Nur dann wirken Sie glaubwürdig und nur dann kann Ihr Publikum Ihnen vertrauen.

Steve Jobs bedient sich der Elemente der Rhetorik von Aristoteles. Sicher braucht es Logos, also inhaltliche Botschaften, interessante Produkte und Fakten aus Vergangenheit und Gegenwart, auf die Sie Bezug nehmen. Aber nicht zu viel und gar nicht ständig Neues, sondern gerne iterativ in Schleifen. Ein gewisses Maß an Leidenschaft (Pathos) packt den Zuhörer, denn nur wer brennt, kann andere anzünden.

Für Jobs am wichtigsten war allerdings Ethos, Werthaltigkeit zu bieten. Jobs Geschichten dienten dazu, sich selbst als vertrauenswürdig zu inszenieren, als integren Menschen. Nur so schaffte Apple es, dass die Kunden den Verkäufern die neuen iPhones aus den Händen rissen.



Bildquelle: telekom.com

Timotheus Höttges führt das VRdS-Ranking zum besten Redner der DAX30 Unternehmen 2019 an.

Die Rede als Event

Das was Jobs 2007 bei der Einführung des iPhones machte, macht der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Telekom Timotheus Höttges heute. Entsprechend wird er als „der deutsche Steve Jobs“ betitelt. Tatsächlich kommt er beim Hohenheimer CEO-Ranking seit 3 Jahren auf Platz 1. Hier wird vor allem die formale Verständlichkeit gemessen.

Auch beim Verband der deutschen Redenschreiber deutscher Sprache (VRdS) hat Höttges dieses und letztes Jahr den Thron ergattert. Hier beobachten Analysten wie ich den Hauptversammlungsredner vor Ort und aus der Distanz und bewerten die Argumentation, den Aufbau, den Inhalt, die Sprache, den Auftritt und die Inszenierung.

Apropos Inszenierung. Da lässt sich beim Vergleich von Aufnahmen von Timotheus Höttges von 2014 bis heute eine deutliche Veränderung feststellen. Während er 2014 noch am Pult stand und ablas, sprach er schon 2016 wie Steve Jobs im Gehen und ähnelte ihm plötzlich auch optisch sehr. Produkte wurden jetzt wie im eigenen Wohnzimmer gezeigt und ein Video eingeblendet. Die beiden Teleprompter links und rechts, wie man sie auch von Barack Obama kennt, waren 2018 nicht mehr zu sehen. Das erlaubt Höttges, sich jetzt frei zwischen Baukulisse und Netzwerk-Schrank hin und her zu bewegen.

Wie bei den Ted Talks entwickelt sich auch bei den Hauptversammlungsreden der Trend hin zum Event, zur Show. Und hier braucht es Stories genauso wie O-Töne von Mitarbeitern oder Objekte auf der Bühne. Das Adressieren der Shareholder und Stakeholder zeigt Adressatenorientierung, und ein dramatischer Spannungsbogen lässt die Rede zum Entertainment werden. Bei alledem darf echtes Gefühl und Glaubwürdigkeit nicht verloren gehen, weshalb es auch einmal ganz ruhige, andächtige Phasen in der Rede geben darf.

Denn Aufrichtigkeit ist die Quelle aller Genialität.

Von Anja Oser, **PARLA**[®]-Geschäftsführerin

Buch-Tipp: „Du hast gut reden!“

Sie würden gern argumentativ überzeugen? Sie leiten Seminare, müssen häufiger Reden halten oder Reden schreiben oder möchten generell verständlicher und zielführender kommunizieren?

In 20 Bausteinen zu Themen wie Sprechsituationen, Fragestrategien, Strukturierung einer Rede, Artikulation, aber auch Redeangst, vermittelt Klaus Pawlowski spielerisch und praxisnah Fertigkeiten und Kenntnisse der angewandten Rhetorik.

Zu jedem Baustein finden sich zahlreiche praktische Übungen, die einzeln oder in der Gruppe, angeleitet oder im Selbststudium durchgeführt werden können.

Empfehlung von **PARLA**[®]

Rhetorik ist die Kunst des Redens und besitzt die Kraft, andere für sich oder seine Ideen begeistern zu können. Wer sich sicher ist, das bereits sehr gut zu können, der wird in Klaus Pawlowskis Trainingsbuch zur praktischen Rhetorik dennoch etwas Neues finden. Der Ratgeber beinhaltet ein Füllhorn an Informationen, Übungen und Anregungen, die im Umgang mit den Mitmenschen hilfreich sein können.

Das Buch ist grundlegend in vier Kapitel unterteilt. Das erste Kapitel beschäftigt sich mit den „Vorübungen“, also der Vorbereitung auf die eigentliche Anwendung der Rhetorik. Pawlowski schildert hier verschiedene Situationen, die entweder aus dem Alltag gegriffen sind oder einen Perspektivwechsel anregen, um daraufhin die grundlegenden Konzepte der Rhetorik zu verdeutlichen. Gezeichnet ist dieses Kapitel besonders durch die klare Orientierung an den W-Fragen, um Situationen aus dem Alltag und rhetorische Grundbegriffe verständlich zu erläutern.

Im zweiten und wohl praktischsten Kapitel des Buchs geht es um die genaue Anwendung der Rhetorik und eine detailreiche Beschreibung von Übungen. Passend dazu lautet der Name des Kapitels „Jetzt rede ich!“, denn nun sind Sie gefordert. Auch wenn Rhetorik am besten mit anderen zusammen trainiert wird, bietet das Buch viele Übungen zum Selbststudium. Besonders hilfreich ist auch der Teil des Kapitels, der die Anschaulichkeit von Reden thematisiert.

Die folgenden zwei Kapitel sind kürzer und bilden den Abschluss des Buches. Pawlowski unterscheidet zunächst zwischen der Sachrede, der Meinungsrede und der Anlassrede, bevor er im letzten Teil den Ratgeber mit etwas Theorie abrundet. Insgesamt ist das Trainingsbuch sehr gehaltvoll und anschaulich gestaltet, ohne dabei zu komplex zu werden. Die sachliche Beschreibung lädt zusätzlich dazu ein, das Buch immer wieder zu Rate zu ziehen.



Klaus Pawlowski(2015): **Du hast gut reden – Ein Spiel- und Trainingsbuch zur praktischen Rhetorik/ Ernst Reinhardt Verlag**, 163 Seiten, Deutsch, Broschierte Ausgabe, EUR 16,90, ISBN: 978-3497025244

Auf den Punkt gebracht

Ihr Intensivtraining für zielgenaue Rhetorik

„Fassen Sie sich kurz!“ Diese Aufforderung kommt Ihnen sicher bekannt vor. Ob Kunde, Kollege oder Chef, alle stehen unter Zeitdruck. Deshalb steht für Informationsphasen nur wenig Zeit zur Verfügung. Informationen müssen also auf das Wesentliche zusammengefasst und mit klarer logischer Struktur übermittelt werden.

In dem Training „Auf den Punkt gebracht – Kurz, klar und knackig zum Ziel“ versorgt **PARLA**-Geschäftsführerin Anja Oser Sie mit leicht anwendbaren Techniken aus der Rhetorik und zeigt, wie Sie das, was Sie rüberbringen möchten, auf den Punkt bringen. Sie erfahren, wie Sie Ihre Gedanken besser strukturieren und zielgerichtet formulieren. Sie erleben, wie Sie mit kurzen Sätzen und unterstützender Betonung Ihren Worten das nötige Gewicht geben.

Besuchen Sie am **18. September 2019 in Heidelberg** unser Training

„Auf den Punkt gebracht – Kurz, klar und knackig zum Ziel“

mit **PARLA**[®]-Rhetorik-Expertin Anja Oser



Rhetorik-Expertin Anja Oser

[Zur Trainingsbeschreibung](#)

[Zur Anmeldung](#)

Unser nächstes offenes Training

18. September 2019

Auf den Punkt gebracht

Kurz, klar und knackig zum Ziel



mit Anja Oser

14. Oktober 2019

Kommunikation im Projekt

Erfolg durch professionelle
Zusammenarbeit



mit Dorothee Fedorko

23. November 2019

New Work – Es ändert sich was!

Nur was und wie? Die Gestaltung
der Arbeit für die Zukunft



mit Isolde Fischer-Hillebrand

Zur kompletten Trainingsübersicht

Ausgezeichnete Kommunikation mit PARLA

Ganz neu: 3 Zertifikatsreihen der DGSS

Die DGSS-Zertifikate der international anerkannten Deutschen Gesellschaft für Sprechwissenschaft und Sprecherziehung e.V. (DGSS) werden als Qualitätslabel mit DGSS-TrainerInnen von PARLA® als Umsetzungspartner angeboten.

Wir bieten Ihnen [drei Zertifikatsreihen](#), das jahrelang bekannte und anerkannte [Rhetorik-Zertifikat](#), der [Business Communication Manager](#) und das [„Fit im Verkaufsdienst“-Zertifikat](#).

Alle Module einer Zertifikatsreihe sind individuell an Sie und Ihre Bedürfnisse anpassbar. Als Beispiel können wir für das Verkaufsdienst-Zertifikat auch Varianten für Ihren Einkauf oder für den Außendienst bieten.



Alle Reihen sind in fünf Basis-Module eingeteilt mit zusätzlich zwei Aufbaumodulen. Sollte ein Thema der Basis-Module nicht relevant für Sie sein, können Sie anstatt dessen beispielsweise eines der Aufbaumodule wählen.

Auf Wunsch entwickeln wir auch auf Sie abgestimmte Zertifikatslehrgänge und kümmern uns um die Freigabe bei der Deutschen Gesellschaft für Sprechwissenschaft und Sprecherziehung e.V.

Thema im nächsten PARLA-Shortletter:

New Work

Digitalisierung, Work-Life-Balance, Home-Office: Die Arbeitswelt transformiert sich rapide und bringt dabei Veränderung und neue Konzepte mit sich. Im kommenden Shortletter beleuchten wir die arbeitsorganisatorischen Trends und erklären, was hinter dem Begriff „New Work“ steckt.



© Free-Photos / pixabay.com

Empfehlen Sie unseren Shortletter gerne weiter! Hier können sich Ihre Kollegen und Freunde ganz unkompliziert anmelden.

Vielen Dank!

[Zur Shortletteranmeldung](#)

Haben Sie Fragen? Schreiben Sie uns an info@parla.de oder rufen Sie uns an unter 06221/585840. Wir freuen uns auf Sie!

Impressum

PARLA GmbH & Co. KG
Neckarstaden 20
69117 Heidelberg

Tel.: +49 6221 58 58 40
Fax: +49 6221 48 40 57

E-Mail: info@parla.de
Internet: www.parla.de

© PARLA GmbH & Co. KG

Ust-IDNr.: DE287172035
Amtsgericht Mannheim, HRA 704720
Geschäftsführerin: Anja Oser

[Kontakt](#)

| [Datenschutz](#)

| [Abmelden](#)

| [Entzug meiner Daten](#)