

A professional portrait of a man with dark hair and blue eyes, wearing a dark blue suit, white shirt, and patterned tie. He is looking directly at the camera with a slight smile. His hands are clasped in front of him.

THOMAS W.  
ALBRECHT

Die  
**Rhetorik**  
des **Sebastian**  
**Kurz**

GOLDEGG

Was  
steckt  
dahinter?

Fotorechte Foto Umschlag: © Neue Volkspartei/Jakob Glaser  
Fotorechte Autorenfoto: Picture People  
Umschlaggestaltung: Alexandra Schepelmann/donaugrafik.at

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlags reproduziert werden oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Die Autoren und der Verlag haben dieses Werk mit höchster Sorgfalt erstellt. Dennoch ist eine Haftung des Verlags oder der Autoren ausgeschlossen. Die im Buch wiedergegebenen Aussagen spiegeln die Meinung der Autoren wider und müssen nicht zwingend mit den Ansichten des Verlags übereinstimmen.

Der Verlag und seine Autoren sind für Reaktionen, Hinweise oder Meinungen dankbar. Bitte wenden Sie sich diesbezüglich an [verlag@goldegg-verlag.com](mailto:verlag@goldegg-verlag.com).

Der Goldegg Verlag achtet bei seinen Büchern und Magazinen auf nachhaltiges Produzieren. Goldegg Bücher sind umweltfreundlich produziert und orientieren sich in Materialien, Herstellungsorten, Arbeitsbedingungen und Produktionsformen an den Bedürfnissen von Gesellschaft und Umwelt.

ISBN: 978-3-99060-143-3

© 2019 Goldegg Verlag GmbH  
Friedrichstraße 191 • D-10117 Berlin  
Telefon: +49 800 505 43 76-0

Goldegg Verlag GmbH, Österreich  
Mommengasse 4/2 • A-1040 Wien  
Telefon: +43 1 505 43 76-0

E-Mail: [office@goldegg-verlag.com](mailto:office@goldegg-verlag.com)  
[www.goldegg-verlag.com](http://www.goldegg-verlag.com)

Layout, Satz und Herstellung: Goldegg Verlag GmbH, Wien  
Printed in the EU

## Inhaltsverzeichnis

<b>Warum Sie dieses Buch lesen sollten</b> .....	9
<b>Jeder Mensch kann reden, aber nicht jeder ist ein Redner</b> .....	17
Der Unterschied zwischen WIE und WAS .....	17
Das Glas ist nicht der Wein .....	24
Was macht einen guten Redner aus? .....	26
17 Faktoren, die eine Rede erfolgreich machen .....	29
Unterscheiden Sie die Verpackung vom Inhalt .....	37
<b>Was unterscheidet Sebastian Kurz von seinem politischen Mitbewerb?</b> .....	39
Unterschiede, die den Unterschied machen .....	40
Das Album unserer Referenzen – das Motivations/ Informations-Inventory .....	53
Spiral Dynamics .....	59
Was wir von der Rhetorik der Politprofis lernen können .....	68
<b>Analyse – Reden von Sebastian Kurz</b> .....	70
Start als Bundeskanzler – Regierungserklärung am 20. Dezember 2017 .....	71
Zum Misstrauensantrag – das Plädoyer von Sebastian Kurz am 27. Mai 2019 .....	104
Andere motivieren – Sebastian Kurz Rede in der ÖVP Akademie am 27. Mai 2019 .....	121
<b>Zum Vergleich – Was machen die anderen?</b> .....	132
Die Antrittsrede von Pamela Rendi-Wagner als Frauen- und Gesundheitsministerin .....	133
Zum Misstrauensantrag – Pamela Rendi-Wagner am 27. Mai 2019 .....	151

Herbert Kickl am 27. Mai 2019 – zum Misstrauensantrag gegen die Regierung Kurz .....	163
Norbert Hofer zum Misstrauensantrag gegen die Regierung Kurz .....	174
Beate Meinel-Rasinger zum Misstrauensantrag gegen die Regierung Kurz .....	184
Fazit .....	195
<b>Die Macht der Sprache</b> .....	199
Wie wir auf Muster reagieren .....	199
Wie kann Sprache wirken? .....	202
Was verstehen wir unter Sprachmustern? .....	204
Hypnotische Sprachmuster einfach anwenden .....	211
In der Sprache der fünf Sinne sprechen können .....	218
Intonationsmuster anwenden .....	224
Mit dem 4MAT-System überzeugen .....	225
Wertesysteme werten, was wertvoll ist .....	228
Rahmen und Kontext machen den Unterschied .....	229
Priming ist wie Farb-Grundierung .....	236
Storytelling fesselt Zuhörer .....	237
Metaphern öffnen Zugänge .....	240
Emotionale Zustände gezielt hervorrufen .....	241
<b>Non-verbale Kommunikation wirkt</b> .....	245
Energie .....	245
Respekt – ein Geheimnis von Rapport .....	246
Den Raum nutzen, denn dazu ist er da .....	247
Die Satir-Typen sprechen ohne Worte .....	248
<b>Kommunikationsfilter      Motivations-/Informations-Inventory</b> .....	252
Was bringt uns zum Handeln – Motivationale Merkmale .....	253
Was uns interessiert – Merkmale der Informationsverarbeitung .....	259

Kommunikationsfilter von Sebastian Kurz .....	267
Kommunikationsfilter von Pamela Rendi-Wagner .....	268
Kommunikationsfilter von Herbert Kickl .....	270
Kommunikationsfilter von Norbert Hofer .....	271
Kommunikationsfilter von Beate Meinl-Reisinger .....	272
<b>Spiral Dynamics – neu verstanden .....</b>	<b>274</b>
Meme erster Ordnung .....	275
Meme zweiter Ordnung .....	277
Die Dynamik der Spirale .....	277
Höflichkeit, Offenheit und Autokratie .....	279
Spiral Dynamics und moderne Politik .....	281
Strategie für den Wandel .....	283
Quellen- und Literaturverzeichnis .....	287



# Warum Sie dieses Buch lesen sollten

Sebastian Kurz ist mit knapp 33 Jahren der jüngste Alt-Bundeskanzler in der Geschichte Österreichs. Wie konnte ein so junger Mann bereits im Alter von 31 Jahren die österreichische Regierung führen? Wie ist es ihm gelungen, die ÖVP als Bundesparteivorsitzender zu übernehmen? Was hat er gemacht, seine Partei, die knapp vor dem Zusammenbruch schien, wieder an die Spitze zu führen?

Während Pamela Rendi-Wagner als mutige Frau und promovierte Medizinerin die Geschicke der SPÖ übernommen hat, wird Sebastian Kurz vorgeworfen, er sei zu clean und aalglatt und hätte nicht einmal eine Berufsausbildung abgeschlossen. Dennoch ist sie es, die um Wählerstimmen und um Anerkennung in ihrer Partei kämpfen muss, während er scheinbar alles im Griff hat. Bei der FPÖ ist es nach dem Ibiza-Skandalvideo die Familie Strache, die im Mittelpunkt des Medieninteresses steht, weder Hofer noch Kickl erregen auch nur annähernd so stark das Interesse der Öffentlichkeit

Es muss bei Sebastian Kurz wohl etwas sein, was andere nicht machen. Sie machen es vielleicht nicht, weil sie es nicht wissen, oder nicht können. An seinem jugendlichen Alter liegt es wohl nicht, dass er so breite Unterstützung in der Partei wie in der Bevölkerung fand. Ganz im Gegenteil. Hierzulande herrschte ja bis vor Kurzem die Meinung, dass nur Menschen mit Erfahrung eine Führungsrolle einnehmen

können. Ein Großteil meinte ernsthaft, dass viel Erfahrung gleichzusetzen sei mit: etwas gut zu können. Doch viel Erfahrung zu haben, kann genauso gut bedeuten, viel falsch und viele Fehler gemacht zu haben. Viel Erfahrung ist kein Gütesiegel.

Es könnte zudem vermutet werden, Sebastian Kurz sei ein »NLPler«, oder jemand, der versucht, andere Menschen zu beeinflussen. Hand aufs Herz, wir alle wollen tagtäglich, dass andere Menschen Dinge tun, die wir wollen, oder? Kommunikation zielt oftmals daraufhin, anderen unsere Meinung und unsere Erfahrungen mitzuteilen oder andere von unserer eigenen Meinung zu überzeugen. Und das geht in einer zivilisierten Gesellschaft am ehesten mit Sprache. Besser gesagt, mit der Kunst zu reden – mit Rhetorik. Ja, und NLP, Neuro-Linguistisches Programmieren, beschäftigt sich natürlich massiv mit der Verwendung von Sprache und wie wir durch Sprache unsere Welt und unsere Realität beschreiben.

Ist Sebastian Kurz' Art und Weise zu kommunizieren nun ganz natürlich, wurde es ihm gleichsam in die Wiege gelegt? Ist es antrainiert und seinem Beraterstab zuzuschreiben? Will er uns bloß täuschen? Warum verhalten sich seine politischen Mitbewerber und Mitbewerberinnen so anders? Haben diese keinen Beraterstab? Wie kann es sein, dass er als jüngster Alt-Bundeskanzler Österreichs in die Geschichte eingeht und nun völlig entspannt seinen Wahlkampf beginnen kann? Können wir ihm glauben oder sollten wir mehr auf die erfahreneren Parteiohleute mit abgeschlossener Berufsausbildung setzen?

In diesem Buch möchte ich aufzeigen, wie Sebastian Kurz' Rhetorik funktioniert und was dahintersteckt. Es geht mir ausschließlich darum, wie er Werkzeuge und Methoden einsetzt, und nicht um den Inhalt. Es geht also in keiner Weise darum, ob das, was er sagt, »gut« und »richtig«, oder »schlecht« und »falsch« sei. Mich interessiert vielmehr, wie

er seine Botschaften verpackt, wie er Sprache und Gestik verwendet, um zu seine Botschaft zu transportieren.

Ich vergleiche Sebastian Kurz' Rhetorik mit der seiner politischen Mitbewerber und Mitbewerberinnen. Dies wird uns helfen, die rhetorischen Unterschiede zwischen ihm und Pamela Rendi-Wagner, Herbert Kickl, Norbert Hofer und Beate Meinl-Rasinger zu verstehen und unsere eigenen Schlüsse zu ziehen. Ich bin persönlich der Meinung, dass nicht die Politiker die Wahlen gewinnen, die die besseren Konzepte und Ideen haben, sondern jene, die von der Mehrheit der Bevölkerung besser verstanden werden und emotional positiv berühren.

In diesem Buch nutze ich als nach dem »American Board of NLP« zertifizierter NLP-Trainer die Methoden und Werkzeuge des NLP, um Reden zu analysieren und den Gebrauch von Sprache besser zu verstehen. Mit NLP ist es wie mit allen Werkzeugen: Sie können helfen oder verletzen. Ich verwende NLP, um zu helfen und besser zu verstehen, wie sich Menschen aufgrund ihrer Erfahrungen ihre Realität erschaffen. Gleichzeitig ist es ein Aufruf an die Verantwortung jedes und jeder Einzelnen, Verantwortung für das eigene Wohlbefinden zu übernehmen. Dies betrifft nicht nur die Rhetorik der Politikerinnen und Politiker, sondern ebenso, wie Medien, Presse und Werbung versuchen, unsere Gefühle und Empfindungen zu beeinflussen. Je mehr wir über diese Muster wissen, desto besser können wir sie erkennen und ihren Einfluss auf uns selbst kontrollieren.

Ich bekomme oft folgende Frage gestellt: »Ist NLP manipulativ?« Meine Antwort ist: »Ja, es beides, es ist zum Vorteil und zum Nachteil anderer Menschen einsetzbar. Es liegt am Anwender, wie er NLP einsetzt.«

Wie man mit einem Hammer einerseits einen Nagel an der Wand anbringen kann, und andererseits jemanden erschlagen kann, so ist es sinngemäß mit jedem anderen Werkzeug auch. Die Frage, ob ein Hammer gefährlich sei, würde

niemand stellen. Ein Hammer ist ein Hammer, der Anwender verwendet ihn zum Wohle oder zum Schaden für sich und andere. Mit NLP ist es genauso. Wenn der Anwender von NLP andere Personen manipulieren möchte, so handelt er unethisch. Denn Manipulation ist die *unerwünschte* Beeinflussung von Menschen, deren Gedanken durch Manipulation verändert werden. Umso wichtiger ist es also für Sie, liebe Leserinnen und Leser, es erkennen zu können, wenn der Versuch unternommen wird, Sie zu manipulieren. Auch dazu soll dieses Buch ein wertvoller und hilfreicher Beitrag sein.

Lassen Sie uns beginnen:

Rhetorik ist die Redekunst, die Kunst der Rede. Schon in der Antike war sie als eigene Disziplin angesehen. Besonders bei Meinungsbildungsprozessen spielte sie eine entscheidende Rolle. Durch die missbräuchliche Verwendung in der Zeit der Nationalsozialisten wurde diese Kunst jedoch zunehmend mit Verachtung gestraft – und auch zu Recht! Denn in dieser dunklen Vergangenheit wurde Sprache nicht eingesetzt, um das Leben der Menschen zu verbessern, sondern um andere bewusst in negativer Weise zu beeinflussen und sie auszunutzen. Die missbräuchliche Verwendung von Rhetorik manipuliert Menschen zu deren Nachteil.

Umso wichtiger erscheint es mir, das möchte hier ich nochmals betonen, sich mit Rhetorik auszukennen, um sie wieder für das Wohl der Menschen einzusetzen, und um Missbrauch frühzeitig zu entlarven. Ich glaube es ist daher an der Zeit, mehr über die Verwendung von Sprache zu erfahren.

Laut Aristoteles sei Rhetorik als die Fähigkeit definiert, das Überzeugende, das jeder Sache innewohnt, zu erkennen. Es ist gerade die Redekunst des Redners, die für die Überzeugungsfähigkeit der Rede ausschlaggebend ist. Je nachdem, in welche Gefühlszustände die Zuhörenden verlockt werden,

treffen sie unterschiedliche Entscheidungen. Sprache wirkt gleichsam wie eine Droge, die uns in Bruchteilen von Sekunden himmelhochjauchzend und zu Tode betrübt machen kann. Es ist es ein großer Unterschied, ob wir Anerkennung und Liebesbekundungen bekommen, oder Beschimpfungen und Beleidigungen hören. Diese Gefühle entstehen in unserem Innersten. Wir »machen« diese Gefühle aufgrund der Nachricht, die wir hörten. Die meisten Menschen glauben, dass hier ein fester Zusammenhang besteht: »Wenn wir beleidigende Worte hören, sind wir beleidigt.« Diese feste logische Verknüpfung möchte ich aufheben. Ich möchte Sie, verehrte Leser und Leserinnen, dazu hinführen zu erkennen, dass es einerseits das Gehörte gibt, und andererseits die Art und Weise, wie wir dem Gehörten eine Bedeutung geben, eine Emotion in uns hervorrufen. Die Werkzeuge des NLP – des Neuro-Linguistischen Programmierens – sollen uns dabei helfen, zwischen den gehörten Worten und unserer Bewertung klar zu trennen.

Meistens meinen Menschen nur die Inhalte, also das, *was gesagt* wird, wahrzunehmen. Über Inhalte lässt sich trefflich streiten. Aber sind es tatsächlich nur die Inhalte? In Wirklichkeit kommt es auf etwas ganz anderes an: nämlich auf die Form. Die Form ist, *wie* wir etwas sagen. Zur Form gehören die Tonlage, Sprechgeschwindigkeit und Lautstärke, die Mimik und Gestik, die Wortwahl und auch die Strukturierung des Inhalts, und noch vieles mehr. »Der Ton macht die Musik«, das kennen wir alle aus dem Volksmund. Noch dazu leben wir in der Zeit der digitalen Transformation. Im Wort Transformation steckt das Wort »Form«. Transformation bedeutet, dass die Form verändert wird, nicht unbedingt der Inhalt. Die Art und Weise, wie wir kommunizieren, ist durch WhatsApp etc. deutlich anders geworden, allerdings nicht unbedingt der Inhalt. Kommunikation geht schneller, einfacher und auch viel transparenter. Mit dem Effekt, dass so manche Respektlosigkeiten und Beschimpfun-

gen jetzt doch ihren Weg zum Adressaten finden. Das war früher, als wir noch Briefe auf Papier geschrieben haben, weniger wahrscheinlich. Also beeinflusst die Form doch den Inhalt, mit allen Vor- und Nachteilen, die wir jetzt gerade, während ich diese Zeilen schreibe, erleben.

Wie wir Sprache verwenden und was wir wie zum Ausdruck bringen, kehrt unser Innerstes nach außen. Um dies bildhaft zu formulieren: Aus einem mit Milch gefüllten Glas lässt sich nur Milch trinken – oder auch verschütten. Aus einem mit Milch gefüllten Glas kann nur Milch kommen. Aus einer mit Mineralwasser gefüllten Flasche nur Mineralwasser usw. Das, was wir sagen, ist also etwas, das bereits zutiefst in uns ist. Somit kann unsere Sprache zur Verräterin werden. Denn mit jedem Wort und jedem Satz geben wir unsere Persönlichkeit ein Stück weit preis. Die Art und Weise, wie wir etwas sagen, entlarvt also unsere Kultur, unsere Werte, unsere Gedanken und unsere Denkweisen und -strategien.

Seit Beginn meiner beruflichen Laufbahn habe ich mir immer wieder die Frage gestellt, was Menschen dazu bewegt, einer guten Idee zu folgen. Aufgrund meiner zunächst technischen Ausbildung bin ich dem Irrtum aufgesessen, dass es ausschließlich Zahlen, Daten und Fakten seien. Bei einem meiner technischen Vorträge, unter anderem im Moscone-Center in San Francisco, fragt mich einer der Zuhörenden, »wozu« man denn das alles verwenden könne, über das ich soeben so vortrefflich referiert hätte. Das war ein »Eye-Opener« für mich. Ich dachte, das wäre ohnehin vollkommen klar. Ich hatte ab diesem Zeitpunkt die Befürchtung, dass alle meine bisherigen Vorträge gar nicht richtig ankamen, es mir nur niemand gesagt hatte. Ich wusste, jetzt ist es an der Zeit, mehr über Rhetorik, Denkmuster und menschliche Emotionen zu erfahren.

Einer meiner Mentoren, Stewart Emery, machte mich,

aufgrund meiner persönlichen Lebens- und Coachingerfahrungen, besonders neugierig. Ich hatte mich bis zu diesem Zeitpunkt bereits viel mit Gehirnphysiologie und einigen Gebieten der Philosophie intensiv beschäftigt und dies auch in meiner Führungsarbeit erfolgreich angewandt. Doch die Möglichkeiten, die mir NLP und Hypnose für die Qualität meines eigenen Lebens bieten würden, übertrafen alles Bisherige. So begann ich, diese Thematik intensiv zu studieren, anzuwenden und selbst als Coach und Mentor andere Menschen zu befähigen, ihr Leben völlig neu zu betrachten.

Eine für mich wichtige Erkenntnis ist, dass wir Menschen durch unsere Sprache und durch die Art und Weise, wie wir kommunizieren, verraten, wie wir denken und wie wir Entscheidungen treffen werden. Die aktuelle politische Situation in Österreich brachte mich auf die Idee, dieses Wissen anzuwenden, politische Reden zu analysieren und in diesem Buch zusammenzufassen.

Ich möchte ganz besonders darauf hinweisen, dass es mir in diesem Buch ausschließlich um die Rhetorik geht. Alle rein politischen Inhalte lasse ich bestmöglich beiseite.

In diesem Buch beschäftigen wir uns zuerst damit, was einen guten Redner, eine gute Rednerin prinzipiell ausmacht.

Ich stelle Ihnen verschiedene Analyse-Tools vor, mit denen ich gerne arbeite. Diese Analyse-Tools untersuchen verbale und nonverbale Kommunikationsmuster. Es handelt sich dabei einerseits um sprachliche Muster, wie etwas formuliert wird, und andererseits um Körpersprache.

In der Analyse der Reden verwende ich auch die Methode des Motivations/Informations-Inventary und Spiral Dynamics. Bei beiden Methoden geht es um die Entdeckung von Denkmustern und Wertesystemen, welche Fragen sich diese Menschen stellen und was ihnen wichtig ist. Ich erachte beide Methoden als besonders mächtig, Komplexität zu erfassen, dazustellen und Veränderung zu leiten.

Anschließend analysiere ich verschiedene Reden von Sebastian Kurz und seiner politischen Mitbewerber und Mitbewerberinnen.

Ich verwende dabei verschiedene Ausdrücke und Fachbegriffe, die ich bei der Analyse nur zum besseren Verständnis kurz anreißer, aber nicht ausführere. Wer sich tiefergehend dafür interessiert, findet dann im zweiten Teil verschiedene Ausführungen über die Macht der Sprache und wie Verschiedenes zusammenwirken kann.

Sie können es natürlich auch umgekehrt machen und zuerst die Erklärungen zu den verschiedenen Sprachmustern und deren Anwendungsmöglichkeiten lesen und sich dann erst der Analyse der Reden zuwenden.

Übrigens alle in diesem Buch dargelegten Analysen und Ergebnisse basieren auf meiner persönlichen Einschätzung. Ich habe intensiv und präzise recherchiert und stelle alle Ergebnisse in diesem Buch nach bestem Wissen und Gewissen dar. Ich erhebe jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Fehler und Irrtümer sind nicht ausgeschlossen. Doch ich möchte Ihnen damit Ansatzpunkte bieten, um sich selbst Anhaltspunkte zu schaffen und Reden und ihre Muster aufspüren zu können.

Vielleicht macht es Ihnen dann auch Spaß, die Reden von Politikerinnen und Politikern nach selbst zu analysieren. Viel Spaß und zahlreiche Erkenntnisse dabei!

Ihr *Thomas W. Albrecht*

# **Jeder Mensch kann reden, aber nicht jeder ist ein Redner**

Wir alle haben Gedanken, die uns mehr oder weniger den ganzen Tag lang beschäftigen. Wir machen uns Überlegungen zur Planung unseres Urlaubs oder erzählen Freunden und Bekannten von unseren beruflichen Erlebnissen. Wir sprechen mit unseren Vorgesetzten, Mitarbeitern und Kundinnen, und wollen diese von unseren Ideen überzeugen. Wie gut jedoch unsere Botschaft ankommt, hängt in den meisten Fällen aber eben nicht vom Inhalt ab. Erfolgreiche Redner sind in der Lage, ihre Inhalte so zu strukturieren und in eine Form zu bringen, die die Inhalte leicht verständlich macht. Inhalte in eine leicht und gut verständliche Form zu bringen, die Menschen berührt, genau das macht einen guten Redner aus. Dazu gibt es eine Reihe von Faktoren, die dabei zu berücksichtigen sind.

## Der Unterschied zwischen WIE und WAS

Sebastian Kurz ist Politiker, und er ist Berufspolitiker. Seit seiner frühen Jugend ist er politisch engagiert. Er wurde zum Staatssekretär für Integration in die Bundesregierung berufen und anschließend von 2013 bis 2017 zum Bundesmi-

nister für europäische und internationale Angelegenheiten. Er hat »keinen klassischen Beruf erlernt«. Sein Jus-Studium hatte er aufgrund seines politischen Engagements abgebrochen. Nachdem Reinhold Mitterlehner als Bundesparteiobmann der Österreichischen Volkspartei zurücktrat, wurde Kurz Parteiobmann, verpasste der traditionell als »Schwarze« betitelten ÖVP einen neuen türkisen Anstrich und ging mit ihr in den folgenden Nationalratswahlen im Jahr 2017 als stimmenstärkste Partei hervor. Noch im gleichen Jahr wurde Kurz mit seiner Koalitionsregierung mit der Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) als Bundeskanzler angelobt. Nach der »Ibiza-Affäre«, mit der sein Vizekanzler Heinz-Christian Strache (FPÖ) unter massiven Druck geriet, beendete Kurz am 18. Mai 2019 die Zusammenarbeit und strebte Neuwahlen für den September an.

Wenn wir Politikern zuhören, dann interessieren uns Staatsbürger oft nur die Inhalte. Wir prüfen, ob wir dem Gesagten zustimmen oder nicht, ob wir es wollen oder nicht, und inwieweit es sich auf unsere Geldbörse auswirken wird. Das sind unsere Kriterien, zu Recht. Denn als Staatsbürger haben wir ein Recht darauf zu erfahren, was unsere Regierung vorhat. Was wir hier tun ist nichts anderes, als zu vergleichen. Wir vergleichen unsere Erwartungshaltungen mit dem Gehörten. Ist der Vergleich positiv, so sind wir einverstanden. Ist er negativ, dann eben nicht. Wir glauben zumindest, dass es so sei.

Die meisten Menschen unterliegen diesem Irrtum. Wir glauben, nur Fakten zu vergleichen. In Wirklichkeit sind es doch Emotionen, die uns bewegen. Bestsellerautor und Trainer Tony Robbins sagt in vielen seiner Vorträge: *Emotion is Energy in Motion*. Das bedeutet, die Fakten an sich haben keine Bedeutung. *Wir geben ihnen Bedeutung*. Diese Bedeutung, die wir den Fakten, oder besser gesagt, dem, was wir glauben gehört zu haben, geben, sind in Wahrheit Emotionen.

In unserem tiefsten Inneren projizieren wir das Gehörte auf unser bisheriges gesamtes Leben, und das vollkommen unbewusst. Nachdem unser Unbewusstes eine höchst leistungsfähige Rechenmaschine und ein riesengroßer Speicher ist, laufen diese Projektionen richtig schnell ab. Unser Unbewusstes bringt das Ergebnis der Projektion in unsere Wahrnehmung in Form einer Emotion. Diese ist entweder positiv oder negativ. Zum Beispiel erzählt Ihnen jemand von der Hochzeit von Freunden. Sofort, wenn wir das Wort »Hochzeit« hören, erinnern wir uns automatisch an unsere eigene Hochzeit und an alle damit verbundenen Konsequenzen, oder daran, dass wir noch unverheiratet sind. Haben wir mit unserem Partner oder unserer Partnerin ein erfülltes harmonisches Leben, dann freuen wir uns mit dem frisch vermählten Paar und wünschen ihnen von Herzen alles Gute. Sind unsere eigenen damit verbundenen Lebenserfahrung jedoch negativ, bekommen wir in diesem Moment eher mulmige Gefühle und können uns nicht so sehr mit dem Hochzeitspaar freuen. Eigenartig, hat doch die Hochzeit und das weitere Leben fremder Menschen gar nichts mit unserem eigenen zu tun, und auch nichts damit, was wir daraus gemacht haben.

Danach erst erfolgt eine, allenfalls notwendige, bewusste Rechtfertigung, die auf den »Fakten« basiert. Die Argumente folgen, wie »dass man sich seinen Partner oder seine Partnerin sehr bewusst auswählen sollte, Menschen überhaupt zu früh in ihrem Leben heiraten, oder man das ganze Getue um Hochzeiten sowieso nicht verstehe«. Nachdem unser Unbewusstes eben unbewusst funktioniert, bemerken wir die oben erwähnte Projektion gar nicht. Das ist gut so. Denn unser Bewusstsein ist deutlich weniger leistungsfähig als unser unbewusster Verstand und wäre mit all diesen Vorgängen hoffnungslos überfordert. Nur durch unsere höchst leistungsfähige »Rechenmaschine« des Unbewussten sind wir in der Lage, alle unsere Körperfunktionen aufrecht zu

erhalten. Ohne das Unbewusste wäre die Koordination unserer inneren Organe, Atmung, Herzschlag, Verdauung, Bewegung und eben auch die Interpretation unserer Umgebung gar nicht möglich. Unser gesamtes Verhalten erfolgt praktisch unbewusst. Wir könnten daher auch sagen, dass unser Körper insgesamt eine Repräsentation unseres Unbewussten ist. Vor allem ist es auch eines: ein Tiefenspeicher. Ein unendlich großer Silo, der alle unsere Erlebnisse und Erfahrungen speichert. Ein Abbild unseres gesamten Lebens. Alles, was wir gelernt und studiert haben, was wir erfahren haben, was wir annehmen über uns und die Welt, ist dort hinterlegt. Nicht immer direkt zugreifbar, da unbewusst, und dennoch vorhanden.

Wir können unser Bewusstsein als Teil unsere Unbewussten verstehen, der gerade bewusst ist. So wie wir in einem dunklen Raum, in dem wir nichts sehen, eine Taschenlampe benutzen. Mit dieser machen wir Ausschnitte des Raums sichtbar, Teile unseres Unbewussten machen wir so bewusst. Erinnern Sie sich zum Beispiel jetzt an ihr Lieblingsfach in der Schule. Und schon kommen Erinnerungen in Ihr Bewusstsein, die Sie soeben durch meine Bitte sich zu erinnern, aus dem Unbewussten quasi wieder erhellt haben.

Die vorhin erwähnten Projektionen arbeiten ähnlich und viel schneller. Es sind Blitzlichter in unendlich schneller Abfolge, die durch unser Unbewusstes rasen, wenn wir Politikerinnen und Politikern zuhören. Das sich daraus ergebende Bild, oder besser gesagt, das sich daraus ergebende Mosaik, ist immer emotional. Unser Körper zeigt eine positive oder eine negative Emotion, je nachdem, was wir bisher in unserem Leben erlebt haben und je nachdem, was wir glauben, was richtig oder falsch sei.

Wir bezeichnen diese Emotion auch als unseren inneren emotionalen Zustand. Unsere inneren emotionalen Zustände können ganz unterschiedlich sein. *Positive innere emotionale Zustände* sind z.B.: entspannt sein, ruhig sein, neu-

gierig sein, flexibel sein, fließend sein, zuversichtlich sein, optimistisch sein, empfänglich sein, vertrauensvoll sein, wertschätzend sein, zentriert sein, freudig sein ... *Negative innere emotionale Zustände* sind z.B.: angespannt sein, aufgebracht sein, starr sein, festgefahren sein, ängstlich sein, ärgerlich sein, traurig sein, schuldig sein, frustriert sein, zweifelnd sein, abgelenkt sein, verschlossen sein, ... Emoticons – Emotional Icons – die wir in unseren Social-Media-Posts gerne verwenden, verdeutlichen dies hervorragend.

Jetzt kommt allerdings der springende Punkt: Wir nehmen als Zuhörerinnen und Zuhörer nicht nur das Gesagte auf. Wir nutzen vielmehr alle unsere Sinneskanäle, um einem Redner zu folgen. Dazu gehören zumindest neben dem auditiven Kanal (das Gehörte), das Visuelle (das Gesehen), das Kinästhetische (das körperlich Gespürte), das Olfaktorische (das Geruchene) und das Gustatorische (das Geschmeckte). Das heißt, während wir hören, sehen, spüren, riechen und schmecken wir gleichzeitig. Wir sehen den Vortragenden, wir spüren den Ort, an dem wir uns befinden, die Menschen um uns herum, die Atmosphäre des Raumes, eventuell den Geruch und vielleicht auch den Geschmack unserer letzten Mahlzeit oder den kalten Zigarettenrauch im Mund.

Alle diese Sinneseindrücke zusammen projizieren wir auf unsere Erinnerungen und Lebenserfahrungen, die im Unbewussten gespeichert sind. Wir suchen unbewusst und automatisch nach ähnlichen Begebenheiten und erinnern uns, was wir damals gefühlt haben, nämlich unseren inneren emotionalen Zustand. Erinnern wir uns an das letzte Seminar, das wir besucht haben. Neben dem Redner haben wir die Atmosphäre des Raums wahrgenommen, eventuell einen angenehmen oder unangenehmen Geruch und den Geschmack des Kaffees. Wir projizieren sofort. Die Projektion äußert sich in einem Vergleich zu einem früheren Seminar, indem wir z.B. uns denken oder sagen: »Hier schmeckt der Kaffee schlechter als damals in ..., doch der Vortragende

heute ist besser. Ich freue mich auf den nächsten Teil.« Jemand anderer mag hier völlig anderer Meinung sein: »Zu einem guten Seminar gehört guter Kaffee, sonst werde ich ja gar nicht wach!«

Aus der Psychologie wissen wir, dass unsere Emotion, unser innerer emotionaler Zustand, entweder positiv oder negativ ist. Falls er positiv ist, stimmen wir zu, fühlen uns wohl, sind entspannt und gelassen, schauen vertrauensvoll in die Zukunft und erfahren Sicherheit. Ist unsere Emotion hingegen negativ, zeigen sich Verunsicherung, Ängstlichkeit, Ärger und Stress. Genauso agieren und handeln wir dann. Diese innere Suche, von der ich gerade vorhin gesprochen habe, kann in manchen Fällen auch zu keinem Ergebnis führen, weil uns die Erfahrung fehlt, die gerade gebraucht wird. In einer solchen Situation sind wir verwirrt und verunsichert. In diesen Momenten fehlt uns ein brauchbares bewährtes Handlungsmuster. Wir wissen nicht, wie wir uns verhalten sollen. Das bedeutet jedoch, dass wir Menschen in unserer Meinungsbildung von viel mehr beeinflusst sind, als bloß vom Gesprochenen. Im Gegenteil, das Gesprochene ist nur ein Bruchteil dessen, was zählt. Wir werden im Wesentlichen nicht davon beeinflusst, *was* jemand sagt, sondern *wie* jemand etwas sagt. Stellen Sie sich vor, jemand bekommt einen Heiratsantrag, dann ist das *Was* der Heiratsantrag an sich. Der Rahmen, in dem der Heiratsantrag gemacht wird, in einem feierlichen Ambiente, oder einfach so nebenläufig am Abend beim Fernsehen, also das *Wie*, macht wohl einen deutlichen Unterschied, oder?

Das *Was* ist der Inhalt, das Gesprochene. Das *Wie* hingegen hat viele Komponenten, wie z.B. Körperhaltung, Gestik, Mimik, Stimmlage, Sprechgeschwindigkeit, Tonlage, Aussehen, Bewegung, und so weiter. Zum *Wie* gehören genauso die Gestaltung des Raums, das Ambiente, die Beleuchtung, das Sprechen im Stehen oder Sitzen etc.

Wir können das *Wie* und das *Was* vergleichen mit einem

Gefäß und seinem Inhalt. Das Gefäß ist das *Wie*, der Inhalt das *Was*. Wir kennen das Erlebnis aus unseren Urlauben, wo das gute Glas Wein am Urlaubsort zu Hause plötzlich ganz anders schmeckt. Das *Wie* beeinflusst das *Was*, und zwar ganz massiv.

Wir dürfen daraus schließen, dass ein guter Redner ganz wesentlich auf das *Wie* achtet, bevor er in seiner Rede zum *Was* kommt.

Ich werde immer wieder gefragt, ob die hier dargestellten Inhalte »NLP« sind. Zunächst sind es Grundlagen der Psychologie. Der Mathematiker Richard Bandler und der Linguist John Grinder, die Begründer von NLP, haben u.a. den US-amerikanischen Psychiater und Verhaltenspsychologen Milton Erickson, die Familientherapeutin Virginia Satir und den Begründer der Gestalttherapie, Fritz Pearls, bei ihrer Arbeit beobachtet. Bandler und Grinders Fragestellung war, wie gelingt es diesen drei Persönlichkeiten, bei ihren psychologischen Interventionen dermaßen erfolgreich zu sein. Bandler und Grinder haben vorrangig auf das *Wie* geachtet. Wie gehen Erickson, Satir und Pearls an ihre Klientinnen und Klienten heran, wie sprechen sie sie an, welche Verhaltensweisen legen sie an den Tag und welche Sprachmuster sind erfolgreich? Allen dreien war gemeinsam, dass sie daran interessiert waren, wie ihre Klienten deren Sinneswahrnehmungen zu einem psychologischen Problem für sich oder für ihre Familie machen.

Bandler und Grinder begründeten aufgrund ihrer Beobachtungen ein auf Grammatik und Linguistik basierendes Kommunikationsmodell, das sie als »Meta-Modell« bezeichneten. Das war der Grundstein von NLP, dem Neuro-Linguistischen Programmieren. Neuro deswegen, da alle unsere Sinneswahrnehmungen und dessen Verarbeitung neurologisch sind. Linguistisch, da es auf Sprache beruht und wir mit Sprache unsere Wahrnehmungen und neurologischen Sinneseindrücke beschreiben. Programmierung, da

es menschliche Verhaltensmuster sind, die durch Sprache erkannt und verändert werden können. In NLP geht es somit darum, menschliches Verhalten durch die Anwendung von Sprache zu verändern. Im Gegensatz zur Psychotherapie, wo das Problem, das jemand hat, verstanden werden will, widmet sich NLP den Fragen, wie macht jemand etwas zu einem Problem, was ist der Auslöser des Problems. Zweifelsohne sind die Werkzeuge des NLP mächtig. Der verantwortungsvolle und ethische Umgang liegt, wie bei allen Dingen im Leben, in der Hand des Anwenders.

### Das Glas ist nicht der Wein

Wir alle wissen, welchen Einfluss der Rahmen auf ein Bild, ein Foto oder auf ein Gemälde hat. Erst durch den passenden Bilderrahmen kommt das Bild richtig zur Geltung. Passt der Rahmen nicht, bleibt uns das Bild auch verborgen, da es uns nicht interessiert. Ein Bilderrahmen hat sehr viele verschiedene Merkmale. Den passenden und angemessenen Rahmen auszusuchen, bedarf hoher Kompetenz: Einerseits geht es um das Material, Holz oder Metall, dann um die Stärke des Rahmens, die Form, die Farbe, die Gestaltung der Oberfläche und vieles mehr. All dies soll nicht nur gut zum Bild passen, es soll es der Wirkung des Bildes ermöglichen, sich voll entfalten zu können. Natürlich kommt es auch auf den persönlichen Geschmack an, was gefällt und was eben nicht. Doch wie immer der Geschmack ist, der Rahmen mit all seinen Eigenschaften macht den Unterschied, der den Unterschied macht.

Ähnlich ist es Ihnen vielleicht auch schon mal im Urlaub gegangen. Sie haben ein wunderbares Glas Wein auf der einladenden Terrasse des Hotels mit Blick auf das Meer genossen, während am Horizont gerade die Sonne unterging

und der große rote Feuerball im Meer versank. »So einen Wein sollten wir auch zu Hause trinken, das wäre doch richtig nett!« war vielleicht Ihr Gedanke. Und so nahmen Sie ein paar Flaschen, sorgfältig verpackt, mit nach Hause. Die Reise war gut überstanden und die Vorfreude groß. Die Enttäuschung jedoch auch. So bezaubernd der Wein im Urlaub vor ein paar Tagen noch war, so wenig kann er seinen Geschmack nun entfalten. Obwohl es doch der gleiche Wein war, oder? Ja, auch hier kommt es auf den »Rahmen« an, der den Unterschied macht. Der Rahmen bestimmt, wie wir etwas aufnehmen, und es ist nicht nur der Inhalt, der vermeintlich zählt.

Weinkenner wissen, dass ein guter Wein nur aus einem entsprechenden Glas verkostet werden darf. Der beste Wein aus einem Bierkrug schmeckt genauso wenig, wie das beste Bier aus einer hochwertigen Sektkelche. Darauf sollten wir immer achten. Somit können wir erkennen, dass der Inhalt und das Gefäß zwei unterschiedliche Dinge sind, die miteinander zunächst nichts zu tun haben. Oft verhindert ein Gefäß sogar, dass wir an den Inhalt kommen können.

In der Kommunikation ist es genauso. Es gibt den Inhalt, die Botschaft, die vermittelt werden soll. Und es gibt die Form, das Gefäß, in dem die Botschaft verpackt ist. Gefällt uns die Form nicht, so hat die Botschaft erst gar keine Chance, anzukommen. Wir trinken auch niemals Wein aus einem Bierkrug, weil wir wissen, dass er nicht schmecken kann. Selbst wenn es nur Gewohnheit wäre, Wein nicht aus einem Bierkrug zu trinken, weil wir glaubten, dass er nicht schmecken würde, würden wir den Wein nicht trinken.

Das *Was* ist also die der sachliche Inhalt der Botschaft. Das *Wie* ist das Gefäß, das wir uns für den Fall der Kommunikation genau anschauen.

Die Formen der zwischenmenschlichen Kommunikation haben nun sehr viele unterschiedliche Aspekte. Es beginnt mit unserem *äußeren Auftreten*, geht über unsere

*Wortwahl* hin bis zur *Intonation* unserer Sätze. Diese unterschiedlichen Aspekte der Form von sprachlicher Kommunikation möchte ich in den folgenden Kapiteln aufzeigen. Ich werde Muster anhand von aktuellen Beispielen österreichischer Politikerinnen und Politiker aufzeigen. Es wird Ihnen helfen, noch besser die Unterschiede zu erkennen, die für unser Land so bedeutend sind.

### Was macht einen guten Redner aus?

Jeder Mensch, und somit jeder Redner und jede Rednerin, hat natürlich zu jeder Zeit einen inneren emotionalen Zustand. Ein guter Redner ist während seines gesamten Auftretts im passenden inneren emotionalen Zustand, vollkommen bei sich und gleichzeitig vollkommen bei seinem Publikum. Wir nennen diesen inneren emotionalen Zustand, der einen optimalen Redner ausmacht, *Redner-Uptime*.

Erinnern Sie sich: Der innere emotionale Zustand des *Redners* bestimmt, wie er handelt. Der innere emotionale Zustand des *Zuhörers* bestimmt, wie er handelt.

Sind wir im Stress, so handeln wir im Allgemeinen recht unüberlegt, sind verschlossen, haben keine Zeit für neue Ideen und Gedanken, und machen auch nach außen hin einen nervösen Eindruck. Dies alles senkt unsere Glaubwürdigkeit bei unserem Publikum, da sich dieser negative innere emotionale Zustand auf unser Publikum überträgt, wie wir bereits weiter oben gelesen haben.

Ein guter Redner hingegen ist in der Lage, einen positiven inneren emotionalen Zustand einzunehmen. Das bedeutet, er ist interessiert an seinem Publikum, fokussiert auf seine Botschaft, ist entspannt, lächelt und freut sich auf seine Rede. Ein guter Redner ist jederzeit in der Lage, seinen inneren emotionalen Zustand selbst zu bestimmen. Er ist un-

abhängig von den äußeren Einflüssen, Rahmenbedingungen und von der Umgebung.

Ein guter Redner führt sein Publikum emotional. Das bedeutet, er bestimmt, wie es seinem Publikum emotional geht. Dazu ist es notwendig, »Rapport« herzustellen. Was bedeutet das?

Wir Menschen mögen grundsätzlich Menschen, die so sind wie wir, oder die so sind, wie wir gerne wären. Wir wissen ebenso, dass der erste Eindruck, den jemand erzielt, in den ersten Bruchteilen einer Sekunde entsteht. Also in einer Zeit, in der noch gar nichts Wesentliches gesagt werden konnte, weil die Zeit zu kurz war. Wir bilden uns den ersten Eindruck über jemand anderen daher ausschließlich aufgrund des äußeren Erscheinungsbilds. Zu diesem äußeren Erscheinungsbild gehören zu großen Teilen der visuelle Eindruck, der kinästhetische, also wie sich die Person bewegt, und der auditive. Wie bereits vorhin beschrieben, projizieren wir das wahrgenommene Verhalten auf unsere unbewussten Lebenserfahrungen und bewerten in Bruchteilen einer Sekunde, ob uns diese Person sympathisch erscheint und ob wir ihr vertrauen. Im Allgemeinen sind wir jenen Personen, die wir als sympathisch und vertrauenswürdig beurteilen, bereit zu folgen.

Ein guter Redner macht daher bereits bevor und während er die Bühne betritt und zum Rednerpult schreitet Folgendes: Er verhält sich so, wie es zu seinem Publikum passt. Dieses hier gemeinte Verhalten ist bezogen auf Gestik und Mimik und wie der Redner sich vorbereitet und zu seinem Publikum und der Situation passend gekleidet hat. Wir werden später noch genauer analysieren, wie Sebastian Kurz dies im Detail macht.

Ein guter Redner achtet natürlich auch auf das Ambiente. Er bestimmt also den Ort seines Auftretens. Ist dieser Ort, so wie z.B. das Bundeskanzleramt in Wien, ein Ort mit großer Geschichte, ein Ort der Macht, so überträgt sich

dieser Zustand ebenfalls auf das Publikum und der Redner wird entsprechend wahrgenommen. Ausführliche Untersuchungen dazu hat bereits Stanley Milgram in seinem Buch »Das Milgram-Experiment« durchgeführt.

Rapport bedeutet also, zu seinem Publikum eine emotionale positive Verbindung aufgebaut zu haben und zu halten. Da Emotionen zum Bereich des Unbewussten gehören, da sie unbewusst generiert werden, stellt Rapport einen Zugang zum Unbewussten des Publikums dar. Es gibt dem Redner die Chance zu beeinflussen, wie sein Publikum denken, fühlen und handeln soll. Rapport aufzubauen gelingt über das subtile »Nachahmen« des Verhaltens des Publikums. Das Nachahmen stellt eine Art Gleichheit her. Das englische Wort »like« hat einerseits die Bedeutung »mögen« und andererseits »gleich«. Beobachten Sie Menschen, die einander mögen, und Sie werden feststellen, wie »gleich« und ähnlich sie sich verhalten. Wenn wir uns also bewusst oder unbewusst zu den Menschen in unserer Umwelt ähnlich verhalten, werden wir als ihresgleichen wahrgenommen und gemocht. Diese Tatsache ist zutiefst menschlich und eine Grundlage menschlicher Überlebensstrategien. Wir können sie zum Wohle oder zum Schaden anderer Menschen einsetzen. Erst die Kenntnis dieser Tatsache erlaubt es, sie zu entdecken und den Anwender gegebenenfalls zu entlarven.

Ein weiterer wesentlicher Aspekt ist die Wahl der Sprache. »*Hypnotische Sprachmuster*« führen dazu, dass der Redner Zugang zum Unbewussten seines Publikums bekommt. Hypnotische Sprachmuster sind solche, die Mehrdeutigkeiten zulassen und den Zuhörer dazu veranlassen, unbewusst nach Bedeutung zu suchen und für Suggestionen offen zu werden. Mehr dazu in einem späteren Kapitel.

Einem guten Redner gelingt es, sein Publikum zu bewegen, sowohl emotional als auch körperlich, und zwar so, wie er das beabsichtigt. Wir wissen bereits, dass dafür Rapport,

hypnotische Sprachmuster und das gesamte Ambiente entscheidend sind, und gar nicht so sehr der Inhalt des Gesagten. Das *Wie* kommt also vor dem *Was*!

## 17 Faktoren, die eine Rede erfolgreich machen

Wollen wir nun einen Redner oder eine Rednerin analysieren, so lassen wir das *Was*, also das Gesagte, zunächst vollkommen beiseite. Wir konzentrieren uns auf das *Wie*.

Das *Wie* besteht aus folgenden Komponenten, von denen wir bereits einige schon kurz erläutert haben, und andere im weiteren Verlauf dieses Buchs kennen lernen werden.

Es geht bei der Analyse um die unterschiedlichen Aspekte der Form von sprachlicher Kommunikation:

1. Zunächst interessiert uns, ob wir eine Beziehung zum Redner verspüren. Ist der Redner jemand, der nur mit sich selbst beschäftigt ist oder jemand, der bei uns ankommt, der bei uns Emotionen auslöst? Haben wir das Gefühl, dass der Redner zu uns spricht, oder nur in den Raum hinein? Ein guter Redner hat stets vollen Kontakt zu sich selbst und gleichzeitig vollen Kontakt zu seinem Publikum. Wir bezeichnen dies als *Redner-Uptime und Rapport*.
2. Gute Redner halten ihre eigene Energie auf einem konstant hohen Niveau. Sie knicken nicht ein und werden nicht schwächer. Sie benötigen ein gutes und kraftvolles *Energiemanagement*.
3. Die *Verwendung korrekter und grammatikalisch richtiger Sprache* ist natürlich wichtig. Stellen Sie sich vor, jemand verspricht sich unentwegt und macht laufend Fallfehler. Das lenkt einfach ab.
4. Einen großen Unterschied macht es, ob jemand in einfach aufgebauten Sätzen oder in Schachtelsätzen spricht,

bei denen er selbst nicht mehr den Ausgang findet. Manche Redner scheinen sich nicht mehr erinnern zu können, wie sie den Satz begonnen haben, und wissen nicht mehr, was sie konkret sagen wollten. Einfache, *kurze und klare Aussagen* transportieren den Inhalt wesentlich besser.

5. Aus der Sprachwissenschaft, aus der Linguistik, kennen wir unterschiedliche Sprachmuster. In der Schule lernten wir oft nur die Grundbegriffe. Es gibt jedoch eine große Anzahl von Satzmustern, die bei uns Menschen jeweils unterschiedliche emotionale Reaktion auslösen. Denken Sie vielleicht an jemanden aus Ihrer Jugend, der sehr viel davon gesprochen hat, was man alles machen »muss«. Manchmal ist dies sicherlich sinnvoll, in politischen Reden keine gute Idee. Menschen wollen nicht »müssen«, sondern »dürfen«. Andere Menschen meinen wiederum, die Gedanken anderer Menschen zu kennen und sagen: »Du denkst sicherlich, dass es heute ein schöner Tag wird« oder »Ich weiß, dass du glaubst, du kannst es nicht.« Interessant sind auch jene Muster, die implizite Handlungsaufforderungen sind, die wir auch aus der Werbung kennen: »Kaufen Sie heute noch ...« Wir werden uns diesen *linguistischen und hypnotischen Sprachmuster* ausführlich widmen, da sie in vielen Fällen Trance-erzeugend sind, und die Tür für Suggestionen öffnen.
6. Wie wir wissen, haben Menschen zumindest fünf verschiedene Sinne. Das sind Sehen, Hören, Schmecken, Riechen und Fühlen. Menschen haben Präferenzen, welchen Sinneskanal sie bevorzugen. Nachdem der Redner nicht weiß, welche Präferenzen sein Publikum hat, sollte er in seiner Rede *sinnesspezifische Wörter* verwenden, die alle fünf Sinneskanäle berücksichtigen. Mehr dazu in einem späteren Kapitel.

7. Viele Menschen bewundern besonders charismatische Redner. In der Nähe von charismatischen Menschen fühlen wir uns wohl. Warum? Charismatische Redner verwenden ein bestimmtes Muster, wie sie die visuellen, auditiven und kinästhetischen Wahrnehmungskanäle ihres Publikums erreichen, das »*Charisma-Muster*«.
8. Eine Aussage, eine Frage und ein Befehl haben am Satzende unterschiedliche Satzzeichen: den Punkt, das Fragezeichen und das Ausrufezeichen. Genauso sollte die Tonhöhe am Ende des Satzes angepasst werden. Ach wirklich? Ja! Steigende Tonhöhe am Satzende signalisiert eine Unabgeschlossenheit, also eine Frage, einen folgenden Nebensatz oder eine Aufzählung. Sinkende Tonhöhe einen Abschluss. Es hilft den Zuhörerinnen und Zuhörern, sich zu orientieren und Redeeinheiten besser voneinander trennen zu können. Rasch sinkende Tonlage mit anschließender Pause wird in unserer Kultur als Aufforderung, gleichsam als Befehl, verstanden: »Machen Sie das. Jetzt!« *Intonationsmuster* sind wichtig für die Verständlichkeit und geben dem Gesagten eine äußere Form.
9. In den 70er Jahren des 20. Jahrhunderts wurde festgestellt, dass unterschiedliche Menschen unterschiedlich lernen. Sie stellen sich nämlich *unterschiedliche Fragen*. Machen wollen immer den Grund wissen, warum sie etwas machen sollen. Diese Menschen fragen nach dem »*Warum?*«. Das kennen wir vielleicht aus unserer eigenen Erziehung. Die Frage, die uns unsere Mütter oft gestellt haben: »Warum hast du schon wieder nicht ...? Warum? Warum? Warum?« Warum fragt nach Gründen, Ursachen und Gesetzmäßigkeiten. Andere Menschen wiederum interessieren sich mehr für das »*Was?*« Sie interessieren sich für Theorien und Zusammenhänge. Sie wollen Informationen und Fakten.

Die dritte Gruppe möchte anfassen und probieren, damit sie gut lernen kann. Das sind jene Menschen, die nach dem »Wie?« fragen. Sie wollen wissen und probieren, Bedienungsanleitungen zu lesen wird von dieser Gruppe als unsportlich eingestuft.

Die vierte Gruppe interessiert sich am meisten *für weitere Möglichkeiten und neue Chancen*, die sich ergeben. Diese Menschen sind durch Inspiration zu motivieren.

Ein guter Redner baut demnach seine Rede in folgender Reihenfolge auf: Warum bin ich hier und warum sollte man mich hören? Um was geht es, was sind die Fakten und Probleme, was ist zu tun? Wie funktioniert das, was zu tun ist, wie kann das Thema gelöst werden? Welche weiteren Chancen bringt es uns, was wäre, wenn? Sie fragen nach dem *Was–Wenn?*

Dieses System geht auf Bernice McCarthy zurück und wird *4MAT-System* genannt. Der Redner erreicht durch konsequente Anwendung des 4MAT-Systems alle vier Lerntypen. Seine Rede wird leichter verständlich.

10. Wir erinnern uns, als im April 2019 die Notre-Dame in Paris brannte. Die Menschen waren erschüttert und zutiefst bewegt. Innerhalb weniger Stunden gab es Spendenzusagen für Millionen von Euros an, um die Kirche wiederaufzubauen. Menschen fragten sich, wie es sein kann, dass so viel Geld in so kurzer Zeit locker gemacht werden kann. Viele verstanden nicht, warum dieses Geld nicht besser den Ärmsten unter den Armen gespendet wird. Die Antwort liegt auf der Hand. Die Notre-Dame ist ein Symbol für die Identität eines ganzen Volkes. Die Identität basiert auf Werten. Wenn Werte verletzt werden, wie durch diesen Großbrand, dann trifft es uns Menschen im Innersten. Werte beschreiben, was uns Menschen wichtig ist. Wir handeln immer nach ihnen, wir können gar nicht anders. Werte verändern sich, auch in unserer Kultur. Denken wir nur

an die Generation X, Y und Z. Diesen jungen Menschen sind, im Vergleich zur älteren Generation, oft völlig andere Dinge wichtig.

Ein guter Redner adressiert die Werte seines Publikums und bringt sie in Relation zu seinen eigenen *Werten und Wertesystemen*.

11. Gute Redner legen ihre eigenen Überzeugungen offen. Sie kritisieren nicht andere Menschen. Wenn Kritik geübt wird, dann an deren Verhalten. Sie haben ein Menschenbild, das auf Respekt und Würde basiert. Sie leben Wertschätzung und bringen dies zum Ausdruck. Dies sind *Überzeugungen, die einen Redner befähigen*, ein guter Redner zu sein.

12. Gute Redner beschreiben immer, unter welchen *Rahmenbedingungen* ihre Aussagen Gültigkeit haben. Diese Rahmenbedingungen sind der »Kontext« einer Aussage. »Kontext« bezeichnet in der Kommunikationstheorie alle Elemente, die das Verständnis einer Aussage bestimmen. Zum Beispiel ist Regen für sich gesehen absolut bedeutungslos. Erst im Kontext mit der Umgebung kann Regen für die Landwirtschaft gut sein, für den Tourismus allerdings nachteilig. Die Kunst des *Framings*, also des Rahmen-setzens, ist es, seinen Aussagen einen gezielten und klaren Bedeutungsrahmen zu geben. Wird dies zu wenig berücksichtigt, ist die Uneinigkeit über die Sinnhaftigkeit einer Rede oft sehr groß.

*Priming* ist eine Form des Framings. Priming bezeichnet in der Psychologie die Beeinflussung, wie ein späterer Sinnesreiz verarbeitet wird. Wie die wortwörtliche Übersetzung aus dem Englischen schon sagt, ist es eine Grundierung. Jeder gute Maler grundiert zunächst den Untergrund, wie z.B. die Wand, bevor er die Farbe aufträgt. Er bereitet die Wand auf, macht sie bereit für den Anstrich. Mit Priming versetzt man sein Publikum oft unbemerkt in einen gewünschten emotionalen Zu-

stand, grundiert es gleichermaßen, macht es bereit für die »Farbe«, für die folgenden Botschaften. In Amerika ist es üblich, dass Reden mit tosendem Applaus beginnen, Menschen tanzen und laute Musik gespielt wird. Das versetzt das Publikum gezielt in einen positiven inneren Zustand, weil es zu deren Kultur passt. Der nun erscheinende Redner wird klar mit der eigenen positiven inneren Emotion verknüpft, bevor er noch das erste Wort gesagt hat. Das Publikum ist grundiert und nimmt die folgenden Botschaften gerne und unfänglich auf.

13. Spannende Geschichten, wie »Harry Potter«, »Star Wars«, »Der Herr der Ringe«, und klassische Dramen verstehen es, uns in den Bann zu ziehen. Wir sind im wahrsten Sinne des Wortes von der Handlung gefesselt, leben mit, lachen und weinen, lassen unseren Emotionen freien Lauf, glauben kritiklos, fiebern mit den Helden und freuen uns mit ihnen über ihren Sieg. Alle diese Geschichten folgen einem Schema, nämlich dem Schema des *Storytellings*. Hier gibt es freilich unterschiedliche Formate und Ausprägungen, wie jene nach Joseph Campbell (1904–1987), nach Christopher Vogler (geb. 1949) oder jene des Animationsstudios Pixar. Gute Redner verwenden diese Formate, um ihr Publikum für ihre Botschaften zu gewinnen.
14. *Metaphern* eignen sich ebenfalls hervorragend dazu, Menschen in gewünschte emotionale Zustände zu versetzen. Metaphern sind Gleichnisse, die uns helfen zu verstehen. Das berühmteste Buch der Metaphern ist die Heilige Schrift. Im Alten und im Neuen Testament wird mithilfe von Geschichten und Gleichnissen gelehrt. Die Heilige Schrift ist für viele von uns nicht leicht verständlich, da sie Gleichnisse aus der damaligen Zeit, und somit der damaligen Kultur und Wertesysteme nutzt. Metaphern geben preis, wie Menschen denken. Sie ver-

- raten uns etwas über die Denkmuster und Überzeugungen, die wir haben.
15. Sprache ist unsere mächtigste Droge, so lautet ein altes Sprichwort. Ja, es stimmt. Erinnern Sie sich an eine Zeit, wo der wichtigste Mensch in Ihrem Leben etwas Nettes und Liebevolles gesagt hat? Das ist doch Musik in Ihren Ohren und bringt Ihre Gefühle in Hochstimmung, nicht wahr? Umgekehrt ist es jedoch genauso. Ein guter Redner *ruft gezielt emotionale Zustände seines Publikums hervor*. Dies macht er, indem er sein Publikum bittet, sich an Ereignisse zu erinnern, die eine bestimmte emotionale Bedeutung haben.
  16. Jedes Theaterstück lebt von seiner *Inszenierung*, von der Gestaltung der Bühne und davon, wie und wo sich die Schauspieler auf der Bühne bewegen. Das Gleiche gilt für Rednerinnen und Redner. Sie sind ebenfalls auf einer Bühne und können den Raum sinnvoll nutzen. Damit ist nicht ein bloßes hin- und hergehen gemeint. Im Gegenteil: Gute Redner versinnbildlichen zum Beispiel die Vergangenheit, die Gegenwart und die Zukunft, indem sie sich dabei von links nach rechts bewegen, oder dies durch ihre Gestik andeuten. Genauso können gute und schlechte Botschaften von jeweils unterschiedlichen Positionen auf der Bühne vorgetragen werden. Bewegt sich der Redner im Verlauf seiner Rede wieder an die Position, von der bereits gute Botschaften gegeben wurden, so weiß das Publikum bereits unbewusst vorab, dass wieder eine gute Botschaft folgt.
  17. Die *Körperbewegungen des Redners* sind insgesamt sehr bedeutend dafür, wie glaubwürdig eine Rede wahrgenommen wird. Die US-amerikanische Psychotherapeutin Virginia Satir hat unterschiedliche Typen, die *Satir-Typen*, definiert. Diese sind der Ankläger, der Ablenker, der Rationalisierer und der Beschwichtiger. Später kam noch der »Leveler« dazu. Schon alleine durch Kör-

perhaltung und Gestik werden jeweils ganz bestimmte Signale gegeben, ohne dass ein Wort gesagt werden müsste.

Wir sehen also: Menschen verraten durch die Art und Weise ihres Sprachgebrauchs, ihrer Gestik und Mimik, ihrer Wortwahl und ihres gesamten Auftretens sehr viel über ihre *Denkmuster*. Denkmuster sind nichts anderes als die Art und Weise, wie über bestimmte Fragen des Lebens gedacht wird. Dies Fragen beziehen sich auf das eigene Überleben, auf das Zusammenleben in der Gruppe, auf Machtgebrauch, auf Systeme und Organisationen, auf die Nutzung von Ressourcen, auf Beziehungen zwischen Menschen, auf die eigene Spiritualität und das holistische Gesamte. Der US-amerikanische Psychologe Clare W. Graves hat dies im Rahmen der »Spiral Dynamics« erfasst. Menschen auf unteren Ebenen der Spirale haben andere Denkweisen als jene ganz oben. Gute Redner bedienen diese Denkmuster und Wertesysteme, damit ihre Botschaft ankommen und landen kann. Wir werden im Einzelnen noch sehr speziell darauf eingehen.

Ist Ihnen dies übrigens aufgefallen? Kein einziger der oben genannten Aspekte kümmert sich um den Inhalt oder bewertet den Inhalt einer Rede. Es geht ausschließlich darum *wie* eine Botschaft transportiert wird und nicht darum, *was* der Inhalt der Botschaft ist.

Alle herausragenden Politikerinnen und Politiker bedienen sich bewusst oder unbewusst dieser Aspekte. Egal ob es sich um Barack Obama, Donald Trump oder eben Sebastian Kurz handelt.

Alle anderen, die diese Aspekte mehr oder weniger dem Zufall überlassen, wundern sich, dass ihre Botschaften eben nicht so ankommen, wie sie dies gerne hätten.