

Die Drei-Minuten-Rede

Von Harry Holzheu, Unternehmensberater für Führungskommunikation, Zürich

Sich in kürzester Zeit durchzusetzen, wird immer wichtiger in der Führung, im Verkauf und in der Politik. Die Menschen haben immer weniger Zeit und sind ungeduldig. Wer sich nicht von Anfang an klar und deutlich ausdrücken kann, erweckt den Eindruck, dass er nicht weiss, was er will. Und das ist fatal.

Vorträge und Präsentationen sind reine Ueberzeugungsreden. Sie sollen etwas auslösen und bewegen: Meinungs- und Verhaltensänderungen. Aber auch in fast allen anderen Kommunikationsformen kommt die Ueberzeugungsrede streckenweise vor: in Verhandlungen, Diskussionen, Sitzungen, Radio- und Fernsehauftritten.

Nach drei Minuten ist die Zeit um

In einem sehr erfolgreichen Grossunternehmen im Pharmabereich in Deutschland, vom Besitzer mit starker Hand geführt, wird bei den Geschäftsführern rhetorisch-dialektische Brillanz vorausgesetzt. An den Sitzungen, die der oberste Chef durchführt, erhält jeder Geschäftsführer Gelegenheit, ein Anliegen während exakt drei Minuten vorzutragen. Ueberzieht er die Redezeit, wird er sofort gestoppt. Nach dem Vortrag entscheidet der Chef, ob ja oder nein. Es wird nicht diskutiert und dasselbe Anliegen darf nicht nochmals vorgetragen werden. Dieses sehr merkwürdig anmutende, offenbar aber doch effiziente Vorgehen lehrt die Geschäftsführer, ihre Drei-Minuten-Vorträge sehr gut vorzubereiten und effektiv vorzutragen. An Sitzungen zeigt es sich immer wieder: Wenn in den ersten drei Minuten nicht klar ist, worum es sich handelt und was die Konsequenzen eines Vorschlages sind, kommt nicht viel heraus, auch wenn anschliessend noch stundenlang argumentiert wird.

In der Kürze liegt die Würze

Auch im privaten Bereich sollte man andere in kurzer Zeit glaubhaft überzeugen können. Wenn der Mann zu seiner Frau sagt: „Heute abend könnten wir doch zum Chinesen essen gehen“, sollte er sie von diesem Vorschlag überzeugen. Gelingt ihm das in drei Minuten, geht man zum Chinesen, oder man bleibt eben Zuhause. Dazwischen liegen die unliebsamen Zwischenresultate: Die Frau kommt widerwillig mit oder der Mann geht alleine.....

Ein erfolgreiches Konzept

Wie kann man aber das Wesentliche in lediglich drei Minuten ausdrücken und damit andere glaubhaft von seinen Anliegen überzeugen, sie für seine Ideen begeistern, für eine Kooperation gewinnen oder zur Mitarbeit motivieren? Anregungen wie: „Eine Rede muss einen Anfang, eine Mitte und einen Schluss haben!“ bringen nicht viel. Der folgende Ablauf geht auf die alten Griechen zurück und hat sich sehr bewährt:

Schilderung des Sachverhalts: „So sieht diese Sache aus.“

These als persönliche Meinung formuliert: „So sehe ich die Sache.“

Begründung der These: „Aus diesen Gründen sehe ich das so oder so.“

Argumente mit Beweis-Charakter (handfest, glaubhaft)

Vergleiche („Das ist wie ...“)

Beispiele (selber erlebt, aus dem Hier und Jetzt)

Vielleicht ein Zitat (... hat gesagt: ...)

Schlussatz: Der Schlussatz ist zugleich die Hauptbotschaft. Der Schlussatz sollte eine Aufforderung zum handeln sein: „Gehet nun also hin und tut dies oder das“ – oder ein persönliches Bekenntnis: „Aus diesen Gründen bin ich vollkommen überzeugt, dass....“

Das eigene Credo

Auf der emotionalen Ebene kommuniziert man nonverbal durch die eigene Körpersprache, ohne es zu wollen. Ein Redner, der von sich selbst und seinen Anliegen nicht überzeugt ist, bewirkt durch seine negative Körpersprache zwangsläufig Skepsis und Ablehnung. Das Credo, die eigene Ueberzeugung, muss in hohem Masse vorhanden sein. Ohne Credo kein Charisma! Alle Körpersignale werden unbewusst wahrgenommen und mit den Aussagen verglichen. Sind Abweichungen feststellbar, wird der Inhalt in Zweifel gezogen.

Eigene Gefühle äussern

Die wenigsten Redner und Rednerinnen kommunizieren auf der emotionalen Ebene verbal. Dabei wäre es doch so überzeugend, etwa zu sagen: „Das macht mir grosse Sorgen, da ärgere ich mich jedesmal, das verunsichert mich total, usw.“ Der Mut, zu seinen eigenen Gefühlen zu stehen und sie auch auszusprechen, kennzeichnet den erfolgreichen Menschen, der andere für sich gewinnen und auch emotional überzeugen kann. Das innere Feuer strahlt nicht nur körpersprachlich aus ihm heraus. Die Gefühle werden beim Namen genannt.

Die Kurzvorbereitung

Oft bleibt zu wenig Zeit, sich umfassend vorzubereiten. Für die wichtigen Fragen, die man sich stellen muss, genügen jedoch ein paar Minuten:

Was ist meine Hauptbotschaft?

Wie formuliere ich den Schlussatz?

Was sind meine wichtigsten Argumente?

Welche Beispiele kann ich bringen?

Was für Gefühle habe ich bei der ganzen Sache?

So wird eine Drei-Minuten-Rede zum wichtigen Instrument der eigenen Karriere.