



Rhetorik – Mit überzeugender Redekunst das Publikum begeistern

- Worum geht es bei Rhetorik?
- Der Weg von der Idee zum Vortrag
- Überzeugend argumentieren
- Rhetorische Stilmittel
- Körpersprache und Stimme
- Umgang mit Lampenfieber & Blackouts

Inhaltsverzeichnis

Worum geht es bei Rhetorik? Seite 3

Der Weg von der Idee zum Vortrag Seite 4

• Die Auftragsorientierung – die Frage nach dem "wozu"? • Die Vorbereitung – Wer ist mein Publikum?

Der Aufbau einer Rede Seite 6

Argumentation Seite 9

Strukturierung mit der Fünfsatz-Technik Seite 13

Rhetorische Figuren Seite 15

Die überzeugende Körpersprache Seite 20

• Mimik, Gestik und Haltung • Stimm- und Sprechverhalten

Umgang mit Nervosität und Lampenfieber Seite 22



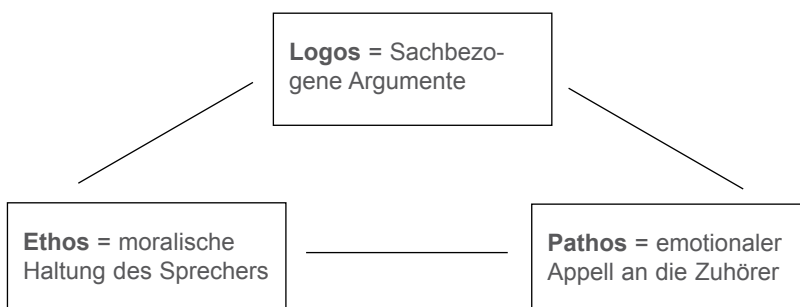
Worum geht es bei Rhetorik?



Der Begriff der Rhetorik stammt aus dem Griechischen und bedeutet „Redekunst“. Rhetorik ist somit die Lehre von der wirkungsvollen Gestaltung einer Rede und spielte bereits in der griechischen Antike eine bedeutende Rolle.

Bei einer Rede geht es stets darum, andere Menschen von etwas zu **überzeugen** – gute **Argumente** zu haben ist dabei die wichtigste Voraussetzung. Aber nicht nur die Argumente, die der Redner hervorbringt, sind von entscheidender Bedeutung bei der Frage, ob sich jemand von etwas überzeugen lässt, sondern auch der **Charakter** und die **moralische Haltung des Redners** (sein Ethos) spielen eine wichtige Rolle. So überzeugt der Redner nach dem griechischen Philosophen Aristoteles vor allem dann, wenn er **glaubwürdig** und wohlwollend erscheint. Eine dritte Form der Überzeugung nach Aristoteles ist das **Pathos**, also der aktive Umgang mit den Emotionen der Zuhörer:

Die 3 Überzeugungsmittel nach Aristoteles:



Aber eine überzeugende Rede muss auch **verständlich** sein - eine vertrauenswürdige Ausstrahlung bzw. mitreißende Argumentation des Redners allein reicht nicht aus. Um andere für sich zu gewinnen, muss eine Rede **klar und prägnant** sein. Die Zuhörer müssen verstehen können, worum es geht. Verständnis und **Aufmerksamkeit** bei den Zuhörern lassen sich dabei am Besten durch eine **bilderreiche Sprache** bzw. verschiedene rhetorische Stilmittel erreichen.

Bei einer Rede oder einem Vortrag geht es für den Redner um folgende Fragen:

- Was macht einen wirkungsvollen Vortrag aus?
- Wie kann ich die Aufmerksamkeit und das Interesse meiner Zuhörer mobilisieren?
- Was kann der Vortrag für die Zuhörer leisten?

Und aus der Sicht des Zuhörers geht es darum:

- Welchen Nutzen ziehe ich aus dem Vortrag?
- Was hat das mit mir zu tun?

Merke: Ein Vortrag oder eine Rede ist stets durch das Zusammenspiel von inhaltlichen, non-verbalen, emotionalen und interaktiven Elementen zwischen dem Sprechenden und dem Publikum gekennzeichnet. Es geht beim Reden also nie *nur* um die Sache.

Der Weg von der Idee zum Vortrag



Von der Idee bis zum Vortrag müssen nach der klassischen Rhetorik fünf Schritte bzw. Produktionsstadien durchlaufen werden. Diese fünf Arbeitsschritte haben sich in der Geschichte der Rhetorik als grundlegend für die Vorbereitung einer Rede oder eines Vortrages erwiesen:

1. **Inventio** – das Auffinden der Gedanken
2. **Dipositio** – die Gliederung des Stoffes, das Anordnen der Gedanken
3. **Elocutio** – die sprachlich-stilistische Ausgestaltung des Stoffes
4. **Memoria** – das Vertrautwerden und Einprägen des Stoffes
5. **Actio** – die Realisierung des kommunikativen Aktes, das Vortragen

Nach moderner Auffassung ist es jedoch hilfreich, sich für eine gute Vorbereitung von Vorträgen und Präsentationen an folgendem Schema zu orientieren:

1. Klärung: Was ist mein Thema?
2. Klärung: Was sind meine Ziele? Was möchte ich erreichen?
3. Erstellung der Stoffsammlung zu den Einzelthemen: Was will ich alles sagen?
4. Definieren Sie Ihre Kernaussage und prüfen Sie, was von Ihrer Stoffsammlung die Kernaussage stützt!
5. Gliederung der Einzelthemen und Schätzung des Zeitbedarfs für die einzelnen Themen (Erstellung der

- Dramaturgie): In welcher Reihenfolge sage ich es?
6. Entwickeln Sie zuerst den Hauptteil, dann erst einen interessanten Einstieg und eine kernige Schlussbotschaft.
 7. Klärung: Setze ich Medien ein? Wenn ja, welche? Was steht im Einzelnen auf den Vorlagen?

Um den Spannungsbogen über den Vortrag aufrecht erhalten zu können, ist eine **gute Dramaturgie** wichtig. Wie in einem spannenden Film braucht Ihr Vortrag, um die Aufmerksamkeit Ihres Publikums zu fesseln, eine spannende, sich immer weiter verdichtende Hinführung und eine, bestenfalls überraschende, Auflösung.

Die Auftragsorientierung – die Frage nach dem „wozu“?

Der Redner muss das Ziel seines Vortrages kennen, er muss wissen, **wozu** er den Vortrag hält. Die **Zieldefinition** ist sozusagen der rote Faden und das Fundament des Vortrags. Wenn Sie innerlich davon überzeugt sind, dass der Vortrag an dieser Stelle und mit diesen Menschen einen Sinn macht, dann werden das Vortragen und der Kontakt zu den Zuhörern leichter fallen.

Auch der Zuhörer muss verstanden haben, wozu er sich den Vortrag anhört – nur dann kann man seine Aufmerksamkeit mobilisieren und aufrechterhalten. Stellen Sie sich insbesondere bei der Vorbereitung die folgenden Fragen und richten Sie dann darauf Inhalte, Art der Präsentation, Beispiele, Übungen und den organisatorischen Ablauf aus:

- Was soll durch den Vortrag erreicht, was soll verändert werden?
- Was soll hinterher anders sein als vorher?
- Was will ich mit dem Vortrag bewirken?

Bei der Themenauswahl gilt: Der wichtigste Inhalt ist der, der das wichtigste Ziel umsetzt. Überfrachten Sie Ihren Vortrag nicht mit einer großen Vielfalt an Inhalten. Sie müssen sich nicht nur für, sondern **auch gegen bestimmte Inhalte** entscheiden, damit es verständlich bleibt.

Wie können Sie sich Klarheit über die Ziele des Vortrags verschaffen und diese fixieren?

A. Klären Sie den Vortragsauftrag im Vorfeld.

Führen Sie ein Gespräch mit dem Auftraggeber, dieser muss das Ziel kennen und formulieren können! Informieren Sie sich über Hintergrund und Anlass der Vortragsanfrage! Stellen Sie dem Auftraggeber oder sich selbst die Fragen: Wozu der Vortrag? Warum ich? Warum jetzt? Warum für diese Zuhörerschaft? Warum dieses Thema?

B. Richten Sie die weitere Vorbereitung auf die Zuhörer aus.

Klären Sie für sich folgende Fragen, um die Ziele des Vortrags genauer zu fixieren: Was werden diese erwarten und wünschen? Was müssen sie hören, um innerlich anzuknüpfen und lernen zu können? Und wie kann man das mit den definierten Zielen verbinden?

C. Richten Sie bei der Durchführung den Vortrag auf das Geschehen vor Ort aus.

Zum Beispiel kann es notwendig werden, spezielle Fragen einzubeziehen oder aktuelle Themen aus der Gruppe in den Vortrag zu integrieren. Um hierbei jedoch nicht den roten Faden zu verlieren, sollten Sie sich stets vergewissern, worauf es wirklich ankommt – desto leichter können Sie auf veränderte Bedingungen reagieren.

Die Vorbereitung – Wer ist mein Publikum?

Die konkrete Ausrichtung des Vortrages auf das Publikum im Vorfeld des Vortrages ist ein wesentliches Element einer guten Vorbereitung. Um eine gute rhetorische Wirkung zu entfalten, muss sich der Sprecher an den Erwartungen und Einstellungen seiner Zuhörer orientieren. Je nachdem, mit welchem Personenkreis Sie es zu tun haben, wählen Sie verschiedene rhetorische Mittel und präsentieren sich in einer bestimmten Art und Weise. Für wen halten Sie den Vortrag?

Was Sie tun können, um sich darauf vorzubereiten:

Setzen Sie sich in Ruhe im Vortragsraum auf einen realen Zuhörerplatz. Versetzen Sie sich in einen typischen Zuhörer, also führen Sie sich alle Informationen, die Sie bis jetzt zum Publikum haben, vor Ihrem geistigen Auge zusammen:

- Wie alt sind Sie?
- Was tun Sie beruflich und privat?
- Wie sprechen Sie, welche Ausdrücke verwenden Sie?
- Wie stehen Sie zu dem Thema?
- Mit welcher Haltung kommen Sie hierher?
- Welches Vorwissen haben Sie zu dem Thema?
- Wie sind Sie hierher gekommen? Warum sitzen Sie überhaupt hier? Wie ist Ihre Grundstimmung hier und heute?

Stellen Sie sich folgende Fragen und prüfen Sie, was davon in Ihren Vortrag einfließen soll:

- Was müsste der Redner tun, um Sie als Zuhörer ins Boot zu holen?
- Was an dem angekündigten Thema interessiert Sie?
- Was darf hier auf keinen Fall passieren?
- Was wäre das Schönste?
- Wie möchten Sie hier gesehen und behandelt werden?

Der Aufbau einer Rede



Die zentralen Fragen lauten:

- Was können Sie tun, um Ihren Zuhörern das Vortragsthema (be-)greifbar zu machen?
- Welche Dramaturgie ist zweckmäßig, um dem Auftrag gerecht zu werden?

Etwas Grundsätzliches vorneweg:

Der Mensch lernt nicht nur durch Denken, sondern vor allem durch Erleben und Tun. Damit ein Mensch sich das Gesagte auch tatsächlich aneignen kann, ist es empfehlenswert, Angebote für Nachdenklichkeit, Austausch und Ausprobieren zu geben. Anders ausgedrückt: Ob eine Speise schmeckt, wissen Sie nicht, wenn Sie sie ansehen oder das Rezept lesen. Sie wissen es nur, wenn Sie sie probieren. Versuchen Sie, diesen Grundsatz auch stets in Ihren Vorträgen anzuwenden.

Der klassische Aufbau einer Rede:

1. Einleitung:

- Begrüßung und Vorstellung
- Der eigene Draht zum Thema
- Bezug zur Vortragssituation
- Blick auf den Vortrag: der rote Faden
- Vorschlag/Einladung für die Zuhörer
- Einstieg ins Thema



2. Hauptteil:

- Verständlich
- Lebendig
- Anregend



3. Schluss:

- Vortrag beschließend
- Fragen und Diskussion eröffnend

1. Einleitung

Begrüßung und Vorstellung:

Obwohl Sie hier noch nichts zum Thema sagen, haben die Zuhörer sich bereits einen ersten Eindruck von Ihnen gemacht. An Ihrer Körperhaltung, Ihrem Gesichtsausdruck, Ihrer Kleidung und an der Art, wie Sie zum Rednerpult laufen, verschaffen sich die Zuhörer bereits einen Eindruck von Ihnen.

- Nehmen Sie Blickkontakt zu Ihren Zuhörern auf! Schauen Sie einzelnen Personen in die Augen und lassen Sie Ihren Blick gleichmäßig in alle Richtungen wandern.
- Verzichten Sie auf Räuspern oder Hüsteln.
- Nesteln Sie nicht an Ihrem Manuskript herum und lesen Sie keinesfalls die Begrüßungsworte ab.
- Sprechen Sie mit ruhiger Stimme, lächeln Sie und schauen Sie dabei den Zuhörern in die Gesichter.
- Nennen Sie Ihren Vor- und Zunamen! Verzichten Sie dabei auf die Nennung von akademischen Titeln.
- Sagen Sie etwas zu Ihrem beruflichen Hintergrund!
- Stellen Sie sich umso ausführlicher und persönlicher vor, je länger der Vortrag dauern wird und je persönlichkeitsnäher das Vortragsthema ist.
- Begrüßen Sie Ehrengäste namentlich!

Beispiele: „Lieber Herr Dr. X, sehr geehrte Damen und Herren, herzlich willkommen zum Thema Y. Mein Name ist... und ich bin...“
„Meine Damen und Herren, ich begrüße Sie ganz herzlich zu...“

Der eigene Draht zum Thema:

- Beziehen Sie das Thema auf sich selbst!
- Sagen Sie etwas dazu, warum Sie das Thema interessiert, wieso Sie die Anfrage, der Auftrag gereizt hat und wie Ihnen damit zumute ist!

Bezug zur Vortragssituation:

- Schaffen Sie Klarheit und nennen Sie die Wahrheit über die Vortragssituation: Wie kommt es, dass ausgerechnet ich ausgerechnet zu Ihnen, ausgerechnet zum Thema X spreche? Was ist Sinn und Ziel des Ganzen? Und was bedeutet das für Sie als Zuhörer?

Beispiel: „Ich weiß, dass viele von Ihnen nicht freiwillig hier sind, im Gegenteil, und hier sicherlich unmutig, vielleicht sogar ziemlich geladen sit-

zen. Nicht gerade eine ideale Ausgangslage, aber so ist es nun mal. Und wenn ich richtig verstanden habe, rührt Ihr Hauptärger daher, dass Sie ohnehin schon komplett überlastet sind.“

Blick auf den Vortrag: der rote Faden:

- Nennen und zeigen Sie den roten Faden des Vortrags, so, dass er über die Dauer des Vortrages sichtbar bleibt (z. B. an einem Flipchart).

Vorschlag/Einladung für die Zuhörer:

- Benennen Sie, was Sie sich von Ihren Zuhörern wünschen oder wozu Sie sie einladen wollen!

Beispiel: „Am liebsten wäre mir: Verständnisfragen gleich an Ort und Stelle; Diskussionsbeiträge am Schluss.“

Einstieg ins Thema:

- Finden Sie einen geeigneten Einstieg ins Thema und damit eine gute Überleitung in den Hauptteil.

Beispiele für einen guten Einstieg ins Thema:

eine persönliche Erfahrung, ein aktuelles gesellschaftliches oder politisches Beispiel (z. B.: „Die Überflutungen am Rhein haben gezeigt, dass auch durch modernste Technik die Natur nicht in den Griff zu bekommen ist. Das heißt auch für unseren Katastrophenschutz ...“), eine rhetorische Frage (z. B.: „Wozu machen wir eigentlich dieses Projekt? Könnten wir uns die ganze Arbeit nicht sparen?“), Versprechungen (z. B.: „Ich habe für jeden von Ihnen mindestens drei gute Ratschläge. Hören Sie also genau zu!“), Rückblick oder Ausblick (z. B.: „Vor mehr als hundert Jahren hat unser Firmengründer bereits...“), Zitate, Metaphern, Witze, Provokationen (mehr dazu finden Sie auch im Kapitel „Rhetorische Figuren“).

Faustregel:

Eine Einleitung sollte nicht mehr (eher deutlich weniger) als 1/5 der Gesamtzeit ausmachen.

2. Hauptteil

Hier bieten Sie den Zuhörern etwas an, worin Sie sich gut auskennen und von dem Sie vermuten, dass es für die Zuhörer wertvoll sein kann. Was sind hier Ihre Aufgaben?

Verständlichkeit bedeutet:

- Einfach in der Wortwahl und im Satzbau
- Kurze Sätze
- Keine Abkürzungen

- Prägnanz
- Erklären Sie Fach- und Fremdwörter.
- Halten Sie sich an Ihre zu Beginn vorgestellte Gliederung.
- Verwenden Sie bildhafte Formulierungen und rhetorische Stilmittel (siehe dazu Kapitel „Rhetorische Figuren“).
- Malen, schreiben und zeigen Sie, was Sie sagen (nutzen Sie Flipchart, Overheadprojektor, Tafel, Beamer; zeigen Sie Dias, Produktproben etc.)

Lebendig machen bedeutet:

- Beginnen Sie mit einem Spiel, einer Aufgabe oder einem Test.
- Sprechen Sie mit dem ganzen Körper, lassen Sie auch Ihre Hände sprechen.
- Zeigen Sie „Produktproben“ (bei abstrakten Themen kann das z. B. auch der Leitfaden eines Mitarbeitergesprächs sein).
- Nutzen Sie unkonventionelle Medien (z. B. Film, Hörspiel, Interview, Musik, Comics).
- Nutzen Sie den Raum. Gehen Sie herum, fordern Sie die Zuhörer auf, sich einmal einen anderen Platz zu suchen, platzieren Sie das Thema gedanklich im Raum (z. B.: „Wenn hier Baden-Württemberg ist und hier Mecklenburg-Vorpommern – wo ist dann Thüringen?“)
- Gibt es ein Rollenspiel, das das Thema verdeutlicht und erlebbar macht und das Sie vorspielen können (ggf. mit Unterstützung eines Teilnehmers)?
- Seien Sie humorvoll, wenn es zu Ihnen, zum Thema und zur Zuhörerschaft passt.

Exkurs zum Thema Humor:

1. Versuchen Sie nicht, unbedingt witzig zu sein. Es muss zu Ihrer Persönlichkeit passen.
2. Machen Sie keine witzigen oder zynischen Bemerkungen über Abwesende.
3. Verzichten Sie auf alte Witze oder plumpe Effekthascherei.
4. Geben Sie keine witzigen Pauschalurteile über bestimmte Personengruppen, Nationen, Berufszweige etc. ab (z. B. „die Rentner“, „die Polen“, „die Buchhalter“ etc.)
5. Machen Sie keine Witze auf Kosten von Anwesenden.
6. Verzichten Sie darauf, Witze lediglich als Pausenfüller ohne Zusammenhang zum Thema zu erzählen. Jede witzige Bemerkung sollte einen Bezug zum Thema haben.
7. Lachen Sie selber nicht mit, denn der Humor ist

für die Zuhörer.

8. Fangen Sie keine Witzeerzählerei an. Ein Scherz muss kurz sein.

Anregend sein bedeutet:

- Bauen Sie Beispiele aus der Welt der Zuhörer ein.
- Initiieren Sie Murmelrunden, z. B.: „Jetzt stecken Sie doch mal zu zweit die Köpfe zusammen und tauschen sich ein paar Minuten mit Ihrem Nachbarn über folgende Fragestellung aus: Welches Beispiel aus Ihrem Alltag fällt Ihnen zu dem Gehörten ein, was geht Ihnen durch den Kopf?“ Kündigen Sie vorher an, ob Sie die Ergebnisse hinterher hören oder nur eine Gelegenheit für Austausch geben wollen.
- Fordern Sie die Zuhörer auf, sich z. B. fünf Minuten lang zu bestimmten Fragen Notizen zu machen. Diese können Sie anschließend gemeinsam auswerten oder in Murmelrunden besprechen lassen.
- Stellen Sie zu Beginn des Vortrages eine Frage oder Aufgabe, deren Lösung dann durch den Vortrag erfolgt.
- Verwenden Sie wirkungsvolle Einstiegsformulierungen, z. B.: „Sie kennen sicherlich alle die Situation, dass...“, „Die meisten von Ihnen erinnern sich vielleicht an eine Erfahrung, als Sie...“, „Vielen von Ihnen wird folgende Situation bekannt vorkommen...“

3. Schluss

Der Schluss ist die prägnante, zusammenfassende **Wiederholung der Kernaussage**. Am Ende des Vortrages muss ein für den Zuhörer spürbarer Punkt gesetzt werden. Geben Sie den Zuhörern am Ende immer eine **Gelegenheit zur Reaktion** und planen Sie dafür Zeit ein. Signalisieren Sie dabei, dass Sie auch kritische Reaktionen für normal und legitim halten. Sie können z. B. fragen: „Wo haben Sie Fragen, wo sind Sie angeregt, wo haben Sie ähnliche oder ganz andere Erfahrungen gemacht?“ Durch solch ein Angebot ermöglichen Sie es dem Zuhörer, Fragen zu stellen, die er beantwortet oder die Diskussion anzustoßen, die er geführt haben will. Außerdem bekommen Sie als Redner ein Feedback dazu, was Sie mit dem Vortrag bei den Zuhörern ausgelöst haben und können so konkret aus dem Vortrag lernen.

Argumentation



Übung – Finden Sie verschiedene Argumente für folgende Aussagen:

Ich rauche nicht, weil...

Ich gehe wählen, weil...

Es lohnt sich, zu leben, weil...

Das Klonen von menschlichem Erbgut muss verboten werden, weil...

Kampfhunde müssen stets an die Leine genommen werden, weil...

Wie anfangs bereits erwähnt, geht es bei einer Rede stets darum, andere Menschen von etwas zu **überzeugen** – gute **Argumente** zu haben ist dabei die wichtigste Voraussetzung. Wie Sie Ihre Argumentation aufbauen können, erfahren Sie in diesem Kapitel. Der Begriff „Argument“ kommt aus dem Lateinischen und bedeutet „Beweis“ oder „Beweismittel“. Mit den Argumenten zeigen Sie also entweder die **Richtigkeit Ihres Standpunktes auf oder widerlegen den Standpunkt eines Anderen**. Sie liefern also damit den Grund dafür, warum Sie etwas so sagen, wie Sie es sagen.

Jede Argumentation besteht aus einer **These**, der Behauptung oder Aussage, und den **Argumenten**, der Begründung für diese These.

Das ist die Grundstruktur:

A (= These) gilt, weil B (= Argument) gilt.

Beispiel:

Es ist doof, sich auf einer Party mit Alkohol zuzudröhnen (= These), weil man sich dann nicht mehr vernünftig unterhalten kann (= Argument).

Um jemanden von etwas zu überzeugen, reicht in der Regel eine einfache Argumentationsstruktur nicht aus. Um Ihre Argumente zu stützen, brauchen Sie in der Regel weitere Elemente. Solch eine erweiterte Argumentation könnte folgendermaßen aussehen:



Mit Bindewörtern wie:

aber — einerseits — dass— und — zum Beispiel — darin — dabei — deshalb — zwar — andererseits können Sie Ihre einfache Argumentation erweitern.

Um Ihre Argumente zu stützen, brauchen Sie **Beweise für Ihre Argumente**. Dazu eignen sich vor allem:

1. Nachweisbare Tatsachen und überprüfbare Erfahrungen
2. Allgemein anerkannte Werte, Normen oder Regeln
3. Aussagen anerkannter Personen, Persönlichkeiten oder Autoritäten

Übung – Erweitern Sie Ihre einfache Argumentation aus den obigen Beispielen mit einem Beweis, einem Beispiel und einer Schlussfolgerung.

Kampfhunde müssen stets an die Leine genommen werden, weil...

Argument: _____

Beweis: _____

Beispiel: _____

Schlussfolgerung: _____

Ich gehe wählen, weil...

Argument: _____

Beweis: _____

Beispiel: _____

Schlussfolgerung: _____

Es lohnt sich, zu leben, weil...

Argument: _____

Beweis: _____

Beispiel: _____

Schlussfolgerung: _____



ICH WILL KEINE REDEN HALTEN,
SONDERN HALTEN,
WOVON ICH REDE.

VORWEG-GEHER-GESUCHT.DE

WERDEN SIE TOP-CONSULTANT IM SPANNENDEN
ZUKUNFTSMARKT ENERGIE.

Verstärken Sie die Inhouse-Beratung der RWE. Überzeugen Sie in einem international agierenden Konzern mit strategischem Weitblick, Mut zur Innovation und präzisen Analysen – auch über den Projektabschluss hinaus. Welche Aufgaben auf Sie warten und wie wir gemeinsam die Energie der Zukunft sichern, erfahren Sie online.

VORWEG GEHEN
RWE

Strukturierung mit der Fünfsatz-Technik

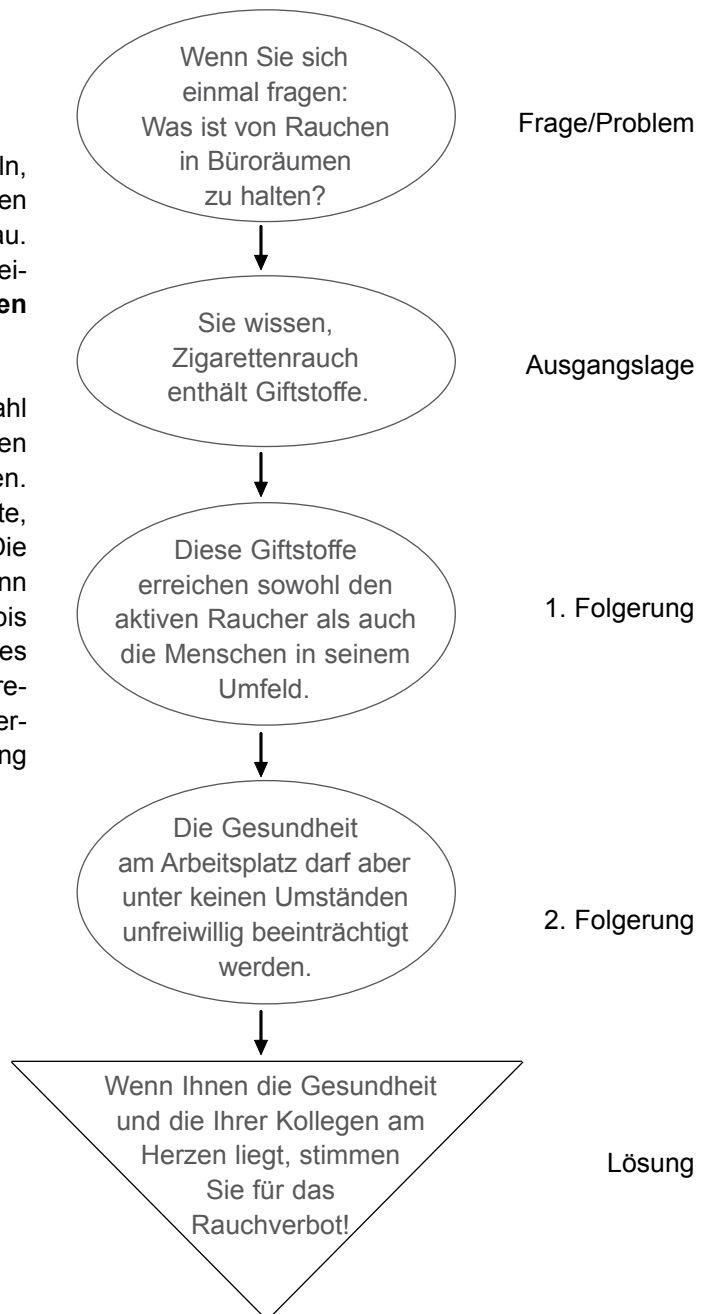


Um eine folgerichtige Argumentation zu entwickeln, eignet sich der so genannte Fünfsatz. Seinen Namen hat der Fünfsatz von seinem fünfteiligen Aufbau. Dieser sieht bei der Gestaltung von Diskussionsbeiträgen oder Reden die **Abfolge von fünf Schritten** bzw. fünf Sätzen vor.

Wahrnehmungspsychologisch kennzeichnet die Zahl fünf die Schwelle von Informationen, die Menschen wahrnehmen können, ohne bewusst zu zählen. Beinhaltet Ihre Rede mehr als fünf Hauptpunkte, ist die Anstrengung für Ihr Publikum sehr hoch. Die Zahl fünf ist daher eine geeignete Richtgröße, wenn es darum geht, einen Vortrag von der Einleitung bis zum Abschluss zu strukturieren. Dadurch wird es Ihnen auch leichter fallen, sicher und frei zu sprechen, ohne dabei den roten Faden zu verlieren. Verschaffen Sie sich also Klarheit über die Gewichtung und Reihenfolge Ihrer Argumente.

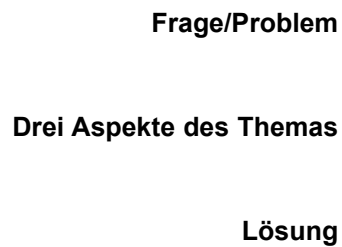
Die klassische Form der Kette:

Diese Form eignet sich, wenn Sie eine Lösung vorstellen wollen, die weit entfernt von der Vorstellungswelt der Zuhörer liegt. Hier werden die Gedanken streng logisch, Punkt für Punkt, aneinandergereiht, bis Sie bei dem gewünschten Ergebnis ankommen.

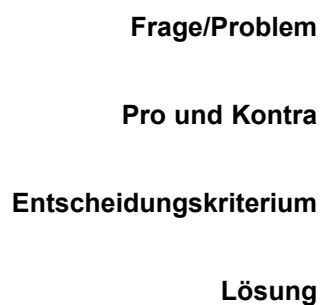


Weitere Formen sind:

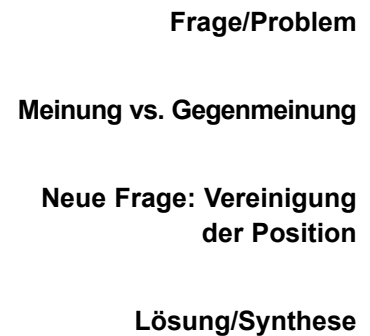
Sammlung: Hier werden verschiedene Aspekte eines Themas nebeneinander gestellt, z. B. früher, heute, in Zukunft. Die Teilergebnisse führen letztendlich zu einem schlüssigen Gesamtergebnis:



Alternative: Hier werden die Pro- und Kontrapositionen sortiert und nacheinander dargestellt. Ein wesentliches Entscheidungskriterium führt dann letztlich zur Lösung.



Synthese: Ähnlich wie bei der Alternative werden hier Pro und Kontra zunächst gegenüber gestellt. Allerdings wird hier nicht eine Linie weiterverfolgt, sondern die gegensätzlichen Interessen werden zusammengeführt. Um gegensätzliche Positionen zu vereinigen, bedarf es kreativer Lösungen.



Tipp:

Nehmen Sie potenziellen Gegnern den Wind aus den Segeln und nennen Sie die Gegenargumente am Anfang Ihres Vortrages selbst. Versuchen Sie dann, diese so weit es geht zu entkräften oder zu relativieren und eine positive Argumentation aufzubauen. Dadurch vermeiden Sie eine dauerhafte kritische Haltung Ihrer Gegner während des Vortrages.

Rhetorische Figuren



Nach dem Philosophen Karl Jaspers sind Redefiguren die Sätze in einer Rede, die sich aufzwingen. In der Tat haben rhetorische Figuren – gekonnt eingesetzt – den Effekt, dass sie sich dem Zuhörer geradezu aufzwingen und lange im Gedächtnis bleiben. Die wesentliche Wirkung von Redefiguren beruht dabei auf dem **Gefühl, das durch ein Bild erzeugt wird.**

Zum Beispiel sagte am ersten Tag der freien Wahlen in Südafrika Nelson Mandela nicht „Heute erleben wir den Beginn unserer Freiheit.“, sondern „Heute erleben wir die Morgenröte unserer Freiheit.“ Welche Formulierung ist wohl eindringlicher und wirkt nachhaltiger? **Das Ziel** einer rhetorischen Figur besteht demnach darin, die **Wirksamkeit einer sprachlichen Äußerung** beim Zuhörer zu **erhöhen** bzw. eine bestimmte Wirkung beim Zuhörer hervorzurufen. Das heißt, Sie als Redner wollen verstanden werden und Sie wollen die Aufmerksamkeit des Zuhörers.

Rhetorische Figuren funktionieren, indem Sie:

- die Lautgestalt eines Wortes oder eines Satzes verändern
- Wörter im Satz wiederholen oder anders als üblich positionieren
- von der grammatikalisch korrekten Satzstellung abweichen
- den Sinn einer Aussage verfremden

Mit rhetorischen Figuren können Sie das, was Sie sagen:

- veranschaulichen, verdeutlichen
- ausschmücken, sprachlich verschönern
- eindringlich gestalten
- unterhaltsam gestalten
- abschwächen, entschärfen

Mit rhetorischen Figuren können Sie aber auch:

- während der Rede Spannung erzeugen oder steigern
- oder in den Kontakt zu den Zuhörern gehen (z. B. um einen bestimmten Eindruck zu erwecken, um Zustimmung zu gewinnen, um diese in Ihre Gedanken einzubeziehen oder um sich zu wehren und zu kritisieren)

Analogien und Metaphern – ein Muss in jeder Rede

Kombiniert man zwei Dinge, die ansonsten nichts miteinander zu tun haben, entsteht eine Metapher oder eine Analogie (= also ein Vergleich). Unverständliche oder abstrakte Worte oder Zusammenhänge werden gegen ein anschauliches, konkretes Bild ausgetauscht, z. B.: „Mein rechter Arm fühlt sich an wie Blei.“ oder „Wenn Bush den Fall der Berliner Mauer als seine Leistung beansprucht, ist das so, als wenn sich der Hahn den Sonnenaufgang anrechnet.“ (Al Gore). Aber Vorsicht! Sie können mit einem falschen Vergleich auch ganz schön daneben liegen: „Die Börse ist wie eine Lawine, mal geht sie rauf, mal geht sie runter.“

**Erweitern Sie Ihr sprachliches Können -
Übungen zum Bilden von Analogien und
Metaphern**

1. Durch Bilder anschaulich machen

Führen Sie folgende Sätze anschaulich zu Ende.
Z. B.: Der Polizist regelte den Verkehr wie... ..ein
Roboter, ein wild gewordener Handfeger, vom Teufel
besessen usw.

Nach der Sauna wirkte sie frisch wie....

Seine Bewegungen sind so hölzern wie...

Der Chef arbeitet wie...

In ihrem Gesicht stand das blanke Entsetzen. Sie
schaute uns an wie...

Das Essen war völlig ungenießbar. Der Braten war
zäh wie...

2. Oberbegriffe finden

Finden Sie zu den drei vorgegebenen Begriffen
einen Oberbegriff, und zwar möglichst die nächst
höhere logische Ebene:

	Oberbegriff
Fichte, Tanne, Kiefer	Nadelbäume
Löwe, Tiger, Hai	
Elefant, Nashorn, Nilpferd	
Buch, Illustrierte, Flugblatt	
Lunge, Leber, Niere	
Aktentasche, Koffer, Glas	
Klasse, Familie, Verein	
Berg, Hügel, Kuppe	
Ziegel, Holz, Beton	
Euro, Dollar, Scheck	

3. Synonyme finden

Finden Sie 5 Begriffe mit einer ähnlichen Bedeutung.

Kontrolle	Überwachung, Inspektion, Durchsicht, Beaufsichtigung, Revision
Dämmerung	
Auto	
Anführer	
Angst	
Chaos	

intensiv	
korrekt	
Unverheirateter	

4. Hauptwörter erweitern

Bilden Sie mit den unten stehenden Substantiven zusammengesetzte Hauptwörter.

Mutter-	-tag, -kuchen, -schutz, -liebe, -milch, -kirche usw.
Fisch-	
Fluss-	
Bahn-	
Nacht-	
Heimat-	
Geld-	
Schuh-	
Milch-	

5. Eigenschaften zuordnen

Ordnen Sie folgenden Berufen charakteristische Eigenschaften zu.

Briefträger	
Rechtsanwalt	
Fotografin	
Lehrer	
Bäcker	
Bürgermeister	
Zahnärztin	
Reporter	
Sekretärin	

Weitere rhetorische Figuren im Überblick:

<p>Alliteration Wirkung: Beispiel:</p>	<p>Anfänge aufeinanderfolgender Wörter sind gleich oder klingen ähnlich poetischer Anstrich, für den Zuhörer leicht zu merken, sinnvoll für Kernsätze, Botschaften oder Appelle „Sie müssen endlich Mietpreise möglich machen.“ (Joschka Fischer)</p>
<p>Anapher Wirkung: Beispiel:</p>	<p>Wiederholung eines oder mehrerer Wörter am Anfang aufeinanderfolgender Sätze oder Satzteile Wiedererkennungseffekt durch Wiederholung; wirkt sehr eindringlich, eignet sich für emotionale Botschaften „Er sah Unrecht und versuchte, es zu beseitigen. Er sah Leiden und versuchte, es zu lindern. Er sah Krieg und versuchte, ihn zu beenden.“ (Ted Kennedy)</p>
<p>Anekdote Wirkung: Beispiel:</p>	<p>Kurze, oft witzige Geschichte, die etwas Bestimmtes besonders gut charakterisiert anschaulich, heiter, lockert die Rede auf, auch zur Spannungssteigerung; eignet sich besonders für den Anfang einer Rede „Adam Opel hat in seinem Leben nie ein Auto gebaut, er hat auch nie in einem gesessen. Überliefert ist vielmehr, dass er eine regelrechte Abneigung gegen dieses motorisierte Fortbewegungsmittel gehabt habe...“</p>
<p>Ankündigung Wirkung: Beispiel:</p>	<p>Hinweis auf eine bestimmte Passage in der Rede erzeugt Spannung, lenkt die Erwartungshaltung des Publikums in eine bestimmte Richtung „Gegen Ende meiner Ausführungen werde ich Ihnen verraten, wie ich hierauf gekommen bin.“</p>
<p>Beispiel Wirkung: Beispiel:</p>	<p>Beweis, Argument (meist aus der Geschichte) für eine These unterhaltend, wirkt sehr anschaulich und eindringlich „Der alte Rockefeller verdiente in der Woche mehr als eine Million Dollar, konnte aber für sein Essen nur fünf Dollar ausgeben, da er krank war und von Gemüsebrei und Kartoffelpüree leben musste.“</p>
<p>Emphase Wirkung: Beispiel:</p>	<p>Leidenschaftliche, schwunghafte Überbetonung eines Wortes, in der Regel durch das Anheben der Stimme wirkt sehr eindringlich, Zuhörer wird dazu angeleitet, dem betonten Wort eine entweder eingeschränkte oder erweiterte Bedeutung zu verleihen „Er ist ein Mensch, meine Damen und Herren!“</p>
<p>Euphemismus Wirkung: Beispiele:</p>	<p>Positiv besetzte, beschönigende Formulierung Verharmlosung, Verschleierung, Entschärfung eines negativen Sachverhalts „Anpassung der Gebühren“ statt „Preissteigerung“ „Freisetzung“ statt „Entlassung“ „Umsiedlung“ statt „Vertreibung“ „Rubensfigur“ statt „starkes Übergewicht“</p>
<p>Ironie Wirkung: Beispiel:</p>	<p>Verstellung, feiner Spott, der Redner behauptet das Gegenteil von dem, was er meint Mittel der Kritik und des Angriffs; mit Ironie können Sie die Glaubwürdigkeit und Integrität eines Menschen in Zweifel ziehen, sich auch selbst mit einem gewissen Understatement ins gute Licht rücken. Ironie funktioniert aber nur, wenn sie als solche erkennbar ist! „Ändern Sie nur ja nicht Ihre Gewohnheiten! Sie wollen doch nicht etwa gesund leben!“</p>

<p>Klimax</p> <p>Wirkung:</p> <p>Beispiel:</p>	<p>Ersetzen eines schwachen Ausdrucks durch einen stärkeren, ein Gedanke wird dabei von Schritt zu Schritt vervollständigt</p> <p>Steigerung der Spannung, ein Aussage wird Schritt für Schritt einleuchtender und beeindruckender gemacht</p> <p>„Die Einheit Europas war ein Traum weniger, sie wurde eine Hoffnung für viele, sie ist heute eine Notwendigkeit für uns alle.“ (Konrad Adenauer)</p>
<p>Paraphrase</p> <p>Wirkung:</p> <p>Beispiel:</p>	<p>Ersetzen eines einzelnen Begriffs durch andere, die ihn sinngemäß wiedergeben</p> <p>Alltägliche, langweilige Ausdrücke oder Wiederholungen werden vermieden; Steigerung oder Abschwächung von Begriffen</p> <p>Statt „Gott“ = „der Allmächtige“ Statt „Ärzte“ = „Götter in Weiß“ Statt „Tee“ = „jenes wohlriechende Getränk aus chinesischen Kräutern“</p>
<p>Wortspiel</p> <p>Wirkung:</p> <p>Beispiele:</p>	<p>Ein Spiel mit Worten, die ähnlich klingen</p> <p>großer Unterhaltungswert; ist anschaulich und bleibt gut im Gedächtnis</p> <p>„Ich habe das Haus schon voller, aber auch schon leerer gesehen, aber so voller Lehrer habe ich das Haus noch nie gesehen.“ (Hans von Bülow) „Wir haben in Bonn doch gar keine Regierung mehr. Das ist nur noch eine Reagierung. Die reagiert auf Urteile des Bundesverfassungsgerichts.“ (Oskar Lafontaine)</p>
<p>Prolepsis</p> <p>Wirkung:</p> <p>Beispiel:</p>	<p>Vorwegnahme möglicher Einwände der Zuhörer</p> <p>Zuhörer erhält den Eindruck einer kompetenten, voll durchdachten Darstellung, fühlt sich in den Gedankengang einbezogen und ernst genommen; Gegnern wird der Wind aus den Segeln genommen</p> <p>„Man könnte einwenden, die Darstellung der rhetorischen Figuren sei zu lang für einen Ratgeber. Dennoch ist es sinnvoll, um sich einen guten Überblick zu verschaffen.“</p>
<p>Rhetorische Frage</p> <p>Wirkung:</p> <p>Beispiel:</p>	<p>Frage, auf die keine Antwort erwartet wird, die sich scheinbar von selbst versteht</p> <p>Aussagen bekommen einen besonderen Nachdruck; lässt den Eindruck eines Einverständnisses zwischen Redner und Zuhörer entstehen</p> <p>„Was wollen wir? Wollen wir recht behalten oder das Problem lösen?“</p>
<p>Synonym</p> <p>Wirkung:</p> <p>Beispiel:</p>	<p>Sinnähnliche Wörter</p> <p>eine Aussage wird sehr eindringlich</p> <p>„Die Zeit der Gaukler, der Magier, der Irreführer, der Sternendeuter, der Astrologen ist vorbei.“ (Franz Josef Strauß)</p>
<p>Zitat</p> <p>Wirkung:</p> <p>Beispiel:</p>	<p>Wörtlich übernommene Stelle aus einem Text oder Wiedergabe des Gesagten einer anderen Person</p> <p>autoritätsstützend; weist den Redner als gebildet aus, verstärkt seine Argumentation</p> <p>„Für einen ungebildeten Menschen ist das Lesen von Zitatensammlungen eine gute Sache.“ (Winston Churchill)</p>

Die überzeugende Körpersprache



Wenn ein Redner oder Gesprächspartner nicht glaubwürdig und überzeugend ist, liegt das meistens an dem Widerspruch zwischen dem, was er sagt, und dem, wie er körpersprachlich präsentiert. Auf den Inhalt eines Vortrags oder Gesprächsbeitrags können Sie sich leichter vorbereiten, als auf die Art zu sprechen und zu präsentieren, denn Stimme, Körpersprache und Gestik sind nie vollständig steuerbar. In ihnen zeigen sich die Stimmung, Nervosität, innere Haltung und körperliche Verfassung des Redners.

Mimik, Gestik und Haltung

Wer kennt nicht Beispiele aus der eigenen Schulzeit oder dem Studium von Rednern, die lustige oder auffällige Verhaltensweisen an den Tag legen, so dass das Zuhören schwierig ist.

Ein überzeugender Redner hat eine überzeugende Körpersprache:

- Blickkontakt mit allen Zuhörern: dabei schweift der Blick ruhig durch die Runde und verweilt nie zu lange bei einzelnen
- Freundlich gewinnende Mimik: Untermalung der Aussagen durch entsprechende Mimik (zum Beispiel begleitet von einem Lächeln: „Ich freue mich, Sie hier begrüßen zu dürfen.“)

- Fester Stand: sicherer Stand mit Schwerpunkt auf beiden Beinen, die Beine etwa hüftbreit auseinander. Keine überkreuzten Beine im Stehen, das macht einen wackeligen Eindruck.
- Aufrechte Haltung
- Zugewandtheit zum Publikum
- Gelegentlich den Standort wechseln
- Dynamik in der Gestik: Lockere Schultern, Hände sind frei für Gestik, lebendige Gestik zwischen Hüftlinie und Schultern
- Kleidung: Wählen Sie ein zur Situation und zu Ihrer Person passendes Outfit, in dem Sie sich wohl fühlen.

Tipps für sicheres Auftreten:

Für den Start: Suchen Sie sich zunächst einen sicheren Stand und blicken Sie in die Teilnehmerrunde. Beginnen Sie erst zu sprechen, wenn die Gespräche abgeebbt sind.

Wenden Sie sich beim Sprechen dem Publikum zu (Blickkontakt, Körperhaltung) und wechseln Sie zwischen einzelnen Zuhörern sowie der linken und rechten Seite.

Verabschieden Sie sich auch körpersprachlich freundlich und dem Publikum zugewandt. Setzen Sie einen deutlichen Schlusspunkt. Stürmen Sie nicht von der Bühne, sondern verlassen Sie langsam den Standort.

Stimm- und Sprechverhalten

Ihre Stimme macht die Musik. Sie ist das zentrale Instrument, mit dem Sie Ihre Zuhörer langweilen oder fesseln können. Unsicherheit und Nervosität schlagen sich in ihr nieder, so dass viele Redner sich nicht zu 100 % auf ihre Stimme verlassen können.

Tipp:

Kennzeichnen Sie wichtige Pausen in Ihrem Redemanuskript mit einem langen Strich. Üben Sie sprechen, indem Sie viel vorlesen und jede Gelegenheit zu Präsentationen ergreifen.

Folgende Merkmale wirken auf Ihr Publikum:

- Tempo
- Modulation
- Höhe
- Lautstärke
- Stimmigenschaften wie Heiserkeit, Stimmklang/ Timbre (Obertöne)

Tipps für eine sichere und feste Stimme:

- Tiefe Zwerchfell-Flanken- bzw. Bauchatmung statt Brustatmung
- Körperliche Entspannung (zum Beispiel Progressive Muskelentspannung nach Jacobsen, Autogenes Training, Yoga, Dehnübungen)
- Singen und Sport unterstützen die Atmung positiv
- Lächeln, sich in gute Laune versetzen
- Viel Wasser trinken
- Vor und während langem Sprechen nicht rauchen
- Sprechen in mittlerer Sprechstimmlage, d. h. nicht zu hoch und nicht zu tief

Überzeugendes und sicheres Sprechen:

- Setzen Sie gezielt Betonungen (jedoch nicht mehr als ein Wort pro Satzabschnitt).
- Sprechen Sie abwechslungsreich: Modulieren Sie die Tonhöhe, Geschwindigkeit und Lautstärke.
- Betonen Sie zusätzlich mit Ihrer Mimik und Gestik Ihre Aussagen. Das macht auch Ihre Aussagen lebendiger.
- Machen Sie Sprechpausen. So ermöglichen Sie Ihren Zuhörern kurze Entspannungsphasen und Ihnen gedanklich zu folgen.

Umgang mit Nervosität und Lampenfieber



Viele Menschen leiden unter Angst und Aufregung vor einem Auftritt, plötzlich zittern die Hände, die Stimme fängt an zu flattern und das Bedürfnis, die Toilette aufsuchen zu müssen, macht sich wiederholt bemerkbar. Sie haben **Lampenfieber**. Beruhigend daran ist, dass es kaum einen Menschen gibt, der vor einem Auftritt nicht darunter leidet. Sie wissen, dass Sie bald im Scheinwerferlicht der Aufmerksamkeit vieler Menschen stehen und damit haben Sie Angst davor, sich zu blamieren, sich lächerlich zu machen, den Faden zu verlieren, etwas Falsches zu sagen oder grundsätzlich zu versagen. In einer **Stresssituation**, wie die Vortragssituation eine ist, kann sich Lampenfieber aber nicht nur negativ auswirken bspw. bis hin zum Blackout, sondern auch positiv: Es versetzt Sie nämlich in einen hellwachen und hochkonzentrierten Zustand.

Was tun, wenn Sie wissen, dass Folgendes eintreten wird?

- **Gedächtnisverlust:**
 - Lernen Sie die ersten Sätze Ihres Vortrags auswendig!
 - Markieren Sie die Kernworte des Vortrags mit gelbem Leuchtstift!
 - Versuchen Sie, nur mit einer gut lesbaren Stichwortliste auszukommen – während eines Blackouts ist es oft schwierig, ganze Sätze zu erfassen.
- **Schweißausbruch:**
 - Tragen Sie ein Baumwollunterhemd mit ange-

schnittenen Ärmeln und Baumwollsocken. Das wird den Schweiß aufsaugen.

- Stecken Sie in beide Hosentaschen Stofftaschentücher – so können Sie sich diskret die Hände trocknen.
- **Blasenschwäche:**
 - Meiden Sie ab etwa 2 Stunden vor Ihrem Auftritt Kaffee und Tee, in der letzten Stunde vor Ihrem Auftritt trinken Sie am besten gar nichts mehr.
- **Magenprobleme:**
 - Am Abend vor Ihrem Vortrag können Sie Ihren Magen durch Kamillentee und Zwieback beruhigen. Auch Bananen sind ideal.
 - Meiden Sie Fruchtsäfte, Milch und stark Gewürztes.
- **Durchfall:**
 - Lassen Sie sich von Ihrem Arzt ein Mittel verschreiben – damit sind Sie absolut sicher.
- **Hände zittern:**
 - Meiden Sie Nikotin und Kaffee. Bananen und Schokolade wirken beruhigend.
 - Halten Sie sich am Anfang des Vortrags mit beiden Händen am Rednerpult fest oder nehmen Sie einen dicken Stift in die Hand. Sie werden sehen, schon nach Kurzem lässt das Lampenfieber nach.
 - Stellen Sie bewussten Augenkontakt zu einzelnen Zuhörern her. Schauen Sie während der ersten Sätze die betreffenden Personen direkt an.
- **Flatternde Stimme:**
 - Lutschen und kauen Sie bis kurz vor Ihrem Auftritt Fruchtgummi – das regt den Speichelfluss an.
 - Gehen Sie davon aus, dass es außer Ihnen selbst kaum jemandem auffällt.
 - Führen Sie regelmäßig Entspannungs- und Stimmübungen durch.
 - Halten Sie sich ein Glas Wasser ohne Kohlensäure griffbereit.
- **Laufende Nase:**
 - Ziehen Sie sich eher etwas zu warm an, da Kältegefühle Reizungen der Nasenschleimhäute verstärken.
 - Meiden Sie stark gewürzte Speisen und Nikotin und Kaffee.
 - Halten Sie für Notfälle ein Taschentuch in der Jacken- oder Hosentasche parat.

Wichtig: Lampenfieber resultiert vor allem aus der **Angst, das Publikum könne ihre Angst bemerken**. Es resultiert weniger aus der Angst vor dem Vortrag an sich. Insofern ist es außerordentlich hilfreich, wenn Sie es schaffen, die Symptome Ihrer Angst zu reduzieren oder zu vertuschen. Außerdem denken die meisten Menschen nicht darüber nach, ob Sie Angst haben oder nicht. Im Gegenteil: Ein wenig Nervosität wirkt nicht arrogant und trotzdem professionell, zumal Lampenfieber eine normale Reaktion fast aller Redner ist.

Tipps für mehr Gelassenheit und Sicherheit:

Nur wenn Sie sich Ihrem Publikum sicher zeigen, vermitteln Sie den Eindruck, dass Sie selbst von dem überzeugt sind, was Sie sagen und nur so können Sie auch Ihr Publikum überzeugen. Hilfreich ist auch, wenn Sie sich gut zureden und in eine positive Grundstimmung versetzen, z. B. mit folgenden Sätzen: „Mir geht es gut. Ich freue mich auf den Vortrag.“, „Ich habe mich gut vorbereitet. Egal was passiert, mir fällt etwas zum Thema ein.“, „Was ich zu sagen habe, ist für die Zuhörer wichtig und interessant. Deshalb kommen sie, um mir zuzuhören.“

Was tun bei einem Blackout?

- Legen Sie eine Pause ein, lächeln Sie und warten Sie, ob Fragen oder Stichworte aus dem Publikum kommen.
- Vergessen Sie Ihr Blackout und gehen Sie einfach zum nächsten Thema über, z. B.: „Ich möchte jetzt auf einen anderen Aspekt zu sprechen kommen.“
- Fassen Sie Ihre letzten Ausführungen kurz zusammen. Vielleicht fällt Ihnen dann plötzlich ein, was Sie sagen wollten.
- Wiederholen Sie Ihren letzten Satz. So gewinnen Sie Zeit zum Nachdenken.
- Schauen Sie auf Ihre Notizen.
- Treten Sie einen Schritt zur Seite und betrachten Sie selbst in Ruhe die Projektionsfläche oder Ihren Flipchart. Sie werden sich entspannen, wenn Sie merken, dass die Zuhörer ebenfalls ihre Aufmerksamkeit von Ihnen auf die Medien lenken.
- Stellen Sie Ihren Zuhörern eine Frage: „Wie sehen Sie das?“
- Lassen Sie sich von Ihren Zuhörern helfen. Sagen Sie: „Jetzt habe ich den Faden verloren.“ Man wird es Ihnen nachsehen, denn Offenheit erzeugt immer Sympathie.



VORWEG GEHEN MIT KARRIEREENERGIE.

Zünden Sie den Turbo für Ihre Karriere – mit KarriereEnergie, dem kostenlosen Magazin von RWE für Studenten und Absolventen (m/w). Wir informieren Sie regelmäßig über spannende Einstiegsmöglichkeiten bei RWE sowie über interessante Neuigkeiten und Veranstaltungen. Zudem erhalten Sie wertvolle Karrieretipps von unabhängigen Personalberatern. Mit dem Magazin KarriereEnergie starten Sie direkt durch und bleiben den anderen immer eine Nasenlänge voraus.

Jetzt online über die RWE Bewerberakademie anmelden:

VORWEG-GEHER-GESUCHT.DE