

Interview mit Christoph Schumacher, Verband der Redenschreiber deutscher Sprache

Mit Reden bewegen



Verständliche Reden sind ein wichtiges Mittel der Kommunikation. Auf der kognitiven Ebene transportieren sie Kernbotschaften. Auf der Gefühlsebene können sie Vertrauen erzeugen und ein positives Gemeinschaftserlebnis schaffen. Die Debattenkultur muss sich aber stets neu entwickeln. Und: Reden will gelernt sein.

Christoph Schumacher,
Head of Communications,
Infineon Technologies
Dresden GmbH & Co. KG,
und Vize-Präsident des
Verbands der Redenschrei-
ber deutscher Sprache
(VRdS)

christoph.
schumacher@infineon.com

Weiterbildung: Herr Schumacher, Sie beschäftigen sich sowohl bei Infineon als auch in Ihrer ehrenamtlichen Tätigkeit als Vize-Präsident des Verbands der Redenschreiber deutscher Sprache mit den Reden von Chefs großer Wirtschaftsunternehmen. Welche Bedeutung messen Sie der Verständlichkeit von Reden bei?

Christoph Schumacher: Verständliche und einfache Sprache – egal ob geschrieben oder gesprochen – ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für erfolgreiche Unternehmenskommunikation. Mit welcher Zielgruppe wir auch sprechen, wir befinden uns immer im Wettbewerb um Zeit und Aufmerksamkeit.

Schon bei schriftlicher Kommunikation hat kaum ein Empfänger die Muße, einen Satz zweimal zu lesen, um ihn zu verstehen. Bei einer Rede geht das schon rein technisch nicht. Hier habe ich für meine Botschaften nur einen Schuss – und der muss beim ersten Mal sitzen. Jeder Redner muss sich klarmachen: Der Zuhörer ist der Kunde. Wir müssen es unseren Zielgruppen möglichst einfach machen, uns zu verstehen. Gelingt uns das, haben wir eine gute Voraussetzung geschaffen, dass wir mit dem, was wir sagen wollen, auch durchdringen. Verständliche Sprache ist wie Traubenzucker, der sofort ins Blut geht.

Worauf kommt es denn bei der Verständlichkeit besonders an? Haben Sie für unsere Leserinnen und Leser ein paar Regeln, die sie beim Schreiben von Reden beachten sollten?

Ein Redemanuskript verfasse ich schriftlich. Das führt in der Praxis schnell dazu, dass ich beim Schrei-

ben in eine Schriftsprache abgleite. Schriftsprache unterscheidet sich aber deutlich von der Umgangssprache, die wir alle täglich verwenden. Das ist auch völlig natürlich. Jeder von uns schreibt anders, als er spricht. Mir fällt immer wieder auf, wie selten wir im Alltag Nebensätze formulieren, wenn wir uns unterhalten. Die Welt spricht in einfachen, kurzen Hauptsätzen: Subjekt, Prädikat, Objekt. Diesen Aspekt versuche ich zu berücksichtigen, wenn ich an einem Redetext arbeite.

Ein weiteres Beispiel ist eine gestelzte Kunstsprache, die Sie in Reden unbedingt vermeiden sollten. Eine typische Floskel, die ich so immer wieder bei Veranstaltungen höre: „Ich darf Sie heute auf das Herzlichste begrüßen.“ Wieso „dürfen“ Sie? Welche Instanz hat Ihnen die Erlaubnis erteilt? Sagen Sie nicht, dass Sie Ihre Zuhörer begrüßen dürfen. Sagen Sie auch nicht, dass Sie Ihre Zuhörer begrüßen. Begrüßen Sie Ihre Zuhörer.

Haben Sie noch ein Beispiel?

Ja. „Ich freue mich, dass Sie so zahlreich erschienen sind.“ Das sind Formulierungen aus der rhetorischen Mottenkiste. Und dort sollten sie auch bleiben. Wir haben sie schon hundertmal gehört und sie wirken furchtbar konventionell und ermüdend. Sprechen Sie Ihre Zuhörer einfach so an, wie Sie auch im Alltag Ihre Gäste begrüßen: „Guten Abend, meine Damen und Herren. Schön, dass Sie da sind.“ Das ist einfache, verständliche und kraftvolle Sprache.

Noch ein paar simple handwerkliche Tipps. Erstens: Lassen Sie Ihr Manuskript von einem Kollegen gegenlesen. Ein unbeteiligter Dritter findet leichter die Untiefen und Stolperfallen in Ihrem Text. Zweitens: Kill your darlings. Vielleicht enthält Ihr Manuskript ein rhetorisches Schmankerl, auf das Sie stolz sind, weil Sie es für besonders geistreich und gelungen halten. Aber erschließt sich Ihr brillanter Gedanke auch dem unbedarften Zuhörer? Überprüfen Sie diese Stellen ganz besonders kritisch. Und drittens: Wenn Sie denken, Ihre Rede ist fertig, lesen Sie sie vor. Stellen Sie sich dabei hin. Reden Sie richtig laut, idealerweise mit einem Zuhörer. Oder nehmen Sie sich mit Ihrem Smartphone auf. Ein echter Stresstest für ein Redemanuskript. Spätestens dann erkennen Sie schnell, welche Passagen Sie besser doch noch einmal überarbeiten sollten.

Eine gute Rede lebt ja nicht nur von der Verständlichkeit. Was sollten Redenschreiber denn noch beachten?

Kernbotschaften sind das Fundament jeder guten Kommunikation. Und sie sind hilfreiche Kristallisationspunkte für erste Gedanken, wenn Sie vor dem berüchtigten weißen Blatt sitzen. Auch wenn Sie noch so verständlich schreiben können – bevor Sie starten, müssen Sie wissen, was der Redner sagen will. Überlegen Sie sich also vorher, welche zwei oder drei Botschaften Sie mit Ihrer Rede vermitteln sollen.

Arbeiten Sie diese Botschaften im Manuskript sehr deutlich heraus. Scheuen Sie sich nicht, sie im Laufe Ihrer Rede auch zu wiederholen – etwa zum Schluss in einer kurzen Zusammenfassung. Am Ende Ihrer Rede sollten Sie sicher sein, dass Ihre Botschaften beim Publikum angekommen sind. Wenn Sie klare Botschaften in eine verständliche Sprache übersetzen können, haben Sie zwei wichtige Voraussetzungen für ein gutes Redemanuskript.

Im Verband der Redenschreiber deutscher Sprache beschäftigen Sie sich ja auch mit der Debattenkultur in Deutschland. Wie ist es Ihrer Meinung nach um diese Debattenkultur bestellt?

Schwierige Frage. Schauen wir uns die Auseinandersetzungen an, wie sie täglich auf den großen Social-Media-Plattformen stattfinden. Häufig hat das weder mit Debatte noch mit Kultur etwas zu tun. Ein weiteres

Beispiel: Talkshows im Fernsehen. Sie sind ebenfalls selten Highlights der Debattenkultur. In diesen Formaten geht es den Teilnehmern oft nur darum, möglichst plakative Statements zu platzieren. Für profunden inhaltlichen Austausch und echte Debatten eignet sich Fernsehen nur in seltenen Ausnahmefällen.

Ich will aber keinen Kulturpessimismus verbreiten. So schlecht steht es um die Debattenkultur in Deutschland nicht. Wer nach klugen Beiträgen sucht, findet sie zum Beispiel jeden Tag im Qualitätsjournalismus. Dafür sorgt unsere besondere Zeitungsvielfalt. Ich hoffe, sie bleibt uns noch lange erhalten.

Außerdem ist mein Eindruck: Es gibt eine wachsende Einsicht in die Notwendigkeit zur Debatte um gesellschaftliche Themen – und auch eine zunehmende Bereitschaft. Diese Debatten erleben wir aber nicht öffentlich in Online-Medien oder im TV, sondern eher in geschlossenen Räumen. Der Wettbewerb der drei Kandidaten um den CDU-Vorsitz Ende 2018 ist ein gutes Beispiel.

Interessanterweise beobachte ich den Trend zur Debatte auch in Unternehmen. Management und Mitarbeiter tauschen sich heute viel enger aus. Unternehmen stellen immer mehr Formate für die Diskussion zur Verfügung. Autoritäre Patriarchen weichen einem eher dialog- und konsensorientierten Führungsstil. Das liegt am Generationswechsel in den Chefetagen und an den veränderten Erwartungen gerade jüngerer Mitarbeiter. Eine Basta-Kultur können sich Unternehmen heute schlicht nicht mehr leisten.

Was mich auch optimistisch stimmt: An vielen Schulen in Deutschland üben heute junge Menschen, wie man debattiert – mit Fairness und mit Leidenschaft. Die freie Rede und die Debatte schon in der Schule zu lernen, hat in den USA oder in Großbritannien eine lange Tradition. Toll, dass wir uns das aus der angelsächsischen Kultur abgeschaut haben. Ein großartiger Fortschritt. Alles in allem: Ich glaube nicht, dass wir uns um die Debattenkultur in unserem Land allzu große Sorgen machen müssen. Aber es ist nicht selbstverständlich, dass es so bleibt.

Noch einmal zurück zu den Unternehmen. Haben die Unternehmen die Bedeutung von Reden als Führungsinstrument in der internen Kommunikation erkannt?

Reden sind die Solitäre der Unternehmenskommunikation, einzigartig in ihren Möglichkeiten und un-



mittelbar. Diese Chance nutzt ein guter Redner: Er transportiert Botschaften nicht nur auf der kognitiven Ebene. Über eindringliche Stimme, Gestik und Mimik spricht er sein Publikum über mehrere Sinne an. Er erreicht auch die Gefühlsebene. Er erzeugt Vertrauen über Authentizität und schafft ein positives Gemeinschaftserlebnis. So wird eine Rede zu einem wirkungsvollen Führungsinstrument. Zugegeben, um diese Klaviatur zu beherrschen, müssen Sie als Redner ein gewisses Kommunikationstalent mitbringen.

Das Interview führte Frank Brettschneider.

Das brauchen Sie als Chef aber ohnehin. Kommunikation ist eine der wichtigsten Führungskompetenzen. In meiner Arbeit erlebe ich regelmäßig,

wie wichtig Führungskräfte der zweiten Ebene als „Transmissionsriemen“ sind. Sie sollen relevante Botschaften des Managements an die Mitarbeiter vermitteln. Und oft scheitern sie an dieser Aufgabe. Ein klassisches Problem gerade größerer Organisationen: Führungskräfte sind zwar fachlich kompetente Spezialisten, haben aber wenig Erfahrung bei Kommunikation und Mitarbeiterführung. So dringen wichtige Informationen oft nicht zu den unteren Ebenen der Hierarchie durch. Führungskräfte fit zu machen, dass sie Botschaften professionell nach innen und außen vermitteln können, halte ich für eine der wichtigsten Aufgaben moderner Aus- und Weiterbildung in Unternehmen.