

Was Spinat und Rhetorik gemeinsam haben!

Oder warum das **WAS** in der Rhetorik immer noch entscheidend sein sollte!

Wer denkt bei Spinat nicht an seine Kindheit? Und weil man dem Spinat über Jahrzehnte beharrlich einen hohen Eisenanteil nachsagte, war das Argument: „Iss Spinat, damit du groß und stark wirst!“ Unterstützt wurde alles von einer Comicfigur namens Popeye!

Was das mit Rhetorik zu tun hat? Nun, genauso verhält es sich mit dem 55-38-7 Mythos. So soll die Bedeutung einer gesprochenen Botschaft zu 55% durch Haltung, Mimik und Gestik, zu 38% durch Stimme und nur zu 7% durch den Inhalt transportiert werden.

Provokant formuliert: An sich ist der Inhalt nicht sonderlich wichtig, solange Ihre Performance passt! Doch Hand aufs Herz: Ist diese Regel wirklich logisch? Kommt es in Ihrem persönlichen Alltag (beruflich/privat), wirklich nicht (mehr) auf Inhalte, Hintergründe, Recherchen, Zahlen, Daten und Fakten an? Haben Aristoteles Ethos, Pathos und Logos ausgedient?

Zum Glück nicht!

Prof. Albert Mehrabian interessierte sich 1960 für die stillen Botschaften, die in Sätzen wie „Schön, Dich zu sehen!“ versteckt sind. Aus Erfahrung wissen wir, dass so ein Satz unter Umständen nicht wirklich ehrlich gemeint sein kann. Daher achten wir unbewusst auch auf die Körperhaltung, die Mimik und die Stimme, um die wahre Botschaft zu erkennen! Also, war das Gesagte auch wirklich ehrlich gemeint?

Tatsächlich ist das Experiment von Prof. Mehrabian nicht auf Präsentationen oder Gespräche umlegbar, weil der Fokus damals ein anderer war. Zentrum seiner Untersuchung war nur auf positiv, negativ oder neutral besetzte Wörter gerichtet - NICHT auf ganze Sätze und schon gleich gar nicht auf Vorträge oder Dialoge.

Und das alles wegen eines Irrtums

Der Mythos und der damit verbundene Irrtum vom extrem eisenreichen Spinat ist auf einen Druckfehler zurückzuführen. Und eine zu oberflächliche Betrachtungsweise war die Ursache für den 55-38-7 Mythos in der Rhetorik.

Leider gibt es noch eine Gemeinsamkeit von Spinat und Rhetorik! Trotz besseren Wissens haben sich diese Mythen beharrlich gehalten und werden teilweise auch noch von manchen Trainern so gelehrt. Daher ist es keineswegs verwunderlich, dass noch eine große Zahl der Rhetorik-Seminare auf die Außenwirkung ausgelegt sind - Performance, Infotainment und ein strahlender Auftritt!

Natürlich bestreitet niemand, dass die Faktoren Haltung, Mimik, Gestik und Stimme einen wichtigen Anteil an der Gesamtwirkung haben. Und ja, die eigene körpersprachliche wie auch stimmliche Wirkung kann durch Trainings verbessert werden. Doch es geht um viel mehr, nämlich um das stimmige Zusammenwirken Ihrer Inhalte, Botschaften, Gefühle und Intentionen! Deshalb werden Trainings gebraucht, die neben dem „WIE“ auch das „WAS“ vermitteln.

Die Herausforderung?

Die Krux an der Situation ist, dass die Trainings damit scheinbar sehr viel aufwendiger werden und zwar für die Teilnehmer selbst wie auch für die Trainer. Aber eben nur scheinbar, denn das Komplizierte an einer guten Rhetorik ist, dass sie so einfach ist und auch bleiben soll! Um Fakten also verständlich und unterhaltsam zu übermitteln, braucht es neben dem „Wie“ (Art und Weise) ein stringentes und strukturiertes „Was“ (Inhalt und Schlüssigkeit).

Das „WAS“ auf dem Prüfstand

Möchten Sie mit Ihren Vorträgen und Themen begeistern, berühren, befähigen und bewegen? Mit der 4-be-Regel© können Sie ganz einfach Ihr Manuskript selbst überprüfen, weiterentwickeln und natürlich auch damit trainieren.

Begeistern:

- Was an Ihrem Thema begeistert Sie selbst und was kann andere begeistern?
- Laut ist out! Leise begeistern heißt: Gebe deinem Gegenüber mehr als er/sie erwartet – was ist das?

Berühren:

- Haben Sie Anekdoten und Erlebnisse, mit denen sich Ihr Publikum identifizieren kann?
- Haben Ihr Thema und die Absicht Ihrer Kernbotschaft auch mit dem Alltag Ihrer Zuhörer zu tun?

Befähigen:

- Haben Sie ausreichend merkfähige Aha-Erlebnisse, Beispiele und Vergleiche?
- Ist Ihr Inhalt gut recherchiert, nachvollziehbar und gut zu behalten?
- Ist Ihre Struktur und Ihre Kernbotschaft schlüssig und inhaltlich auf den Punkt gebracht?

Bewegen:

- Sind Ihre Ausführungen für andere verstehbar?
- Sind sie für Ihr Publikum sinnstiftend und bedeutsam?
- Sind Ihre Ideen von anderen auch real umsetzbar

Fazit: Lassen Sie sich also nicht verunsichern und auch nicht auf die Show-Fährte führen: Das, **was** Sie zu sagen haben, ist und bleibt wichtig und für die Wirkung Ihres Auftritts von größter Bedeutung. Mit dieser Ausrichtung werden Ihr natürliches Charisma, Ihre klare Persönlichkeit zu einer wahren Autorität – also Ihr „WIE“ ganz von selbst und vor allem authentisch wirken.

Rhetorikhaus/Oliver Groß 2022©

Rhetorikhaus seit 1993

Um Fakten verständlich und unterhaltsam zu übermitteln, brauchen Sie stringente Strukturen und eine klare Kernbotschaft. Unsere Trainings und Coachings sind methodisch so aufgestellt, dass Sie neben dem „Wie“ (Art und Weise) auch das „Was“ (Inhalt und Schlüssigkeit) in vielen praktischen Übungen trainieren. **Messbare Erfolge - zeitgemäß, einfach und wiederholbar!**

