

Nachdruck

3. Auflage

2022
Autorendaten
angepasst

einfacher
direkter
emotionaler

Rhetorik im Internet-Zeitalter

Markus Arnold und Rolf Bänziger

Anmerkung

Dieses Buch ist für Rednerinnen und Redner geschrieben.
Wir haben dabei auf das umständliche Verwenden beider Formen
nebeneinander verzichtet.

Impressum

© Markus Arnold, lic. phil., Risch / Rolf Bänziger († 2021), Neuhausen am Rheinfall /
Ruth Bänziger, Neuhausen am Rheinfall
3., überarbeitete Auflage 2019
unveränderter Nachdruck 2022, Autoredaten angepasst
Neugestaltung der 3. Auflage und Anpassungen: Elias Bräm, internetter.ch
Gestaltung der 1. Auflage: diekonkreten.ch
Druck: Kuhn-Druck AG, 8212 Neuhausen am Rheinfall
ISBN 978-3-033-03501-0

Bezugsquelle

Ruth Bänziger, Neuhausen am Rheinfall
www.redekunst.ch
baenziger.r@gmail.com



Überblick

8		Aspekte einer Rede
12		Schlüssel zum Erfolg
14	Schlüsselbegriff 1	Einstieg in die Rede
18		Der erste Eindruck
22		Blickkontakt
23		Lampenfieber
24	Schlüsselbegriff 2	Schluss
30	Schlüsselbegriff 3	Nutzen explizit verankern
32		Bildersprache
37	Schlüsselbegriff 4	Strukturdenken
40		Denk-Rinnen
42		Wiederholungen
43	Schlüsselbegriff 5	Sprich einfach
48		5-Punkte-Rede
51		Argumenttypen
55	Schlüsselbegriff 6	Frei reden
60		Die Stimme
62	Schlüsselbegriff 7	Visualisieren
68		10 Tipps zum Schluss

Der erste Eindruck ist hochemotional

Unser limbisches System entscheidet blitzschnell:
positiv / neutral / negativ!
Zu mehr reicht die Zeit nicht.

Was bringt mir das?

Was ist das für einer?

Stumme Fragen beantworten

Jetzt wirds spannend!

Wieder so ein Langweiler!

Was bewirkt den ersten Eindruck?

Erscheinungsbild: non-verbal *emotional!*

- Kleider, Frisur
- Körperhaltung
- Gang
- Gesten
- Mimik, Gesichtsausdruck



Stimme: para-verbal *emotional!*

- Stimmklang
- Melodie der Stimme
- Sprachdynamik

Sprache: verbal *rational!*

«**Sympathie + Vertrauen
bilden sich über
nonverbale + paraverbale
Signale!**»