



Sylvia Löhken

## Vom Schillern grauer Zöpfe

Von Reden und Redenschreibern

*Sobald ein Wissenschaftler nicht mehr nur vor seinen Peers spricht, und sobald Ergebnisse der Forschung – von ihm selbst oder über Vermittler – in die Öffentlichkeit oder in politische Gremien transferiert werden, gelten die Spielregeln der öffentlichen Rede. Die Übertragung jedweden Wissens in eine Rede erschwert und vereinfacht die ›Sache‹ gleichzeitig: Beim Transfer (sei es in die fachfremde Öffentlichkeit oder in die Politik) wird die übermittelte Nachricht in der Rezeption mit großer Wahrscheinlichkeit vereinfacht. Der Kontext jedoch wird komplizierter.*

### Jede Rede birgt ein Risiko

Während einer Rede und auch während eines wissenschaftlichen Vortrags wirft sich die Person auf dem Podium selbst in die Waagschale. Der Redner ist das Medium, also wörtlich ›in der Mitte‹: Er steht zwischen den Inhalten, die er vermitteln, und dem Publikum, das er erreichen will. Damit seine Mission gelingt, muss der Redner wissen, wovon, zu wem und mit welcher Absicht er spricht. Kompetenz ist dabei nur der erste, grundlegende Faktor. Glaubwürdig zu sein verlangt vom Redner weit mehr: Sein Publikum wird – bewusst oder unbewusst – registrieren, ob der Redner ein überzeugendes Anliegen hat. Jeder Zuhörer wird außerdem der Frage nachgehen, ob und wie sehr ihn persönlich dieses Anliegen interessiert. Fühlt er sich durch die Rede angesprochen, wird er sich mit dem Gesagten auseinander setzen. ›Das Publikum abholen‹ soll der gute Redner. Und das Publikum wird seinerseits den Redner mitsamt seinem Anspruch ›abholen‹ – oder es lässt ihn stehen. Hinter einer Rede kann man sich schlechter verstecken als hinter einem geschriebenen Text.

Jede Rede birgt Risiken: kleinere oder größere. Als Sir Winston Churchill im Mai 1940 dem britischen Volk ›blood, toil, sweat and tears‹ für den Krieg gegen

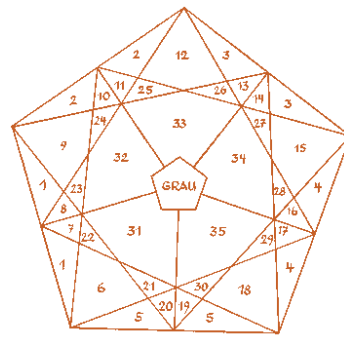
Deutschland ankündigte, wusste er nicht, wie sein Publikum reagieren würde. Er gewann, indem er die Wahrheit sagte, nichts beschönigte und am Ende seiner Rede selbstbewusst den Sieg voraussagte.

Als Donald Rumsfeld im Januar 2003 vor dem Ausbruch des Irakkrieges vom ›alten Europa‹ sprach, verlor er. Seine Worte kamen gegen seine Intentionen zurück: Denn die gemeinten Länder besetzten dieses ›alte Europa‹ positiv; es wurde zur Metapher des europäischen Selbstbewusstseins gegenüber amerikanischen Autoritätsansprüchen.

### Eine Rede ist eine Geschichte

Eine gelungene Rede ist eine Führungsleistung, und jeder, der eine Rede hält, erhebt einen Führungsanspruch: Er will das Publikum zu einem Ziel, zu einer Botschaft leiten. Insofern gibt es keine durch und durch neutrale Rede: Wer auf ein Podium steigt, bezieht Position und will, dass man ihr folgt. Die Botschaft heißt implizit oder explizit: »Behaltet X! Teilt mit mir meine Meinung über die Wichtigkeit von Y! Tut etwas, und zwar Z!«

Vor einem Fachpublikum ist die Aufgabe der Vermittlung relativ einfach, denn innerhalb des eigenen Biotops der Scientific Community ist ein Erkenntniszuwachs als solcher in der Regel schnell sichtbar. Die Herausforderung beginnt mit dem Überschreiten der Biotopgrenzen: wenn der Redner seine Erkenntnis vor einem fachfremden Publikum von (s)einer Welt in eine andere zu übertragen versucht oder – was häufiger vorkommt – wenn sie von Dritten wie Politikern oder Journalisten übertragen wird. Sobald aber wissenschaftliche Ergebnisse im politischen Kontext oder in Nicht-Fachmedien vorgetragen werden, stellt sich dem Redner die Frage, wie er seinen Einfluss sichern möchte. Gelingen kann dies mit den richtigen Ausgangsfragen: Warum ist seine Botschaft



in jener anderen Welt wichtig? Für genau diese Zuhörer?

Damit das Publikum etwas Neues lernt, eine Einstellung übernimmt oder konkret handelt, muss die Rede mehr enthalten als Sachinformationen. Zahlen, Daten und Fakten erreichen im Hirn des Zuhörers (wenn er einer solchen Mischung überhaupt zuhört) den Ort der rationalen Ordnung und der sachlichen Analyse. Einen Effekt können Informationen erst dann haben, wenn sie für den, der sie hört, etwas bedeuten. Die Bedeutung entsteht, wenn der Zuhörer die Fakten in einen Gesamtkontext einbetten kann und wenn er, zweitens, einen konkreten Bezug zu dem herzustellen vermag, was er selbst tut, weiß und für wichtig hält.

Wo ein Ghostwriter oder Referent die Ergebnisse von Forschung in ein Redeskript überträgt, weiß zumindest er, dass eine überzeugende Rede neben rationalen auch immer emotionale, sinnlich nachvollziehbare Elemente enthalten muss – damit wirbt sie bei den Zuhörern um Sympathie und macht positive Identifikationsangebote. Sie bietet Antworten an auf die Frage »Warum ist das für mich wichtig (gut, nützlich, anstrengenswert)?«, und ein kompetenter Redenschreiber ermöglicht eine Begegnung zwischen den Absichten des Redners und den Bedürfnissen seines Publikums.

So wie die linke und die rechte Hirnhälfte erst zusammen ein kohärentes Denken ermöglichen, so enthält eine gute Rede rationale und emotionale Komponenten. Sachinhalte ohne Identifikationsangebot führen zu Langeweile und Sinnverlust, eine Konzentration auf das Emotionale ohne Sachkompetenz führt zu Schwärmerei. Die Dosierung kann – je nach Publikum und Kulturkreis – variieren, ebenso die Mittel, mit denen die Botschaft der Rede an das Publikum herangetragen wird. Was Wissenschaftler meist erst lernen müssen, wenn sie Reden vor einem fachfremden Publikum halten, ist die Bedeutung von Geschichten: Geschichten sind gehirnfreundlich und daher einfach zu verstehen. Sie transportieren auch komplexe Sachverhalte, veranschaulichen Visionen und bleiben gut in Erinnerung. Das hilft vor allem dann, wenn der Weg zum Publikum steinig oder gar vermint ist. Dazu ein Beispiel:

Vor einigen Jahren half ich einer Linguistin, einen Vortrag vor geladenen Literaturwissenschaftlern vorzubereiten. Ihr Ziel war es, zum einen das eigene Forschungsgebiet als viel versprechend darzustellen und sich zum

anderen als neue Kollegin zu empfehlen. Schwierig wurde der Kontext dadurch, dass ihre Zuhörer ihre (sehr formale) Theorie nicht kannten und fast sämtlich ranghöher als die Rednerin waren. Zudem fand der Vortrag nach einem langen Arbeitstag abends statt. Anschließend war ein Umtrunk geplant. Sachlich zu vermitteln waren formale Constraints – universale Wohlgeformtheitsbedingungen für phonologische Strukturen –, die Auswahl optimaler Output-Strukturen sowie die Abhängigkeit dieser Auswahl von einer einzelsprachlichen Gewichtung (dem Ranking) der Constraints. All dies vor einem Publikum mit Herder-Spezialisten, Mittelalterforschern und Kennern der europäischen Romantik.

Wir entschieden uns dafür, das Publikum dort abzuholen, wo die Rednerin mit ihm auch gemeinsam landen würde: beim nachfolgenden geselligen Beisammensein. »Was werden Sie gleich trinken?«, fragte die Rednerin in ihrem Auftakt, »und warum?« Damit brachte sie ihre Zuhörer in eine vertraute Situation, und Vorbehalte gegenüber der »trockenen Formalistin« wichen dem Überraschungseffekt – und dem angenehmen Gefühl, von Anfang an selbständig mitdenken zu können.

Lebensnah entwickelte die Vortragende Constraints für die Getränkewahl: den Preis, den Alkoholgehalt, den Gesundheits- und Prestigefaktor. Als mögliche Outputs (also »Wahlergebnisse«) wählte sie Schnaps, Mineralwasser, Wein und Bier – um in einem dritten Schritt zu zeigen, wie das Ranking der Constraints logisch zur Wahl eines der Getränke führte. Der linguistischen Anwendung war damit ein breiter Weg gebahnt: Im zweiten Teil des Vortrages stellte die Rednerin diverse phonologische Repräsentationen des Wortes »Bier« vor und zeigte, wie je nach Sprache und durch die einzelsprachspezifische Gewichtung bestimmter Constraints im Deutschen (br:R) und Japanischen (br:Ru) die tatsächliche Struktur folgt.

Die Diskussion war sehr angeregt, der anschließende Umtrunk von Anfang an recht heiter – und die Redeziele waren erreicht!

In einer politischen Rede kann ein Schlagwort oder ein Slogan das ordnende Element sein, in dem Fakten, Veranschaulichungen und Argumentation zu einem sinnvollen Ganzen zusammenfallen. Ein Paradebeispiel ist die »Ruck-Rede« des Altbundespräsidenten Roman Herzog im April 1997: »Durch Deutschland muss ein Ruck gehen«, lautete seine Botschaft; mit klarem Appell an die unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen. Die Rede



zeigte die Gefahren deutscher Befindlichkeiten, traf in ihrem Anspruch einen Nerv und erscheint im Nachhinein als Auftakt zu einer Diskussion mit großer Tragweite. 2002 erreichte der ›Ruck-Satz‹ denn auch die Öffentlichkeit erneut: auf Plakatwänden als Beitrag zur wieder entfalteten Reformdebatte.

Die Rede war ein Erfolg, weil ihre Idee sich fortpflanzen konnte: Die Zuhörer nahmen sie auf und machten sie sich zu Eigen. Dadurch bekam der ›Ruck‹ eine neue Gestalt: Die Zuhörer nutzten ihn aus ihrer eigenen Perspektive und in ihren eigenen Worten weiter. Er tauchte in der PISA-Diskussion ebenso auf wie in den Debatten um die Zukunft der Sozialsysteme. Gleiches gilt von der Idee des ›alten Europa‹, das in den verschiedensten Kontexten stolz (und nicht betreten) macht.

In einem wissenschaftlichen Vortrag kann ein Beispiel oder eine Metapher schon ausreichen, um den Inhalt emotional zu verankern. Ernst-Ludwig Winnacker, Genforscher und Präsident der Deutschen Forschungsgemeinschaft, illustrierte im Februar 2004 die Reprogrammierung und Differenzierung von Genomen mit dem Bild eines Rangierbahnhofs mitsamt Gleisen und Güterwagen. Seine Metapher erhellte der Öffentlichkeit einen komplexen Sachverhalt. Sie schuf, ohne banal zu werden, eine Brücke, die Zugang zu komplexem Wissen ermöglichte. Damit hat sie eine aufklärerische Funktion: Denn der Laie kann das so erschlossene Fachwissen in seiner Urteilsfindung berücksichtigen.

### Redenschreiber und Redenwerkstatt

Der Anspruch an eine Rede, oft auch schlicht die Fülle an Terminen, machen die Vorbereitung eines Auftritts zu einer Aufgabe für einen professionellen Redenschreiber, und mit der steigenden Bedeutung wissenschaftlicher Ergebnisse für den Alltag der Bürger und als Grundlage politischer Entscheidungen wird der Redenschreiber zum einflussreichen ›Verwandler‹.

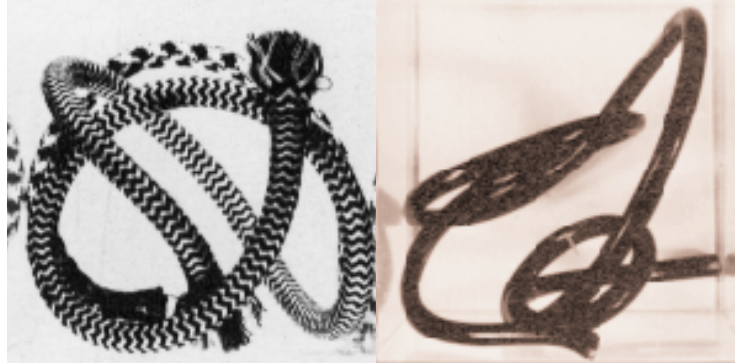
Der Redenschreiber ist ein Dienstleister. Er liefert dem Redner ein Skript, das diesem einen glaubwürdigen, überzeugenden Auftritt ermöglicht. Seine Handwerkszeuge und Materialien sind Sprachgewandtheit, ein breites Wissen, die Kombination von Struktur und Kreativität und ein gutes Gefühl für die Rolle des Redners und dessen Absichten. So wie die Sachkompetenz die Basis der Glaubwürdigkeit ist, ist die Basis der Rede eine zähe

Sammel- und Ordnungsarbeit: Recherche, Sammlung, Ortung relevanter Faktoren, Publikum und Redekontext inklusive. Diese Grundlage ist aber nur der Humus für das Redeskript.

Die Rede ist im Vergleich zum geschriebenen Text erst einmal simpler: Sie muss kürzer sowie sachlich und sprachlich einfacher sein. Denn der Mensch auf dem Podium hat eine beschränkte Redezeit, und die Menschen im Publikum haben eine beschränkte Aufmerksamkeitsspanne, wenn sie sich allein auf ihre Ohren verlassen müssen; erst recht, wenn es zu heiß, zu kalt, zu früh oder zu spät ist. Für den Redenschreiber bedeutet dies als nächstwichtigen Arbeitsschritt Vereinfachung. »Keep it short and simple« ist eine berechtigte angloamerikanische Forderung an das kontinentale Europa, sei es alt oder neu.

In jeder anderen Hinsicht ist der gesprochene Vortrag allerdings komplexer. Eine Rede ist genau dann (und nur dann) erfolgreich, wenn der Redner sein Publikum erreicht, sich verständlich gemacht hat. Das ist schwierig – zum einen deshalb, weil es harte Arbeit ist, Komplexes einfach auszudrücken. Es ist aber vor allem schwierig, weil drei grundlegende Faktoren hinzukommen, die über den Redeerfolg entscheiden: Wesentlich ist, dass Redner, Publikum und die Umstände, die sie miteinander verbinden, in ihrer Gesamtheit und ihrem Verhältnis zueinander intelligent berücksichtigt werden – egal, ob es sich um eine Parlamentsdebatte, eine Trauerrede oder um die Präsentation von Forschungsergebnissen handelt.

›Komplex‹ ist dabei von ›kompliziert‹ zu unterscheiden: Letzteres zeigt in seiner wörtlichen Bedeutung – ›zusammengefaltet‹ – das Undurchschaubare, schwer Verständliche und womöglich Verdächtige: deswegen, weil ein Teil des Ganzen nach dem Falten nicht mehr zu sehen ist. Eine komplizierte Rede hat zu viele zusammengefaltete Teile, die ohne einen Sinn stiftenden Bezug nebeneinander gelegt werden. Eine gute Rede ist dagegen komplex: Ihre Erstellung ist im ursprünglichen Sinne des Wortes ein ›Zusammenflechten‹, ein Verbinden aller Aspekte und aller Beteiligten zu einem sinnvollen Ganzen, das mehr ist als die Summe seiner Textbausteine.



## Kontext und Ethos des Redenschreibens

Zur Dienstleistung des Redenschreibers gehört neben der Erstellung des Skriptes auch die Beratung des Redners. Diese Beratung durch den Redenschreiber kann zur Klärung der Position beitragen und den Redner auf mögliche Fragen und Reaktionen aus dem Publikum vorbereiten.

Er wird darauf hinarbeiten, das Beste aus dem Redner herauszuholen, und ihm den Dialog mit dem Publikum erleichtern. Dabei entsteht im Glücksfall ein doppelter Dialog: Wenn Redenschreiber und der Redner im Entstehungsprozess des Skriptes gemeinsam Ziel und Mittel der Rede festlegen, erhöht dies die Wahrscheinlichkeit, dass es dann auch zu einem Dialog mit dem Publikum kommt. Der Redenschreiber repräsentiert den interessierten Laien und kann gerade dem Fachmenschen helfen, verständlich zu sein – vor allem, wenn der Redner selten vor einem ›fremden‹ Publikum steht und ein Feedback von außen die Ausnahme ist.

Bei solch einem Transfer von Wissen in die Öffentlichkeit sind oft noch weitere Instanzen zu berücksichtigen. In Unternehmen, Organisationen und politischen Institutionen hat auch jede Arbeitsgruppe, die mit dem Thema der Rede zu tun hat, einen Anteil an ihrer Entstehung: in der sachlichen Vorbereitung und in der internen Abstimmung über Standpunkte und ihre Gewichtung. Aufgabe des Redenschreibers ist es, Standpunkte und heikle Aspekte zu klären. Eine Rede, die dem Unternehmen oder Projekt einen Vorteil verschaffen soll, wird die Beteiligten einbinden, und dabei werden eventuell auch Sachargumente dem Ziel untergeordnet. Eine solche Rede ist immer auch eine Visitenkarte, auf der sich das ganze ›Haus‹ gern wieder sieht.

## Ethik? Wieso Ethik?

Zum Ethos der Dienstleistung des Referenten, Redenschreibers oder Öffentlichkeitsarbeiters gehört ein klares Rollenspiel: Der Auftraggeber ist der Klient. Seine Interessen stehen an erster Stelle, er hat – wie dann konkret auch auf dem Podium – das letzte Wort. Er ist der Übermittler der Botschaft und trägt mit seiner Person das Risiko. Ein vertrauenswürdiger Redenschreiber weiß sich primär ihm und seinen Interessen verpflichtet.

Ist der Redenschreiber seinem Auftraggeber auch mehr verpflichtet als seiner eigenen Geisteshaltung? Diese Frage stellt sich, wenn in einer Rede gelogen werden soll – oder, harmloser, wenn eine politische oder strategische Haltung eingenommen werden soll, die der Redenschreiber nicht vertreten kann. Eine solche Situation ist besonders deshalb schwierig, weil derjenige, der das Skript schreibt, die Überzeugungsarbeit vorbereitet und damit zum direkten ›Mittäter‹ wird.

Es gibt dazu verschiedene Meinungen, und der Redenschreiber muss ebenso wie ein Berater und Vortragender, der sein Projekt durchbringen will, seine eigene Position in diesem Rollenspiel finden, spätestens, wenn sich die Problematik erstmals konkret zeigt. Bei mir war das der Fall, als ich mich in einem Ministerium als Redenschreiberin bewarb. Zu den gewünschten Arbeitsproben gehörte eine Rede vor dem Parlament zum Umgang mit der Gentechnik. Die schrieb ich gern und mit leichter Hand; die Position der Partei war die meine. Zum Zeitpunkt des Vorstellungsgesprächs hatte sich die Parteiposition bereits geändert. Als man mir die Stelle anbot, entschied ich mich mit meiner Absage für mein Selbstverständnis als Redenschreiberin: niemals in Konflikt zu den Prinzipien zu schreiben, die für mich persönlich verbindlich sind. Positiv gewendet: Die Reden, die ich schreibe, könnte und würde ich jederzeit selbst halten.

## Grau ist der Schatten

Es muss nicht jeder alles selbst können, und so breitet sich mit der Vielfalt der Aufgaben der Gedanke, dass man Kompetenzen delegieren kann, auch in bisher davon unberührte Organisationen aus. Redenschreiben ist ein ehrenwerter Beruf, und: Es öffnet Türen zu diversen Karrieren. Zwei Redenschreiber, Thomas Jefferson (schrieb für George Washington) und Dwight D. Eisenhower (für Douglas MacArthur), wurden später Präsidenten der Vereinigten Staaten. Masako Owada, einst Redenschreiberin für den japanischen Außenminister Michio Watanabe, ist japanische Kronprinzessin.

Neben dem Selbstverständnis ist auch das Fremdbild des Redenschreibers schillernd, obwohl er in seiner Funktion sichtbar ist als jemals zuvor. Michael Gerson schreibt für George W. Bush und ist auf der Webpage des Weißen Hauses zu sehen: in einer Fotoserie, die zeigt, wie der US-Präsident mit ihm seine Rede vor dem Kon-





gress vorbereitet. Reinhard Hesse schreibt für Bundeskanzler Gerhard Schröder, publiziert selbst und äußert sich zu politischen Fragen. In Deutschland hat der Beruf des Redenschreibers jedoch noch immer einen vergleichsweise dubiosen Touch – anders als im angloamerikanischen Kulturraum, wo das Redens Schreiben Tradition hat und positiv besetzt ist.

Einer der besten deutschen Redenschreiber, Michael Engelhard, spricht von einer zweifachen Fiktion, die die Arbeit des Redenschreibers ausmacht: Er muss Geschriebenes als Geredetes formulieren und so schreiben, dass ein anderer die Worte als seine eigenen verwenden kann. Dieser doppelten Fiktion haftet ein Geruch von Unehrlichkeit an, und der negativ wahrgenommene Redenschreiber kommt in gleich zwei finsternen Gestalten daher: als raffinierte graue Eminenz, die dem Redner mit den eigenen Worten entweder persönliche oder dritte Interessen unterschiebt – ein Machtmensch der hinterhältigen Art. Oder als konturenloser dienstbarer Geist ohne eigene persönliche Meinung, der ergeben das aufzeichnet und zusammenfügt, was andere ihm vorgeben – ein Spielball fremder Mächte. Beiden Modellen gemeinsam ist, dass sie in einer Grauzone wirken: als Schattenexistenz, entweder bedrohlich oder bemitleidenswert, entweder illegitimerweise mächtig oder den Mächtigen ausgeliefert.

In ähnlicher Weise grau gezeichnete Existenzen finden sich interessanterweise auch in den Klischees von Wissenschaftlern, die ebenfalls oft wenig sichtbar sind: Sie bevölkern die Fantasie als weltfremde, willenlose Intelligenzlieferanten oder als Mad Scientists mit Herrschaftsansprüchen. Es lohnt sich, unter diesem Aspekt James-Bond-Filme anzusehen!

Das Bild des Grautons birgt dabei auch ein positives Element. Grau ist der Bereich des Komplexen, des intelligenten Verbindens, der subtilen Schattierung: entgegengesetzt zum kleinen Universum aus Schwarz und Weiß, aus Gut und Schlecht, Ja und Nein, in dem die Demagogen und die schlichten Gemüter sich treffen und einig werden. Für Bart Kosko ist Grau die Farbe des Fuzzy Thinking. In diesem multivalenten Bereich des Sowohl-als-auch, inmitten von Daten und Bildern, zwischen der Uhr und dem Kompass tut der Redenschreiber seine Arbeit. Wer das Rampenlicht und öffentliche Lorbeeren nicht braucht, findet im Akt des Zusammenflechtens erstaunliche Möglichkeiten.

#### Literatur

K. Askew: Confessions of a Wounded Speechwriter, in: *The Toastmaster*, Juli 2002, S. 8–12

M. Engelhard: Rede anlässlich des 1. Redenschreiberkongresses in Berlin am 6. September 2000. Manuskript

B. Kosko: *Fuzzy Thinking. The New Science of Fuzzy Logic*. New York 1993

A. Simmons: *The Story Factor. Secrets of Influence from the Art of Storytelling*. Cambridge MA 2001