



Frei sprechen

Diese umfangreiche Stoffsammlung macht Lust auf freies Sprechen und bietet Strategien für zahlreiche Probleme, die sich vor, während und nach einer Rede ergeben können. Michael Rossiés Buch „Frei sprechen in Radio, Fernsehen und vor Publikum“ enthält die gesammelten Ergebnisse aus der Unterrichtspraxis des Autors, der seit 20 Jahren als Sprechtrainer für unterschiedlichste Zielgruppen arbeitet. Wer eine grundsätzliche Sicherheit im Umgang mit Sprache und Öffentlichkeit bekommen möchte, für den ist dieses Buch genau das richtige.

Praxisnah – von der Vorbereitung über den perfekten Auftritt bis zu den Nachbereitungen – gliedert sich das Buch in zahlreiche kleine Kapitel mit jeweils fettgedrucktem Satzanfang für eine bessere Übersichtlichkeit. Jeder einzelne Schritt wird detailliert in kurzen Abschnitten durchgegangen, wobei die wichtigsten Punkte am Ende jedes Überkapitels noch einmal in einem Kasten zusammengefasst werden.

Im ersten Teil erfährt der Leser, was Rossié unter freiem Sprechen versteht, welche Hilfsmittel dabei seiner Meinung nach sinnvoll sind und wie diese optimal eingesetzt werden können. Danach hebt er die Wichtigkeit der

Körpersprache hervor, bevor er detailliert auf die technischen Fragen beim Medieneinsatz eingeht. Im Anschluss werden die psychischen sowie physischen Reaktionen und die Möglichkeiten zur Entspannung bei Lampenfieber besprochen. Der Hauptteil befasst sich mit diversen Situationen aus Fernseh- und Radioalltag, mit inhaltlichen Fragen ebenso wie mit Intonation, Sprachfallen und – dem Blackout.

Dem Interview und der Diskussion, und damit den Gästen, ist ein eigenes Kapitel gewidmet, das intelligente Fragetechniken und aktives Zuhören als wichtigste Instrumente vermittelt. Die Nachbereitung könnte auch den Titel: „Nach der Rede

ist vor der Rede“ tragen, denn hier geht es noch einmal um die häufigsten Fragen und Fehler sowie die Tipps, wie der Moderator zukünftig noch besser, d. h. authentischer, glaubhafter, fesselnder sprechen und mit Kritik und Lob besser umgehen kann. Den Schluss bildet ein Kapitel mit Übungen und Hinweisen zur erfolgreichen Jobsuche.

Klassiker der Kommunikationslehre, wie Friedemann Schulz von Thun, oder Stilkritiker Wolf Schneider bilden den Rahmen für das eigene Konzept des Autors: „Frei sprechen“ bedeutet für ihn, nicht zu sprechen wie gedruckt, sondern – wie bei einer privaten Unterhaltung – die Sätze im Augenblick des Sprechens zu bilden, damit das Gesagte möglichst ehrlich und glaubhaft wirkt. Die goldene Regel für jeden Sprecher lautet nach Rossié: In allen Situationen möglichst authentisch sein. Raffinierte rhetorische Strategien, um Fehler und Unsicherheiten zu vertuschen, hält der Autor für sinnlos und plädiert stattdessen für eine Moderation, die das Publikum durch größtmögliche Glaubwürdigkeit und eine starke Persönlichkeit fesselt. Seiner Meinung nach brillieren Jauch und Gottschalk nicht trotz kleiner Pannen bei der Moderation, sondern gerade weil sie Unsicherheiten thematisieren und im richtigen Moment über das sprechen, was ihnen gerade im Kopf herum geht, sei es ein technisches Problem oder eine eigene Wissenslücke.

Den Weg zu einer entspannten, authentischen Moderation oder Rede zeigt der Autor in einfacher, lebendiger Sprache, mit witzigen Anekdoten und Beispielen. Anhand von Übungen im Buch und durch Hörproben auf der beiliegenden CD wird der Leser aufgefordert, eigene Lösungen für Sprech- und Sprachfallen zu finden. Rossié ist überzeugt, dass selbst Naturtalente sich weiterentwickeln müssen, und

Titel: Frei sprechen in Radio, Fernsehen und vor Publikum. Ein Training für Moderatoren und Redner. Mit CD

Autor: Michael Rossié
Rezensentin: Jenny Sturm,
M. A., Stuttgart

Preis: EUR 29,90

Broschiert, 248 Seiten

Erscheinungsjahr: 2006,
2. aktualisierte Auflage

Verlag: Econ

ISBN 978-3-430-20010-3



wendet sich mit seinem Buch daher an alle Redner vom Berufseinsteiger bis zu Beispielen, die er „fast gekonnt“ nennt.

Der Autor beschränkt sich dabei nicht auf Journalisten als Zielgruppe seines Buchs, sondern schreibt auch für Pressesprecher, Politiker, Referenten, Professoren, Lehrer, Studenten, Manager, Verkäufer oder Vereinsvorsitzende – also für jeden, der öffentlich spricht. Die Problematik bei einer so breiten Zielgruppe liegt auf der Hand: Durch die unterschiedlichen Anlässe der Rede und die damit verbundenen Möglichkeiten zur Vorbereitung und zum Medieneinsatz muss der Leser sich aus einer enormen Fundgrube an Tipps gezielt diejenigen herausuchen, die für seine spezielle Aufgabenstellung hilfreich sind. Wünschenswert wäre hier eine schärfere Gliederung nach dem Anlass der Rede,

die es ermöglichen würde, schneller zu den spezifischen Hilfen zu gelangen. Andererseits führt das Nebeneinander der Beispiele aus allen Berufsfeldern zu einem besseren Verständnis der anderen Sprecher und damit zu einer größeren Sensibilität im Umgang mit Sprache überhaupt, denn die Grundformel „möglichst authentisch“ gilt für alle gleichermaßen.

Wer schon Erfahrungen mit freier Rede hat, erkennt bei der Lektüre eigene Schwächen wieder und findet Beispiele und Tipps, diese aktiv zu verändern; für Anfänger der Moderation bietet das Buch einen Fundus an praktischen Tipps und Vorschlägen zum Nachmachen. Die Hilfestellungen dieses Buchs sind nützlich und umfassend – nur vor das Publikum treten muss jeder immer noch selbst.

DFJV intern

Deutscher Fachjournalisten-Verband wandelt sich in Serviceorganisation um

Erster Berufsverband in Deutschland als Aktiengesellschaft

Der Deutsche Fachjournalisten-Verband (DFJV) wandelt sich in eine Dienstleistungsorganisation um und wechselt zu diesem Zweck seine Rechtsform in eine Aktiengesellschaft. Mit dieser Umwandlung folgt er vergleichbaren Vorhaben, die schon Profifußballvereine, der TÜV und DEKRA vollzogen haben. Für einen Berufsverband hingegen ist dies bisher einmalig.

Seit Jahren nimmt in der Gesellschaft die Bereitschaft des Einzelnen ab, sich an eine Berufsorganisation zu binden. Mitglieder können daher nur durch umfangreiche Dienstleistungen, die einen echten Mehrwert bieten, langfristig an einen Berufsverband gebunden werden. Der DFJV verfolgt seit seiner Gründung im Jahr 1997 eine dienstleistungsorientierte Politik. Die typische Rechtsform eines eingetragenen Vereins beschränkt den Verband jedoch in der Ausweitung von Leistungen für seine Mitglieder. Bei Verletzung der für Vereine geltenden Vorschriften kann es zu schwerwiegenden rechtlichen Konsequenzen kommen, bis hin zur behördlichen Zerschlagung des Verbands. Weiterhin sind die Möglichkeiten, Rücklagen zu bilden,

die die langfristige Leistungsfähigkeit des Verbands und Arbeitsplatzsicherheit der Verbandsmitarbeiter garantieren, aufgrund des „Gebots der zeitnahen Mittelverwendung“ nur eingeschränkt möglich. Die neue Rechtsform der Aktiengesellschaft für den DFJV vermeidet nicht nur juristische Probleme, sondern erhöht auch die Flexibilität und Effizienz des Verbands.

Der DFJV hat seit Bestehen schlanke Strukturen sowie schnelle Entscheidungs- und Durchführungsprozesse. Der reguläre Mitgliedsbeitrag von 95 Euro liegt bei etwa einem Drittel desjenigen anderer Verbände. Neben dieser deutlichen Ersparnis geht das Leistungsangebot bereits heute über das anderer Verbände hinaus und wird in der neuen Rechtsform schrittweise systematisch erweitert.

Der ursprüngliche Vereinscharakter wird dadurch weitgehend gewahrt, dass die Mitgliederversammlung das Präsidium wählt, welches die Werte und Anliegen des Verbandes repräsentiert und öffentlich die Interessen seiner Mitglieder bei aktuellen Themen vertritt. Diese für Vereine selbstverständliche Mitbestimmung stellt für eine Aktiengesellschaft ein Novum dar.

Trägerin der DFJV AG ist die Vereinigung für Fachjournalistik e.V. Diese ist ein gemeinnütziger