

Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte

Kreative Ideen und Konzepte inkl. fertig ausgearbeiteter Materialien und Kopiervorlagen für einen lehrplangemäßen und innovativen Unterricht

Thema: Deutsch Sekundarstufe II, Ausgabe: 38

Titel: Reden schreiben (48 S.)

ProduktHinweis zur »Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe«

Dieser Beitrag ist Teil einer Print-Ausgabe aus der »Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe« der Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG*. Den Verweis auf die jeweilige Originalquelle finden Sie in der Fußzeile des Beitrags.

- ▶ Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).

Seit über 15 Jahren entwickeln erfahrene Pädagoginnen und Pädagogen kreative Ideen und Konzepte inkl. sofort einsetzbarer Unterrichtsverläufe und Materialien für verschiedene Reihen der Ideenbörse.

- ▶ Informationen zu den Print-Ausgaben finden Sie [hier](#).

* Ausgaben bis zum Jahr 2015 erschienen bei OLZOG Verlag GmbH, München

Beitrag bestellen

- ▶ Klicken Sie auf die Schaltfläche **Dokument bestellen** am oberen Seitenrand.
- ▶ Alternativ finden Sie eine Volltextsuche unter www.eDidact.de/sekundarstufe.

Piktogramme

In den Beiträgen werden – je nach Fachbereich und Thema – unterschiedliche Piktogramme verwendet. Eine Übersicht der verwendeten Piktogramme finden Sie [hier](#).

Nutzungsbedingungen

Die Arbeitsmaterialien dürfen nur persönlich für Ihre eigenen Zwecke genutzt und nicht an Dritte weitergegeben bzw. Dritten zugänglich gemacht werden. Sie sind berechtigt, für Ihren eigenen Bedarf Fotokopien in Klassensatzstärke zu ziehen bzw. Ausdrucke zu erstellen. Jede gewerbliche Weitergabe oder Veröffentlichung der Arbeitsmaterialien ist unzulässig.

- ▶ Die vollständigen Nutzungsbedingungen finden Sie [hier](#).

Haben Sie noch Fragen? Gerne hilft Ihnen unser Kundenservice weiter:

[Kontaktformular](#) | ✉ Mail: service@eDidact.de

✉ Post: Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG
E.-C.-Baumann-Straße 5 | 95326 Kulmbach

☎ Tel.: +49 (0)9221 / 949-204 | 📠 Fax: +49 (0)9221 / 949-377

<http://www.eDidact.de> | <https://www.bildung.mgo-fachverlage.de>

Reden schreiben

2.26

Vorüberlegungen

Lernziele:

- Die Schüler werden anhand von Reden und Redeausschnitten aus verschiedenen (alltäglichen und politischen) Kontexten mit dem Thema konfrontiert.
- Sie versetzen sich in die Lage von Rezipienten und ziehen selbstständig Schlüsse für die Wirkung bzw. Nicht-Wirkung von Reden. Sie lernen damit wichtige Merkmale einer Rede kennen.
- Sie erkennen die Bedeutung einer Rede für das Image des Redners und seine Wirkung auf die Zuhörer.
- Sie lernen drei Wirkungsformen einer Rede kennen und richten sich bei eigenen Schreibversuchen an diesen aus.
- Sie untersuchen, wie die dominante Wirkungsform in einem Redeabschnitt mit Hilfe sprachlicher Mittel realisiert wird.
- Sie üben, aus vorgegebenen (Rede-)Texten Informationen zu entschlüsseln, die sprachlich codiert sind.
- Sie lernen eine in der Praxis bewährte Schrittfolge kennen, um effektiv eine Rede zu schreiben, und unternehmen selbst Schreibversuche anhand vorbereiteter Materials.
- Sie erkennen, dass die Metapher eine wichtige Basis für eine effektiv zu schreibende Rede ist.

Anmerkungen zum Thema:

Gesprochene Reden unterscheiden sich von anderen Texten in erster Linie durch die Produktions- und Rezeptionsbedingungen. Der Produzent schreibt im Idealfall den Text für den Vortrag, spricht ihn, und die Zuhörer hören. Diese banale Wahrheit wird aber häufig beim Schreiben von gesprochenen Texten missachtet. Mit anderen Worten: Eine Rede ist eine Rede und keine Schreibe. Oder: Eine Rede ist ein **Hörtext**, kein Lesetext.

Niemand weiß, wie viele Reden pro Jahr gehalten werden. Aber jeder, der sich meist plötzlich vor die Aufgabe gestellt sieht, eine zu halten, erkennt, dass das Schreiben mit Arbeit verbunden ist. Der Redner schiebt die oft lästige Aufgabe so lange vor sich her, bis am Ende Loseblattsammlungen, vorgeformte Musterreden oder Zitate-Lexika alles richten sollen.

Andererseits besitzt der Redner ein einmaliges **PR-Instrument**, das viele Vorteile in sich vereint: Im Gegensatz zu anderen Marketing-Instrumenten ist es praktisch kostenlos zu haben. Zugleich ist die Zielgruppe gezwungen, die Informationen minutenlang zu rezipieren - ein Zustand, von dem Werbeleute nur träumen können. Der Redner präsentiert sich dabei, völlig unabhängig vom Thema, immer selbst. Er kann an seinem **Image** feilen, es ins rechte Licht rücken und - wenn auch meist nicht laut geäußert - Lob und Respekt einheimsen.

Bei all diesen Vorteilen verwundert es, dass in Deutschland den Reden meist recht **wenig Aufmerksamkeit** gewidmet wird. Bis hinauf zum Bundespräsidenten lassen Redner wiederkommende Chancen ungenutzt verstreichen, verwenden Phrasen statt kreativer Metaphern, Allgemeinplätze statt interessanter und damit Interesse weckender Formulierungen.

Wie wichtig Reden sein können und wie weit sie tragen, wird meist erst ex negativo deutlich, wenn einzelne Sätze aus dem Kontext gerissen und vom politischen Gegner verwendet werden. Dies wurde z.B. beim **Bundestagspräsidenten Philipp Jenninger** 1988 deutlich, als er in seiner Rede einige rhetorische Fragen in Bezug auf antijüdische Vorurteile aufwarf, ohne genügend zu verdeutlichen, dass es sich dabei nicht um seine Meinung, sondern um die Wiedergabe von zeitgenössischem Gedankengut handelte. Lediglich eine Parenthese wies darauf hin: „[...] Und was die Juden anging: Hatten sie sich nicht in der Vergangenheit doch eine Rolle angemaßt - **so hieß es damals** -, die ihnen nicht zukam? Mußten sie nicht endlich einmal Einschränkungen in Kauf nehmen? Hatten sie es nicht vielleicht sogar verdient, in ihre Schranken gewiesen zu

2.26

Reden schreiben

Vorüberlegungen

werden? Und vor allem: Entsprech die Propaganda - abgesehen von wilden, nicht ernstzunehmenden Übertreibungen - nicht doch in wesentlichen Punkten eigenen Mutmaßungen und Überzeugungen? [...]“
Besonders diese Äußerungen führten zu Protesten, die wiederum den Rücktritt Jennings nach sich zogen.

Andererseits sind **historisch bedeutende Reden** noch heute aufgrund einzelner Sätze im Bewusstsein der Menschen, was sie ohne diese vielleicht nicht mehr wären: „*Ich bin ein Berliner!*“, „*I have a dream!*“, „*Völker der Welt, ...*“, „*Durch Deutschland muss ein Ruck gehen*“.

Eine Ursache für unser eher ablehnendes Verhältnis Reden gegenüber liegt sicher in der Vergangenheit begründet. Noch heute gehört der Topos von der **manipulativen Kraft** von Reden zu den scheinbar unumstößlichen Wahrheiten; von der Wissenschaft ist er jedoch bereits zu den Akten gelegt. Zugespißt formuliert: Reden allein können kaum etwas bewirken, erst recht können sie nicht manipulieren. Es bedarf immer einer Summe von Gründen, damit eine Rede ihre Wirkung entfaltet.

Ein anderer Grund liegt in unserem Umgang mit Sprache. Noch heute ist in den Schulen das Verhältnis zwischen Schreiben, Analysieren und Interpretieren ein Missverhältnis. Schreiben lerne ich nur durch wiederholtes Schreiben. Wer - wieder zugespißt - fast nur mit Texten von Goethe und Co. interpretierend konfrontiert wird, entwickelt eine Phobie, sich kreativ und lustvoll mit Sprache auseinanderzusetzen. Jene, die trotz Schule diese Angst nicht entwickeln, landen in Werbe-Agenturen. Hinzu kommt ein weit verbreiteter methodischer Irrtum, der nicht nur die Schulen, sondern auch den großen Markt meist dubioser Ratgeber-Literatur betrifft: Reden schreiben lernt man nicht, wenn man weiß, dass es eine Unmenge so genannter rhetorischer Figuren gibt. Der eingeschüchterte Schüler bzw. Leser schlussfolgert implizit aus dem „figurenbasierten“ Unterricht/Buch: Eine gute Rede enthält variantenreich verschiedene Figuren, die ich lernen und anwenden muss. Daraus wiederum entsteht extrinsische Motivation mit den bekannten negativen Folgen.

Rhetorik ist, im Gegensatz zu dieser falschen Auffassung, rückwirkend als **Erfahrungswissenschaft** entstanden, bei der Cicero und andere die schon gehaltenen Reden analysierten. In die Praxis übertragen heißt das: Kein Verfasser überlegt vor dem Schreiben, welche der Figuren er an welcher Stelle verwendet; sie „passieren“. Wie im Produkt-Design gilt auch hier die Form-Inhalt-Relation. Die Form ist dem Inhalt, also der Funktion, nachgeordnet. Auf den Redetext bezogen bedeutet das zum Beispiel: Aus einem antithetischen Inhalt muss fast zwangsläufig eine antithetische sprachliche Gestaltung folgen. Wenn also der Textproduzent antithetisch schreibt, was sich nicht zwangsläufig nur auf die Syntax beziehen muss, dann wird er dies meist unbewusst tun („... *einerseits, andererseits ...*“; „*Man kann dem entgegenhalten, dass ...*“; „*Drehen wir die Medaille um und betrachten wir uns die andere Seite ...*“).

Eine bisher wenig beachtete und genutzte Möglichkeit, sowohl die oben beschriebenen negativen Folgen zu vermeiden als auch Schüler zum kreativen Schreiben (intrinsisch) zu motivieren, sind die so genannten **Debating-Clubs**. Hier können Schüler in verschiedenen Situationen lernen, sich im freien oder auch vorbereiteten Debattieren, Diskutieren, Reden und Argumentieren zu üben. Die vorliegende Unterrichtseinheit kann also auch genutzt werden, um an der Schule einen solchen Club zu initiieren. Sie ist so konzipiert, dass sowohl am Beginn als auch am Ende ein **Wettbewerb** stehen kann, welcher die Entwicklung der Schreibfähigkeiten aufzeigt. Wichtig ist aber auch hierbei: Kein Zwang, kein Druck, sondern **die Lust am kreativen Umgang mit der Sprache üben** - so absurd einige der Resultate anfangs auch erscheinen mögen.

Reden schreiben**2.26****Vorüberlegungen**

Besonders hervorzuheben sind bei einem Kurs, der sich mit dem Schreiben von Reden beschäftigt, folgende Punkte:

- Die Rede wird einmal übermittelt, ohne dass die Möglichkeit der wiederholten Rezeption seitens der Zuhörer besteht. Dabei sendet der Redner Bedeutungseinheiten, die außerhalb des denotativen Kerns liegen (Konnotationen, Präsuppositionen, Ironie; insgesamt Hinweise für das Verstehen der Äußerung). Die Zuhörer haben also in der Regel **nur eine einzige Möglichkeit**, den Text aufzunehmen und parallel zum Hören zu verarbeiten. Darum ist dieser leicht nachvollziehbar zu strukturieren und verständlich zu schreiben.
- Schüler müssen **Spaß** und noch mal Spaß am kreativen Umgang mit dem Schreiben entwickeln. Ungeöhnliche Resultate sind zu fördern, nicht zu unterdrücken.
- Trotz einer Fülle meist schlechter Ratgeber-Literatur: **Es gibt kein Schema**, nach dem eine Rede zu schreiben ist. Einziges Kriterium ist die Aufgabe, welche ein Redner zu erfüllen hat. Die Lösung dieser Aufgabe wiederum ist abhängig von den äußeren Umständen und den Zuhörern, die an das Redeereignis mit Erwartungen und einem ganz bestimmten Vorwissen herangehen.
- **Beispiele**, vor allem die schlechten, nehmen den Schülern den Respekt vor den scheinbar Großen und ermutigen, es besser zu machen.
- Der Primat bei der Vermittlung, Verarbeitung und Übung liegt bei den **Inhalten**, nicht bei der Form. Die Form folgt also dem Inhalt.

Literatur zur Vorbereitung:

- *Gert Ueding, Bernd Steinbrink*, Grundriss der Rhetorik, Metzler Verlag, Stuttgart/Weimar, 4. überarb. u. erw. Aufl. 2005
- *Thilo v. Trotha*, Reden professionell vorbereiten, Regensburg, versch. Jahrgänge
- Duden, Reden halten - leicht gemacht, Mannheim, versch. Jahrgänge
- *Gerald Posselt*, Katachrese, München 2005
- *George Lakoff, Mark Johnson*, Leben in Metaphern, Heidelberg 2004
- www.vrds.de (Homepage des Verbands der Redenschreiber deutscher Sprache)

Die einzelnen Unterrichtsschritte im Überblick:

1. Schritt: Miserable Reden - Hinführung zum Thema
2. Schritt: Warum miserable Reden miserabel sind
3. Schritt: Wirkungsformen der Rede - die drei heiligen Kühe einer guten Rede
4. Schritt: Das Schreiben der eigentlichen Rede
5. Schritt: Einstieg und Schluss
6. Schritt: Das große Finale - Vorhang auf!

2.26

Reden schreiben

Vorüberlegungen

VORSCHAU

Reden schreiben

2.26

Unterrichtsplanung

1. Schritt: Miserable Reden – Hinführung zum Thema

Lernziele:

- Die Schüler werden anhand von Negativbeispielen mit dem Thema konfrontiert. Sie erkennen und benennen auf der Basis ihres Vorwissens Gründe für die (negative) Bewertung des vorge-tragenen Textes.
- Sie versetzen sich in die Lage der Rezipienten und ziehen selbstständig Schlüsse für die Nicht-Wirkung.
- Sie werden motiviert, sich mit dem Thema zu beschäftigen, indem sie implizit aufgefordert werden, es besser zu machen.
- Sie erkennen die Bedeutung einer Rede für das Image des Redners und seine Wirkung auf die Zuhörer.

Die Lehrkraft fordert im Vorfeld der Einheit einige Schüler auf, zu verschiedenen (vorgegebenen) Themen **die schlechteste Rede** zu schreiben, die sie je vortragen werden. Die Lehrkraft muss sich überlegen, wie die Schüler dafür zu motivieren sind. Als Hilfestellung können kleine (selbst gebastelte und ironische) Preise im Rahmen eines schulinternen Wettbewerbs ausgelobt werden (die „Grüne Zitrone“, einen Eintrag im „Guinness-Buch der Schlaftabletten“, zwei Kilo Tomaten im Anschluss an die Rede direkt an den Kopf). Je nach Reaktion der Schüler und als zusätzlicher Motivationsschub kann bereits dieser Teil der Einheit als halböffentliche parodistische Veranstaltung stattfinden, mit Eltern und/oder Vertretern kommunaler Einrichtungen. Es wird also ein Wettbewerb um die schlechteste Rede veranstaltet, bei dem nach Möglichkeit andere Klassen (und der Schulleiter) anwesend sind. Gemessen wird z.B. nach der Lautstärke der Buh-Rufe oder anderer Missfallens-Bekundungen seitens der Zuhörer. Der Wettbewerb selbst kann im Vorfeld mit Plakaten und anderen Werbeformen (Internet, Handzettel ...) angekündigt werden, bezieht also die Gestaltung anderer Textsorten mit ein.

Wichtig zu sagen: Nicht Masse, sondern negative Klasse zählt! Die Beiträge sind also auf eine Länge von **5 Minuten** zu begrenzen. Die Wahl des Themas und des Anlasses sollte den Schülern überlassen werden.

Einige Beispiele: Omas Geburtstag, Konfirmation/Jugendweihe, Abschlussrede Abitur, die Präsentation des neuesten Porsche mit H₂-Motor, Angela Merkel verkündet die absolute Steuerfreiheit ab dem 1. Januar 2008 ...

In dieser Phase geht es darum, auch fiktive Themen zuzulassen. Den Schülern muss bereits hier das Gefühl vermittelt werden: Ihr könnt völlig frei wählen, was das Thema, den Rahmen und die sprachliche Gestaltung anbelangt. Methodisch gesehen ergeben sich folgende Vorteile:

1. Wer die schlechteste Rede schreiben will, muss sich zuvor darüber klar werden, was eine gute ausmacht.
2. Bereits in der Einführungsphase werden Spaß und kreatives Umgehen mit Sprache zum zentralen motivierenden Element.
3. Der Wettbewerb um die schlechteste Rede kann am Ende der Einheit mit dem Wettbewerb um die beste Rede einen Rahmen bilden.
4. Der Deutschunterricht geht weit über Analyse und Interpretation hinaus und zeigt sowohl den Schülern (intrinsische Motivation) als auch nach außen seine Bedeutung.

