

Ann Carolin Eisenblätter: *Die Rede als Führungs- und Überzeugungsinstrument*

Reden des Vorstandsvorsitzenden einer Aktiengesellschaft stellen ein wichtiges Instrument der Unternehmenskommunikation dar, insbesondere ein Mittel, „um [für] Verständnis und Vertrauen zu werben und damit gleichzeitig Ziele der Unternehmenskommunikation zu erreichen“ (Bruhn 1997/2015, 54). Aus Unternehmensperspektive sind diese Reden als *Führungs- und Überzeugungsinstrument* zu verstehen. Hieraus resultiert das Erkenntnisinteresse, warum manche Reden überzeugender als andere wirken und welche Faktoren dazu führen, diese als verständlicher wahrzunehmen. Erfolgt die Redesituation auf Augenhöhe beziehungsweise gemäß einer kooperativen Rhetorik der Rede nach Bartsch? Zur Beantwortung dessen wurden Hauptversammlungsreden von fünf Unternehmen mit juristischem Sitz in Düsseldorf des Jahres 2016 hinsichtlich des *Sprach-, Sprech- und Denkstiles* analysiert. Diese Unternehmen zählen zu den hundert umsatzstärksten Aktiengesellschaften Deutschlands, so dass die zu analysierenden Reden eine Auswahl der wichtigsten deutschen Wirtschaftsreden des Jahres 2016 darstellen.