

# MIT ANALOGIEN UND BEISPIELEN DIE REDE ANSCHAULICH MACHEN

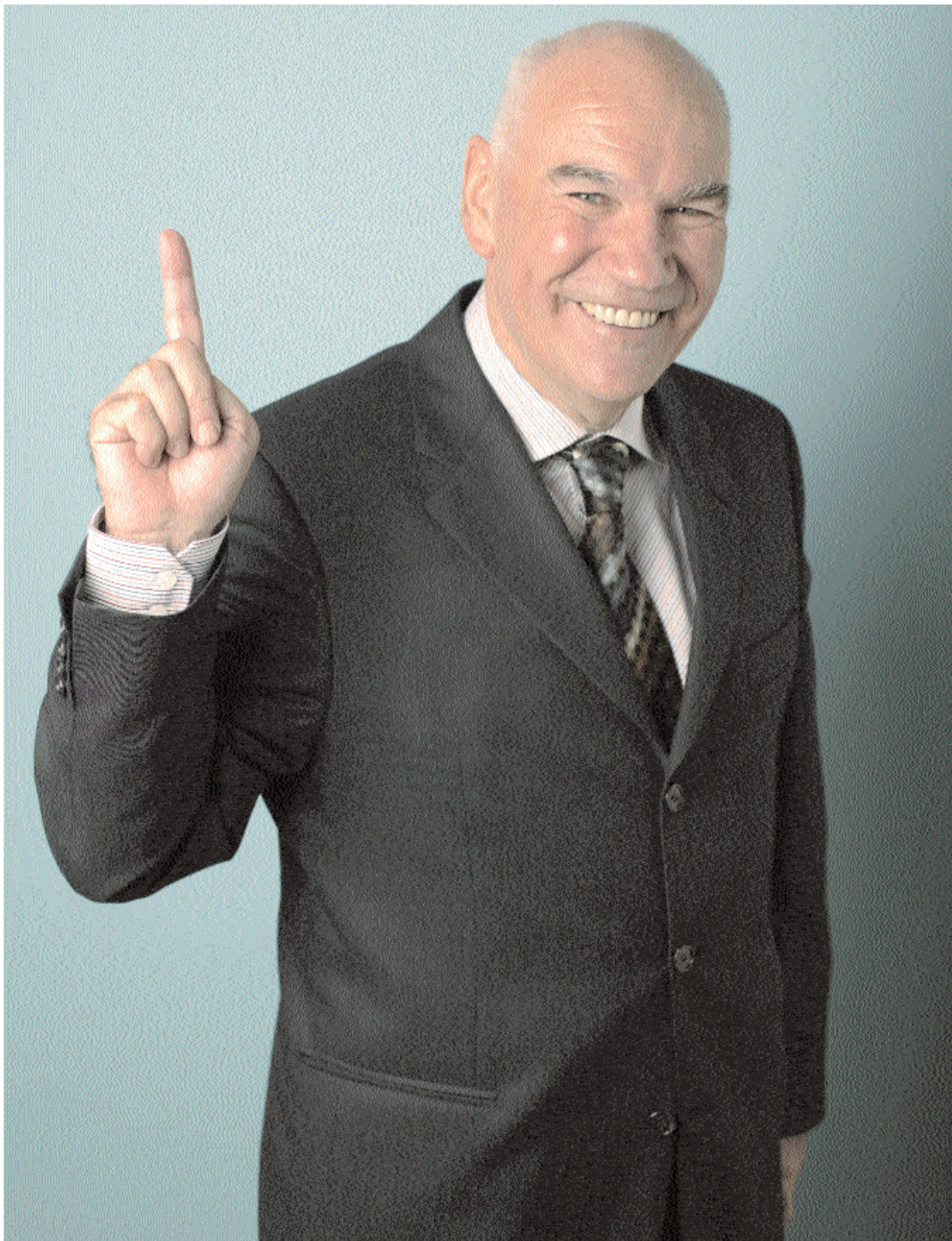
**Medienrhetorik:** Analogien und Beispiele können komplizierte Zusammenhänge klar machen. Nationalrat und Unternehmer Otto Ineichen verstand es, im Tagesgespräch DRS1 vom 6. Juni 2006 das Spiel mit Beispielen zu "spielen". Den Effekt, dass vor allem Bilder und Beispiele Verhaltensänderungen bewirken und Überzeugungsprozesse beschleunigen, nutzt die Werbe- und Kommunikationsbranche schon seit langem.

Text: **Marcus Knill** Fotos: **Keystone**

Selbst in der Bibel wirken Gleichnisse als Verständlichkeitshelfer. Geschichten und Beispiele sind eindringlicher als abstrakte Aussagen, weil sie im Langzeitgedächtnis ankern. Die Bildrhetorik macht heute Führungskräften bewusst, dass leider bei Sitzungen und Gesprächen das "Spiel mit den Beispielen" verloren gegangen ist und in Seminaren wieder neu erlernt werden müsste. Die Kunst, komplexe Sachverhalte mit einem passenden Beispiel zu veranschaulichen, ist im Grunde genommen einfach. Sie besteht darin, einen abstrakten Sachverhalt oder eine allgemeine Äusserung mit nur einem passenden konkreten Beispiel zu erklären. Das Abstrakte wird mit dem anschaulichen Beispiel gekoppelt. Das Reden mit einleuchtenden, treffenden Vergleichen, Bildern oder Beispielen hat den enormen Vorteil, dass abstrakte, schwierige Sachverhalte (über die Ohren!) "gesehen" werden können. Das konkrete Bild, das vor dem geistigen Auge entsteht, wird dank des Beispiels vorstellbar und dadurch greifbar, begreifbar, fassbar.

Zum Radiointerview: Unternehmer und Nationalrat Ineichen möchte Arbeitsplätze für Jugendliche mit Lerndefizit und sozialen Schwierigkeiten vermitteln. Er hat das Projekt – das so genannte Projekt Speranza 2000 – bereits in Angriff genommen.

Der Politiker wurde im Radio über dieses Projekt von Regula Saner befragt:



Otto Ineichen: "Ich möchte etwas bewegen."

## SEQUENZ

**Regula Saner:** “Wie wollen Sie den Hebel ansetzen?”

**Otto Ineichen:** “Ich glaube, wir sind gefordert. Wir haben vielfach ein Vorurteil bei Unternehmern oder bei Ausländern. Es ist sehr wichtig, dass man da integrativ wirkt.”

**Saner:** “Wie wollen Sie konkret einen Bäcker oder Metzger auf dem Lande überzeugen, dass er diese Vorurteile nicht hat?”

**Ineichen:** “Vor allem über die Praktika. Wenn er einen Jungen über ein Jahr lang hat. Ich kann Ihnen ein Beispiel geben: Wir haben bereits einen Fall, bei dem bereits einer so in einem Praktikum ist und der ist mit dem so zufrieden gewesen, dass er sagt, er könne im Herbst mit der Lehre beginnen. Es geht darum, das gegenseitige Vertrauen aufzubauen.”

**Saner:** “Unternehmertum hat wenig mit Politik zu tun. Es gibt so ein Parlamentarierranking, da sind Sie irgend auf einem 95sten Platz – nicht unter den Top five – ist das etwas Frustrierendes? Wenn man sieht, dass man offenbar keinen Einfluss hat, trotz der guten Ideen?”

**Ineichen:** “Da muss ich Ihnen sagen: Das interessiert mich eigentlich nicht. Ich möchte etwas bewegen. Wenn es ums Bewegen geht im Parlament, da könnte ich Ihnen fünf Leute sagen, die haben etwas bewegt. Die sind alle im gleichen Ranking wie ich oder sogar hinter mir. Ich denke an Hannes Schneider-Ammann, an Peter Spuhler. Das sind Unternehmer, die haben extrem viel bewegt. Wir konzentrieren uns auf jene Bereiche, wo wir etwas bewegen können.”

**Saner:** “Sie haben einmal im Zusammenhang mit Ihrer Wahl in einem Interview gesagt, dass Sie allenfalls auch bereit wären – wenn Sie es merken würden, dass Sie nichts bewegen können, in der Hälfte der Legislaturperiode zurückzutreten. Was ist heute die Bilanz?”

**Ineichen:** “Nein – ich glaube, dass ich äh – die Bilanz ist für mich – wirklich positiv. Ich konnte sehr viel bewegen. Ich mache Ihnen wieder ein Beispiel: Das ganze Bürgschaftswesen, das jetzt verabschiedet worden ist und nun in Kraft tritt, das ist durch Unternehmer entstanden! Indem man einfach auch Grenzen gesprengt hat. Also das heutige Bürgschaftsgesetz ist eigentlich entstanden mit – ich darf das hier ruhig sagen: dank dem CEO der Raiffeisenbank, der bereit war, mit einzubeziehen mit einem sozialdemokratischen Nationalrat – mit dem heutigen Preisüberwacher, und gesagt hat: Jetzt bewegen wir Grenzen! Jetzt werden wir das Projekt mit einbeziehen. Wir haben es in die Kommissionen hineingebracht und das hat dann letztlich zum Durchbruch gebracht.

Zum Durchbruch, nachdem sich sechs bis acht Jahre nichts bewegt hat. Also: Wir brauchen einfach innovative Ideen, und zwar über alle Parteigrenzen hinweg. Wo man sich miteinander eint: Jetzt wollen wir etwas durchsetzen!”

## ANALYSE

Die Journalistin möchte wissen, wie ein Bäckermeister auf dem Land überzeugt werden könnte, Vorurteile Schülern gegenüber abzubauen. Obschon ein Beispiel nicht auf alle Fälle übertragen werden kann, überzeugt die Schilderung eines konkreten Falles aus der Praxis. Die These, man müsse Anwärter in Praktika kennen lernen, leuchtet ein, zumal die Zeugnisnoten wenig aussagen über Persönlichkeitsmerkmale, wie Zuverlässigkeit, Leistungswille, Umgang mit Stress, Durchstehvermögen, selbstständiges Arbeiten.

Den Einwand, er liege im Parlamentarierranking weit zurück, entkräftet der Interviewte, indem er Namen von Unternehmern nennt, die im Ranking ebenfalls weit zurückliegen und dennoch viel bewegen konnten. Damit wird das Schwergewicht des Rankings auf jene Bereiche verlagert, in denen ein Politiker etwas bewegen kann. Wichtig ist somit nicht der Bekanntheitsgrad, sondern der Leistungsausweis: Wer hat was bewegt? Mit den Beispielen konnte Ineichen die Unterstellung der Frage umdeuten.

Auch das Beispiel mit dem Bürgschaftsgesetz leuchtet ein und überzeugt, obgleich die Antwort zu langfädig ist. Die Gedankenkonstruktionen basieren zwar auf einem vorbildlichen Sprechenden (Gedanken werden logisch gekettet), jedoch sind die Gedankenbogen zu lang. Das Beispiel dürfte noch konkreter sein. Die Verständlichkeit leidet, weil Ineichens Detailwissen den Zuhörern stellenweise vor-enthalten bleibt. Was der Redner im Kopf hat, wird weder gehört noch verstanden. Beim Radiohören können wir nicht “zurückblättern” wie bei einem Buch oder wie beim Zeitungslernen und einen Abschnitt nochmals lesen. Wenn Otto Ineichen in der Antwort ein Projekt erwähnt, das er in die Kommissionen eingebracht hat, ist es den Hörern nicht auf Anhieb klar, um welches Projekt es sich gehandelt hat. (Bürgschaftsgesetz oder Projekt “Speranza”?)

Es lohnt sich deshalb, wichtige Sachverhalte zu konkretisieren oder bewusst zu wiederholen. Die Zuhörer schätzen es, wenn Aussagen eindeutig sind. Wiederholungen erleichtern das Verstehen.

## ERKENNTNIS

Wer es versteht, bei Präsentationen, beim Antworten oder Argumentieren passende Beispiele einzubauen, handelt sich verschiedene Vorteile ein:

- Die Aussage wird automatisch konkret.
- Die Journalisten schätzen Interviewer, die konkret, bildhaft reden. Denn die Medienkonsumenten zappen nicht weg, und der Journalist muss nicht ständig nachhaken und fragen: “Was heisst dies konkret?”

## FAZIT

“Worte haben keine Energie, solange sie nicht ein Bild auslösen. Das Wort an sich bedeutet nichts, rein gar nichts. Etwas, was ich immer im Auge behalte, ist: Welche Worte lösen bei den Menschen Bilder aus? Denn die Menschen folgen dem Gefühl des Bildes.”

Dieses Zitat von Virginia Satir ist ein Kerngedanke, der uns im Umgang mit Medien weiterbringt, denn nicht nur die Werbung, die Suggestopädie, das autogene Training oder die

Hypnose beeinflussen unser Verhalten vor allem mit Bildern, Geschichten und Beispielen. Wichtig ist: sich vorher zu den einzelnen Aussagen (Argumenten, Voten, Beiträgen) klare, ansprechende, möglichst unterhaltende Beispiele zu überlegen, mit denen der Kerngedanke “verbildlicht” werden kann, die aber auch ein Gespräch auflockern können. ■