

FERNSEHPREDIGER ROBERT SCHULLERS

NARRATIVE RHETORIK

Geschichtenerzähler: Die Shows der Fernsehprediger, die an Sonntagen in der “Hour of Power”-Sendung aus der Cristal-Kathedrale in Kalifornien ein Millionenpublikum in ihren Bann ziehen, basieren vor allem auf einem einfachen rhetorischen Erfolgsrezept: “Geschichten erzählen”. Das narrative Element gründet auf uralter Erzählkunst – und erlebt im Medienzeitalter eine Renaissance. Zuhörer schätzen Geschichten. Auch Robert Schuller, einer der erfolgreichsten TV-Prediger, wendet dieses Mittel an.

Text: **Marcus Knill**

SEQUENZ

“Wir haben um Mitternacht von den Docks abgelegt, damit wir bei Sonnenaufgang an den Fischgründen wären. Wir fuhren mit dem Motorboot die Nacht **durch** und wechselten uns in Schichten ab. Einer wacht für ein paar Stunden, während der andere ein bisschen schläft, und dann macht man wieder einen Wechsel. Wir kamen in den Fischgründen an, und es war einer dieser perfekten Tage. Die Sonne ging auf, und wir sahen uns den Sonnenaufgang an. Wir hatten gerade ein paar Minuten gefischt, als plötzlich alles drunter und drüber ging. Unter uns war ein unendlich scheinender Fischschwarm. Grosse Fische, wilde Fische, hungrige Fische, und wir fingen – wie sie hier heissen – Doraden. In Hawaii nennt man sie Mahi-Mahi. Wir fingen – ich weiss nicht wie viele. Dann fingen wir Gelbflossenthunfische. Wenn Sie Sushi mögen – dies ist der Sushi-Fisch schlechthin. Wir fingen sie, so schnell wir unsere Köder ins Wasser kriegen konnten. Sie bissen an und landeten im Kescher. Es dauerte nicht lange, zumindest fühlte es sich für uns nicht lange an, und es war Mittag, und wir beendeten den Fischzug. Unsere Hände waren erschöpft vom – Einholen der Fische. Unsere Rücken waren verspannt, und plötzlich hatten wir diesen riesigen Kescher. Eins achtzig breit, eins zwanzig hoch und sechzig lang, voller Fisch. Das ist eine Menge Fisch. Wir sahen einander an und waren ernüchtert. Wir müssen den ganzen Fisch putzen. Wir machten uns also mittags auf den Rückweg zum Hafen, und gegen fünf Uhr nachmittags haben wir die letzten Filets in die Kühlbock gepackt. Nun gibt es solche Kühlboxen und solche, aber diese Kühlbox kann es mit allen anderen aufnehmen. Casey, bringen Sie bitte die Kühlbox hierher. Das ist die Kühlbox. Diese Kiste war voll mit Filets. Nicht mit Fischen! Ich meine nur Filets! Filets von Mahi-Mahi, Ahi und Gelbflossen. Das sind etliche Mahlzeiten, eine Menge guter Mahlzeiten. Vielleicht 45 Kilo Filets. Wir haben hart gearbeitet, um diese Filets zu bekommen. So nahm einer vielleicht zwei Kilo, der andere auch. Zwei oder drei Beutel voll eben. Und dann hatten wir noch einen anderen Mann dabei, der fragte: Will jemand von euch noch mehr Fisch? Und die Box war noch voll. Wir hatten nicht mal ein bisschen herausgenommen. Er fragte nochmals: Will noch jemand von euch mehr Fisch? Nein, nein, nein, nein. Na, dann nehme ich ihn, sagte er. Ich weiss, was ich damit mache, und nahm den Rest Fisch

ANALYSE

Massenprediger – wie Billy Graham – verstanden es immer, die religiöse Botschaft oder den Appell mit einer konkreten Geschichte aus dem Alltag einzuleiten. Ein Prediger aus einer Freikirche bezeichnete mir gegenüber einmal spasseshalber die Geschichte der “frohen Botschaft” als “Jesus-Falle”. Viele Beobachtungen oder Geschichten aus dem Alltag lassen sich mit einer biblischen Lehre koppeln. Die Technik basiert auf dem alten Prinzip des Gleichnisses. Ich war erstaunt, wie gut es jenem Laienprediger gelang, beispielsweise in seiner Predigt ein Erlebnis aus dem Hotelzimmer zu schildern. Er erzählte, dass er unten in der Gasse einen scheppernden Lärm hörte. Es waren Müllmänner, die den Müll entsorgten. Er mimte die Geräusche hörspielartig nach und schilderte detailliert, wie Abfallcontainer nach Abfallcontainer in den Wagen entleert wurde.

Genau so sei es bei Jesus, fuhr er fort. So wie wir uns des Mülls entledigen können, ist es auch möglich, uns bei Jesus all unserer Sorgen und Nöte zu entledigen, sie abzuladen und uns sofort zu entlasten.

Auch Robert Schuller versteht es zu fesseln, indem er die Fahrt auf dem Meer detailliert schildert, sodass wir in die Situation der Fischer versetzt werden. Wir sehen den Sonnenaufgang und den unendlich scheinenden Fischschwarm. Die Namen der Fische werden genannt: die Doraden und die Gelbflossenthunfische. Dann die Krönung **durch** den riesigen Fang, sodass auf dem Rückweg die Kühlbox mit 45 Kilogramm Filets vollgepackt ist. Die Sprache ist einfach. Es sind **durchwegs** kurze Sätze. Was auffällt, sind die “und” als Gedankenverbindung. So wie Kinder Geschichten erzählen mit den ständigen Übergängen “und dann”...“und dann”.

Einer der Fischer schenkt die ganze Box Filets den Obdachlosen, ohne die gute Tat vor den Kollegen an die grosse Glocke zu hängen. Fernsehprediger Robert Schuller nutzt diese Schenkung als Motivationsgeschichte, um seine Schuhsammelaktion für obdachlose Kinder zu lancieren. Doch lässt er es nicht bei einer Bitte um Schuhspenden bewenden. Er stellt seine Besucher in der Kristallkirche vor vollendete Tatsachen. Für nächsten Sonntag habe er bereits einen LKW bestellt, sagt er. Dann nimmt er die ganze Gemeinde in die Pflicht: Wer spenden wird, soll aufstehen. **Durch** diese Handlung

SEQUENZ

mit. Später erzählte er mir, dass er ihn dem Isiah House gebracht hatte, einem Obdachlosenheim. Später am selben Tag rief mich einer unserer Anglerfreunde an und sagte, Robert, ich bin ein bisschen sauer. Weisst **du**, der Mann hat den ganzen Fisch genommen, ich konnte einfach nicht glauben, dass er all den Fisch mitnimmt. Er hat den ganzen Fisch mitgenommen. Wie gierig kann man denn sein? Wir haben jeder nur ein paar Beutel davon mitgenommen, ich kann es einfach nicht glauben, dass er die ganze Kühlbox voll mitgenommen hat. Was will er denn mit so viel Fisch? Ich sagte: Willst **du** es wissen? – Ja, was will er überhaupt mit so viel Fisch? – Er hat ihn an ein Obdachlosenheim verschenkt.

Nach dieser Antwort – glaube ich – fühlte sich der Kritiker so klein. Ganz klein. Und plötzlich ging uns auf, dass all unsere Mühe und Arbeit Glück bedeutet, wenn einige Leute, die sonst nie in den Genuss von solchen Delikatessen wie Filets kommen, beschenkt werden. Gott kümmert sich auch um seine Leute. Er möchte sie auch ernähren. Selbst wenn wir es nicht merken, gibt es Mittel und Wege, Gott zu dienen. Auch Sie können alles einsetzen, um der Welt zu dienen. Vor zwei Wochen zeigte ich meiner Mutter mein neues Buch "Geh in deinen eigenen Schuhen".

Sie wandte sich zu mir und sagte: Weisst **du** was, Robert? Ich fragte: Was denn, Mom? Sie sagte: Wenn **du** schon darüber sprichst, in deinen eigenen Schuhen zu gehen, dann solltest **du** auch etwas dafür tun. Ich antwortete: Was meinst **du** denn? Sie sagte: Nun, **du** solltest neue Schuhe besorgen und sie verschenken, damit die Leute in ihren eigenen Schuhen laufen können. Zuerst dachte ich, sie mache Witze.

Dann hielt ich inne und dachte darüber nach, und wissen Sie was? Sie hatte völlig recht. Ich habe mich in den letzten zwei Wochen mit "Geschenke der Hoffnung" in Verbindung gesetzt. Das ist die Organisation, die der Sohn von Billy Graham leitet. Sie hat sich bereit erklärt, die Schuhe für uns zu verteilen. Ich fand heraus, dass es allein in Amerika eineinhalb Millionen obdachlose Kinder gibt. Ihnen möchte ich ein paar neue Schuhe geben – neue Schuhe. Jeder sollte in seinen eigenen Schuhen gehen dürfen. Für nächsten Sonntag habe ich einen LKW bestellt und ich bitte Sie, nächste Woche wiederzukommen und ein paar neue Schuhe mitzubringen. So bekommen die Kinder die Schuhe. Wir werden die Schuhe verschenken. Werden Sie das tun? Statt zu klatschen möchte ich eine Zusage. Klatschen ist nichts Verbindliches. Die anderen machen es, aber ich nicht. Wenn Sie also bereit sind, sich zu verpflichten, nächsten Sonntag ein paar Schuhe mitzubringen, stehen Sie bitte auf. Sehen Sie sich um und nehmen Sie sich in die Pflicht. Wenn Sie am nächsten Sonntag kommen, werden Sie zur Rechenschaft gezogen. Okay, Sie dürfen sich wieder setzen."

ANALYSE

kommt es zu einer gegenseitigen Kontrolle, und jene, die aufgestanden sind, werden **durch** dieses Bekenntnis am nächsten Sonntag bestimmt die neuen Schuhe mitbringen. Diese Verpflichtung kennt die Freikirche auch bei den öffentlichen Glaubensbekenntnissen. Die Methode wird übrigens auch bei Verkaufsprozessen angewendet. Autoverkäufer lassen die Kunden an die Fahrzeuge Hand anlegen, sie dürfen beispielsweise mit dem Auto einige Runden drehen. Wer die Mitmenschen dazu bewegen kann, zu handeln, bewirkt mehr als **durch** Appelle mit Worten (Beeinflussungstechnik).

Rhetorisch baut Schuller einige Fragen ein. Sie regen zum Nachdenken an: "Können Sie dies glauben?"

Die narrative Rhetorik hat den grossen Vorteil, dass die Erzählung lebt.

Aber es gilt zu bedenken: Leute, die zu lange erzählen und ihr Gegenüber mit Geschichten eindecken, machen sich unbeliebt. Die Kunst des Erzählens sind die Dosierung und der Zeitaspekt. Ideale narrative Rhetorik heisst: im geeigneten Augenblick die passende Geschichte, ein Erlebnis oder ein Beispiel einzuflechten, damit der abstrakte Sachverhalt leichter erfasst werden kann. Es geht nicht einfach um Geschichtenerzählen als Selbstzweck, sondern um die Suche nach der einzig passenden Geschichte.

Eine Erzählung ist dann erfolgreich,

- wenn sie zum Thema passt und abstrakte Sachverhalte konkretisiert;
- wenn sie gerne weitererzählt wird und zum Nachdenken anregt;
- wenn ihre Details ein schlüssiges Gesamtbild ergeben.

ERKENNTNIS

Die heutige Unternehmenskultur erkannte, dass der Weg zum Erfolg nicht über die gängige Informationsflut und Floskeln, abstumpfende Appelle oder eine trockene Robotersprache führt. Die Erzählung wurde neu entdeckt, weil der Weg über sie schneller zum Ziel führt als eine nüchterne Abhandlung. Eine gute Erzählung motiviert und begeistert die Hörer. Abstrakte Abhandlungen und endlose Powerpoint-Präsentationen sind deshalb heute bei Vorträgen weniger gefragt als erzählende (nar-

rative) Elemente. Eine Erzählung hat oft mehr Kraft (Power). Doch muss vorausgesetzt werden, dass die Erzählung unsere Kernbotschaft auf den Punkt bringt. Es gibt immer mehr Führungskräfte und Ausbilder, die erkannt haben, wie wichtig die narrativen Elemente bei Präsentationen und Gesprächsrunden sind.

FAZIT

Durch die modernen Medien ist die Kunst des Erzählens in Vergessenheit geraten – zu Unrecht. Wir alle erinnern uns an Geschichten,

mit denen orientalische Erzähler ihre Zuhörer in Bann schlugen. Heutige Politiker – leider fast alle – glauben diesen Effekt mit Phrasen erreichen zu können, halten dies für eine Sprache, die das Wahlvolk versteht und hören will. Sie begreifen nicht, dass **durch** einfache, klare und präzise Sprache und Formulierungen, die **durchaus** "blumige" und "märchenhafte" Bestandteile enthalten sollten, nicht nur Aufmerksamkeit, sondern auch Interesse bei Zuhörern geweckt werden könnte, die sich sonst gelangweilt oder enttäuscht abwenden. ■