

Medienrhetorik

Mit Beispielen spielen

Swisscom-Chef Carsten Schloter war Gast in der Talksendung «Schawinski». Dort überzeugte er vor allem mit einem: dem Spiel mit Beispielen. Für unseren Rhetorikexperten Marcus Knill lehrbuchmässig.

Text: **Marcus Knill*** Bild: **Keystone**

Mit grossem Interesse habe ich das Antwortverhalten des Swisscom-Chefs Carsten Schloter auf dem heissen Stuhl bei Schawinski verfolgt. Seine Erscheinung und die Wirkung des wachen, präsenten Managers, der bereits beim ersten Eindruck durch seine sportliche Erscheinung, sein braun gebranntes Gesicht, den wachen Blick, die blauen Augen und seine freundliche Ausstrahlung Bonuspunkte ernten konnte, überzeugte vor allem durch die Eindeutigkeit, die Faktengenauigkeit und seine klaren, verständlichen Gedanken. Ich hätte diesen Beitrag auch unter dem Titel «Die Kunst des Neinsagens» verfassen können. Hinsichtlich dieser Stopptechnik hätte ich zahlreiche Sequenzen zitieren können, doch fiel mir bei Carsten Schloter vor allem eines auf: Er verstand es immer wieder, beim Antworten das SPIEL MIT BEISPIELEN zu SPIELEN. Nachfolgend aus der grossen Fülle drei Beispiele:

1. SEQUENZ:

Schawinski: Was war eigentlich Ihre grösste Niederlage?

Schloter: Sehen Sie. Ich habe drei kleine Kinder. Drei kleine Kinder, und ich lebe getrennt. Ich sehe die Kinder alle zwei Wochen, und das gibt mir immer wieder Schuldgefühle. Ich habe das Gefühl: Hier habe ich etwas gemacht, was nicht richtig ist.

* Marcus Knill (www.knill.com) ist Experte für Medienrhetorik.

Er ist auch Autor des bekannten virtuellen Buches www.rhetorik.ch.



Schawinski: Ja – und wenn man das analysiert? Was es genau war?

Schloter: Wissen Sie. Man kann viele Gründe ins Spiel rufen. Am Ende ist es eine Portion Egoismus. Aber – äh – es hat noch einen Vorteil. Wenn Sie jetzt mit den Kindern zusammen sind: Ich versuche ihnen wirklich die Zeit vollumfänglich zu widmen. Aber es ist eben zu wenig.

ANALYSE:

Der Swisscom-Chef weicht nicht aus. Er wählt als persönliches Beispiel die Situation mit den eigenen drei kleinen Kindern. Er verzichtet auf eine Aufzählung von Niederlagen. Carsten Schloter klammert die Emotionen nicht aus, im Gegenteil: Sie sind spürbar und wirken echt, nicht gestellt. Das Wohlbefinden der Kinder ist ihm ein echtes Anliegen. Das gewählte Bei-

spiel ist fürs Publikum glaubwürdig. Ich nehme an, dass Schloter dieses persönliche Thema nicht deshalb gewählt hat, damit Schawinski nicht auf Niederlagen im Job eingeht. Der Swisscom-Chef wusste, dass der harte Interviewer alle Problemfelder der Swisscom ansprechen würde, so wie wir mit dem Amen in der Kirche rechnen können. Das emotionale persönliche Beispiel bewegte erstaunlicherweise selbst den Journalisten. Nach dieser Sequenz ging Schawinski auf seine persönliche Situation ein und sprach betroffen von sich: «Das habe ich auch erlebt.»

2. SEQUENZ:

Schawinski: Wenn ich schaue, wie Sie funktionieren. Sie funktionieren vor allem als Leistungsmensch. Nicht nur im Beruf, sondern auch im Sport, und da haben Sie folgendes Zitat abgesondert: «Morgens um fünf Uhr wüрге ich den inneren Schweinehund. Wenn ich das nicht mache, bin ich unausstehlich.» Das klingt nicht sehr lustvoll.

Schloter: Ja – das war einmal. Das war tatsächlich eine Zeit lang so. Und ich machte morgens ein Training. Und das war für mich irgendwie eine Lebenshygiene.

Schawinski: Das machen Sie immer noch? Um fünf Uhr morgens?

Schloter: Nein! Am Wochenende gehe ich tatsächlich sehr früh raus, das hat mit etwas ganz anderem zu tun. Die Natur zu erleben. Im Sommer ist es das Bike. Im Winter sind es die Tourenskier. Aber – wenn man dann oben ankommt, am Gipfel, zum BEISPIEL mit den Tourenskiern – die Sonnenaufgänge – dann ist das ein Naturerlebnis, was das Ganze wirklich lohnend macht. Unter der Woche mache ich das nicht.

ANALYSE:

Da Carsten Schloter zu seinem Bekenntnis steht, kann der Interviewer nicht nachgreifen. Die Spitze des Angriffs (Vorwurfs) steckt gleichsam in Butter. (Ich bezeichne deshalb dieses Vorgehen als «Buttertechnik»). Der Umgang mit dem inneren Schweinehund wird später mit einem konkreten BEISPIEL in ein neues Licht gerückt. Wer das Spiel mit Beispielen spielt, sollte nicht mehrere aufzählen, sondern sich auf eine einzige konkrete Geschichte beschränken. Sich auf ein Beispiel zu beschränken, will zudem heissen: Details konkret benennen (Sonnenaufgang auf dem Gipfel). Der letzte Gedanke ist leider durch unprofessionelle Artikulation schlecht verständlich («Unter der Woche mache ich das nicht»).

Dieser Satz wurde zu schnell gesprochen. Bei der Artikulation müssen wir bis zum letzten Wort genügend Druck haben, was nichts mit Lautstärke zu tun hat, sondern mit der Ausdruckskraft, die vom Zwerchfell gestützt wird.

3. SEQUENZ:

Schawinski: Wir haben noch viele Probleme zu besprechen. Zum Beispiel die Handytarife, ein grosses Thema. 45 Prozent teurer als im EU-Raum! Und Sie als Swisscom – als grosser Marktleader –, Sie profitieren davon. Also, da kommen die grossen Gewinne rein. Was sagen Sie dazu?

Schloter (ruhig): Ich sage: Das ist falsch.

Schawinski: Das ist falsch?

Schloter (zum Teil zu schnell und akkustisch schlecht verständlich ...): Denn, wenn Sie unsere Profitabilität anschauen: Swisscom gegenüber ausländischer Telekommunikation ... kommt die Profitabilität der Swisscom nicht? be...? höher.

Schloter: «Ich sehe die Kinder alle zwei Wochen, und das gibt mir immer wieder Schuldgefühle.»

Schawinski: Aber die Preise – die Preise sind höher!

Schloter: Ja. Die Preise sind höher. Aber das ist alles unbestritten.

Schawinski: So kann man nicht argumentieren mit den höheren Gestehungskosten in der Schweiz allein.

Schloter: Warum denn nicht?

Schawinski: Ist so viel höher.

Der Unterschied ist viel zu gross!

Schloter: Ich gebe Ihnen ein Beispiel. Das erlaubt Ihnen noch, die Brücke zu Italien zu machen. Die Baukosten für einen Glasfaseranschluss in der Schweiz sind drei Mal so hoch – wie in Italien.

Ein anderes Beispiel:

Wir haben eine spezifische Gesetzgebung, was die Mobilfunkantennen angeht in der Schweiz, sodass auf einer Antenne nur ein Zehntel der Gespräche geführt werden kann wie im Ausland. Dass dies Auswirkungen hat auf die Preise, ist offensichtlich.

ANALYSE:

Zuerst kontert und stoppt Schloter eindeutig mit: «Das ist falsch.» Die Begründung mit der Profitabilität ist nur schwer nachvollziehbar – aber auch durch die zum Teil undeutliche und zu schnelle Sprechweise. Nach der geschickten Gegenfrage «Warum denn nicht?» macht Schawinski bewusst, worum es geht: Es geht um die Preise. Schawinski spricht genau das an, was viele Nutzer ständig ärgert: Weshalb gibt es so grosse Unterschiede?

Carsten Schloter spielt nun im richtigen Moment das Spiel mit konkreten Beispielen. Damit hat er auch Erfolg. Die Beispiele sind nachvollziehbar. Sie leuchten ein und überzeugen. Die Beispiele ringen dem harten Fragesteller Schawinski das erste bestätigende Okay ab.

KOMMENTAR:

Die Gesamtwirkung des Interviewpartners war äusserst positiv. Die Präsenz – das Zuhörverhalten –, die freundliche Grundstimmung fand ich vorbildlich. Nicht nur die Körperhaltung, auch die dialogische Art überzeugte mich. Ferner die angenehme


Stimme, der Akzent beim Sprechen, aber auch die rhetorische Stärke des CEO mit seinen klaren, eindeutigen kurzen Gedankenbögen, den unkomplizierten, inhaltlich gut verständlichen Antworten. Dies alles trug viel zur Glaubwürdigkeit seines Auftretens bei. Lediglich bei einzelnen Situationen, wenn Schawinski mit seinen bekannten Provo-

«Schawinski spricht genau an, was viele Nutzer ständig ärgert.»

kationselementen zu irritieren versuchte, hatte das natürliche Lachen Schloters eine Spur von abschwächendem Verlegenheitslachen. Doch empfand ich dies noch nicht als ein störendes «Antibeisshemmungsverhalten», wie wir es bei Menschen feststellen können, die bei beleidigenden Angriffen hoffen, sich dank eines aufgesetzten Lächelns schützen zu können und mit dem Lächeln den Angreifer milder zu stimmen.

Einen Aspekt der Rhetorik müsste Carsten Schloter noch verbessern: seine Artikulation. Es beeinträchtigt zwar den guten Gesamteindruck kaum, aber es gibt doch einige Stellen, da wird der Schluss der Antwort zu wenig deutlich ausgesprochen. Der Druck lässt plötzlich nach, und dadurch werden wichtige Worte schlecht verstanden.

FAZIT:

Die Augen essen mit, sagt ein Sprichwort, sie scheinen auch mitzuhören und zu überzeugen. Das zeigt sich in diesem Gespräch mit Carsten Schloter deutlich! 

ANZEIGE

1/2 Inserat News Aktuell