

## Medienrhetorik

# Professionelle Antworten sind wohltuend

Sie wollte eigentlich nicht Karriere machen, im Gegenteil: Karriere war lange ein Schimpfwort für Lis Borner. Heute ist sie Chefredaktorin von Schweizer Radio DRS und führt 255 Mitarbeitende. Lis Borner spricht in einem Interview mit Edith Hollenstein. Es ist nicht selbstverständlich, wenn jemand so mediengerecht antwortet. Das heisst: kurz, konkret, verständlich, überlegt und unkompliziert. Wir nehmen einige dieser vorbildlichen Antworten unter die Lupe. Ein Berater fragt sich: Wo wurde diese Kompetenz erworben?

Text: **Marcus Knill\*** Bilder: **Keystone**



Lis Borner, Chefredaktorin Schweizer Radio DRS.

### Frau Borner, was beschäftigt Sie momentan?

Vieles! Mein Spektrum ist breit. Es geht von Geschäftsleitung, Strategie, Finanzen, Organisation über den Relaunch Online bis zu Programmfragen. Auch wenn ich im Tagesgeschäft nur bei den grösseren, heikleren Themen involviert bin, ist mir das Programm, respektive dessen Qualität, sehr wichtig.

### ANALYSE:

Die Frage wird konkret beantwortet, das breite Spektrum detailliert aufgegliedert und unterstrichen, dass vor allem die Qualität wichtig ist. Die Antworttechnik: Borner beschränkt sich auf einen Schwerpunkt. Dann konkretisiert sie diesen Punkt. Dies ist professionell. Was lediglich bezweifelt werden muss: Von der Leserschaft wird

wohl kaum mehr als die Hälfte den Begriff «Relaunch Online» verdeutschen können.

### Wie sieht Ihre Vision Radio DRS für 2015 aus?

Als Service-public-Unternehmen haben wir einen Auftrag zu erfüllen, und den nehme ich sehr ernst. Meine Kollegen und ich sind uns bewusst, welche Verantwortung wir haben,

\* Marcus Knill ([www.knill.com](http://www.knill.com)) ist Experte für Medienrhetorik.

Er ist auch Autor des bekannten virtuellen Buches [www.rhetorik.ch](http://www.rhetorik.ch).

gegenüber unseren Hörern und den Bürgern dieses Landes. Meine Vision heisst deshalb: Wir sind die erste Adresse für alle, die schnelle, korrekte News und fundierte Hintergründe, Einordnungen, Analysen wollen. Ich sehe es als unsere zentrale Aufgabe, inmitten der ganzen Info-Flut Orientierung zu geben, das Wichtige vom Unwichtigen zu trennen, komplexe Themen attraktiv und verständlich zu vermitteln, um so zum demokratischen Dialog in unserer Gesellschaft beitragen zu können. Das gilt für unsere Primetime-Sendungen, die Regionaljournale, für den Info-Kanal DRS 4 News und für Online-News.

**ANALYSE:**

Auch bei dieser Antwort weicht Lis Borner nicht aus. Der erste Satz: «Wir erfüllen den Auftrag und nehmen ihn ernst» ist eine typische Politiker-Plausibilitätsantwort, die immer richtig ist, aber nichts Konkretes sagt. Es folgt aber nachher eine konkrete, bedachte Formulierung: «Wir sind die erste Adresse für alle, die schnelle, korrekte News und fundierte Hintergründe, Einordnungen, Analysen wollen.» In dieser Aussage stecken wichtige Hinweise wie: News und Informationen zu vertiefen und einordnen zu helfen. Dieser Gedanke wird zusätzlich konkretisiert mit der Präzisierung: «Wir helfen bei der heutigen Informationsflut, Wichtiges von Unwichtigem zu trennen und schwierige Sachverhalte attraktiv und verständlich zu vermitteln.»

Vorbildlich sind die Strukturierung, die Länge der Antwort. Will heissen: Borner spricht mediengerecht.

**Wie und wo holen Sie sich Inspiration?**

Aus Analysen und unserem Service-public-Auftrag. Ich recherchiere und lese viel, diskutiere mit den unterschiedlichsten Kollegen darüber, wie wir publizistische Standards halten und in die Zukunft übertragen wollen. Ich bewege mich gerne beim Denken, auch im Studio. Die beste «Ideenlieferungssituation» ist ein angeregtes Gespräch mit intelligenten Leuten, die quer denken können und eine ganz andere Perspektive einnehmen als ich selbst.

**Wie führen Sie?**

Ich dachte schon, dass Sie mich dies fragen werden (lacht)! Zuerst: Ich führe gern, bin

gern das Zugpferd an der Spitze eines Teams, das Hochleistungen bringen soll. Und: Eine Führungsperson muss wissen, was sie will. Ich habe klare Vorstellungen über die Stossrichtung. Als Chefredaktorin versuche ich vorauszudenken, um zu definieren, in welche Richtung wir uns entwickeln sollen. Ich bin aber keine direktive Chefin. Ich entscheide nicht im stillen Kämmerlein, sondern diskutiere in der Chefredaktion und den Redaktionsleitungen, bevor ich entscheide. Dabei kann ich auch von meiner ursprünglichen Position abweichen, wenn gegenteilige, überzeugende Argumente aufkommen. Ich bin selbstkritisch und stehe zu meinen Fehlern. Bei aller Ernsthaftigkeit versuche ich aber immer, den Humor nicht zu verlieren.

**In einem früheren Porträt heisst es über Sie, dass Sie «eine Macherin» sind, «direkt und gradlinig». Das tönt nicht ganz so unautoritär.**

Dass ich eine Macherin bin, stimmt schon. Ich bin auch direkt. Doch «direkt sein» heisst nicht befehlen, sondern die Probleme konkret angehen – sagen, was man denkt, und fragen, was andere denken. Zudem habe ich jetzt eine andere Aufgabe als früher. Als Chefredaktorin ist die Macherin weniger gefragt, da bin ich für grundsätzliche publizistische Fragen zuständig, für Strategie und Finanzen. Machercharakteren braucht es auf anderen Positionen.

**ANALYSE:**

Beim Thema Inspiration folgt erneut KEINE der üblichen verbreiteten Plausibilitätsformulierungen. Die Chefredaktorin führt vor, was Journalisten vom Gesprächspartner erwarten: eine konkrete, detaillierte Antwort. Wir erfahren: Inspiration holt sich Borner durch Lesen, Diskutieren, Sich-Bewegen und durch Gespräche mit intelligenten Leuten.

Bei der Thematik «Führen» ist die Antwort ebenfalls EINDEUTIG: «Ich muss wissen, was ich will, Ich habe klare Vorstellungen hinsichtlich Stossrichtung. Als Zugpferd muss ich vorausdenken und die Richtung bestimmen.» Borner macht somit bewusst, dass bei ihr Entscheidungen erst nach einem Diskussionsprozess gefällt werden. Der Hinweis auf die notwendige Selbstkritikfähigkeit und den Humor rundet das Bild des vorbildlichen Führungsstils ab.

Die Bezeichnung «Macherin» wird nicht zurückgewiesen. Doch versteht es Borner, den Begriff sofort zu präzisieren: «Ich sage, was ich denke, und bin direkt. Aber ich frage auch, was andere denken.» Am Schluss wird die Rolle der Macherin zusätzlich präzisiert: «Ich bin heute mehr für publizistische Fragen, Strategien und Finanzen zuständig.» Dieses professionelle Lenken beim Antworten ist lobenswert.

**ANTWORTEN ZU PERSÖNLICHEN FRAGEN:**

**Sie schminken Ihre Lippen immer auffallend stark. Warum tragen Sie immer Lippenstift?** (Lacht). Weil es mir gefällt! Ich habe damit vor über zwanzig Jahren angefangen, irgendwann in den 1980er-Jahren. Damals schminkten sich nur altmodische Fräuleins. Frauen in meinem Alter und in meinem Umfeld zogen sich eher alternativ an, schminkten sich kaum. Das war nicht mein Ding. Am Anfang gab es da zwar erstaunte Blicke. Aber das war mir und ein paar anderen egal. Ich wollte mir auch damals nicht vorschreiben lassen, wie ich auszusehen oder mich zu verhalten habe. Und weil es mir immer noch gefällt, gehört der Lippenstift jeden Morgen dazu.

**Und Ihre auffälligen Schuhe: Machten Sie diese bewusst zu Ihrem Markenzeichen?**

Nein. Aber ich liebe schöne Schuhe – und schön heisst für mich halt: spitz, farbig, mit Absätzen. Dass meine Schuhe als Markenzeichen betrachtet werden, wurde mir erst durch einen Artikel von Peter Salvisberg bewusst.

**ANALYSE:**

Führungspersönlichkeiten müssen damit rechnen, dass mitunter recht persönliche Fragen gestellt werden. Wer solche Situationen nicht antizipiert, kann böse ins Schlingern kommen. Es gilt, schon vor einem Interview zu entscheiden, wie weit man Persönliches preisgeben will.

Bei der Frage nach dem Lippenstift wählt Liz Borner eine gute Variante, sie begründet ihr Verhalten mit einer Geschichte – will heissen: narrativ. Wir können uns jene Frauen aus der alternativen Szene der sogenannten «Körnchenpickerszene» (früher auch als «Wolle-Bast-Hanf-Typen» bezeichnet) gut vorstellen.

Die Kernbotschaft Borners: «Ich lasse mir nicht vorschreiben, wie ich auszusehen habe» leuchtet dank der Veranschaulichung ein. Die Journalistin steht zu ihrem Outfit. Das habe ich auch bei Regula Spähni (Sportredaktorin) und Christine Maier (ehemalige Chefin «Club») sehr geschätzt, dass sie sich nicht von Stiliten und Kleiderberatern fremdbestimmen liessen. Auch beim Hinweis auf die auffälligen Schuhe wird das «schön» präzisiert, konkretisiert: «spitz, farbig mit Absätzen». Es ist wohltuend, wenn jemand auf Fragen konkret eingeht und nicht ausweicht. Damit ist das Thema vom Tisch. Persönliche Fragen dürften auch zurückgewiesen werden. In diesem Fall war dies aber nicht notwendig.

wie er ist, bleibt im Gleichgewicht. Diese Persönlichkeiten sind im Lot und haben es nicht nötig, wie ein Pfau ständig das Rad zu machen. Lis Borner überzeugt durch ihre wohlbedachten Antworten. Ein Kollege von mir – ein Kommunikationsberater – vertrat zwar die Meinung, man verspüre bei diesen gelungenen Sequenzen eine bewusste, gezielte Schulung. Nach seinem Dafürhalten würden die Antworten zu «antrainiert» (zu perfekt?) wirken. Er frage sich, wo und wie diese Perfektion wohl erworben worden sei.

Ich vertrete die Meinung: Bei allen Kommunikationsprozessen entscheidet letztlich das Resultat. Ob antrainiert oder nicht. Der Adressat entscheidet immer über die Glaubwürdigkeit einer Person, die interviewt wird. Was bei diesem Dialog berücksichtigt werden muss: Das Interview konnte gegengelesen werden und ist möglicherweise von einer Medienstelle bereinigt worden. Die Profifrau konnte in diesem Fall sicherlich die Antworten überprüfen und präzisieren. Mich würde es jetzt interessieren, wie Lis Borner in einem Live-TV- oder Radio-Interview – das

nicht korrigiert werden kann – antwortet. Dieser Frau, welche die Medienrhetorik verinnerlicht hat, traue ich zu, dass sie auch dann kurz, präzise und konkret antwortet.

**FAZIT:**

Wer es versteht, mediengerecht zu reden, wird nicht nur besser verstanden. Überzeugend zu reden, ist eine wichtige Voraussetzung auf dem Weg zum Erfolg. Die professionellen Antworten von Lis Borner wurden nicht nur von mir geschätzt. Umfragen im Bekanntenkreis bestätigten mir: Sie überzeugte auch andere Leserinnen und Leser. □

**KOMMENTAR:**

Gereifte Persönlichkeiten, die zu sich stehen, sind auch in Interviews stabiler. Sie lassen sich nicht so leicht fremdbestimmen oder aus der Fassung bringen. Nur wer seine Stärken und Schwächen kennt, wer sich akzeptiert, so

ANZEIGE



**HTW Chur**  
Institut für Management  
und Weiterbildung

Studienorte: Chur,  
Rapperswil oder Zürich

# Executive MBA – Strategisches Marketing

Weiterbildungs-Master für Führungskräfte

**Infoabend Chur**  
HTW Chur, Commercialstrasse 22  
Mittwoch, 5. September 2012, 17.30–19.00 Uhr

**Infoabend Rapperswil**  
HSR Rapperswil, Oberseestrasse 10  
Montag, 3. September 2012, 19.00–20.30 Uhr

**Infoabend Zürich**  
KLZ Zürich, Limmatstrasse 21  
Donnerstag, 6. September 2012, 18.30–20.00 Uhr

Besuchen Sie einen Informationsabend oder bestellen Sie die Studienbroschüre unter [www.htwchur.ch/management-weiterbildung](http://www.htwchur.ch/management-weiterbildung)

Anmeldung für Infoabend erwünscht  
– [management-weiterbildung@htwchur.ch](mailto:management-weiterbildung@htwchur.ch)  
– Telefon +41 (0)81 286 24 32

**o a q**  
organ für akkreditierung und qualitätssicherung  
der schweizerischen hochschulen

STUDIERN FÜRS LEBEN

➔ [www.htwchur.ch](http://www.htwchur.ch)

FHO Fachhochschule Ostschweiz