

«Das beste Mittel ist die Echtheit»

RHETORIK Der US-Wahlkampf ist ein grosser Zirkus der Redekünste. Überzeugendes Auftreten ist nur bedingt lernbar, sagt ein Experte. Doch wer darin brilliert, hat so gut wie gewonnen.

INTERVIEW ANNETTE WIRTHLIN
annette.wirthlin@luzernerzeitung.ch

Zurzeit ziehen die beiden Präsidentschaftskandidaten im US-Wahlkampf auf jedem Sender alle Register der Rhetorik. Für einen Kommunikationsfachmann wie Sie ein gefundenes Fressen, nicht?

Marcus Knill: Klar. Für mich ist das wie ein Krimi. Seit Jahren verfolge ich gespannt, wie Politiker im Endspurt auftreten, um vielleicht im letzten Moment noch das Blatt zu wenden.

Für unsere Ohren wirken diese Reden ja fast etwas lächerlich. Was bringt dieser dick aufgetragene Kitsch?

Knill: Wer auf die Tränenrösten drückt, spricht die Emotionen an. Und beim Überzeugungsprozess haben Emotionen eine nicht zu unterschätzende Wirkung. Menschen werden aber nicht nur durch die Wortwahl beeinflusst. Die bunten Plakate, die Ballone, die showmässige Inszenierung, die kreischenden Massen – das spielt alles mit. Christoph Blochers Vater soll jeweils gesagt haben: «Rede so, dass man es sieht.»

Die Kandidaten decken ihr Publikum üblicherweise mit allerlei Lob ein. Auch ein rhetorischer Kniff?

Knill: Die Betonung der Stärken der amerikanischen Nation hat Tradition. Seit 9/11 nutzte Bush dieses Mittel dermassen stark, dass niemand mehr wagte, Kritik auszuüben. Lob provoziert eben in aller Regel ein positives Echo, auch wenn es nicht 100 Prozent echt ist.

Die alten Griechen waren Meister der Redekunst. Kommen die von ihnen propagierten Stilmittel heute eigentlich immer noch zum Zug?

Knill: Die Griechen legten den Schwerpunkt, wie Sie schon sagten, auf Redekunst, die Reden wurden eher künstlich, wie nach Rezept, eingeübt. Heute überzeugen freie, verständliche, natürliche Reden. Trotzdem gelten nach wie vor die klassischen Bausteine der Rhetorik: etwa Kürze, Struktur, Stimulation (also das «Fleisch am Knochen»), bildhafte Sprache. Clinton punktete kürzlich in seiner flammenden Rede für Barack Obama mit einer Kette sogenannter rhetorischer Fragen – also Fragen, die keiner Antwort bedürfen. Und auch die beiden Präsidentschaftskandidaten bedienen sich immer wieder dieser klassischen Rhetorik. Etwa die Anadiplosis, die Wiederholung von einem oder mehreren Worten.



«Der Blick ist die Nabelschnur der Kommunikation.»

MARCUS KNILL,
RHETORIK-EXPERTE

Obama etwa sagt immer wieder «You can choose», also «Ihr könnt auswählen». Mit welchem Ziel?

Knill: Das ist sehr raffiniert. Er lässt dem Volk die Wahl, er befiehlt ihm nichts. Vor der letzten Wahl machte Obama bekanntlich «Yes, we can» zur Schlüsselbotschaft, die er immer wiederholte. Wiederholungen verankern die Botschaft, sodass sie im Langzeitgedächtnis haften bleibt. Das kennt man auch aus der Werbung.



Sie alle referieren und gestikulieren für den grossen Sieg: US-Präsident Barack Obama mit Gattin Michelle (unten r.) und der republikanische Herausforderer Mitt Romney mit Ehefrau Anne (unten l.).

Keystone

Welche rhetorischen Mittel wirken ganz allgemein vertrauenerweckend und sympathisch?

Knill: Das beste Mittel ist für mich die Echtheit. Kein professioneller Coach wird jemandem Mimik und Gestik anzutrainieren versuchen. Wer glaubwürdig reden und Vertrauen gewinnen will, muss überzeugt sein von dem, was er sagt. Das künstliche «Falschspielen» wird rasch entlarvt. Wenn ich es dennoch an konkreten Verhaltensweisen festmachen muss, würde ich sagen: Schauen Sie Ihr Publikum an, der Blick ist die Nabelschnur der Kommunikation. Und seien Sie sich bewusst, dass nur echte Wertschätzung des Gegenübers Vertrauen schafft.

Welcher der Kandidaten, denken Sie, hat diesbezüglich die Nase vorn?

Knill: Obama. Er holt die Punkte durch seine charismatische Ausstrahlung, durch Echtheit, Humor und bildhafte Sprache. Und vor allem, indem er beim freien Reden mit dem Blick eine Brücke zum Publikum aufbaut. Romneys Auftritt wirkte generell zu aufgesetzt.

Mir sind Obamas lange Sprechpausen aufgefallen. Was bewirken die?

Knill: Pausen signalisieren Sicherheit. Wer unsicher ist, hat Angst, unterbrochen zu werden, und spricht deshalb nahtlos. Wer Pausen macht, kann seinen nächsten Gedanken vordenken. Es gilt: «Nur wer überlegt, ist überlegen.»

Romney gilt eher als hölzerner Redner. Wie würden Sie das beurteilen?

Knill: Die Auftritte wirken tatsächlich antrainiert. Politiker, die sich nicht mit ihrer eigenen Botschaft identifizieren, können nicht überzeugen. Ihm fehlt das innere Feuer. Der bekennende Mormone bemüht sich, emotionaler zu wirken, als er ist. Er lächelt viel, wirkt aber meist unauthentisch und künstlich.

Er soll seine Parteitagrede ja vorgängig tatsächlich mehrfach geübt haben. Kann man lernen, ein guter Redner zu sein?

Knill: Wie beim Sport oder bei der Kunst braucht es beides: Begabung und Training. Kein noch so begabter Pianist kann

ein Klavierkonzert spielen, ohne zu üben. Bei meinen Coachings sehe ich immer wieder, dass auch begabte Redner sich an die neue Situation im Fernsehstudio mit Kameras und Scheinwerfer gewöhnen müssen. Kleine Verbesserungen, die man sich durchaus aneignen kann, sind etwa die folgenden: Pausen machen beim Reden. Sätze knapp halten. Am Satzende mit der Stimme «landen» und nicht nach oben «wegfliegen».

Bei Romney fällt auf, dass er kaum Handbewegungen macht...

Knill: Er spricht tatsächlich meist ohne Gestik, seine Haltung ist starr. Damit legt

«Wir schätzen Zurückhaltung»

SCHWEIZ wie. Die Wahlkampfrhetorik der Amerikaner unterscheidet sich grundlegend von jener in der Schweiz. Hierzulande würden schwülstige, theatralische Reden und das überfreundliche, zuckersüsse Verhalten, wie man es bei den Gattinnen von Romney und Obama gesehen hat, schlecht ankommen, sagt Rhetorikexperte Marcus Knill. «Wir Schweizer schätzen vielmehr eine gewisse Zurückhaltung.» Natürlich würden sich auch Schweizer harte dialogische Diskussionen wünschen, in denen sich die Kontrahenten jedoch nicht fertigmachen. «In den amerikanischen Debatten geht es buchstäblich ums Schla-

gen (französisch «battre»), um Kampf, um Sieg oder Niederlage. Die wollen Blut sehen.» Auf die Frage, welche Schweizer Politiker er – abgesehen von ihrer politischen Gesinnung – für begnadete Redner hält, antwortet Knill: «Wie der Durchschnittsschweizer schätze auch ich glaubwürdige Politiker der leisen Töne, die authentisch, natürlich und verständlich sprechen, ohne Gehabe. Beispiele dafür sind – das ist keine Rangliste – Didier Burkhalter, Alain Berset, Doris Leuthard, Simonetta Sommaruga, Philipp Müller, Toni Brunner, Martin Bäumle, Mario Fehr, Adrian Amstutz oder Daniel Jositsch.»

er einen Kommunikationskanal lahm, und er kann so den Stress weniger gut abbauen. Er ist stets darauf bedacht, keine Fehler zu machen. Wir dürfen aber während des Sprechens nicht an unsere Gestik denken. Wer innerlich offen ist, wird sich auch nonverbal öffnen.

Auf Youtube gibt es einen Film, der aus zusammengeschnittenen Zungen-schnalzen von Romney besteht. Kann so ein Tick matchentscheidend sein?

Knill: Ein guter Coach macht einem Politiker bewusst, welche lästigen Marotten sich eingeschlichen haben, denn sie sind ein grosses Handicap, wie man bei Edmund Stoibers «Ähs» gesehen hat. Sie können jedoch meist rasch behoben werden. Schlimm ist es, wenn ein Tick zum Mediengag wird. Bekanntlich möchte niemand lächerlich gemacht werden. Die Schnalzeräusche Romneys störten übrigens die Zuhörer erst nach dem Youtube-Film.

Welchen Einfluss hat eigentlich die Stimme selber?

Knill: Nebst der Persönlichkeit hat die Stimme den grössten Anteil bei der Überzeugungsarbeit. Sie muss mit der jeweiligen Stimmung übereinstimmen. Ich habe bei einem Phoniater gelernt, wie wir die Stimme auf die richtige Resonanz-ebene bringen können. Jeder Mensch findet diese Balance, sofern er gelernt hat, beim Start die innere und äussere Lockerheit zu finden.

Wie deuten Sie die Tatsache, dass sich neuerdings auch die Ehefrauen ans Rednerpult stellen?

Knill: Das kommt nur dann gut an, wenn die Ehepartner harmonieren. Beim Ehepaar Wulff in Deutschland war beispielsweise deutlich zu erkennen, dass trotz angeblicher Übereinstimmung etwas schon vor der Abwahl nicht gestimmt haben konnte. Heute gesteht Frau Wulff, dass sie bei ihrem Mann nur gute Miene zum bösen Spiel gemacht habe.

Wie interpretieren Sie die teils intimen Details, von denen Anne Romney und Michelle Obama «plauderten»?

Knill: Wiederum geht es um Glaubwürdigkeit. Die Geschichte von Ehemann Barack, der seine Socken überall liegen lässt, unterstreicht: «Mein Mann ist einer von euch!» Dass bei den Romneys früher das Bügelbrett als Esstisch herhalten musste, wirkt bei der reichen Millionärin unglaubwürdig. Die lächerliche Geschichte könnte von einem PR-Berater stammen, der das Image des Ehepaares korrigieren wollte. Denn Romney trat ja nicht nur diese Woche mit seiner unbedachten (und heimlich mitgeschnittenen) Aussage über die Wählerschaft ins Fettnäpfchen, sondern auch schon früher, als er sagte: «Anne fährt mehrere Cadillacs.»

Am 3. Oktober stehen sich Obama und sein Herausforderer zum ersten TV-Duell face to face gegenüber. Wie werden die beiden interagieren?

Knill: Ich schätze mal, Obama, der ja den Bonus des erfahrenen Amtsinhabers hat, wird ruhig und bedacht auf die Fragen seines Kontrahenten eingehen. Romney wird versuchen, die gelernten Techniken gezielt einzusetzen, um Obamas Gleichgewicht zu finden und ihn aus dem Gleichgewicht zu werfen. Doch dieser wird sich nicht destabilisieren lassen. Sie können davon ausgehen, dass für diese wichtigen Debatten bereits intensiv trainiert wird.

Zu welchen Anteilen wird der politische Inhalte beziehungsweise das rhetorische Drumherum das Rennen machen?

Knill: Es gilt das Eisbergprinzip. Der Inhalt aller Reden kann mit der Spitze verglichen werden, die aus dem Wasser ragt. Das ganze Drumherum der Auftritte, das Image der Persönlichkeiten, ist der grosse Teil, der unter Wasser liegt. Er wird ausschlaggebend sein.

HINWEIS

► * Marcus Knill aus Uhwiesen ZH ist Experte für Medienrhetorik. Er führt Medienseminare für Führungskräfte aus Wirtschaft und Politik durch, er coacht und berät verschiedenste Institutionen und analysiert seit Jahren die Auftritte öffentlicher Personen. Internet: www.knill.com ◀