

Überzeugen auf Podien.

Tipps für PolitikerInnen

Stand 8.7.2019

Vorbemerkung: Grau ist alle Theorie

Diese Tipps fassen ein paar grundlegende Tipps für überzeugende Auftritte auf Polit-Podien zusammen. Wie bei allen Auftritt- und Rhetorik-Anleitungen kommt es aber viel weniger auf die einzelnen theoretischen Punkte an. Öffentliches Auftreten in unterschiedlichen Situationen ist ein «Handwerk». Und wie bei jedem Handwerk gilt: Die Übung macht die Meisterin.

Gerne werden Korrekturen und Ergänzungsanregungen entgegengenommen.

Balthasar Glättli, 8.7.2019



Dieses Dokument steht unter der Creative Commons Lizenz «Namensnennung - Nicht-kommerziell - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Schweiz»:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/ch/>

1. Die Überzeugungspyramide

Ein überzeugender Auftritt auf einem Podium baut viel weniger als eine öffentliche Rede auf rhetorischen Figuren und Tricks¹, und viel stärker auf einer guten, auch inhaltlichen Vorbereitung auf. Dazu kommt die Vorbereitung, um diese Inhalte «gut verpackt» zu übermitteln, also griffig, stimmig, mit guten Bildern und packenden Geschichten. Ganz am Schluss gilt es natürlich, die Vorbereitungen auch in der Diskussion zu vermitteln, die Argumente der GegnerInnen zu kontern – und vor allem gekonnt immer wieder auf die eigenen starken Punkte zu verweisen.



2. Inhaltliche Vorbereitung

Die inhaltliche Vorbereitung beginnt, indem man frühzeitig die Argumentarien für die eigenen Positionen liest, beginnend mit den Kurzargumentarien, danach mit den ausführlichen Dokumenten. Bereits hier lohnt es sich, die eigenen Fragen zu notieren, die einem in den Sinn kommen. Ist eine Erklärung unverständlich? Eine Argumentation nicht einleuchtend? Eine Abkürzung unbekannt? Wer genügend früh vor dem Podium entsprechende Rückfragen an das Kampagnensekretariat stellt, wird sicher die passenden Antworten erhalten. Und wer weiss, möglicherweise tragen die Fragen zu einer Verbesserung des Argumentariums bei!

Weil ein Podium aber kein Vortrag ist, bei dem man die meiste Redezeit für sich und die eigene Position hat, lohnt es sich, auch die Argumentarien der Gegenseite gut zu studieren. In den meisten Fällen werden unsere GegnerInnen auf dem

¹ Einige Tipps für klassische Reden und ähnliche Auftritte gibt das Dokument «Rhetorische Tipps und Tricks» von Politbüro/Balthasar Glättli

Podium sich an ihnen orientieren. So kennen wir ihre Argumentation, ihre Stärken und ihre Schwächen. Leuchten uns gewisse Argumente der Gegenseite sehr ein – und finden wir darauf keine überzeugende Antwort in den eigenen Unterlagen – , dann ist es ebenfalls wichtig, unser Kampagnensekretariat zu kontaktieren und um zusätzliches Material oder Argumente zu bitten.

Besonders wichtig ist es, sich auf unangenehme oder schwierige Fragen (sogenannte Nasty Questions) vorzubereiten, welche man voraussehen kann. Jede Position hat natürlich auch ihre Schwächen. Die Nasty Questions unserer GegnerInnen zielen darauf ab. Und die vorbereiteten Antworten können uns eine grosse Hilfe sein, um darauf zu reagieren.

2.1 Argumententest im eigenen Umfeld

Wenn wir uns im Thema einigermaßen sicher fühlen, dann gilt es, die eigenen Erklärungen und Argumente auch zu testen. Manchmal führt eine gute Vorbereitung auch dazu, dass man vergisst, das Publikum dort abzuholen, wo es ist: mit wenig oder gar keinem Vorwissen. Unser eigenes Detailwissen soll uns sicher machen, dass wir auch auf einen gut vorbereiteten Podiumsgegner kompetent reagieren können. Aber ein Podium ist keine Prüfung, bei der man dem Publikum beweisen muss, dass man alle komplizierten Details verstanden hat!

Darum empfehle ich, möglichst früh auch mit dem eigenen Umfeld, Freunden und Familie, über das Thema des Podiums zu sprechen. So findet man automatisch zu einer verständlicheren Sprache. Warum nicht die eigenen Anliegen seinem Kind oder seinem Patenkind erklären? Das hilft einem, die Sache «kinderleicht» zu formulieren – was übrigens eine sehr schwierige Aufgabe ist!

2.2 Zitate und deren Quellen genau kennen

Wenn wir Quellen zitieren, dann müssen wir das korrekt tun. Das Ziel solcher Zitate ist es, sich die Autorität des Urhebers oder der Urheberin zunutze zu machen. Umso wichtiger ist nicht nur ein präzises Zitat, sondern auch eine präzise Angabe, wann eine bestimmte Aussage gemacht wurde oder wo sie steht.

Wenn wir einen Bundesrat aus einer Ratsdebatte zitieren (der Bundesrat ist immer noch eine der am meisten anerkannten Institutionen in der Schweiz), dann sagen wir nicht: «Auch Bundesrat Berset hat erklärt, dass sich die Initiative völkerrechtskonform umsetzen lässt.» sondern «Übrigens hat Bundesrat Berset in der Ratsdebatte am Montag, 13. August 2016 im Nationalrat klar zu Protokoll gegeben, dass die Initiative sich so umsetzen lässt, dass weder die Bilateralen noch die WTO-Verträge verletzt werden.»

2.3 Wenige Zahlen präzise auswendig lernen

Ein besondere Tipp zu Zahlen: jede Diskussion mit zu vielen Zahlen verwirrt die Leute mehr, als dass sie die eigenen Argumente untermauern. Wenn sich Befürworterinnen und Gegner gegenseitig Zahlen an den Kopf werfen, wird das Publikum nur verwirrt. Das kann allenfalls eine Taktik sein, wenn man eine «NEIN»-Parole vertritt und sonst wenig starke Argumente hat... Weil eine Mehrheit im Zweifelsfalle wohl eher konservativ, also NEIN stimmt.

Wer auf einem Vierer- oder Sechserpodium zu zweit oder zu dritt die gleiche Position vertritt, sollte sich unbedingt vorher über alle Zahlen einigen. Bei den Begründungen mag es durchaus unterschiedliche Akzente ertragen, ohne dass sich Mitstreiterinnen und Mitstreiter gegenseitig unglaubwürdig machen. Zahlen dagegen müssen identisch sein von allen.

3. Die Fakten einleuchtend und verständlich «verpacken»

Hat man sich auf der Ebene des Wissens inhaltlich vorbereitet, dann gilt es ebenso gründlich an der Verpackung, also an den Formulierungen zu arbeiten. Was ist die eigene Botschaft, mit welchen Bildern und Beispielen illustrieren wir sie?

Um eine einfache und klare Kernbotschaft einzuüben, finden wir im lauten oder auch leisen (Selbst-)Gespräch kurze und schlagkräftige Formulierungen. Idealerweise nehmen wir uns dafür extra Zeit. Aber wir können dies auch auf dem Velo, im Zug, beim Spazieren entwickeln, indem wir uns immer wieder die konkrete Podiumssituation vorstellen und nach einleuchtenden Formulierungen suchen.

Gelingt es uns, eine Kernbotschaft wirklich eingängig zu formulieren, so notieren wir uns die schlagkräftigen Worte sofort, damit wir sie nicht wieder vergessen. Später üben wir sie durch Wiederholung so oft ein, dass sie nicht mehr «auswendig gelernt» klingen, sondern spontan. Dies ist wie beim Improvisieren im Jazz. Wer gut improvisieren können will, übt einzelne Elemente, einzelne sogenannte «Licks» so gut ein, dass man diese dann wie Worte in einem Satz einfach abrufen und nutzen kann. Genauso geht es uns idealerweise mit den Kernbotschaften.

Wichtig ist es, Schlussfolgerungen und Konsequenzen immer explizit zu formulieren. Wenn wir für ein JA für eine Initiative kämpfen, bringen wir nicht nur ein einleuchtendes, bildhaftes Beispiel dafür, warum es die Initiative braucht, sondern wir schliessen mit der ausdrücklichen Schlussfolgerung «Darum müssen Sie JA stimmen zur XY Initiative».

3.1 Wie sieht eine gute Kernbotschaft konkret aus?

Eine gute Kernbotschaft holt die Leute dort ab, wo sie eigentlich schon sind. Sie

sollte konkret sein, und die Aussage klar und einfach. Nehmen wir als Beispiel drei Möglichkeiten für eine positive Botschaft zur Fair-Food-Initiative.

Beispiel 1: «Nur fair produzierte Lebensmittel sind nachhaltig.» Diese Botschaft ist zwar knapp, aber sie ist sehr abstrakt und kompliziert. Und sie stellt nur etwas fest, sie sagt aber nicht, was die Forderung ist.

Beispiel 2: «Mein, Dein, unser Essen verändert die Welt!» Diese Botschaft ist ebenfalls kurz, sie ist aber emotionaler. Allerdings sagt sie immer noch nicht, was die Initiative will. Zudem weckt sie Weltrettungs-Erwartungen.

Beispiel 3: «Die Initiative verlangt, was selbstverständlich sein müsste: eine minimale Fairness gegenüber Mensch, Tier und Natur bei der Herstellung von Lebensmitteln.» Hier wird der Link zur Initiative gemacht. Die Forderung wird explizit verankert als «selbstverständlich», und sie ist einfach und klar formuliert.

3.2 Wo immer möglich mit Bildern arbeiten, Zahlen illustrieren

Wenn wir zur Einführung eines Podiums unsere Position kurz samt Unterstützung einer PowerPoint-Präsentation darstellen dürfen, dann arbeiten wir für die Einstimmung mit Bildern, nicht mit vielen Worten. Erstens lenken dicht beschriebene Folien von uns und von dem ab, was wir sagen. Und zweitens haben Bilder die Kraft, in unserem Publikum Stimmungen hervorzurufen, welche unsere Anliegen weit stärker unterstützen als Zahlen oder Worte.

Auch während des Podiums sollten wir versuchen, mit Worten Bilder hervorzurufen. Idealerweise unterstützen wir dies, indem wir das Publikum explizit auffordern, sich Bilder vorzustellen. Wir sagen zum Beispiel nicht einfach: «Es ist ein Skandal, dass heute Kinder auf unserer Welt an den Folgen von Mangelernährung, obwohl es genügend Nahrung gibt.» sondern: «Stellen Sie sich vor: (Pause) Heute sind, wie jeden Tag, auf der Welt 8000 Kinder gestorben an den Folgen von Mangelernährung. Und das, obwohl es genug Nahrung gibt. Ein Skandal. Stellen sie sich vor: (Pause) Ihr Kind würde so an Mangelernährung oder Hunger sterben. Obwohl es auf der Welt Berge von überschüssiger Nahrung gibt.»

Ein konkretes Beispiel für eine solche Umsetzung ist die Intervention der demokratischen Präsidentschaftskandidatin Kamala Harris in der ersten Debattenrunde der Demokraten im Juli 2019.² Um zu illustrieren, wie problematisch ein hoher Selbstbehalt ist, schilderte sie eine eindrückliche Szene, wie Eltern eines Babys mit Fieber den Rat des Notfalltelefons befolgen, zum Spital fahren, und sich dann überlegen, mit der Hand auf der fiebrigen Stirn des Kindes: Wenn sie ins Spital hinein gehen, kostet sie das auf jeden Fall 5000 Dollar.

² Vgl. dazu die Debatte <https://youtu.be/cX7hni-zGD8?t=1804> resp. <https://www.rev.com/>

Die wenigen Zahlen, die wir brauchen, illustrieren wir idealerweise immer mit einer klaren bildlichen Übersetzung: Statt 100 Quadratkilometer sagen wir «Eine Fläche fast so gross wie der Vierwaldstättersee». Anzahl Personen vergleichen wir mit EinwohnerInnen von Städten etc.

Gute Bilder gewinnen mit der Zeit ein Eigenleben. Ein Beispiel: das Argument der Zersiedelungs-Gegner, dass alle drei Stunden ein Fussballfeld überbaut wird.

4. In der Debatte auf dem Podium rhetorisch überzeugen

Die wichtigste Grundregel in jeder Debatte ist: die Diskussion solle möglichst lange auf einem Feld sein, ein Thema behandeln, das für Dich positiv ist und wo Du die einleuchtenderen Argumente hast.

Faktisch ist es schwierig oder gar unmöglich, Menschen mit einem einzelnen Podium von einer anderen Haltung zu überzeugen, als sie sie bereits haben. Werthaltungen und Überzeugungen von Menschen sind gefestigt und stark. Nicht einmal eine grosse und teure Kampagne kann sie ändern.

4.1 Sprich so über Dein Anliegen, dass es selbstverständlich ist

Die Kunst liegt also darin, das eigene Anliegen so zu positionieren, dass es mit einer bestehenden Überzeugung einer Mehrheit der Menschen gut zusammenpasst. Der Kern der Auseinandersetzung in einer politischen Kampagne und auch auf jedem einzelnen Podium ist es also, zu definieren, um was es geht. Wenn es uns gelingt, die Frage, um die es geht, so zu stellen, dass eine klare Mehrheit die gleiche Überzeugung hat wie wir, dann haben wir gewonnen.

Konkretes Beispiel bei der Fair-Food-Initiative, das zeigt, dass sowohl die Ja- wie die Nein-Seite sich auf klare Überzeugungen einer Mehrheit abstützen können.

- Eine klare Mehrheit findet sicher, es ist gut, eine grössere Auswahl an fairen, ökologischen und regional produzierten Lebensmitteln zu haben.
- Umgekehrt findet wohl auch eine klare Mehrheit, dass es schlecht ist, den Menschen vom Staat her vorzuschreiben, was sie essen müssen.

Das Abstimmungsresultat wird sich – sehr vereinfacht gesagt – darüber entscheiden, ob mehr Leute das Gefühl haben, die Initiative wolle ein grösseres Angebot an fairen etc. Lebensmitteln oder ob mehr Stimmberechtigte das Gefühl haben, es gehe um ein staatliches Essverbot.

4.2 Das Gespräch lenken (Touch, Turn, Talk)

Rhetorisch müssen wir immer wieder versuchen, das Gespräch zurückzulenken auf jene Themenfelder und Fragen, bei denen wir im Vorteil sind. Nutze darum

auch Fragen und Angriffe, um wieder über das zu sprechen, was für Dich gut und wichtig ist. Eine bewährte Rhetorikregel dazu heisst «Touch, Turn, Talk»:

- Touch = kurz auf die Frage eingehen. Wer diesen Punkt auslöst, muss sich vorwerfen lassen, nicht auf die Frage geantwortet zu haben
- Turn = Lenke das Gespräch auf ein Feld, in dem man stark ist
- Talk = sprich so lang wie möglich klar, in Bildern, verständlich von Deiner Position.

5. Souveränität wirkt

Einige Überlegungen helfen uns, souveräner aufzutreten. Wir sollten uns vor jedem Podium überlegen, was unsere eigene Rolle ist. Wer bin ich und was ist mein konkretes Kommunikationsziel? Das gleiche gilt je auch für Gegner, Moderation und Publikum: Was ist je ihre Rolle, was ist ihr Ziel, wo sind ihre Risiken, was für einen Hintergrund haben sie?

Gerade wenn wir uns auch genau überlegen, welchen Hintergrund und welches Vorwissen das Publikum hat, gibt uns das die Möglichkeit, allenfalls unsere Argumente auch noch speziell anzupassen.

6. Wie bereite ich mich ganz konkret vor

Arbeite Deine Unterlagen in Kärtchen (Postkartengrösse) ein. Dies zwingt uns, zu verdichten, auszuwählen, zu verwesentlichen. Und wenn wir genügend Zeit für die Erstellung unseres Kartensatzes verwenden, dann brauchen wir am Schluss die Karten gar nicht mehr wirklich... Tipp für alle, die lieber nicht handschriftlich, sondern mit dem Computer solche Kärtchen erstellen: es gibt mikroperforierte A4 Blätter, die dann je 4 Postkarten ergeben. Sie sind für alle Drucker geeignet. Ein Beispiel ist Avery/Zweckform C32252 mit 25 A4 Blättern (ergibt 100 Postkarten 170g matt).

Nimm die offiziellen Wahlunterlagen (Bundesbüchlein, kantonale Wahlunterlagen etc.) mit. So hat man immer den Verfassungs-/Gesetzestext, um den es geht, zur Hand. Ebenso die Kurzargumente. Und schliesslich kann man das Bundesbüchlein auch als Autorität nutzen. Wenn wir einen Vorwurf kontern können, indem wir das Bundesbüchlein in die Hand nehmen, es hochhalten, und sagen «Hier, im Bundesbüchlein auf Seite 17 sagt der Bundesrat ganz klar, dass xyz.», dann ist dies ein sehr starker Moment.

Nimm Werbeunterlagen zum Podium mit (Flyer etc). Diese Unterlagen können dann auf dem Heimweg die Leute in dem bestätigen, was sie gehört haben.

Informiere Dich rechtzeitig über das genaue Format. Wer ist dabei? Wer moderiert? Muss man sich selbst vorstellen, oder gibt es eine Vorstellung? Gibt es

eine Einführungsrunde (mit/ohne Präsentation), gibt es ein Schlusswort – und wie lang sind diese Elemente? Wird der Moderator sehr aktiv moderieren und immer das Wort erteilen, oder läuft die Diskussion frei? Wie lange dauert der Publikumsteil? Gibt es nach dem Publikumsteil nochmals eine Gelegenheit für ein Schlusswort oder nicht? Spricht man mit Mikrofonen oder muss man laut in den Saal sprechen? Hat es für jede Person ein Mikrofon oder nicht?

Eine vertraute Begleitperson mitnehmen. Dies hilft gegen die Nervosität, ermöglicht uns ein ehrliches Feedback zu erhalten und wir können während des Podiums immer wieder direkt zu dieser Person sprechen, sie anschauen – und das Publikum wird es schätzen, dass wir uns so direkt an die Menschen im Saal wenden.

Eine Uhr, Stift und Notizpapier mitnehmen. Wer keine Uhr trägt, sollte eine mitnehmen – idealerweise nicht das Mobiltelefon. Und diese Uhr neben sich auf den Tisch legen. So wissen wir jederzeit, in welchem Abschnitt des Podiums wir sind. Stift und Notizpapier helfen uns, spontane Reaktionen festzuhalten und dann darauf zurückzugreifen, wenn wir wieder das Wort haben. Auch Publikumsfragen halten wir so – idealerweise mit Namen des Fragestellers – fest, und sprechen die Menschen dann auch mit ihrem Namen wieder an.

Rechtzeitig die Reise heraussuchen, nicht zu knapp ankommen. Wer auf den letzten Drücker für ein Podium anreist, ist selbst unnötig nervös, und hat auch nicht die Möglichkeit, sich emotional noch an die Situation anzupassen.

7. Ehrliche Nachbereitung ist auch ein Teil der Vorbereitung

Von unserer Begleitperson sollten wir uns ein echtes Feedback mit konstruktiver aber ehrlicher Kritik einfordern. Je nachdem gibt einem auch die Moderationsperson oder einzelne Menschen aus dem Publikum, mit denen wir möglicherweise nach dem Podium noch ungezwungen sprechen, ebenfalls wertvolle Feedbacks. Woran erinnern sie sich überhaupt noch? Was ist hängengeblieben von unseren Bildern? Wo haben wir überzeugt und wo nicht?

Schliesslich gilt es auch, selbstkritisch sich zu fragen, wo eine bessere Vorbereitung einem geholfen hätte.

Womit wir bereits beim Wichtigsten angelangt sind, um den nächsten Podiumsauftritt noch überzeugender zu gestalten!

Material / Kurs

Zu diesem Text gibt es eine Powerpoint-Präsentation, die bei Bedarf angefordert werden kann. Gerne steht Balthasar Glättli auf Anfrage auch für Kurse zur Verfügung.