

Kurz-Transkript

Vortrag: **Wähl mich!**
Wie Menschen für dich stimmen

Make the audience care

Wer von euch - wer von Ihnen wird - morgens wach und sagt: Heute inszeniere ich mich mal richtig gut selbst?

Körperliche Erfahrung

Stehen Sie mal auf, damit wir Sie gesehen haben?

Sehen Sie... da könnte ich fragen: Wer von Ihnen läuft manchmal nachts nackt durch den Park, da würden wahrscheinlich mehr aufstehen.
Sie dürfen gerne sitzenbleiben.

Schwellensatz

In den nächsten 18 Minuten möchte ich mit Ihnen darüber reden, wie sich Politiker inszenieren. Aber vor allem möchte ich Wege zeigen, wie Sie die tägliche Wahl, die Sie haben, meistern können.

Denn eines ist doch klar:

Zielsatz Menschen stimmen für Sie oder gegen Sie.

Im beruflichen Umfeld sind es Kunden, Führungskräfte, Mitarbeiter, Kollegen, Menschen um Sie herum. Im privaten Umfeld vielleicht Ihre Familie.

Make the audience care

Wer ist heute mit seinem Sozialintensivpartner da?

Der hat Sie ja mal irgendwann gewählt.

Fragen Sie ihn mal auf der Heimfahrt, ob er Sie noch einmal wählen würde. ...

Sie können das sehr selbstbewusst fragen. Denn es gibt den sogenannten *Incumbency Advantage*. **Logos / erster Kompetenzbeweis** Das ist der Bonus des Amtsinhabers...

Aus der Einführung kommend – jetzt Präsentation

Standpunkt (Schritt 2): Wahlentscheidungen sind nie rational, nie faktenorientiert, nie sachorientiert. Wahlentscheidungen sind immer emotional.

Und das wissen wir nicht erst seit Trump.

Einstieg erst Pathos, später Logos Reihe (Schritt 2)

2002 durfte ich eine der beiden großen Parteien begleiten, eine der beiden großen Volksparteien. Sie erinnern sich: Stoiber gegen Schröder.

Und da gab es drei Wochen vor der Wahl eine ganz spannende Umfrage **(Reihe)**. Man hat die rationalen Wähler in unserem Land gefragt: Was glauben Sie. Welche Partei kann die Herausforderungen in diesem Land am besten lösen? CDU/CSU oder SPD? ...

Dann kam Frage Nummer zwei...

Dann kam die dritte Frage **(Ende Reihe)**, die sogenannte Kanzlerfrage. Angenommen Sie könnten den Kanzler direkt wählen, wen würden Sie wählen? Stoiber oder Schröder? Und die Mehrheit sagte: Ist doch ganz klar... den Schröder.

Schlussfolgerung (Schritt 4) und Zielsatz (Schritt 5):

Wahlentscheidungen sind immer Emotionsentscheidungen.

Einleitung (Schritt 1):

Und das führt uns in das Feld der Inszenierung.

Standpunkt (Schritt 2):

Denn in der Inszenierung wird natürlich mit Emotionen gespielt.

Beispiel (Schritt 3)

Ich habe Ihnen eine Zahl mitgebracht, die sich jetzt gleich hier auf dieser Leinwand inszenieren wird...

ZUSCHAUER-ABFRAGE BIS AUFLÖSUNG

Es ist natürlich eine Milliarde.

Schlussfolgerung (Schritt 4): Und genau darum geht es bei der Selbstinszenierung. Es geht darum, die richtigen Punkte zu setzen, so dass Menschen sofort wissen... Ach guck' mal...

Zielsatz (Schritt 5): Es geht darum, die richtigen Punkte zu setzen.

Einleitung (Schritt 1): Denn eines ist klar: Das was wir wahrnehmen schafft Wahrheit. Wahrnehmung schafft Wahrheit. Und aufgrund dieser Wahrheit bilden wir uns unsere Meinung.

Und wenn es um Wahrnehmung geht, da schauen die Wahlkampfstrategen den Wählern ganz tief in die Augen und machen sich eine Sache immer wieder bewusst...

PUBLIKUMSINTERAKTION

Standpunkt (Schritt 2): Machen Sie sich bewusst, dass die Person, die Sie da gerade eben gesehen haben, im Grunde genommen ziemlich beschränkt ist.

PUBLIKUMSINTERAKTION

Argumentation (Schritt 3) Logos/Studie: Aus der Forschung wissen wir: Wir kriegen pro Sekunde 11.000.000 Bit an Informationen... 11 Millionen. Wir können aber nur 7-40 tatsächlich wahrnehmen...

...Filter, die dafür sorgen, dass wir nur einen Teil wahrnehmen.

Schlussfolgerung (Schritt 4): So gesehen sind wir sehr eingeschränkt, sehr beschränkt, was unsere Wahrnehmung angeht.

Einführung (Schritt 1):

Und jetzt kommt etwas sehr Wichtiges: Das Bisschen, was ankommt, löst auch noch sogenannte Frames aus...

Standpunkt (Schritt 2): Was immer wir an Informationen bekommen, löst andere Bedeutungsrahmen aus, andere Neuro-Verknüpfungen, Assoziationen könnte man auch sagen. Und die sorgen dafür, dass wir auf unbewusster Ebene Entscheidungen treffen.

Beispiel Schritt 3 Logos: Ich gebe Ihnen ein Beispiel.

In einer Studie...

JENNIFER, GUDRUN

Schlussfolgerung I:

Einzig und allein durch das Besetzen des Wörtchens Gudrun wurde eine Entscheidung...

Beispiel 2 Schritt 3 Logos / Pathos: In der Politik ist es manchmal nur ein Wort, nur ein Satz, der wahlentscheidend ist.

Ich gebe Ihnen ein Beispiel.

Aktuell Thorsten Albig... Der ehemalige Ministerpräsident in Schleswig Holstein hat in dem sehr angesehenen Nachrichtenmagazin Bunte ein Interview gegeben...

Schlussfolgerung (Schritt 4):

Wenige Tage später sackten die Umfragewerte von Thorsten Albig in den Keller...

... und wissen Sie, wie die heißt? Bärbel Boy. Und auch das löst wieder Frames aus. Zielsatz **(Schritt 5)** Wir können uns nicht dagegen wehren.

Und manch' einer wird jetzt sagen. Naja, **(Wiederholung Zielsatz)** Wahrnehmung und Frames sind wahlentscheidend.

Einleitung (Schritt 1): Aber war das jetzt wirklich so beim Thorsten Albig? **Standpunkt (Schritt 2):** Nein, natürlich nicht - nur, nicht nur.

Beispiel Logos (Schritt 3): Aber wenn Sie überlegen – aktuelle Zahlen NRW Landtagswahlen: 18 Prozent der Wähler hat erst drei Tage vor der Landtagswahl entschieden, wen sie überhaupt wählen würden. 15 Prozent der Wähler...

Schlussfolgerung (Schritt 4): Da ist doch klar, dass solche Bilder bei der Entscheidung durch den Kopf schießen.

Wir kommen gleich noch einmal zu einem ganz krassen Beispiel.

Einführung/ Präsentation Standpunkt (Schritt 1 und 2): Wenn ich mit Menschen arbeite oder für die Medien Politiker analysieren darf, dann...

...Und dieses erste K steht für Kongruenz. Kongruenz für Stimmigkeit... Das lässt sich schwer in Worte fassen.

Beispiel Pathos/Logos (Schritt 3):

Ich gebe Ihnen ein Beispiel. Bei der letzten Bundestagswahl wollte Peer Steinbrück gegen Angela Merkel antreten und es gab eine große Kampagne der SPD...

Schlussfolgerung (Schritt 4):

Menschen machen keine Strichliste. Menschen zählen nicht mit. Aber Menschen haben ein Gespür, ob das, was draußen dran steht und durch Sprache erlebbar wird, ob das tatsächlich kongruent ist.

Zielsatz-Kaskade (Schritt 5):

Menschen wählen Politiker, die kongruent sind.

Menschen mögen andere Menschen, die kongruent sind.

Mitarbeiter lieben kongruente Chefs.

Kinder liebe kongruente Eltern.

Und nichts wirkt kraftvoller als ein kongruentes „Ich liebe dich“.

Einführung (Schritt 1):

Und ich möchte den Kreis noch einmal schließen mit dem sogenannten Frames.

Denn all’ das was inszeniert wird, löst natürlich Bilder aus.

Standpunkt (Schritt 2): Politik ist ein sehr kompliziertes Geschäft und es wird reduziert in Bilder, in kraftvolle Bilder. Und manchmal auch nur in Metaphern. Es gibt keinen Politiker, der keine Metaphern verwendet.

Beispiel Studie Logos (Schritt 3):

Und es gibt eine Studie, die habe ich Ihnen...

PRÄSENTATION STUDIE

Schlussfolgerung (Schritt 4):

Und wenn wir das wissen, dann dürfen wir uns durchaus mal fragen, was da in der Politik so alles passiert. Was macht ein...

REIHE:

Alexander Gauland

Marine Le Pen

Stephan Mayer

Zielsatz (Schritt 5): Was passiert da in den Köpfen der Wähler, ohne dass sie es merken.

Apropos Diktatur. **(Einführung Pathos persönliche Story)**

Mein Vater kommt aus Südamerika, aus Chile und der Bruder meines Vaters sagte mal zu mir, als ich noch ein ganz kleines Kind war...

...Tango-Tänzer oder Diktator?

...

Standpunkt (Schritt 2)

Und wenn man mal die Metapher nimmt... Tangotänzer und Diktator... und dann in die Welt schaut... damit meine ich nach Frankreich, Ungarn, Amerika... da gibt es im Grunde genommen zwei verschiedene Arten, wie man sich inszenieren kann. Nicht nur in der Politik, sondern auch da, wo wir Politik machen - in Unternehmen oder Familien.

Dialektischer Ansatz pro & contra (Schritt 3):

Die eine Art sehen Sie hier.

(Contra) Schauen Sie mal hier hin.

Nie den Standpunkt verlassen.

Achten Sie mal auf den Händedruck.

Ganz fest.

Das Drehen der Hand schwächt den Gegner...

(Pro)

Und dann gibt es so die andere Art der Politik...

Und wenn Sie sich dieses Bild anschauen...

Schlussfolgerung (Schritt 4):

Beide Bilder sind auf ihre Art und Weise kongruent.

Beide Kandidaten setzen Punkte, sorgen für Klarheit...

Zielsatz (Schritt 5): Wenn es nach mir geht, dann hätte

ich gerne ein bisschen mehr Tänzchen.

Conclusio Gesamt Vortrag

Vertiefung Zielsatz: Wahrnehmung und Frames sind wahlentscheidend.

Das ist die Botschaft meines kurzen Vortrags.

Und wenn uns mal bewusst ist, dass wir in der Wahrnehmung ein bisschen eingeschränkt sind... dass da viele Frames aktiviert werden, von denen wir nicht einmal wissen, dass sie aktiviert worden sind, **(Cta I – wird später verstärkt)** dann dürfen wir das gerne mal hinterfragen.

Denn eines ist klar: **Zielsatz (wird später wiederholt)**
Nicht alles, was wir wahrnehmen, ist tatsächlich wahr.

Klammergedanke:

Es gibt viele hässliche Jennifers

Und ja, es gibt viele wunderschöne Gudruns.

...

Was möchte ich Ihnen gerne zurufen an diesem Abend...

(Future Pace / Call to action): ...wenn wir das sehen, was wir in den Medien sehen und all' das wissen, was wir heute hier an Gedanken getankt haben, dann dürfen wir uns durchaus bewusst machen...

Zielsatz: ... es ist nicht immer alles wahr, was wir wahrnehmen und wir dürfen unser eigenes Denken hinterfragen.

(Future Pace / Call to action): Wenn wir diese Dinge sehen und das Gefühl haben, irgendetwas ist nicht richtig, dann ist es nicht nur unser Recht, dann ist es unsere Pflicht aufzustehen und unser Denken zu hinterfragen.

Wenn Sie diesen Gedanken mit mir teilen, danke ich Ihnen ganz herzlich dafür. Bedenken Sie:

(Zielsatz) Wir haben immer eine Wahl!