



# PREDIGT-TIPPS

## Predigt –Tipp 3: Wortbilder I

Februar 2008

*"Eine Predigt ist kein Bild auf der Wand zum Anschauen und Bewundern. Eine Predigt ist auch kein Fenster, das wir sowieso nicht erreichen können. Eine Predigt ist eine Tür, die einen Weg öffnet, der uns als Christen neue Schritte des Wachstums und Dienstes tun lässt. Und das alles zur Ehre Gottes."* –  
**Warren Wiersbe**

Es ist schon öfter gesagt worden: *"Ein Bild sagt mehr als tausend Worte!"* Das obige Wortbild von Pastor Warren Wiersbe ist ein Beispiel der Wahrheit dieses Spruchs. Beim Predigen heutzutage würde fast jeder gut daran tun, öfter effektive Bilder einzusetzen. In fast jeder Situation können Wortbilder die Wirkung der Aussage vervielfachen. Solche Wortbilder sind Kommunikationswerkzeuge, die eine Geschichte oder ein Objekt nutzen, um sowohl den Intellekt als auch die Emotionen eines Menschen anzusprechen. Dadurch bewirken sie das Erleben und nicht nur das Hören der Worte. Warum sind Wortbilder ein "muss" für jeden im Verkündigungsdienst?

### Fünf Gründe für die Effektivität von Wortbildern

#### 1. Wortbilder sind von den größten Rednern der Welt angewandt worden

Cicero ist als der berühmteste Redner des Römischen Reichs bekannt. Er glaubte, dass Wortbilder "Lichter" sind, die die Wahrheit beleuchten. Seinen Schülern sagte er: *"Je wichtiger die Nachricht ist, desto heller müssen die Lichter sein."*

Tausend Jahre früher, im Alten Testament, wählte der Prophet Nathan eine Erzählung, die auf Davids Erfahrung als Hirte und Beschützer seiner Leute anspielte. Indem er diese Geschichte wählte, traf Nathan direkt das Herz des Königs.

Winston Churchill und Martin Luther King gehören zu der Gruppe der bekanntesten Rednern des zwanzigsten Jahrhunderts, die regelmäßig und effektive Wortbilder benutzt haben.

In England waren es die mit Wortbildern gespickten Reden, die den Kampfgeist der Bewohner entfachten. Nach der demütigenden Niederlage in Dünkirchen sprach Churchill in einer Radioansprache diese Worte:

*"Mussolini ist ein geschlagener Schakal, der, um seine eigene Haut zu retten, Italien zum Vasallenstaat von Hitlers Reich gemacht hat. Heute tollt er an der Seite des deutschen Tigers umher ... Es wird ihm nicht gut bekommen. Diktatoren mögen bei den Tigern ein und aus gehen, aber sie sollten sich nicht täuschen lassen. Auch die Tiger werden hungrig."*

In einer seiner typischen, mit Wortbildern gepackten Botschaften, forderte Martin Luther King eine zerrissene Gesellschaft heraus: *„Lasst uns nicht versuchen unseren Durst nach Freiheit zu stillen, indem wir aus dem Becher der Bitterkeit und des Hasses trinken.“*

Von all den großen Rednern der Geschichte setzt sich Jesus Christus als einzigartig ab; er ist in allem unser großes Vorbild. Der häufige Gebrauch von Metaphern und Wortbildern war die von Jesus bevorzugte Methode, um andere zu lehren, herauszufordern und zu motivieren. Als er über Liebe sprach, bediente Jesus sich des Wortbilds vom barmherzigen Samariter. Um seine Jünger zu ermutigen, erzählte er ihnen, dass in seines Vaters Haus für jeden Platz ist. Und um den vergebenden Vater zu beschreiben, erzählte er ihnen die Geschichte vom verlorenen Sohn.

Die Juden jener Zeit sahen zwar Gottes Schöpfung, waren aber blind für die Lehren, die sie vermittelt. Sie dachten nicht an Gottes Wort, wenn sie die Saat ausstreuten. Sie assoziierten nicht den Wind mit der neuen Geburt, noch das winzige Senfkorn mit dem Glauben. Aber Jesus tat es. Weil sie blind geworden waren gegenüber der Botschaft Gottes in der Welt um sich herum, hörten sie auch nicht mehr die Botschaft der Bibel, wenn sie gelesen wurde. In seinem Lehren verband Jesus die Wahrheit, die man um sich herum in der Schöpfung sehen kann, mit der Wahrheit, die man vor sich in der Schrift sieht. Auf diese Weise öffnete Jesus die Augen und Ohren seiner Zuhörer und durchdrang ihre gefühllosen Herzen. Der Ablauf von der Predigt zur Rettung ist klar: höre – sehe – verstehe – kehre um – dir sei vergeben!

*"Gott denkt metaphorisch. Die Bibel ist voll von bemerkenswerten Metaphern, aber sie sind uns zu vertraut geworden, um ihre Intensität und Lebendigkeit noch in ihrer Fülle wahrzunehmen."*

- **Luci Shaw**

Im Folgenden ein weiterer Punkt, der erklärt, warum der Gebrauch von Wortbildern bei Reden bzw. Predigten so effektiv ist.

## **2. Wortbilder ergreifen und lenken die Aufmerksamkeit.**

Studien haben gezeigt, dass unser Gehirn, wenn wir ein Wortbild hören, schneller arbeitet und viel mehr Energie freisetzt, als wenn wir übliche Worte hören oder lesen. (Testen Sie dies, indem Sie eine Seite aus ihrem Lieblingsroman und danach eine Seite aus einem Lexikon lesen. Sie werden feststellen, dass Sie die Novelle viel schneller lesen.) Große Redner erkennen, dass ihnen ein Wortbild von dem Moment an, in dem sie zu sprechen beginnen, einen Vorteil verschaffen kann. Müde Zuhörer werden aufge- weckt, wann immer ein Prediger eine passende Illustration gebraucht. Werbefachleute wissen, dass sie nur einige Sekunden haben, um ihr Verkaufsangebot darzustellen, und so verpacken Sie die Slogans des Unternehmens in knappe Wortbilder, um sicherzugehen, dass ihre Nachricht den Werbeblock überlebt. Z. B., schon die neue Ariel(Waschmittel) –Werbung gesehen? Eine "verzauberte" Kakaoflasche bekleckert einen Schlafanzug. Der kleine Junge freut sich bereits am nächsten Abend über seinen magisch sauberen Schlafanzug - einfach so wurde der Schmutz weggezaubert. Waschmittelwerbung vermittelt sehr oft den Eindruck von magischer Reinheit.

*Das Leben ist voll von Widersprüchen, Paradoxen und Unklarheiten. Darum müssen wir erkennen, dass ein intellektueller und analytischer Predigtstil nie die Bedürfnisse unserer Zuhörer erfüllen kann. Gerade deswegen sind Metaphern so wichtig. Wenn wir uns mit abstrakten Gedanken beschäftigen, fühlen sich Menschen isoliert. Dennoch, wenn wir Bilder malen, fühlen sie sich zu Hause, denn sie können sich selbst in diesen Bildern erkennen. –*  
**Warren Wiersbe**

Oder ein älteres Ehepaar sitzt mit einem gedeckten Tisch und den Füßen im Meer und genießt den Lebensabend. Das sind sehr einprägsame Bilder und Stimmungen. Hat man die richtige Versicherung kann nichts mehr schief gehen.

Wer könnte folgende Werbesprüche vergessen?

*"Man gönnt sich ja sonst nichts"*

*"Weil ich es mir wert bin" (L'Oreal)*

*"Ich will so bleiben wie ich bin"- ('Du darfst')*

*"Nichts ist unmöglich" (Toyota)*

*Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso.*

*"Nicht immer, aber immer öfter"*

*Ritter Sport: quadratisch, praktisch, gut.*

*"Alles Müller oder was?"*

*"Wir geben Ihrer Zukunft ein Zuhause" (LBS)*

*"Geht nicht, gibt's nicht"*

Kurz gefasst: Die Reaktion auf eine Geschichte oder Bilder ist mit dem Eintauchen eines Autos in dichten Nebel zu vergleichen. Plötzlich ist man dann vollkommen wach und versucht etwas zu erkennen. Was wird als nächstes vor einem auftauchen? Die Augen konzentrieren sich auf die weißen oder gelben Linien direkt vor dem Auto. Das Gehirn ist konzentriert und nicht bereit sich zu entspannen, bis der Nebel wieder verschwunden ist. Ganz ähnlich produziert auch ein emotionales Bild einen "Nebel" in den Gedanken des Zuhörers. Das zwingt ihn zum Nachdenken, zu Vermutungen, was als nächstes kommt. Und wenn der "Nebel" schwindet, bleibt dem Zuhörer ein klareres Verständnis dessen, was der Redner zu erklären versucht hat.

Teile dieses Textes entnommen/überarbeitet mit Erlaubnis aus *"The Language of Love"*, Smalley und Trent, Focus on the Family Verlag, 1988. Alle Rechte vorbehalten.