

Argumentieren: Achtung Framing-Falle!

Eine politische Debatte gewinnt nicht unbedingt, wer die besseren Argumente hat. Es gewinnt vor allem, wer Deutungshoheit erlangt. Selbst absurde Positionen können überzeugend wirken, wenn sie sich gut in eine weit verbreitete Erzählung einfügen.

Inhalt

1. Was sind Frames und wie funktionieren sie
2. Frames in der Umweltdebatte
3. Framing im Abstimmungskampf zum Klimaschutz-Gesetz
4. Strategien gegen übermächtige Frames

1. Was sind Frames und wie funktionieren sie

Hilfreich ist hier der [Begriff des Framings](#) aus den Sozial- und Sprachwissenschaften. (Eine gute, 56-minütige Einführung in das Thema der deutschen Linguistin Elisabeth Wehling findet sich [hier auf Youtube](#); ebenso von Wehling das gut lesbare Buch [Politisches Framing – hier ein Auszug aus dem Buch](#) als Gratis-PDF.)

Ein Frame (vgl. Rahmen) ist eine kleine Geschichte (wenn von «Narrativen» die Rede ist, ist ungefähr dasselbe gemeint). Ein Frame setzt einen Deutungsrahmen, innerhalb dessen eine Debatte stattfindet. Ein Frame lenkt die Aufmerksamkeit wie der Sucher einer Fotokamera auf einen Ausschnitt der Realität – und blendet aus, was ausserhalb liegt. Frames entstehen durch die Nutzung gemeinsamer sprachlicher Bilder.

Sprache funktioniert sehr assoziativ: Gewisse Begriffe assoziieren wir (unbewusst) mit gewissen anderen Begriffen; viele miteinander assoziierte Begriffe bilden ein so genanntes semantisches Feld. **Frames funktionieren, indem sie semantische Felder aktivieren. Sie funktionieren assoziativ, nicht logisch-kausal.**

Ein Beispiel aus dem Buch von Wehling: Wenn man Proband:innen den Satz vorliest «Vater schlägt den Nagel», sind sie danach überzeugt, das Wort «Hammer» gehört zu haben. Die Wörter «schlagen» und «Nagel» gehören zum semantischen Feld. Ein Wort wie «Hammer», das zum selben semantischen Feld gehört, denkt man automatisch mit, auch wenn man es gar nicht wirklich hört. Auf diese Weise kann man mit einem

oder wenigen Begriffen zahlreiche andere Begriffe in den Köpfen seiner Zuhörer:innen aktivieren – oder eben eine kleine Geschichte, einen Frame, ein Narrativ.

Ein Beispiel aus den Medien: Als 2015 sehr viele Menschen vor allem aus Syrien nach Europa flüchteten, war in fast allen Medienbeiträgen von einer «Flüchtlingswelle» die Rede (Varianten waren «Flüchtlingsflut», sogar «Flüchtlingslawine» und «Tsunami»). Das dazu passende Verb war das «strömen». In dieser Bildwelt drückt sich ein Frame (oder Narrativ) aus: *Flucht ist eine Naturgewalt*. **Dieser Frame impliziert auch schon, was zu tun ist:** Gegen Fluten baut man Dämme und «schottet sich ab» (eine Redewendung aus der Schifffahrt). Ausgeblendet wird die Möglichkeit, etwas gegen Fluchtursachen (für die man vielleicht sogar Mitverantwortung trägt) zu tun – so wie man sich gegen die Naturgewalt Regen mit einem Regenschirm schützen kann, es aber sinnlos ist, etwas gegen den Regen unternehmen zu wollen. Ausgeblendet wird auch, dass nicht Wassermassen zu uns kommen, sondern Menschen mit individuellen Geschichten.

Frames sind oft unbewusst, aber man kann sie sehr bewusst einsetzen. Vielen dürfte gar nicht bewusst sein, dass «Flüchtlingswelle» eine Metapher (ein übertragenes Bild) aus der Natur ist.

Darum ist es wichtig, welche Begriffe man verwendet. Wenn ich sage: «Es braucht weitreichende Massnahmen», ist das inhaltlich etwa dasselbe wie wenn ich sage: «Es braucht einschneidende Massnahmen». Aber das Wort «einschneidend» aktiviert das semantische Feld von *Schneiden – Messer – Schmerz* usw., was der Begriff «weitreichend» nicht tut. Wenn ich dann sage, es brauche «einschneidende Massnahmen», um die Klimakrise zu bewältigen, passt das perfekt in einen weit verbreiteten Frame: *Umweltschutz tut weh*. Und Achtung: Sogar wenn ich sage «Klimapolitik muss nicht weh tun», hört mein Gegenüber die Wörter «Klimapolitik» und «weh tun» im selben Satz. Deren Verbindung wird aktiviert – trotz der Verneinung. Das geschieht nicht, wenn ich beispielsweise sage: «Klimapolitik kann lustvoll sein».

Die Falle, die ein wirkungsvolles Framing stellt, besteht darin, dass man einen **Frame des Gegners bestärkt, auch wenn man ihm widerspricht**. Wenn jemand von einem «Flüchtlings-Tsunami» spricht (wie es 2015 die italienische Regierung tat) und ich entgegne, die Flüchtlingswelle sei gar nicht so gross, so widerspreche ich innerhalb des Frames *Flucht ist eine Naturgewalt*. Würde ich dagegen Geschichten von flüchtenden Menschen und ihren Fluchtgründen erzählen, würde ich den Frame brechen.

Versucht man, gar nicht zu framen, scheitert man: Sprache funktioniert so und **man kann gar nicht nicht framen**. Aber in einer politischen Debatte sollte man versuchen, sich der Frames bewusst zu sein, die man verwendet oder die andere verwenden.

So, wie wir Ähnliches miteinander assoziieren, gibt es auch zahlreiche Gegensatz-Assoziationen, die unser Denken prägen – wie etwa Natur-Kultur, männlich-weiblich, Glauben-Wissen, Realität-Illusion. Damit spielen politische Slogans, wenn sie etwa lauten «Vernunft statt Träumereien!».

- **Frames funktionieren assoziativ, nicht logisch**
- **Frames fokussieren die Aufmerksamkeit.**
- **Frames begrenzen die Optionen des Denkbaren / Sagbaren.**
- **Frames sind meistens unbewusst.**
- **Frames funktionieren oft in Gegensätzen**
- **Man kann nicht nicht framen.**
- **Wer einem politischen Gegner innerhalb seines Frames widerspricht, bekräftigt den Frame!**

2. Frames in der Umweltdebatte

Die Umweltdebatte wird von einigen Frames geprägt, die in der öffentlichen Meinung sehr stark verankert sind und **oft stärker sind als Logik und Fakten**:

- «Umweltschutz tut weh»
- «Umweltschutz ist Luxus» / «Sich um die Umwelt zu sorgen kann man sich leisten, wenn man keine anderen Sorgen hat»
- «Umweltschutz und Wirtschaft sind Gegensätze» / «Umweltschutz und Sicherheit sind Gegensätze»
- «Umweltschutz ist schön und gut, aber illusionär» / «Umweltschutz und Realismus sind Gegensätze»

Im Juni 2021 ist das CO₂-Gesetz an der Urne knapp gescheitert. Die SVP bekämpfte es mit ein paar Verbänden gegen alle anderen Parteien und Verbänden. Die Medien berichteten im Abstimmungskampf mehrheitlich positiv über das Gesetz. **Dass die SVP gewinnen konnte, lag (nebst anderen Gründen) daran, dass sie die mächtigen Frames erfolgreich bedienen konnte – und auch ihre Gegner:innen sie oft nolens volens bedienten.**

Dabei verfolgte die SVP eine simple Strategie, wie auf der Website der Werbeagentur Goal [zu lesen ist](#): «Konzentration auf die Kostenfrage sowie die SVP-Wählerschaft», und eine ebenso einfache Kommunikationsidee: «Das CO₂-Gesetz ist nur etwas für «Reiche» (Besserverdiener)». Was die Agentur hier «Kommunikationsidee» nennt, hätte man auch «Framing» nennen können. Es bedient sowohl den Frame *Umweltschutz tut weh* wie auch den Frame *Umweltschutz ist Luxus*.

Ein Beispiel: Am 1. Mai 2021 [titelte die Sonntagszeitung](#): «Das Gesetz bestraft vor allem reiche Umweltsünder». Im Lead stand: «Eine Studie zeigt, dass das neue CO₂-Gesetz, anders als die Gegner behaupten, nicht die einfachen Búezer und die Landbevólkerung am härtesten trifft.» Obwohl dieser Beitrag der SVP-Kommunikationsidee «Das CO₂-Gesetz ist nur etwas für <Reiche> (Besserverdiener)» widersprach, sagte es doch: «Das Gesetz bestraft» und «Das Gesetz trifft hart». **Es bewegte sich innerhalb des Frames *Umweltschutz tut weh* und bestätigte diesen damit.**

Abo Kontroverse um CO₂-Vorlage

Das Gesetz bestraft vor allem reiche Umweltsünder

Eine Studie zeigt, dass das neue CO₂-Gesetz, anders als die Gegner behaupten, nicht die einfachen Búezer und die Landbevólkerung am härtesten trifft.



Misha Aebi, Denis von Burg, Jürg Candrian (Grafik)

Publiziert: 01.05.2021, 23:08

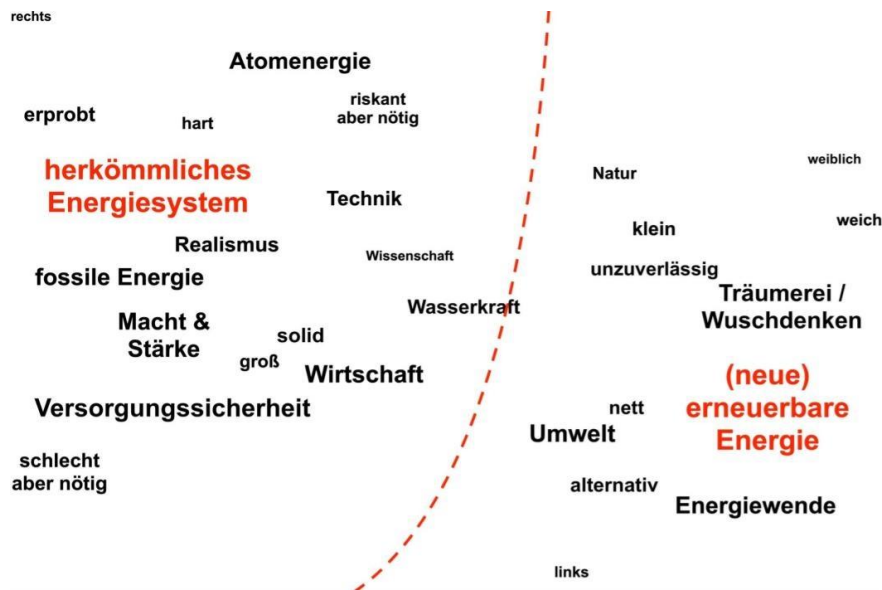
Aktualisiert: 02.05.2021, 09:08

366    

3. Framing im Abstimmungskampf zum Klimaschutz-Gesetz

Das dominante SVP-Argument im Kampf gegen das Klimaschutz-Gesetz lautet: In Energiekrise haben wir zu wenig Strom, um Fossilenergie aufzugeben. Das ist zwar sachlich falsch, denn die Energiekrise seit dem Überfall Russlands auf die Ukraine ist in allererster Linie eine Fossilenergiekrise. Eigentlich hat dieser Krieg perfekt gezeigt, wie verletzlich die Energiesysteme sind, die von fossilen Energien abhängen. Aber hier baut die SVP auf dem eben genannten Gegensatz-Frame *Umweltschutz* (hier: *Klimapolitik*) und *Wirtschaft* (hier: *Energiesicherheit*) sind Gegensätze.

Dieser in der öffentlichen Debatte weit verbreitete Frame ist für uns vermutlich das grösste Hindernis: Klimaschutz / Energiewende einerseits werden als Gegensätze zu Versorgungssicherheit / Wirtschaftlichkeit gesehen, obwohl sie längst Hand in Hand gehen. Die Illustration zeigt, wie die Grenze zwischen zwei semantischen Feldern in vielen Köpfen ungefähr verläuft.



Wie stark dieser Gegensatz-Frame ist, zeigt sich beispielsweise in Zeitungsartikeln von Leuten, die es besser wissen müssten. Am 16. Juli 2022 [schrieb](#) NZZ-Redaktor Gerald Hosp auf der Titelseite über die Abhängigkeit Europas von Putins Erdöllieferungen: «Mit der Energiewende hat sich das Gewicht allzu sehr auf die Klimapolitik verlagert.» Auf Twitter darauf angesprochen, dass Europa doch gerade weniger abhängig von Russlands Öl und Gas wäre, wenn es mehr Klimapolitik betrieben hätte, [antwortete](#) Hosp: «Hätte..., wäre... Es gibt ein energiepolitisches Trilemma, das man sich nicht wegwünschen kann. Wenn man tatsächlich eine Energiewende möchte, darf man sich keine Illusionen leisten.»

Offensichtlich denkt der Journalist im genannten Gegensatz-Frame. Er sieht die Klimapolitik als einen Gegensatz («Trilemma») zur Versorgungssicherheit, und statt dieses zu begründen, zitiert er den Frame des Umweltschutzes als Wunschdenken («wegwünschen», «Illusionen»). Natürlich ist die Dekarbonisierung des Energiesystems eine grosse Herausforderung – aber es gibt ähnlich grosse Herausforderungen, über die dieselben Leute vor allem als eine Chance sprechen – etwa die Digitalisierung. Die Digitalisierung ist ganz anders geframt als Umweltschutz: Digitalisierung steht für Technologie und Moderne, Umweltschutz als etwas Rückständiges.

Das SVP-Argument funktioniert nur, wenn man die Energiekrise auf eine Stromkrise reduziert und die Krise des fossilen Energiemarkts ausblendet. Und das funktioniert auf ganz simpler Ebene: Die Diskussionssendung Arena von Fernsehen SRF übernahm das SVP-Framing, als sie ihrer Sendung vom 23. September 2022 zur Energiekrise den Titel «[Im Blindflug in die Stromkrise?](#)» gab.

Auch den Frame *Umweltschutz tut weh* bedient die SVP wieder, etwa indem sie behauptet, das Gesetz bringe Kosten von «mindestens 347 Milliarden Franken» mit sich.

Und schliesslich behauptet die SVP, das KIG «ermöglicht extremste Massnahmen ohne Mitbestimmungsrecht». Damit bedient sie einen Frame, der nicht spezifisch aus der Umwelt- oder Energiepolitik stammt und vor allem während der Corona-Pandemie viel Aufmerksamkeit erfuhr: *Die Elite* [wer immer das sein mag] *will uns etwas wegnehmen*.

4. Strategien gegen übermächtige Frames

Es ist für uns wichtig, immer wieder zu betonen: Erneuerbare stärken die Versorgungssicherheit / die Unabhängigkeit (statt einfach auf das Framing einzugehen und zu sagen: «Aber doch, wir haben schon genug Strom!»). Wir müssen **unsere eigenen Geschichten erzählen, unsere eigenen Frames stärken**: Das Klimaschutz-Gesetz unterstützt; das Klimaschutz-Gesetz stärkt die Energiesicherheit und Unabhängigkeit, Das Klimaschutz-Gesetz ist in unserem Interesse (Wertschöpfung, Arbeitsplätze, Investitionen in heimische Wirtschaft, Innovation). Sowie: Die Klimakrise bedroht uns. Und wir müssen **so gut wie möglich vermeiden, die Gegenframes zu wiederholen**.

Es lässt sich aber nicht immer vermeiden, eine Aussage der Gegenseite zu wiederholen, um sie zu widerlegen. Wenn das nötig ist, empfiehlt sich die **Sandwichmethode**: Man packe das, was man wiederholen muss, ein zwischen zwei eigene Botschaften – wie die Sandwich-Füllung zwischen zwei Scheiben Brot.

Ein Beispiel: Jemand von der Gegenseite sagt: «Wärmepumpen brauchen Strom und wir haben schon zuwenig, das Klimaschutz-Gesetz wird die Situation verschlimmern!» Antwort: «Nein, wir werden genug Strom haben [*eigene Botschaft*]. Zwar brauchen Wärmepumpen tatsächlich Strom [*Botschaft der Gegenseite*], aber sie verbrauchen viel weniger Energie als Öl-/Gasheizungen. Der Strombedarf wird nur um 25 bis 40 Prozent zunehmen [*Widerlegung des Arguments der Gegenseite*]. Das können wir selber machen! Dabei werden wir unabhängiger, denn heute decken wir 75 Prozent unseres Energiebedarfs mit Importen [*eigene Botschaft*].»

Ein besonderes **Risiko** besteht darin, **dass eigene Botschaften ins Gegenteil kippen können**. Anfang Januar 2023 berichteten Schweizer Medien über eine wissenschaftliche Studie der ETH Zürich, die besagte, dass die Schweizer Gletscher bis ins Jahr 2100 60 Prozent ihres Volumens verlieren werden, wenn die Paris-Klimaziele eingehalten werden; dass sie aber ganz verschwinden werden bei einer ungebremsen Erwärmung. ETH-Glaziologe Matthias Huss sagte gegenüber SRF: «Auch wenn wir die Gletscher nicht so retten können, wie sie aktuell aussehen, bewirkt

jedes Zehntelgrad eingesparter Erwärmung einen geringeren Rückgang und damit auch geringere negative Auswirkungen.»

Das ist ein Aufruf zum Handeln! Eine ganz andere Botschaft aber vermittelt der Titel des SRF-Beitrags: «[Gletscherschwund lässt sich nicht mehr stoppen](#)». Ebenso verkürzt titelte der Tages-Anzeiger: «[Bis zum Ende dieses Jahrhunderts gibt es in der Schweiz keine Gletscher mehr](#)». Erst im Lead erfährt der Leser oder die Leserin, dass das prognostizierte Abschmelzen der Gletscher vom Handeln der Menschheit abhängt: «Werden die zurzeit weltweit gültigen Klimaziele beibehalten, dann ...».

Es ist wichtig, die Dringlichkeit zu betonen und gleichzeitig darauf hinzuweisen, dass es Handlungsmöglichkeiten gibt.