



Der Berufsverband  
für Training, Beratung  
und Coaching

News  
& Facts

## Merksätze und Eselsbrücken

Von Peter Cristofolini, Ehrenmitglied im BDVT

Bei einem Vortrag, Workshop oder Seminar möchte man, dass eine wichtige Information bei den Teilnehmern verankert wird. Dazu kann man Merksätze oder Eselsbrücken nutzen. Das Bild "Eselsbrücke" könnte von Plinius dem Älteren stammen (80 nach Christus). Er schreibt, dass Esel nur ungerne über eine Brücke gehen, wenn der Fluss durch die Bodenbretter zu sehen ist.

Denken wir an die Schule zurück. Wie oft haben uns Reime geholfen wie dieser: 333 bei Issos Keilerei (Schlacht zwischen Alexander dem Großen und dem Perserkönig Dareios III). Diesen Spruch habe ich nach 60 Jahren immer noch im Kopf. Oder "Wer nämlich mit h schreibt, ist dämlich."

Vom Duden Verlag gibt es jetzt ein kleines Buch "Eselsbrücken - die schönsten Merksätze und ihre Bedeutung". Es ist empfehlenswert und kostet nur 8,95 Euro.

### Drei Beispiele daraus:

#### Aus dem Verkauf:

AIDA - Attention, Interest, Desire, Action, das sind die strategischen Stufen des Marketing.

#### Aus der Physik:

Volt mal Ampere ergibt in Watt, was der Strom geleistet hat (Hätten Sie das noch gewusst?)

#### Aus der Rhetorik:

Fang gleich mit dem Thema an,  
die Erklärung folgt sodann;  
darauf muss man gut begründen  
und den Gegensatz erfinden.  
Am besten folgt dann ein Vergleich  
und ein Beispiel hilft sogleich.  
Folgerung und Schluss dann zeigen,  
hier sprach ein Könnler. Ach ja - verneigen.

Die Elemente für den Aufbau einer guten Rede sind also: Thema, Erklärung, Begründung, Gegenargument, Vergleich, Beispiel, Folgerung, Schluss.

Es gibt noch eine andere Methode. Der russische Dichter Fjodor Dostojewski soll gesagt haben: "Nehmen Sie sich einmal vor, NICHT an einen weißen Bären zu denken. Sie werden sehen, der weiße Bär geht Ihnen nicht mehr aus dem Kopf".

Wenn Sie etwas einprägen wollen, erarbeiten Sie es doch gemeinsam mit den Teilnehmern bei einem Workshop oder Seminar. Und so ein Merksatz kann auch eine Farbe haben, eine Form oder einen Geruch. Je mehr Sinne angesprochen werden, desto besser bleibt der Spruch haften.