



„Stellt euch vor, ihr seid Teil eines Start-ups mit einer einzigartigen Idee. Euer Team hat ein innovatives Produkt entwickelt, das ein Alltagsproblem löst und eine überraschende Zusatzfunktion bietet. Egal, ob es ein Haushaltsgerät, ein Gadget oder etwas völlig Neues ist – euer Produkt soll das Leben erleichtern.“

Doch nun steht ihr vor eurer größten Herausforderung: Die Investoren in der berühmten TV-Show „Die Höhle der Löwen“ haben euch die Chance gegeben, eure Idee zu präsentieren. In nur einer Minute müsst ihr sie so sehr begeistern, dass sie in euer Unternehmen investieren wollen!

Die Aufgabe ist klar:

Überzeugt die Investoren mit einem kurzen, knackigen Pitch und setzt dabei rhetorische Mittel geschickt ein. Seid ihr bereit, die Löwen für euch zu gewinnen?

Was sind rhetorische Mittel?



Was sind rhetorische Mittel?

Rhetorische Mittel sind sprachliche Werkzeuge, die verwendet werden, um die Wirkung von Sprache zu verstärken, bestimmte Emotionen hervorzurufen oder Gedanken anschaulicher und eindringlicher auszudrücken.

Was möchten rhetorische Mittel erreichen?



Für was brauche ich rhetorische Mittel?

Sie werden oft in Reden, Texten und Gedichten genutzt, um die Aufmerksamkeit der Zuhörer oder Leser zu fesseln, Aussagen zu betonen oder Inhalte lebendiger und bildhafter zu gestalten.

Rhetorische Mittel

Rhetorisches Mittel	Erklärung	Beispiel
Antithese	Eine Antithese stellt gegensätzliche Begriffe oder Gedanken gegenüber, um Kontraste zu betonen und Spannung aufzubauen.	„Der Sommer war heiß und trocken, der Winter eisig und nass.“
Wiederholung	Ein Wort oder Satzteil wird mehrfach wiederholt, um es zu betonen und die Aufmerksamkeit der Zuhörer darauf zu lenken.	„Ich kann es nicht glauben, wirklich nicht glauben, dass das passiert ist!“
Metapher	Eine Metapher ist ein bildlicher Ausdruck, bei dem ein Wort oder eine Redewendung auf etwas anderes übertragen wird, das eine ähnliche Eigenschaft besitzt.	„Zeit ist Geld.“ oder „Schnee von gestern.“
Rhetorische Frage	Eine Frage, auf die keine Antwort erwartet wird, weil die Antwort offensichtlich ist. Sie wird genutzt, um Nachdruck zu verleihen.	„Wer mag schon Regen an einem Sommertag?“
Personifikation	Bei einer Personifikation werden unbelebte Dinge, Tiere oder abstrakte Begriffe vermenschlicht, indem ihnen menschliche Eigenschaften gegeben werden	„Der Wind flüsterte sanft durch die Bäume.“ oder „Mutter Erde“
Ellipse	Die Ellipse lässt Satzteile aus, die man gedanklich leicht ergänzen kann. Dadurch wirkt der Ausdruck oft knapp und eindringlich.	„Schönes Wetter heute, oder?“
Anapher	Bei der Anapher werden ein oder mehrere Wörter am Anfang aufeinanderfolgender Sätze oder Satz- teile wiederholt werden, um die Aussage zu betonen und die Merkfähigkeit zu erhöhen.	„In der Stille liegt die Kraft, in der Stille findet man Frieden, in der Stille erkennt man sich selbst.“
Hyperbel	Eine Übertreibung, die etwas viel größer, stärker oder extremer darstellt, als es eigentlich ist. Sie sorgt für Aufmerksamkeit und dramatische Wirkung.	„Ich habe eine Ewigkeit auf dich gewartet!“
Vergleich	Ein Vergleich stellt eine Verbindung zwischen zwei Dingen her, oft durch Wörter wie „wie“ oder „als“, um Ähnlichkeiten hervorzuheben.	„Seine Hände waren so kalt wie Eis.“
Alliteration	Bei einer Alliteration haben aufeinanderfolgende Wörter denselben Anfangsbuchstaben. Sie wird oft verwendet, um die Merkligkeit und den Klang eines Textes zu verbessern.	„Fischers Fritz fischt frische Fische.“
Neologismus	Ein Neologismus ist eine Wortneuschöpfung, also ein neu erfundenes Wort, das bisher noch nicht existierte. Sie entstehen oft durch technologische Entwicklungen, gesellschaftliche Veränderungen.	„ Selfie “ – für ein selbst aufgenommenes Foto.

Rhetorische Mittel

① Ordne den rhetorischen Mitteln die richtigen Beispiele zu.

- | | |
|----------------------------|---|
| Vergleich ● | ○ „Glauben Sie etwa, ich hätte das absichtlich getan?“ |
| Metapher ● | ○ „Ich habe das schon tausendmal gesagt!“ |
| Ellipse ● | ○ „Wir müssen lernen, wir müssen kämpfen, wir müssen siegen.“ |
| Antithese ● | ○ „Je früher, desto besser.“ |
| Hyperbel ● | ○ „Er rannte und rannte, bis er nicht mehr konnte.“ |
| Alliteration ● | ○ „Das Leben ist ein langer Fluss.“ |
| Rhetorische Frage ● | ○ „Mann muss Mann sein.“ |
| Personifikation ● | ○ „Er liebt das Abenteuer, sie schätzt die Ruhe.“ |
| Anapher ● | ○ „Die Wolken waren so weich wie Watte.“ |
| Wiederholung ● | ○ „Der alte Baum erzählte Geschichten vom Wald.“ |
| Neologismus ● | ○ „hartzen“ |

② **Identifiziere die rhetorischen Mittel aus dem Werbetext. Unterstreiche sie und benenne sie anschließend.**

„Entdecke die Zukunft des Reisens mit dem neuen TravelMate 3000! Mach Schluss mit langen Wartezeiten und unbequemen Flügen. Mit nur einem Klick bist du in deiner Traumdestination – schneller, als du über deinen nächsten Urlaub nachdenken kannst. Unser innovatives Design vereint Komfort und Eleganz in einem. Ob im Flugzeug, im Zug oder im Auto – der TravelMate 3000 ist dein treuer Begleiter, der dir das Reisen so angenehm wie nie zuvor macht.

Stell dir vor, du bist in einem gemütlichen Sessel, mit deinem Lieblingsbuch in der Hand und der Welt zu Füßen. Erlebe unvergessliche Momente und entdecke plötzlich neue Horizonte! Verpasse nicht die Chance, das Reisen neu zu definieren – der TravelMate 3000 wartet auf dich! Jetzt zugreifen und die Freiheit des Reisens genießen!“
