

Argumentieren. Überzeugen

Sie wollen überzeugen. Mit Ihrem Konzept, der Entscheidungsvorlage, dem Beschlussantrag oder der Präsentation. Ein klares Bild von den Adressaten, gute Fragen, ein gedanklicher Plan und ein prägnanter Zielsatz sind Mittel dafür: Überzeugen in sieben Schritten

Schritt 1: Sie nehmen die Adressaten in den Blick.

Wen wollen Sie überzeugen?

- Welche Informationen brauchen die Adressaten?
- Welche Erwartungen haben sie?
- Welche möglicherweise unterschiedlichen Interessen?
- Wen überzeugen Sie mit welchen Argumenten?
- Mit welchen Gegenargumenten, Einwänden und Widerständen rechnen Sie? Wie gehen Sie in Ihrer Argumentation darauf ein?

Schritt 2: Sie fächern das Thema auf.

Verschaffen Sie sich einen Überblick über das Thema – z.B. mit einem Brainstorming oder einem Mindmap. Sammeln Sie stichwortartig die Inhalte zu Ihrem Thema: Zur Ist-Situation, dem Handlungsbedarf, Lösungsideen, dem Nutzen, Konsequenzen usw. Beschaffen Sie sich Informationen und werten sie diese aus.

Schritt 3: Sie formulieren einen klaren Zielsatz und die Kernaussagen.

Sie haben das Thema gedanklich durchdrungen und spitzen nun die Aussagen zu.

- Was ist das Leitmotiv, die Kernbotschaft in einem, zwei Sätzen?
- Formulieren Sie das Ziel Ihres Konzeptes, Ihrer Entscheidungsvorlage: Klar und prägnant, spezifisch und positiv: *Wir wollen mindestens 20 Menschen zwischen 50 und 60 gewinnen, die 16 bis 20 Stunden monatlich über einen Zeitraum von einem halben Jahr als Freiwillige in einem sozialen Projekt arbeiten.*
- Formulieren Sie aussagekräftige Kernbotschaften („Key messages“) zu den einzelnen Gliederungspunkten.

Schritt 4: Management Summary – Sie bündeln das Wesentliche.

Elevator test heißt eine Rhetorikübung. Sie stehen im Aufzug, Die Entscheiderin steigt ein. Sie haben 30 Sekunden Zeit, sie von Ihrer Idee, Ihrem Vorhaben zu überzeugen. Bei schriftlichen Konzepten und Vorlagen fassen Management Summaries am Anfang das Wichtigste zusammen. Gebündelt und pointiert.

Schritt 5: Sie entwickeln die Argumentation.

Eine bewährtes Mittel gedanklicher Baupläne sind die „Fünfsätze“. Kern und Schluss eines Fünfsatzes ist der Zielsatz. Ein Vorschlag, eine Aufforderung zum Tun.

Bei der Fünfsatz-Form **Kette** bauen die einzelnen Argumente logisch oder zeitlich aufeinander auf.

Menschen in der Dritten Lebensphase sind am Ende der aktiven Familien- und Berufsphase.

Dabei sieht eine Mehrzahl die positiven Seiten des Älterwerdens wie freie Zeit, die Möglichkeit zu reisen usw.

Sie suchen sie aktiv nach Informationen und Angeboten, wie sie ihr Leben nach eigenen Vorstellungen gestalten können.

Dies tun sie verstärkt im Internet.

Deshalb sollten wir zusätzlich zu unserer Zeitschrift ein Internet-portal „Beste Jahre“ aufbauen.

Beim **dialektischen Aufbau** wägen Sie das Pro- und Contra eines Themas gegeneinander ab – und beziehen schließlich einen eigenen Standpunkt: 1. Das Thema / die Situation – 2. Argumente pro – 3. Argumente contra – 4. Schlussfolgerung – 5. Zielsatz

Schritt 6: Sie beziehen einen Standpunkt.

„Es besteht dringender Handlungsbedarf“. – *„Dazu wird empfohlen...“*

Im unpersönlichen „es“ steckt ebenso wenig Überzeugungskraft wie im Passiv: Formulieren Sie deshalb Ihre Position aktiv und persönlich : *„Ich schlage vor, dass.“* – *„Wir empfehlen ...“*

Schritt 7: Sie fokussieren auf die relevanten Informationen.

Viele Entscheidungsvorlagen und Konzepte begründen ausführlich, reihen Argumente aneinander, vertiefen sich in Details,. Fragen Sie sich deshalb vor dem Schreiben – und noch einmal bei der Korrektur: Welche der Informationen sind entscheidungsrelevant? Diese und nur diese brauchen sie.

Kontakt

Rainer Lange

Lange Lampert Ohmann

Tel.: 06221-4332108

E-Mail: lange@ohlala.info