

Überzeugend argumentieren mit Hilfe von Nutzenargumenten

Wenn wir mit jemandem reden, der anderer Meinung ist und den wir von etwas überzeugen möchten, sollten wir uns vor zwei häufigen Fehlern in Acht nehmen:

1. Fehler: Man argumentiert nur aus der eigenen Perspektive und Sichtweise heraus.
2. Fehler: Man bringt Negativargumente, wenn man auf die Argumente, die Sichtweisen oder das Verhalten des anderen eingeht

Warum diese beiden Vorgehensweisen problematisch sind, habe ich im zugehörigen Video erläutert.

Wer andere Menschen für Ideen gewinnen oder von den eigenen Vorschlägen überzeugen möchte, sollte aus der Sicht des Gegenübers argumentieren. Wie sieht der Nutzen für die andere Person aus, und wie verhält sich dieser Nutzen zu den Kosten, die der Person entstehen?

„Wenn du jemanden überzeugen willst, verwende seine eigenen Argumente.“ (Aristoteles)

Orientierung am Gegenüber

Nutzen Sie die folgenden Fragen, um die Perspektive Ihres Gegenübers einzunehmen bezogen auf das Thema, über das Sie mit der Person reden wollen:

- Worauf legt der Gesprächspartner Wert?
- Was sind seine Interessen und Bedürfnisse?
- Wo liegen seine Probleme?
- In welcher Lage befindet er sich?
- Was möchte er erreichen?
- Was möchte er vermeiden?
- Welche Nachteile könnten für ihn durch Ihren Vorschlag entstehen?
- Was ist aus Prestige Gründen wichtig für ihn?
- Woran wird er gemessen?
- Welche Einwände hat er üblicherweise?

Wenn Sie die Sichtweise Ihres Gesprächspartners besser verstehen, können Sie Ihre Argumente auf die Sichtweise und die Bedürfnisse Ihres Gegenübers zuschneiden. Sie bringen dann Argumente, die für die Person wesentlich relevanter sind und werden auf mehr Offenheit für Ihre Vorschläge treffen.

„Der erfolgreiche Mensch beschäftigt sich mit den Interessen der anderen, der erfolglose Mensch vorwiegend mit seinen eigenen Interessen.“ (Alfred Adler)

Nutzenargumente formulieren

Wenn wir sogenannte Nutzenargumente verwenden, dann geben wir Begründungen für unsere Sichtweisen oder Vorschläge, die den Vorteil für die andere Person aufzeigen. Hier ein Beispiel:

„Mein Vorschlag ist, dass wir ... Dadurch sparen Sie/wir...“

„Wenn wir so vorgehen, hat das (für Sie) den Vorteil, dass...“

Es gibt eine rhetorische Hilfe für diese Art von Argumentationen, und zwar durch die Verwendung von sogenannten **Nutzenverben**. Dies sind positiv besetzte Verben wie etwa...

...das steigert, senkt, ermöglicht, erleichtert, verbessert, beschleunigt, hilft, sichert, gewährleistet, spart, garantiert.

Wie Sie vorgehen können

1. Schreiben Sie sich zu einem Thema, bei dem Sie mit einer Person unterschiedliche Auffassungen haben und über das Sie demnächst diskutieren werden, zunächst die Argumente auf, die Ihnen aus Ihrer Sicht einfallen.
2. Beschäftigen Sie sich dann mit den Fragen auf Seite 1 dieses Leitfadens, um die Perspektive zu wechseln und die Sichtweisen Ihres Gesprächspartners genauer zu untersuchen.
3. Machen Sie dann aus Ihren bisherigen Argumenten Nutzenargumente, in dem Sie Ihre Vorschläge mit Vorteilen für die andere Person verknüpfen.

Hier ein Beispiel: Sie wollen mit Ihrem Kollegen aus der Nachbarabteilung vereinbaren, dass dessen Team eine Aufgabe von Ihrem Team übernehmen soll. Sie gehen davon aus, dass der Kollege Ihren Vorschlag erst mal nicht gut findet, weil es mehr Arbeit für sein Team bedeutet.

1. Mein Vorschlag/Argument (aus meiner Sicht)	2. Interesse/Bedürfnis des Kollegen	3. Nutzenargument (aus Sicht des Kollegen)
Wir geben Aufgabe XY an Team A ab, weil das eher zu deren Aufgabengebiet gehört, und weil wir zeitliche Kapazitäten für andere Aufgaben benötigen.	Fehlerfreie Daten, weniger Nachbesserungen, weniger Reibungsverluste an der Schnittstelle (darüber hat der Kollege in der Vergangenheit öfter geklagt)	Wir geben Aufgabe XY an euch ab. Das ist für euch zwar etwas mehr Arbeit, allerdings wird das die Fehlerquote senken, Ihr spart euch viel Zeit für Nachbesserungen und wir können Reibungsverluste vermeiden.

Mit der Verwendung von Nutzenargumenten wird es Ihnen leichter fallen, Ihr Gegenüber für Ihre Vorschläge zu gewinnen. Eine entsprechende Gesprächsvorbereitung ist gut investierte Zeit.