www.avl-institut.at

AVL INSTITUT

ICH STELL DANN MAL MEIN MOTORRAD INS WOHNZIMMER!

© XtravaganT - Fotolia.com

© atxhome - Fotolia.com

IN 5 SÄTZEN ZUM ERFOLG

IN UNSEREN KOMMUNIKATIONSSEMINAREN BEHANDELN WIR SEHR INTENSIV DIE THEMEN „ÜBERZEUGEN“ UND „ARGUMENTIEREN“. INHALTLICH WIRD IN DIESEM THEMENGEBIET AUCH ÜBER DIE „5 SATZ TECHNIK“ GESPROCHEN. DIESE METHODE IST VIELEN VON UNS IN DER EINEN ODER ANDEREN ART UND WEISE BEKANNT, BEWUSST ODER UNBEWUSST VERWENDEN WIR DIESE AUCH.

DER 5 SATZ WIRD IN DEN FÄLLEN ANGEWANDT,

wo ein inhaltliches Überzeugen im Vordergrund steht und die sachliche Information auf 3 Argumente aufgeteilt werden soll. Vom Ablauf her geht es, wie der Name schon sagt, um 5 Schritte, die in einen Ablauf gebracht werden. Der erste Schritt ist die Einleitung. Sie sagen darin kurz, um was es Ihnen geht. Sie starten stark, entweder mit einer Frage, mit einer kurzen Begebenheit, usw. Der zweite Schritt ist Ihr erstes Argument. Wählen Sie dafür ein gutes Argument aus, in Ihrer Wahrnehmung nicht das Stärkste, aber trotzdem ein Gutes. Der dritte Schritt ist Ihr zweites Argument. Das kann das in Ihrer Wahrnehmung und abgestimmt auf die Bedürfnisse der Zielperson drittstärkste Argument sein. Der vierte Schritt ist Ihr drittes Argument. Das soll Ihr „Hammerargument“ sein. Ihr stärkstes Argument, welchem Sie die größte Überzeugungskraft bei der anzusprechenden Person zumuten. Und der fünfte Schritt besteht aus Fazit bzw. aus einem Appell.

JETZT FRAGEN MEINE TEILNEHMER NICHT GANZ UNBERECHTIGT AN DIESER STELLE: „NA UND WAS SIND JETZT GUTE ARGUMENTE?“ WOHER BEKOMME ICH DIESE?“

UM DIESE DREI ARGUMENTE ZU FINDEN ...

... können Sie sich folgender vier Argumentengruppen bedienen und entscheiden danach, wo Sie die größte Überzeugungskraft bei Ihrem Zielpublikum bzw. Ihrer Zielperson vermuten. Die erste Argumentgruppe sind Zahlen, Daten, Fakten. Diese sollten in jedem guten 5-Satz vorkommen, denn Zahlen haben Faktenstatus und können so natürlich gut überzeugen. Nehmen Sie diese aus Statistiken, internen Aufzeichnungen, persönlichen, nachvollziehbaren Dokumentationen und auch Wirtschaftlichkeitsrechnungen. Achten Sie darauf, dass die Zahlen wesentlich sind und einen tiefen Eindruck bei Ihrem Gegenüber hinterlassen.

DIE ZWEITE ARGUMENTENGRUPPE SIND PERSÖNLICHE ERLEBNISSE.

Alles Persönliche macht Ihre Argumentation sehr stimmig und authentisch. Verwenden Sie dabei persönliche Situationen, die Sie mit dem zu argumentierenden Sachverhalt in Verbindung bringen. Bringen Sie dabei durchaus auch beobachtetes Verhalten ein, wie zB. „Als ich heute in der Früh durch unsere Firmenhalle gegangen bin, ist mir aufgefallen, dass die Maschine XY wieder stillgestanden ist. Ich habe mit den Mitarbeitern dort gesprochen, diese haben von einigen Fällen berichtet. Darum macht es heute Sinn, über eine Neuanschaffung zu sprechen.“

© shock - Fotolia.com

DIE DRITTE ARGUMENTENGRUPPE SIND NORMEN, WERTE UND REGELN.

Unter diesem Begriff verstehen wir allgemeine Größen, die unser Zusammenleben definieren. Darunter verstehen wir Gerechtigkeit, Gleichberechtigung, Nachhaltigkeit aber auch gültige Verhaltensweisen in der Gesellschaft und in definierten Gruppen. In Ihrer Argumentation können Sie dann auf eben diese Werte referenzieren.

UND DIE VIERTE ARGUMENTENGRUPPE SIND DIE „EXTERNE AUTORITÄTEN".

Denn „Gut ist, wenn es die anderen sagen". Darum lassen Sie „andere" auch in Ihrer Argumentation zu Wort kommen. Dabei meinen wir in Form von „Das Institut XY meint …", „Herr Professor ZB ist auch der Meinung …". Sie geben Ihrer Aussage damit automatisch mehr Gewicht. Auch die Orientierung am Verhalten von anderen ist psychologisch sehr interessant, denn wenn viele etwas tun, kann es ja nicht so falsch sein. Wichtig ist, dass die Organisationen und Personen, die Sie zitieren, angesehene und bekannte Größen des täglichen Lebens sind.

SOVIEL EINMAL ZUR „5-SATZ-TECHNIK".

Vor gar nicht allzu lange Zeit habe ich diese Technik wie eben beschrieben meinen Teilnehmern im Workshop vorgestellt und diese dann gebeten, diese Technik nun auf ein Kommunikationsbeispiel aus ihrem Alltag anzuwenden. Dabei sollen Sie an eine bevorstehende Argumentationssituation aus ihrem beruflichen Alltag denken. Ein Teilnehmer fragt gleich, ob er denn auch ein Beispiel aus seinem privaten Bereich nehmen könnte. Ich sagte ja und war gespannt, was er denn da auf dem Herzen hatte. Und das Ergebnis brachte mich zum Schmunzeln. In der Einleitung, bei der jeder Teilnehmer kurz die Situation und den Gesprächspartner beschreibt, mussten dann alle Teilnehmer schmunzeln. Dieser junge Mann sagt folgendes: (und das war auch schon seine Einleitung bzw. sein erster Satz von dem angewendeten 5 Satz Technik, seine Frau ansprechend):

„SCHATZ, ICH MÖCHTE MEIN MOTORRAD ÜBER DEN WINTER INS WOHNZIMMER STELLEN.

Wir haben ja jetzt ein schönes Haus mit großem Wohnzimmer und anschließenden Wintergarten, da möchte ich mein Motorrad (ein italienisches Fabrikat mit deutschem Eigentümer) über den Winter hinstellen."

Sein zweiter Satz war sein erstes Argument und bezog sich auf die Argumentengruppe 4:
„Ich habe gestern gelesen, dass dein Lieblingssänger auch sein Motorrad im Wohnzimmer stehen hat. Lass uns doch diesbezüglich auch so leben wie dein Lieblings-Star."

Sein dritter Satz war das zweite Argument und bezog sich auf die Argumentengruppe 1:
„Ich habe mir das auch genau durchgerechnet. Wenn ich eine Garage mieten müsste für den Winter, dann kostet mich das mindestens 60 Euro im Monat. Gerechnet auf sechs Monate ergibt sich eine Summe von 360 Euro. Mit diesen möchte ich viel lieber mit Dir auf ein schönes Abendessen und eine romantische Nacht in einem schönen Hotel fahren."

Und sein vierter Satz war aus meiner Sicht ein wahrer Hammer. Er sagte nämlich: „Und Schatz. Ich stell das Motorrad mal eine Woche in unser Wohnzimmer. Wenn Du nach dieser Woche sagst, dass es Dir dort nicht gefällt, dann stell ich es wieder raus." Welcher Technik hat er sich da bedient? Man findet diese nicht in den beschriebenen Argumentengruppen (aber grundsätzlich zählt natürlich alles, was in der Situation überzeugt). Man nennt das „Konsistentes Verhalten". Soll heißen, Menschen

wollen grundsätzlich konsistent handeln. Soll heißen, wenn ich einmal zu etwas ja gesagt habe (auch wenn es eine kleine Bitte ist), dann sage ich meistens in weiterer Folge auch zu einer daraus abgeleiteten größeren Bitte ja. Annahme: Ehefrau sagt zu der einen Woche ja (weil auch kleineres erlebtes Risiko), findet es dann hoffentlich „nicht ganz so schlimm“ und stimmt dann den 6 Monaten Motorrad im Wohnzimmer auch zu.

Als dieser Teilnehmer fertig war, gab er einen spontanen Szenenapplaus. Leider kann ich Ihnen nicht sagen, ob der besagte Teilnehmer bei seiner Frau erfolgreich war. Mich und auch die Teilnehmer des Workshops hatte er zumindest überzeugt.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei der Anwendung der 5 Satz Technik. Und wenn Sie Fragen zum Thema „Überzeugen und Argumentieren“ haben, dann freue ich mich, von Ihnen zu hören.

Mag. Martin Frohn
Geschäftsführender Gesellschafter
des AVL-INSTITUTS

E-Mail: m.frohn@avl-institut.at
Handy: +43 (0)664/2154025
www.avl-institut.at

© Fotolia.com