

Gudrun Fey

Redetraining als Persönlichkeitsbildung

Überzeugungsmittel

„Der Mensch behält

10 % von dem, was er liest,

20 % von dem, was er hört,

30 % von dem, was er sieht,

50 % von dem, was er sieht und hört,

70 % von dem, was er hört, sieht und bespricht,

90 % von dem, was er selbst ausführt.“

(Quelle: Nachhaltigkeit von Lernmethoden Aus: Kowalczyk, W. /Otlich, K.: Schülern auf die Sprünge helfen, 1995.)

Warum werden noch Reden, Vorträge und Fachreferate gehalten, wenn doch nur ein Fünftel hängen bleibt?

Antwort: Man redet in erster Linie nicht, um Wissen zu vermitteln oder um zu informieren – das geht schneller, klarer und unmissverständlicher auf dem Papier –, sondern um

- zu überzeugen,
- sich als Person, als Persönlichkeit, ins Bewusstsein der Hörer zu bringen,
- Gefühle zu übertragen,
- Denkprozesse einzuleiten – deshalb gibt es auch heute noch an Universitäten Vorlesungen –,
- Willen zu übertragen und
- Handlungen zu veranlassen.

„Eine Rede, die nicht auf Überzeugung zielt, ist ein Widerspruch in sich.“ (Aristoteles) Dazu sagt Aristoteles weiter in seiner „Rhetorik“: „Die Kunst der Rede besitzt, wer bei jedem Gegenstand die durch ihn möglichen Überzeugungsmittel zu überblicken weiß ...

Die durch Überlegung gewonnenen Überzeugungsmittel sind von dreierlei Art, sie entspringen nämlich entweder der Gesinnung des Redenden oder wollen den Hörer irgendwie beeinflussen oder beruhen als Beweis oder Scheinbeweis in der Überlegung selbst.

Die Gesinnung ist im Spiel, wenn der Ausdruck den Redenden überzeugend erscheinen lässt. Den Ehrbaren nämlich glaubt man eher und schneller, bei allen Gegenständen schlechthin, besonders aber bei solchen, die sich nicht genau entscheiden, sondern zweierlei Meinung offen lassen ...

Die Gesinnung ist nahezu das Hauptüberzeugungsmittel.

Den Hörer beeinflusst man, wenn man ihn durch die Rede zu einer Leidenschaft hinreißt. Denn man fällt seine Entscheidung anders, wenn man traurig ist, als wenn man froh ist, anders, wenn man liebt, als wenn man hasst ...

Gudrun Fey

Redetraining als Persönlichkeitsbildung

Durch Überlegung (Nachdenken) werden die Hörer überzeugt, wenn man (durch Beweis oder Scheinbeweis) Wahrheit oder deren Schein erweist.“

Und Cicero meint in „de Oratore“: „Denn wer weiß nicht, dass die größte Stärke des Redners sich darin zeigt, dass er die Gemüter der Menschen zum Zorn oder Hass oder zum Schmerz anreizt und von diesen Leidenschaften wieder zu Sanftmut und Mitleid zurückführt. (...) Die Hauptsache für den Redner nämlich ... bestehe darin, dass er denjenigen, vor denen er auftrete, so erscheine, wie er es selbst wünsche; ... und dass seine Zuhörer in ihrem Inneren so gestimmt würden, wie sie der Redner gestimmt wissen wolle.“

Die Überzeugungsmittel sind:

- Ihre Gesinnung, Ihre Glaubwürdigkeit für die Zuhörer
- das Wecken und Übertragen von Gefühlen
- das Überzeugen durch Argumente

Sie überzeugen

- mit Ihrer Person,
- mit dem, was Sie sind,
- mit dem, was Sie sagen und
- durch die Art, wie Sie es sagen.

Was Sie sagen, ist somit nur ein Überzeugungsmittel unter vielen und nicht einmal das stärkste.

Glaubwürdigkeit

Unser Hauptüberzeugungsmittel ist nach Aristoteles unsere „Gesinnung“, unsere Glaubwürdigkeit. So können wir nur wirklich überzeugen, wenn wir von dem, was wir sagen, selbst überzeugt sind, wenigstens während unserer Rede. Und wenn wir Vertrauen in unsere Sache zeigen, sichtbar den Willen haben, auch andere davon zu überzeugen: „ ... und willst du zu Tränen mich rühren, weine sie selber zuerst.“ (Horaz*)

So taucht manchmal die Frage auf, ob denn alle Redner überhaupt glauben können, was sie da so erzählen? Kaum ein Redner lügt je bewusst.

Man muss etwas bloß oft genug erzählt haben, dann glaubt man es schließlich selbst. So kann man einen inneren Zwiespalt vermeiden, die „kognitive Dissonanz“. Da niemand diesen inneren Zwiespalt lange erträgt, wird man sich selbst so manipulieren, dass man mit sich, der gesellschaftlichen Gruppe, der man angehört, und der Welt, wie man sie sieht, in Einklang bleibt und sein „kognitiv-emotionales Gleichgewicht“ erhält: Sagen heißt glauben.

* Horaz (65 v. Chr. – 8 v. Chr.), römischer Dichter.

Gudrun Fey

Redetraining als Persönlichkeitsbildung

Praxis-Tipp:

Hüten Sie sich beim Reden vor der bewussten Lüge! Nichts nimmt Ihnen der Zuhörer so übel, wie wenn er sich auf den Arm genommen fühlt. Lügen können für Sie noch vernichtender sein als Langeweile.

Beispiel:

Ein Theologieprofessor in einer Vorlesung über Kasuistik:

„Nur dumme und phantasielose Menschen müssen lügen. Als ich einmal Brüsseler Spitzen für die Hochzeit meiner Schwester über die Grenze schmuggelte – ich hatte mir das Zeug unter dem Hemd um den Leib gewickelt –, fragte mich der Zöllner: Etwas zu verzollen, Herr Pfarrer? – Meine Antwort: Ja, Spitzen für die Braut. – Darauf der Zöllner: Hochwürden, Sie Schäker!“ (Sie sehen, auch von Theologen kann man lernen.)

Wecken von Gefühlen

In unsere Zeit übertragen raten Aristoteles und Cicero uns, nicht in den Aberglauben der Sachlichkeit zu verfallen, der nur zu leicht in Langeweile und Teilnahmslosigkeit der Zuhörer umschlägt, ein Fehler, zu dem besonders Techniker neigen. Obwohl doch gerade sie wissen, dass man den „Tropfen Öl“ nicht vergessen darf, der alles besser gleiten lässt.

Reden zielt letztlich auf bewusstes Erregen von Handlungen, auf die Übertragung von Überzeugungen, von Glauben und Willen. Dabei sieht es den Hörer als ganzen Menschen, als leibseelische Ganzheit, die Gefühle empfindet wie Hass und Liebe, als sterbliches Geschöpf mit Stärken und Schwächen und nicht als reines Verstandeswesen, als „Kopffüßler“. So genügt es für Sie nicht, sich Sprecher und Sprecherinnen der „Tagesschau“ zum Vorbild zu nehmen. Informieren ist zu wenig.

Haben Sie Mut, Gefühle zu zeigen. Haben Sie Mut zum emotionalen Appell. Er wirkt selbst in Fällen, in denen vernünftige, rationale Argumente versagen.

Die wohl häufigste Form des emotionalen Appells ist Furcht zu erregen: Todesstatistik und Geschwindigkeitsbegrenzung, Umweltverschmutzung und Krebsfurcht, Rauchen und Herzinfarkt ...

Doch dabei ist Vorsicht geboten, denn zum einen sind wir durch die vielen Furchtappelle schon ziemlich abgehärtet, zum anderen entwickeln wir in diesem Fall eine Abwehrhaltung, die umso stärker ist, je massiver uns der Einschüchterungsversuch erscheint.

Schwächere Appelle an die Furcht haben sich als wesentlich wirkungsvoller erwiesen als starke. Der massive Furchtappell wird nur dann angenommen, wenn er von einer für die Hörer wirklich

Gudrun Fey

Redetraining als Persönlichkeitsbildung

glaubwürdigen Quelle stammt. Dann wird aber aus Furcht leicht Panik. Warum lachen wir nach besonders schaurigen Geschichten? Deshalb versuchen Sie, stets positiv zu formulieren:

Sage nicht: „Der Lügner wird von Göttern und Menschen gehasst.“

Sondern stets: „Wer die Wahrheit sagt, wird von Göttern und Menschen geliebt.“ (Sokrates*)

Die Argumentation

Bitte überbewerten Sie die Bedeutung der Argumentation nicht. Wer und was Sie sind, ist für den Erfolg Ihrer Rede oft wichtiger, als was Sie sagen. Die Art, wie Sie Ihren Rücken und Ihren Kopf halten, die Art, wie Sie Ihre Zuhörer anschauen, birgt unter Umständen mehr Überzeugungskraft als die schönste Argumentation. Sie sind als ehrbarer, glaubwürdiger Mensch Ihr bestes Argument.

Dazu sagt Goethe* im Faust:

„Sei er kein schellenlauter Tor;

es trägt Verstand und rechter Sinn

mit wenig Kunst sich selber vor.“

In jedem Fall sollen die Zuhörer die Dinge mit Ihren Augen betrachten. Das wird schwierig, denn Mitteilungen werden unbewusst von den Hörern verfälscht, wenn sie von deren Meinung abweichen. Manchmal hören sie nur das, womit sie übereinstimmen und überhören das Abweichende. Oder sie hören nur das Abweichende und überhören das Übereinstimmende. Vielleicht regen Sie sich gerne auf, vielleicht ist der Redner ihnen unsympathisch.

Ich sage „ja“ zum Du, damit das Du „ja“ zu mir sagt.

Rede ist Dialog, ist Austausch: Wir nehmen den Willen der Zuhörer auf. Die Hörer bleiben verschlossen, wenn sie nicht den Eindruck haben, wir sagten etwas, was schon immer ihre Meinung gewesen sei. Argumentation, die erfolgreich sein will, argumentiert so weit nur irgend möglich vom Hörer aus. Schließlich soll sich unser Wille auf die Zuhörer übertragen, was ja der Zweck unserer Rede ist.

* Sokrates (469 v. Chr. – 399 v. Chr.), griechischer Philosoph.

* Johann Wolfgang von Goethe (1749–1832), Dichter und Denker der Weimarer Klassik.

Gudrun Fey

Redetraining als Persönlichkeitsbildung

Argumentiert man gegen die Meinung, die Verhaltensmuster, die Normen einer Gruppe, zu der Herr oder Frau Müller gehören, wird man bei ihm oder ihr nur eine sehr geringe Erfolgschance haben. Eher tritt der „Bumerang-Effekt“ ein, dass nämlich hinterher gesagt wird: „Jetzt bin ich noch fester der Überzeugung, die ich vorher schon hatte.“ Denn jeder weicht aus Instinkt allem aus, was ihn in inneren Zwiespalt bringen könnte oder die Übereinstimmung mit seiner Umwelt stört. Deshalb argumentieren Sie möglichst mit Inhalten und Worten, die von Ihren Zuhörern bejaht werden.

Argumentationsziele

Viele Diskussionsteilnehmer geraten in Schwierigkeiten,

- weil sie sich über das Ziel ihrer Argumentation unklar sind,
- weil sie mehrere Ziele miteinander vermengen oder
- weil sie ihre Kräfte auf mehrere Ziele zersplittern.

Auch eine Diskussion sollte nur unter einem Zwecksatz stehen.

Grob gesehen gibt es für die Argumentation wenigstens vier mögliche Ziele:

1. Ich will die Hörer von meiner Sache überzeugen, ihnen etwas anraten.
2. Ich will die Hörer außerdem von der Unrichtigkeit der gegnerischen Sache überzeugen, ihnen etwas abraten.
3. Ich will meinen Gegner vor den Zuhörern angreifen, ihn auseinandernehmen, ihn bei den Hörern unmöglich machen.
4. Oder ich will gar meinen Gegner von meiner Sache überzeugen, ihn „bekehren“.

Anraten

Man wird hier den Hörern die Dinge wirksam schildern, dann daraus hergeleitet das erstrebenswerte Ziel zeigen, das Vorteile oder Abhilfe verspricht, und schließlich den nach Meinung des Redners besten Weg, der zu diesem Ziel führt.

Bei der positiven Argumentation folgt auf das „Ist“ das „Soll“ und daraus der „Weg“.

Abraten

Will man aber eine gegnerische Argumentation angreifen, wird zu zeigen sein, dass die Dinge ganz anders aussehen, als sie uns der Gegner einreden möchte, dass es weit bessere Ziele als die vorgetragenen gibt, dass der vom Gegner vorgeschlagene Weg zum Misserfolg führt und schließlich, dass es zu den erstrebten Vorteilen, oder um Nachteile zu vermeiden, weit bessere Wege gibt.

Gudrun Fey

Redetraining als Persönlichkeitsbildung

Hüten Sie sich dabei vor Formulierungen wie „allein Erfolg versprechend“, „einzig erstrebenswert“ und „es gibt keine anderen Maßnahmen“. Durch solche Wendungen werden Sie Ihr Publikum zum Widerspruch herausfordern und es zu der Frage bringen, ob es nicht doch noch anders geht.

Überzeugen Sie lieber durch die Plastizität Ihrer Schilderungen, durch blutvolle Einzelheiten und die Glaubwürdigkeit Ihres Auftretens, durch Klarheit, Einfachheit, Bescheidenheit und Kraft.

Beim Angriff zeigt man nach dem „falschen Ist“, dem falschen Zustand das „richtige Ist“, den richtigen Zustand; nach dem „falschen Soll“, dem falschen Ziel das „richtige Soll“, das richtige Ziel und nach dem „falschen Weg“, den falschen Maßnahmen den „richtigen Weg“, die richtigen Maßnahmen.

Richtiger Weg

Unsere Aufgabe, die es heute noch zu erfüllen gilt,
hier und jetzt,

...

(Sie schlagen geeignete Maßnahmen vor, etwa eine Resolution oder das Bestehen auf einer festen Zusage des Bürgermeisters und der anwesenden Gemeinderäte.)

Schlussatz

Meine sehr verehrten Damen und Herren,
da gibt's nur eins ...

(der Aufruf zur Tat, der Appell)

Ich danke Ihnen!“ (Brausender Beifall)

So ist es denn leichter, nur für etwas zu sprechen, als etwas Fremdes nicht nur anzugreifen, sondern auch noch positiv zuzudecken. Aber erst dann, wenn die Argumente des Gegners zugedeckt sind, war der Angriff wirklich erfolgreich.

Der Angriff auf den Gegner selbst, der persönliche Angriff

Kann ich die Sache des Gegners nicht angreifen, greife ich den Gegner selbst an. Ich bestreite seine Kompetenz, die Art seiner Argumentation, bezweifle seine Herkunft, seinen Lebenswandel, seine Freunde, ihn selbst.

Ich zeige, dass aus einer so kranken Wurzel sicher kein gesunder Baum erwächst und dass solch schmutzige Methoden auch das beste Ziel beflecken.

„Und kann man sich auch Achtung nicht erschleichen, indem man and'rer Ehrenschild zerbeult, so kann man damit wenigstens

Gudrun Fey

Redetraining als Persönlichkeitsbildung

erreichen, dass man den schlechten Ruf mit andren teilt.“ (Molière*, in „Tartuffe“)

Zwar erwirbt man sich so keine Freunde, doch bestimmt „treue Feinde“. Wenden Sie deshalb diese Technik nur in wirklichen Notsituationen an.

Versuch, den Gegner zu überzeugen

Einen Gegner kann man mit Worten oder auch Fäusten verhauen, aber überzeugen wird man ihn nicht. Überzeugen können Sie ihn nur, wenn es Ihnen gelingt, aus dem Gegner einen Partner zu machen, und sei es auf Teilgebieten.

Die wesentlichste Bedingung dafür ist, dass zwischen Ihnen keine Aggressionen bestehen oder dass bestehende Aggressionen rasch abgebaut werden.

Greifen Sie deshalb Ihren jetzigen Gegner und zukünftigen Partner nicht direkt an, vermeiden Sie es, ihn zum Widerspruch zu reizen. Sie werden ihm nicht zeigen, dass sein Standpunkt, seine Beurteilung der Gegebenheiten, sein Weg und sein Ziel falsch sind, sondern Sie schildern nur den Ihrer Meinung nach richtigen Standpunkt, die richtige Beurteilung, das richtige Ziel und den richtigen Weg besonders deutlich. Bauen Sie Ihre Argumentation so auf, dass Sie den gegnerischen Standpunkt nur indirekt angreifen. Hierzu als Beispiel eine Argumentation im Familienkreis über das richtige Urlaubsziel:

Beispiel:

Sie wissen, dass Ihr Lebenspartner gern mit Ihnen in ein südliches Land reisen möchte. Sie aber wollen mit ihm nach Skandinavien fahren. Bitte machen Sie nun das Reiseziel Ihres Partners nicht schlecht, sondern loben Sie alle Dinge an Skandinavien, von denen Sie wissen, dass man sich darüber in südlichen Ländern besonders oft ärgert. In Dänemark muss man keine Angst haben, dass die Koffer gestohlen werden, während man sich mal eben umdreht; dass man, wenn man vom Mittagessen kommt, das geparkte Auto ausgeräumt vorfindet oder dass ungewohnte Küche die Verdauung ruiniert. Bei dem ruhigen Temperament und der Gesetzestreue der Skandinavier macht das Autofahren wieder Spaß. Die Rücksichtnahme und die Stille dort führen zu wirklicher Erholung. Keine Umweltverschmutzung, keine sich verrechnenden und feilschenden Kellner oder Kaufleute ...

* Molière (1622–1673), französischer Schauspieler, Theaterdirektor und Dramatiker.

Gudrun Fey

Redetraining als Persönlichkeitsbildung

Fragen Sie sich stets: „Wo bestehen zwischen uns Gemeinsamkeiten? Vergebe ich mir etwas, wenn ich meinen Standpunkt zugunsten des bisherigen Gegners aufgebe? Vergibt sich der Gegner etwas, wenn er meinen Standpunkt einnimmt?“ Welche Nachteile oder Vorteile könnte sich so der eine oder der andere einhandeln? Oft bringt es schon eine Menge, wenn man sich gemeinsam darüber einig ist, worin man sich noch uneinig ist.

Machen Sie aus dem Gegner einen Partner, indem Sie einen gemeinsamen Feind finden: Ein beliebter Trick im Verkauf ist, dass man einen „gemeinsamen Feind“ mitbringt, etwa den jungen Mann aus der Konstruktion, der einem den ganzen Mist hier eingebrockt hat.

Zur Partnerschaft kann schon die Sitzordnung verhelfen: „Bitte erlauben Sie, dass ich mich neben Sie setze. Sie haben dann besseren Einblick in meine Unterlagen.“

Machen Sie aus dem Gegner einen Partner, dann ist er fast gewonnen. Natürlich gehen Sie dabei das Risiko ein, Ihrerseits gewonnen zu werden, aber ist das so schlimm?

www.WALHALLA.de