

Eine Frage – zwei Meinungen

Homeoffice wird in unserem Unternehmen von Abteilung zu Abteilung anders gehandhabt. Ich würde gerne ein bis zwei Tage in der Woche von zu Hause aus arbeiten. Meine Chefin hält jedoch nichts von Homeoffice. Wie kann ich sie überzeugen?

Corinne, Assistentin der GL

Silke Weinig



Die meisten Menschen glauben, dass man am besten überzeugt, wenn man ganz viele Argumente hat. Dabei hat sicher jeder schon erlebt, wie wirkungslos solche Informationsschlachten sind. Ein Grund ist, dass wir nur sehr wenige Informationen aufnehmen und verarbeiten können.

Nutzen Sie daher nur wenige Argumente. Studien zeigen, dass man höchstens drei Argumente nutzen sollte, um jemanden zu überzeugen. Je mehr Argumente, desto mehr fühlt sich die andere Person manipuliert und unter Druck gesetzt. Also: Weniger ist mehr. In der Werbung wird sogar empfohlen, maximal zwei Botschaften, besser noch nur eine zu transportieren. Dabei ist es erfolgversprechend, sich vor allem auf die positiven Auswirkungen zu konzentrieren.

Wählen Sie zudem die Reihenfolge Ihrer Gründe mit Bedacht. Folgender rhetorischer Kniff basiert zum einen auf der Idee, dem anderen bei Entscheidungen die Kontrolle zu geben, zum anderen auf dem Wissen, dass man am ehesten auf das zuletzt Gesagte anspringt. Nennen Sie daher zu Anfang Ihr zweitbestes Argument. Es prägt sich mittelstark ein, weil es die Aufmerksamkeit Ihres Gegenübers einfängt. Nennen Sie dann Ihr schwächstes Argument. Oftmals ist Ihr Zuhörer noch beim ersten Gedanken, weshalb dieses Argument oftmals überhört und schnell vergessen wird. Schliessen Sie mit Ihrem besten Argument ab, denn das wird am stärksten wahrgenommen. Machen Sie sich darauf gefasst, dass dieses Argument der Hauptaufhänger für anschliessende Diskussionen ist – was für Sie kein Problem sein wird, da es ja Ihr bestes ist.

Silke Weinig studierte Wirtschaftsgeografie und Psychologie. Sie ist Trainerin, Coach und Bloggerin für Selbstmanagement.

Petra Rohner



Selbst die vermeintlich richtigen Argumente reichen heute nicht mehr aus, um jemanden vom Nutzen einer Sache zu überzeugen. Wir müssen diese Person erst dazu bringen, dass sie für unsere Argumente empfänglich ist. Um das zu erreichen, muss man als Erstes durch geschickte Fragestellung herausfinden, warum die Grundhaltung des Gegenübers negativ ist. Je mehr man über dessen persönliche Erfahrungen, Überzeugungen, Bedenken und sogar Ängste weiss, umso einfacher findet man entsprechende Argumente und kann diese zielgerichtet formulieren.

Wenn Sie es schaffen, den Hut der anderen Person anzuziehen und sich in ihre bzw. seine Rolle zu versetzen, dann haben Sie einen wichtigen Vorteil, der in vielen Situationen hilfreich sein kann. Wir haben uns mit dem Abwägen der Vor- und Nachteile bereits befasst, unsere Gesprächspartnerinnen und -partner jedoch nicht. Aus diesem Grund ist es wichtig, nicht nur die Argumente dafür mit Bedacht zu wählen, sondern sich gleichzeitig mit möglichen Einwänden zu befassen und allenfalls Lösungsansätze zu erarbeiten und anzubieten.

Wichtig ist, dass Sie auf Ihren Gesprächspartner beziehungsweise Ihre Gesprächspartnerin keinen Druck ausüben. Bleiben Sie sachlich und signalisieren Sie, dass Sie diskussionsbereit und an einer Lösung interessiert sind, die für beide Seiten stimmt. Sie erleichtern damit Ihrem Gegenüber, sich ohne Zugzwang Ihre Vorschläge anzuhören und sich selber durch das Abwägen der Pros und Kontras eine Meinung zu bilden und eine Entscheidung zu treffen.

Petra Rohner ist Inhaberin der PR Consulting GmbH, Erwachsenenbildnerin und gründete die Stiftung SWONET (Swiss Women Network).

Haben Sie auch eine Frage?
Schreiben Sie uns: redaktion@missmoneypenny.ch