

## 4. Argumentieren

# Das Argument

Ein Argument begründet oder widerlegt eine Aussage. Eine zusammenhängende Darlegung von Argumenten nennt man Argumentation. Werden verschiedene Argumente zu einem Sachverhalt zusammengetragen und geprüft, spricht man von Erörterung.

## ■ Begründung

Diese vier jungen Leute erklären, welche Berufswahl sie getroffen haben. Jede und jeder von ihnen «begründet» die eigene Wahl. Aber auf sehr unterschiedliche Weise.



**Stephanie:**

«Ich verreise so schnell wie möglich nach Spanien, denn dort habe ich die besten Voraussetzungen, meinen Traumjob zu lernen: Dolmetscherin.»



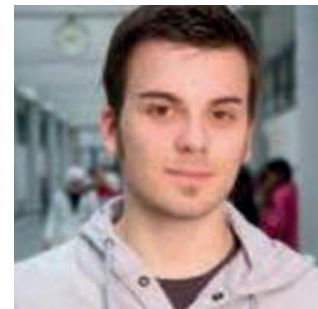
**Matthias:**

«Ich mache das KV, denn was soll man schon anderes machen?»



**Alexandra:**

«Ich gehe an die Kantonschule. Dann kann ich nachher Zahnärztin werden.»



**Stefan:**

«Ich beginne keine Mittelschule, denn ich will Geld verdienen, damit ich mir ein Rennrad kaufen kann.»

Wirklich überzeugend ist nur Stefans Argument: Er erklärt seine Entscheidung und erläutert sie mit einem Beispiel – ein gutes Argument. Dabei ist es unerheblich, ob man seine Wahl gutheisst. Alexandras Argument fehlt die eigentliche Begründung. Stephanie begründet zwar gut und gibt auch ein Beispiel; allerdings ist ihr Argument wenig stichhaltig, es trifft nur für sie selbst zu. Matthias' Argument ist völlig haltlos, da er weder begründet noch ein Beispiel gibt.

## ■ Das Argument

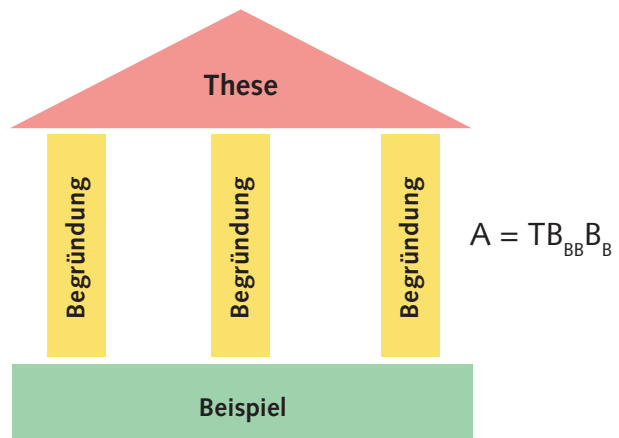
Ein Argument besteht aus mindestens drei Teilen.

These (Behauptung, Meinung)	Begründung	Beispiel
Die Senkung der Löhne drosselt den Konsum.	Denn wenn die Arbeitnehmer-einkommen sinken, sinkt auch der Konsum. Wenn der Konsum sinkt, sinkt die Produktion.	Wer weniger verdient, kann weniger ausgeben. Seit ich nur noch 12 Franken statt 15 die Stunde bekomme, kaufe ich weniger.

# Gültigkeit von Argumenten

Jedes Argument besteht aus den drei Teilen These, Begründung, Beispiel. Manchmal genügt ein Begründungssatz nicht, manchmal benötigt man mehr als einen. In diesem Fall wird das zweite B (das Beispiel-B) um eine Position nach hinten verschoben.

## Der Argumentationstempel



A	=	T	B	B	B	B
Argument		These Behauptung Ansicht Meinung	Begründung (obligatorisch)	– Beispiel – weitere Begründung – Beleg – Beweis	– weitere Begründung – weiteres Beispiel – weiterer Beleg	usw.

Es ist auch häufig der Fall, dass statt des Beispiels ein Beleg (Zitat, Statistik usw.) oder ein Beweis (siehe nächste Seite) herangezogen wird.

## Zirkelschluss

Ein Zirkelschluss ist ein Argumentationsfehler, bei dem die Begründungen die These nicht belegen können, weil sie ihrerseits nicht gesichert sind. Die These wird durch Schlussfolgerung aus Prämissen (Voraussetzungen) abgeleitet, deren Gültigkeit fragwürdig ist.

### Beispiele:

- Die moderne Medizin ist unmenschlich, weil Ärzte kaum Zeit haben, sich um die Patienten zu kümmern.
- Wer sich zum Sonnenbaden an die Sonne legt, sollte sich mit Sonnenschutzmittel einreiben, denn diese schützen vor der Sonne.
- Viele Jugendliche gehen in Diskotheken, um sich nicht unterhalten zu müssen, denn in Diskotheken wird laute Musik gespielt.

Ein Zirkelschluss liegt vor, wenn die Begründung für die These selber nur eine These ist, die erst begründet werden muss.

Anmerkung: Auch der Cartoon auf S. 92 enthält einen Zirkelschluss.

# Beweisen

Manche Argumente gelten als Beweise. Sie leuchten ohne weitere Erklärung ein.

## ■ Einsichtige Argumente

<b>Fakten-argument</b>	Die These wird mit einer unstrittigen, verifizierbaren Tatsache gestützt. Diese Art von Argument ist leicht nachvollziehbar. Handelt es sich beim Faktum jedoch um einen Einzelfall, ist dieses Argument nicht sehr beweiskräftig.	<i>Beispiel:</i> «Die Schweiz ist ein Binnenland. Ihre natürlichen Handelspartner sind die Nachbarländer.»
<b>Normatives Argument</b>	Die These wird mit allgemeinen, weithin akzeptierten Wertmassstäben (Normen) verknüpft. Man nennt es auch «moralisches» Argument. Je unbestrittener die Norm ist, desto einsichtiger ist es.	<i>Beispiel:</i> «Der wichtigste Rohstoff der Schweiz ist die Bildung. Jeder in die Bildung investierte Franken ist gut angelegtes Geld.»
<b>Analogie</b>	Eine These wird dadurch abgesichert, dass der Autor ein Beispiel aus einem anderen Lebensbereich heranzieht, das den dargestellten Sachverhalt allgemeinverständlich illustriert.	<i>Beispiel:</i> «Aus der besten Fussballmannschaft wird nichts, wenn die Spieler nur an ihrem persönlichen Gewinn interessiert sind. Das gilt ebenso für das Symphonieorchester, ...»
<b>Indirektes Argument</b>	Ein Umkehrschluss untermauert die eigene These mit der Falsifizierung des Gegenteils (indirekter Beweis).	<i>Beispiel:</i> «Die Gegner der Rechtschreibreform behaupten, dass die Schüler mit den neuen Regeln mehr Fehler machen würden. Es zeigt sich jedoch, dass die Fehlerquote seit der Einführung gesunken ist.»

## ■ Argumente aus der antiken Rhetorik

Die antike Rhetorik unterscheidet Argumente auch nach der Art, wie sie das Publikum ansprechen.

<b>Argumentum ad baculum</b>	<b>Argumentum ad misericordiam</b>	<b>Argumentum ad populum</b>	<b>Argumentum ad antiquitatem</b>
Die Begründung stützt sich auf Befürchtungen der Adressaten.	Die Begründung zielt auf das Mitleid der Adressaten ab.	Die Begründung bedient die Gefühle der Volksmenge.	Begründung durch Verweis auf das Herkommen.
Sie werden alles, was Sie einst mühsam erlernt haben, wieder umlernen müssen, falls die neue Rechtschreibung eingeführt wird.	Denken Sie an all die kleinen ABC-Schützen, die dem Wirrwarr der alten Rechtschreibung unschuldig ausgesetzt sind.	Warum sollen wir ändern, was sich bewährt hat. Wer weiss denn schon, ob etwas taugt, was die hohen Professoren ausgetüfelt haben.	Wäre die alte Rechtschreibung wirklich schlecht, hätte sie wohl kaum fast ein ganzes Jahrhundert gehalten.

# Scheinautorität und Fehlschluss

## ■ Scheinautorität

Manche Menschen neigen dazu, ihre Ansicht mit dem Verweis auf angeblich allgemeingültige Umstände oder Autoritäten zu unterstreichen. Das ist sinnlos und unnötig, wie das folgende Beispiel zeigt.

Tatsache	Begründung	Beispiel
Wer in der Badewanne sitzt, darf den Haarföhn nicht benutzen.	Falls der Föhn ins Wasser fällt, löst er einen tödlichen Stromschlag aus.	<del>Das haben Wissenschaftler bewiesen.</del>

Der Verweis auf fiktive Wissenschaftler – hier sogar unüberprüfbar – ist unnötig. Das Argument wird dadurch nicht «wahrer». Denn entweder stimmt die Begründung – oder eben nicht. Auch im letzteren Fall würde sie durch den Verweis auf Scheinautoritäten nicht überzeugender. Das zeigt das folgende Beispiel.

Tatsache	Begründung	Beispiel
Winterreifen sind unnötig.	Allwetterreifen sind mindestens ebenso gut und kosten viel weniger.	<del>Das sagt mein kleiner Bruder.</del>

**Entlarven Sie Scheinautoritäten:** Jeder Verweis auf jemanden oder etwas, was im Moment nicht überprüfbar ist, ist als Begründung, Beleg oder Beispiel ungeeignet. Darunter fallen Verweise auf TV und Radio («Das habe ich kürzlich im Fernsehen gesehen»), auf Wissenschaften («Das haben medizinische Untersuchungen gezeigt») oder den «gesunden Menschenverstand» («Das sieht doch jeder ein»).

## ■ Fehlschlüsse

Als Fehlschluss oder Trugschluss bezeichnet man einen Schluss, bei dem die abgeleitete Aussage nicht aus den angeführten Gründen oder aus nur angenommenen Voraussetzungen folgt. Dies bedeutet nicht sofort, dass die abgeleitete Aussage auch falsch ist: Ein Fehlschluss gibt keinerlei Aufschluss über den tatsächlichen Wahrheitsgehalt der abgeleiteten Aussage. Fehlschlüsse kommen häufig zu Stande, indem man unterschiedliche Angaben miteinander vergleicht.

<b>Tatsache 1</b>	Die organisierte Kriminalität in der Schweiz nimmt zu.	Bericht von <i>Prof. Dr. G. Heine</i> , Universität Bern, Co-Direktor des Instituts für Strafrecht und Kriminologie, erschienen in: Gropp / Sinn (Hrsg.), <i>Organisierte Kriminalität und kriminelle Organisationen</i> , Giessen 2007.
<b>Tatsache 2</b>	Die Einwanderung aus Deutschland in die Schweiz nimmt rapide zu.	2009 sind rund 17 000 Deutsche in die Schweiz eingewandert. Ende 2009 lebten bereits über 250 000 deutsche Staatsbürger in der Schweiz.
<b>Fehlschluss</b>	Die Deutschen bringen die organisierte Kriminalität in die Schweiz.	Problem: Zwei miteinander unverbundene Sachverhalte werden aufeinander bezogen.

# Scheinargument

Argumente können richtig aufgebaut (A = TBB) und trotzdem falsch sein. Man spricht dann von Scheinargumenten.

## ■ Beispiel 1 (Anfänger)

In letzter Zeit habe ich oft gehört, dass es gar nicht schädlich sei, Zigaretten zu rauchen. Viele meiner Freunde sind der Meinung, der Körper brauche Nikotin und Teer genauso wie z.B. Vitamine. Ich kann diese Meinung selber bestätigen, denn obwohl ich seit drei Jahren täglich mindestens zwanzig Zigaretten rauche, fühle ich mich kerngesund.

### Probleme

Das Argument blendet die schädigende Langzeitwirkung des Rauchens aus. Ausserdem ist es ausschliesslich auf die persönliche Erfahrung gestützt. Es stützt sich auf Scheinautorität («viele meiner Freunde») und einen Fehlschluss (Nikotin so nötig wie Vitamine).



## ■ Beispiel 2 (Fortgeschrittene)

Wenn kleine Kinder quengeln, muss man ihnen eine starke Ohrfeige geben. Das ist für das Kind sicherlich eine lehrreiche Erfahrung. Da ihm Grenzen gesetzt wurden, versucht es das nächste Mal, den Konflikt lieber verbal zu lösen, da diese Lösung schmerzloser ist.

### Problem

Quengeln ist bereits eine Form der verbalen Äusserung für Kleinkinder. Diese Äusserung zu bestrafen und von ihnen eine formulierte Sprachäusserung zu verlangen, bedeutet, etwas zu verlangen, was Kinder nicht vermögen. Hier wird erfolglos versucht, aus einer falschen Prämisse (Voraussetzung) eine logische Schlussfolgerung zu ziehen (Fehlschluss).



# Deduktion und Induktion

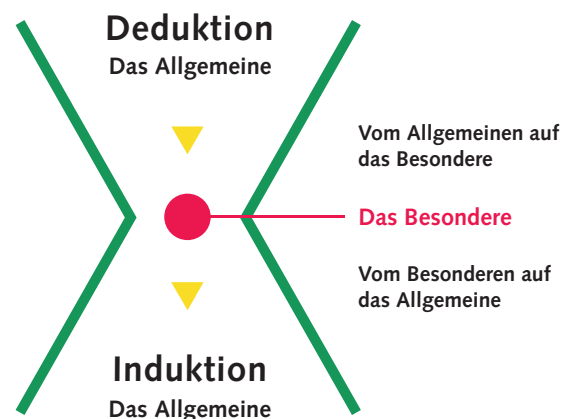
Logisch aufgebaute Argumente können entweder von der Einzelbeobachtung zum Allgemeinen (Induktion) oder vom Allgemeinen auf das Besondere (Deduktion) verlaufen.

## ■ Deduktion

Die Deduktion (von lat.: deducere = herabführen) ist eine Schlussfolgerung vom Allgemeinen auf das Besondere. Sie bezeichnet das Verfahren, aus gegebenen Prämissen (Voraussetzungen, Beobachtungen) auf logischem Wege die notwendig folgenden Schlüsse abzuleiten.

**Beispiel:** Die Rechtschreibreform versucht die Unregelmässigkeiten in der Orthografie auszumerzen. Man muss weniger Regeln kennen; und diese Regeln gelten immer. Es ist also abzusehen, dass die Fehlerhäufigkeit beim Schreiben abnehmen wird.

Immer angenommen, die Prämissen sind wahr, so ist die deduktive Schlussfolgerung zwingend. Die meisten Typen von Argumenten sind deduktiv.



## ■ Induktion

Induktive Argumente stützen sich auf Beobachtungen und Erfahrungen. Dabei wird von Einzelfällen auf das Allgemeine geschlossen. Es ist zwar rational, die Schlussfolgerung für wahr zu halten, wenn alle Prämissen wahr sind, sie ist jedoch nicht zwingend wahr, sondern nur in gewissem Grade wahrscheinlich.

**Beispiel:** Bei allen bisherigen Versuchen, die Rechtschreibung zu reformieren, zeigte sich, dass die Leistungen der Schüler nachliessen. Also werden die Leistungen der Schüler bei Einführung der aktuellen Rechtschreibreform weiter nachlassen.

Auch wenn die Aussage «Alle bisherigen Reformen führten zu schlechteren Leistungen» durch empirische Studien ausnahmslos bestätigt sein sollte, gilt das Argument nicht zwangsläufig. Die Gültigkeit induktiver Argumente ist umstritten.

# Die Allgemeine Aussage

Allgemeine Aussagen sind Ausdrücke und Aussagen, die nicht offenkundig falsch sind.

## ■ So oft richtig wie falsch

Eine Allgemeine Aussage wie «Unsere Gesellschaft ist kinderfeindlich» ist nicht offenkundig falsch. Jeder und jedem fallen sofort allerlei Beispiele dafür ein. Einiges spricht immer dafür, dass unsere Gesellschaft kinderfeindlich sei. Damit sind Allgemeine Aussagen so gut wie unwiderlegbar.

Auch die Allgemeine Aussage «Heutzutage wird viel über x gesprochen» ist nicht falsch: Zu jeder Zeit wird viel geredet, u.a. auch über x. Solche Allgemeine Aussagen treffen immer ein bisschen zu.

## ■ Argumentativ wertlos

Allgemeine Aussagen haben einen entscheidenden Fehler: Sie sind fast genauso oft falsch wie richtig! Jeder findet problemlos Beispiele, wo sich etwas gerade nicht ums Geld gedreht hat, wo die Leute nicht kinderfeindlich waren usw. Eine Allgemeine Aussage ist daher ohne argumentativen Wert.

Denn erstens lässt sich der Wahrheitsgehalt von Allgemeinen Aussagen nicht objektiv bestimmen. Wer aus einem Vortrag kommt, von dem er nur die Hälfte verstanden hat, weil Kindergeplär die andere Hälfte übertönte, hat eine andere Ansicht über Kinderfeindlichkeit in der Gesellschaft als Eltern von plärenden Kinder in der Eisenbahn, die sich strafende Blicke der Mitreisenden gefallen lassen müssen.

Zweitens könnte der Wert einer Allgemeinen Aussage nur anhand eines allgemein anerkannten Massstabes entschieden werden. Doch wer hat so einen Massstab für z.B. Egoismus? Wer kann schon definitiv sagen, dieses Verhalten sei egoistisch, jenes jedoch nicht?

## ■ «sollen»

**Ein Problem für sich stellen Aussagen mit «sollen» dar: «Jeder sollte sich um seine Mitmenschen kümmern.» Damit kommen Sie in einen grossen Erklärungsnotstand: Wer sagt denn, was wir «sollen»? Warum wissen Sie, was richtig für alle ist? Und warum soll man denn etwas sollen?**

## ■ Ausprägungen von Allgemeinen Aussagen

Zu den Allgemeinen Aussagen im weiteren Sinne zählen alle Arten von Plattitüden, Halbwahrheiten, Pauschalurteilen, Klischees, Gemeinplätzen und anderen Besserwissereien.

- ... die Toleranz in unserer Gesellschaft nimmt ab.
- ... ist ein grosses Problem der heutigen Zeit.
- Kinder träumen vom Erwachsenwerden, weil sie denken, dann seien alle Schranken geöffnet.
- ... bezieht sich auf ein gesellschaftliches Phänomen.
- Kinder sollten lernen, mit dem Fernseher umzugehen.
- Xy bedeutet für jeden etwas anderes.
- Wir Menschen sind so geschaffen, dass wir ständig auf der Suche nach Veränderungen, nach etwas Neuem, Besserem sind.
- Die schönste Zeit ist die Jugend.
- Wie man mit xy umgeht, ist von Mensch zu Mensch verschieden.
- Was für einen gut ist, kann jeder selber entscheiden.
- Heutzutage ...

**Vermeiden Sie Allgemeine Aussagen in jedem Fall!  
Tipp: Formulieren Sie aus Ihrer persönlichen Sicht (ich) statt im Namen einer grossen Gruppe (Gesellschaft, Jugend, heutzutage usw.).**



# Überzeugen

Überzeugen heisst, jemanden durch einleuchtende Gründe oder Beweise dazu bringen, etwas als richtig, wahr oder notwendig anzuerkennen. Überzeugen ist ein kommunikatives Handeln, bei dem der Sprechende die freiwillige Zustimmung des Partners erhält. Dies kann durch rhetorische Mittel, Beweise, Argumente oder Tatsachen erfolgen.

## Voraussetzungen für das Überzeugen sind:

- das Vertrauen des Partners, dass er keine Nachteile erleidet;
- die Gültigkeit der Argumente;
- die Relevanz der Argumente für die angesprochene Person.

## ■ Überreden

Überreden ist nur unscharf von Überzeugen abzugrenzen. In der Regel zielt Überreden auf eine kurzfristige Wirkung, während Überzeugen anhaltend wirken will. Strategien des Überredens sind:

- gegnerische Argumente im Voraus entkräften;
- Einbezug gegnerischer Standpunkte in den eigenen Standpunkt;
- Identifikationsangebote schaffen: «Hättest du denn nicht auch Lust, mal wieder ...»;
- sich auf allgemeine Positionen stellen: «Das ist doch immer so.» usw.;
- Kampfrhetorik → mehr dazu auf S. 54 f.;
- Ausnützung der Unzufriedenheit des Gegenübers;
- schmeicheln.

## ■ Die Psychologie des Überzeugens

Die psychologische Forschung unterscheidet zwei Wege.

### zentrale Route

A. Die zentrale Route spricht den Verstand des Gegenübers an und arbeitet dabei mit Argumenten.

### periphere Route

B. Die periphere Route macht sich andere Mechanismen zunutze. Einige der beliebtesten Vertreter-Tricks gehören dazu:

- «Foot-in-the-door»-Technik: Man erbittet sich einen kleinen Gefallen, den das Gegenüber praktisch nicht ausschlagen kann. Wenn man den Fuss dann einmal in der Tür hat, rückt man mit der wahren Forderung heraus. Weil Menschen nicht widersprüchlich erscheinen wollen, geben sie der folgenden grösseren Bitte häufig nach.
- «Door-in-the-face»-Technik: Man fragt nach einem so grossen, unverschämten Gefallen, dass praktisch jeder ablehnt. Dann bittet man um etwas sehr viel Geringeres (die wahre Forderung) und hat gute Chancen, dass das Gegenüber diese Bitte nicht schon wieder ausschlagen möchte und zustimmt.

Der amerikanische Psychologe *Robert B. Cialdini* (geb. 1945) zeigte die Door-in-the-face-Technik 1975 in einem Experiment:

Die Vergleichsgruppe wurde gefragt, ob sie Jugendliche in den Zoo begleiten würde: Nur 17 Prozent stimmten zu. Die zweite Gruppe Versuchspersonen wurden daraufhin gefragt, ob sie zwei Stunden pro Woche für ein Jugendzentrum arbeiten würden – die Antwort war daraufhin überwiegend «nein»; auf die Folgefrage, ob man bereit sei, wie oben Jugendliche einmalig in den Zoo zu begleiten, stimmten dreimal so viele der Versuchspersonen wie in der Vergleichsgruppe zu.

→ Überzeugen hat auch mit rhetorischem Geschick zu tun. Mehr dazu im Kapitel Rhetorik.

# Manipulieren

Soll das Publikum überzeugt werden und erhält es nachvollziehbare Argumente? Oder will der Autor seine Leserschaft manipulieren? Appelliert er an die Gefühle? Die Beantwortung dieser Fragen ist oft nicht leicht, denn die Übergänge zwischen Überzeugen und Überreden sind fließend. Beachten Sie zu diesem Thema auch die Gesprächsblocker auf S. 54 f.

## ■ Das ABC der Manipulation

### Auf die Person zielend

<b>Abwertung</b>	Der Redner wertet andere Positionen ab.
<b>Ad personam</b>	Die Rednerin attackiert ihren Gegner persönlich.
<b>Aufwertung</b>	Der Redner stellt die Sachverhalte, die seiner Position nützen, über Gebühr heraus.
<b>Erzeugen eines Wir-Gefühls</b>	Der Redner bezieht die Zuhörer so in seine Rede ein, dass sie seine Position unversehens übernehmen.
<b>Gefühlsappell</b>	Der Redner appelliert an die Gefühle seiner Zuhörer und versucht sie damit für sich und seine Sache zu gewinnen.
<b>Ethische Argumentation</b>	Die Rednerin appelliert an das Pflichtgefühl ihrer Zuhörerinnen.
<b>Schmeichelei</b>	Die Rednerin versucht die Zuhörerinnen für sich zu gewinnen, indem sie schmeichelt.

### Tatsachen verdrehend

<b>Ablenkung</b>	Die Rednerin äussert sich zu Sachverhalten, die für die Aussage unerheblich sind.
<b>Bewusste Täuschung</b>	Die Rednerin macht falsche Angaben oder wertet Sachverhalte tendenziös aus.
<b>Gemeinplatz</b>	Die Rednerin flüchtet sich in allgemeine Aussagen, weil ihr die Argumente fehlen.
<b>Pauschalisierung</b>	Der Redner gebraucht unsachliche Verallgemeinerungen (siehe S. 94).
<b>Tabuisierung</b>	Der Redner verschweigt Wichtiges oder verbietet, darüber zu sprechen.
<b>Totschlag-Argument</b>	Die Rednerin gebraucht ein Argument, das scheinbar überzeugend und unwiderlegbar klingt (ohne es jedoch zu sein), um ihr Gegenüber zum Schweigen zu bringen.
<b>Über- / Untertreibung</b>	Der Redner macht bei den Zuhörern Eindruck durch Überzeichnung der Realität.
<b>Verdrehung</b>	Die Rednerin reißt einen objektiv richtigen Sachverhalt aus dem Kontext und stellt ihn so dar, dass er ihre Argumentation stützt.
<b>Verschleierung</b>	Der Redner täuscht seine Zuhörer durch bewusst ungenaue Aussagen über seine wirklichen Ziele.

# Verhalten in Gesprächen

Wer überzeugen will, braucht zunächst ein Publikum, das überzeugt werden will. Das bedeutet in erster Linie, dass es für die Überzeugungsarbeit vorbereitet werden muss. Wer verstimmt, abgelenkt oder gelangweilt ist, wer sich nicht ernst genommen fühlt, kann nicht überzeugt werden.

*Kundin:* Also, was Sie mir da angedreht haben, ist wirklich die Höhe! Das können Sie gleich wieder zurückhaben!

*Verkäuferin:* Ja wieso denn, hat es etwa nicht geklappt? Jetzt sagen Sie mir doch einfach, was Ihnen nicht gefällt.

*Kundin:* Hier, da schauen Sie mal Ihren miesen Apparat an! Der taugt rein gar nichts!

*Verkäuferin:* Jetzt regen Sie sich doch bitte nicht so auf. Bisher hat sich noch kein Kunde beschwert.

*Kundin:* Werden Sie bloss nicht frech. Schliesslich haben Sie mir diesen Mist aufgeschwatzt, Sie sind schuld, und wenn Sie mir nicht glauben, dass das Ding reine Geldmacherei ist, dann probieren Sie es doch selbst mal aus!

*Verkäuferin:* ...

## Konflikte vermeiden

Ein Gespräch, das so anfängt wie das Beispiel, endet fast unweigerlich im Streit, also dem Gegenteil von Überzeugen. Wie soll die Verkäuferin antworten?

<b>1. Ausreden lassen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– nicht: «Ja ja, ich weiss schon.»</li> <li>– sondern: schweigen, zuhören</li> </ul>
<b>2. Nicht kontern, nicht ironisch oder persönlich werden</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– nicht: «Bloss weil Sie zu hysterisch sind, mir zu erklären, wieso der Apparat nicht geht!»</li> <li>– sondern Wir-Gefühl aufbauen: «Das geht mir auch so», «so was kenn' ich auch gut»</li> </ul>
<b>3. Eigene Meinung zurückhalten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– nicht: «Sie verstehen noch den einfachsten Dreh nicht.»</li> <li>– sondern: beipflichten (so weit wie möglich)</li> </ul>
<b>4. Gemeinsamkeit herstellen</b>	«Ich kenne das, oft freut man sich, und dann geht das nicht.»

- Ausreden lassen hat zwei Vorteile: Der Gesprächspartner kann erstens «Dampf ablassen», zweitens fühlt er sich ernst genommen. Das Problem: Ruhig zuhören ist nicht immer einfach.
- Einverständnis zeigen statt verletzen.
- Signalisieren, dass man das Problem ernst nimmt. Sachlich bleiben.
- Sich auf die Seite des Gesprächspartners stellen, Konfrontation vermeiden.

**Anmerkung: Besonders wichtig ist, auf besserwisserische Einwände zu verzichten. Vermeiden Sie insbesondere «sollen»-Sätze!**

# Konflikte vermeiden

Oft sagen wir nicht das, was wir eigentlich denken. Häufig aus Höflichkeit, etwa dann, wenn wir jemanden unverdient loben oder jemandem schmeicheln. Aber auch andere Regungen sind dafür verantwortlich, dass wir allenthalben nicht das sagen, was wir eigentlich meinen. Gewisse Gefühlsausbrüche führen dazu, dass wir unsere Äußerungen nicht gut genug planen, sie «rutschen uns einfach raus».

## ■ Ernst nehmen

Überzeugungskraft bedeutet auch, das Gegenüber ernst zu nehmen. Erst dann ist die Grundlage dafür gelegt, dass ein Dialog zu Stande kommt. Wenn der andere verärgert ist, weil ich ihn beleidigt habe oder weil er sich nicht ernst genommen fühlt, ist er nicht bereit, von mir überzeugt zu werden.

**Das Beispiel:** Jemand bittet mich, ihm meinen Taschenrechner auszuleihen («Gib mir schnell deinen Taschenrechner»). Das möchte ich aber nicht. Auf die Schnelle fallen einem viele mögliche Antworten ein; aber die sind allesamt patzig: «Nein», «Dir nicht», «Auf keinen Fall!», «Rechne doch im Kopf», «Nicht schon wieder» usw.

Solche Antworten sind verletzend. Sie verhindern einen Dialog. Was tun? Es lohnt sich, ein paar Faustregeln zu beherrsigen. Sie bezwecken, den Kommunikationspartner für sich einzunehmen und ihm das Gefühl zu geben, gut aufgehoben zu sein und ernst genommen zu werden.

## ■ Höflich sein

1. Ich-orientiert formulieren	falsch: «Dir geb' ich ihn nicht.» richtig: «Ich verleihe meine Sachen nicht.»
2. Keine Aussagen über andere machen	falsch: «Du kannst ihn sicher nicht richtig bedienen.» richtig: «Mein Rechner ist ganz neu.»
3. Sichtbar machen, dass ich alle gleich behandle	falsch: «Meinen Taschenrechner kriegst du nicht.» richtig: «Ich gebe meine Sachen niemandem.»
4. (Allenfalls) Schuld auf sich nehmen	falsch: «Sicher nicht.» richtig: «Sorry, es tut mir leid, aber ich gebe ihn nie.»

Die Beherrschung dieser Faustregeln ist eine Vorbedingung für die Überzeugungsarbeit und übrigens auch für Kommunikations- und Diskussionsfähigkeit (→ dazu mehr im Kapitel Kommunikation auf S. 52 – 62).

# Konflikte lösen

Treffen verschiedene Ansichten aufeinander, entstehen oft Schwierigkeiten. Das muss nicht sein. Es gibt einfache Schritte zur Lösung.

## ■ 1. Ursache und Wirkung nicht verwechseln

Oft verwechseln wir Ursache und Wirkung, stürzen uns auf die Symptome und vergessen die tiefer liegenden Ursachen.

**Beispiel 1:** In der Klasse herrscht ein schlechtes Klima. Das ist die Wirkung. Mögliche Ursachen: kein Teamgeist, viel Konkurrenz, Überlastung, zu wenig Platz, Angst vor Promotionskonferenz usw.

**Beispiel 2:** Ein Termin wird nicht eingehalten. Das ist die Wirkung. Mögliche Ursachen: falsche Planung, Überforderung, Informationspannen usw.

## ■ 2. Probleme behandeln

### a) Erkennen

Feststellen, dass ein Problem vorliegt. Die Symptome erkennen.

*Methode:* Gemeinsam alle Fakten und Gefühle zusammentragen (aufschreiben), «Dampf ablassen».

### b) Benennen

Ein Problem präsentiert sich nicht allen Betroffenen gleich. Es lohnt sich daher, sich darüber zu verständigen und nach einer Bezeichnung zu suchen.

*Methode:* Untersuchung der zusammengetragenen Symptome und Suche nach einem gemeinsamen Nenner.

### c) Analyse

Suchen und erkennen der Problemursachen.

*Methode:* Es gilt, Ursache und Wirkung zu unterscheiden. Was hat das Problem verursacht? Zerlegen Sie das Problem in Einzelursachen.

## ■ 3. Entscheiden

### Wer?

Alle am Problem unmittelbar Betroffenen werden zur Entscheidungsfindung eingeladen. Es wird eine Liste aller möglichen Lösungsmassnahmen erstellt.

Dieser Prozess fördert die Mitverantwortung und die Konsensbereitschaft. Alle tragen zur Lösung bei, niemand fühlt sich ausgeschlossen und übergangen.

### Wie?

Nun stehen Sie vor dem Ziel, die Lösung des Problems zu finden. Die bisherigen Schritte haben verhindert, dass die Lösung auf Grund persönlicher Vorlieben oder Hierarchien «gefunden» wurde. Dieser Schritt bezweckt, allen die Vorteile eines eventuellen Entscheides aufzuzeigen. Das ist gerade für die Beteiligten wichtig, die diesen Entscheid nicht unbedingt wünschen. Wird später dieser Entscheid tatsächlich gefällt, sind darauf alle vorbereitet.

### Was?

Setzen Sie die gemeinsam gefundene Lösung schrittweise um. Vergessen Sie nie, alle Beteiligten über diese Schritte zu informieren.

# Die VIR-Strategie

Als VIR-Strategie wird eine Überzeugungsstrategie bezeichnet, die dafür sorgt, in einer potenziell konfliktträchtigen Situation eine Einigung zur allgemeinen Zufriedenheit zu erzielen. Der Vorteil dieser Strategie liegt darin, dass sie ermöglicht, die eigenen Interessen durchzubringen, ohne jemanden zu verletzen.

Einsatzort der VIR-Strategie sind Einigungsgespräche, also Gespräche, in denen verschiedene Interessen aufeinandertreffen.

- In der Familie: Wohin fahren wir in die Ferien?
- In einer Gruppe Freundinnen: Was machen wir heute Abend zusammen?
- Vor dem Kino: Welchen Film schauen wir an?

Im Alltag und vor allem im Berufsleben gibt es zahllose solche Situationen.

## ■ V = Verstehen

Den anderen verstehen und vor allem Verständnis zeigen sind Vorbedingungen einer Einigung (siehe auch Seite 97).

**Signalisieren Sie, dass Sie die fremden Wünsche und Ansichten ernst nehmen und würdigen. Geben Sie Ihren Gesprächspartnern das Gefühl, willkommen und ernst genommen zu sein.**

## ■ I = Interessieren

Die Strategie sieht vor, Ihre Gesprächspartner auszuhorchen. Fragen Sie, was sie möchten, was sie denken. Fragen Sie vor allem nach: Wieso möchten Ihre Gesprächspartner das, was sie möchten? Zerlegen Sie die fremden Wünsche in möglichst viele Teilwünsche. Es ist einfacher, einige Teilwünsche zu befriedigen als einen Maximalwunsch.

Versuchen Sie, die Gesprächsleitung zu übernehmen und damit der fragende Part zu sein. Versuchen Sie, Ihre eigene Ansicht nicht zu äussern oder höchstens in kleinen Portionen. Signalisieren Sie andererseits für alle geäußerten Positionen Verständnis. Bleiben Sie ruhig und höflich.

**Signalisieren Sie, dass Sie die fremden Ansichten akzeptieren und teilen. Geben Sie Ihren Gesprächspartnern den Eindruck, Sie stünden auf ihrer Seite.**

## ■ R = Regeln

Rufen Sie zu einer gemeinsamen Lösungsfindung auf. Bitten Sie Ihre Gesprächspartner um Lösungsvorschläge. Zerlegen Sie die Lösungsansätze in möglichst viele Teillösungen. Setzen Sie möglichst viele verschiedene Teillösungen möglichst vieler verschiedener Gesprächspartner zu einer Lösung zusammen. Je mehr Teillösungen Sie kombinieren, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Gesprächspartner diese Lösung akzeptieren. Achten Sie bei der Zusammensetzung der Lösung darauf, nur Teillösungen zu berücksichtigen, die Ihrer eigenen Meinung, Ihrer Position entsprechen. Sagen Sie das aber nicht!

**Signalisieren Sie, dass Sie möglichst alle Positionen unter einen Hut bringen wollen. Geben Sie Ihren Gesprächspartnern das Gefühl, sie hätten sich in der Diskussion durchgesetzt.**



# Erörtern

In Erörterungen werden Probleme, Sachfragen oder Meinungen von verschiedenen Seiten – Aspekten – beleuchtet. Erörterungen werden immer argumentativ geführt.

## ■ Erörtern ist eine Technik

- Sie dient der Meinungsbildung. Erörtern meint
- sich mit anderen Meinungen auseinandersetzen;
  - das Für und Wider einer Entscheidung abwägen;
  - Argumente auf ihre Stichhaltigkeit prüfen;
  - eine eigene Meinung entwickeln und sie begründet vertreten;
  - ein fundiertes Urteil fällen.

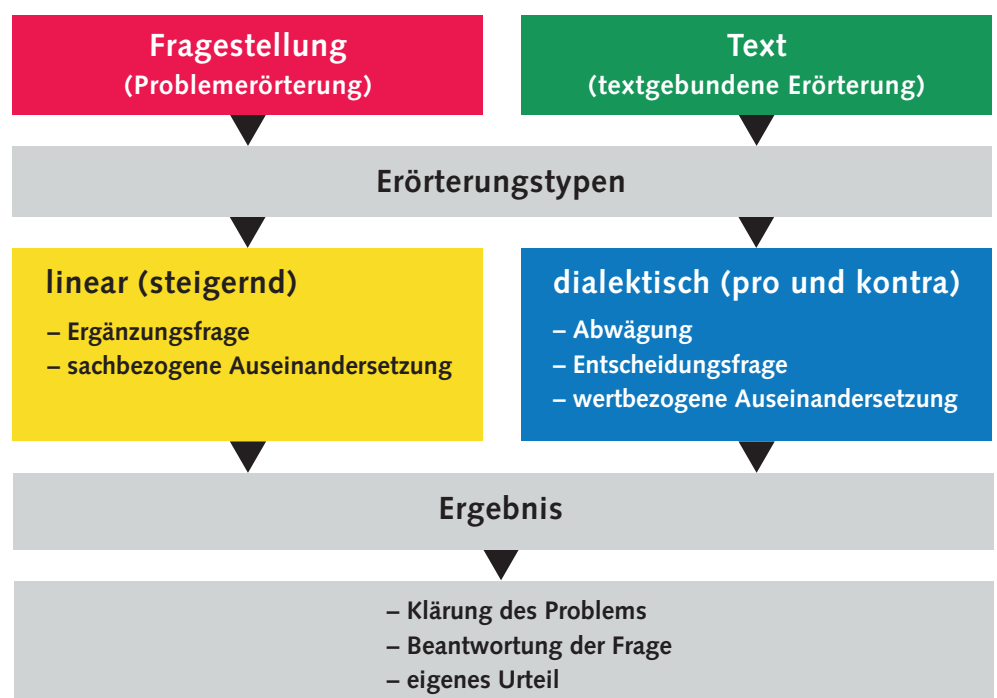
## ■ Anforderungen an die Erörterung

- Erkennen des Problems. Genaue Analyse der Fragestellung.
- Bei einer textgebundenen Erörterung müssen Sie sich zuerst mit dem Standpunkt des Verfassers vertraut machen.
- Durchdenken des Problems. Überlegen Sie, welche Aspekte die Fragestellung beinhaltet.
- Darstellen verschiedener Gesichtspunkte (man bezeichnet sie als «Aspekte»).
- Ein begründetes abschliessendes Urteil fällen.

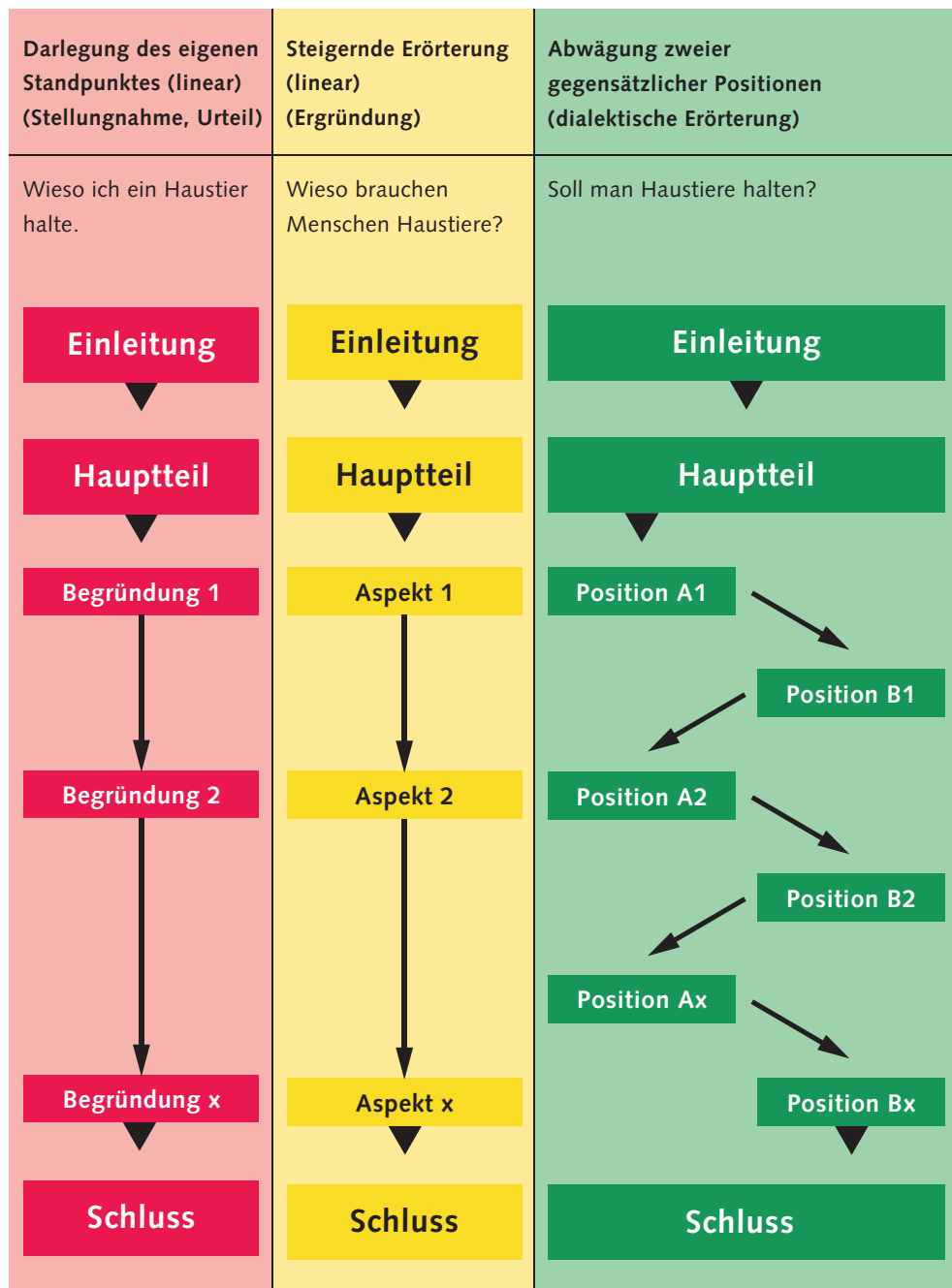
## ■ Von nichts kommt nichts

Die Schwierigkeit einer Erörterung besteht darin, dass Hintergrundwissen eingebracht werden muss, das sich nicht aus der Frage selbst oder dem vorgelegten Text ergibt. Dieses Hintergrundwissen muss individuell und selbstständig erworben werden. In jedem Fall müssen Fakten sachlich richtig dargelegt werden.

## ■ Erörterungstypen



## ■ Gliederungsschemata



## ■ Schrittweises Vorgehen

Eine Erörterung muss vorbereitet sein. Wer einfach drauflos schreibt, wird weder einen ordentlichen Aufbau noch eine überzeugende Argumentation erzielen. Gehen Sie schrittweise vor. Etwa so, wie wenn Sie Ihr Zimmer neu streichen wollen: Auch da überlegen Sie sich zuerst den Stil des Neuanstrichs, wählen dann die Farbe, kaufen sie, stellen die Möbel weg, decken den Teppich und die Leisten ab. Der eigentliche Anstrich ist nur der logische Schlusspunkt des Vorgangs. Ganz so verhält es sich auch mit der Erörterung: Die Niederschrift ist der logisch letzte Schritt.

Die nächsten drei Seiten führen Sie durch die Vorbereitung einer Erörterung.

# Sammlung von Gedanken und Stoffen

Erörtern setzt voraus, dass Sie das Thema verstanden haben. Diese erste Hürde lässt sich leicht nehmen.

## ■ Strategien zum Erfassen des Themas

1. Aufgabenstellung umformulieren: Von Fragesatz in Aussagesatz, vom Aphorismus in den Fragesatz usw.
2. Auffinden von Schlüsselwörtern.
3. Klärung unklarer Begriffe. Manchmal wirkt es Wunder, ein Wörterbuch zu konsultieren.
4. Sofern erlaubt und Zeit zur Verfügung steht, recherchieren Sie.

## ■ Stoffsammlung

Der wichtigste Schritt der Vorbereitung einer Erörterung ist die Stoffsammlung, also die Sammlung all dessen, was Sie bereits zu diesem Thema wissen oder wissen möchten. Wählen Sie eine Methode, die Ihnen liegt.

- Lose Gedankensammlung (Brainstorming)
- Mindmap
- Clustertechnik (→ mehr dazu im Anhang auf S. 146)
- Stichwortliste

Gehen Sie in zwei Schritten vor:

1. Sammlung aller Gedanken, Einfälle, Wissensbrocken usw. ohne «Schere im Kopf». Sammeln Sie möglichst viel.
2. Ordnen Sie gemäss einer Technik, die Ihnen liegt, und den Anforderungen der Textsorte gemäss. Zögern Sie nicht, Einfälle wieder zu streichen!

### Beispiel

Beispiel einer Stoffsammlung für eine Abwägung anhand einer Stichwortliste.

Position A Haustiere sind Lebenselixiere.	Position B Haustiere gehören nicht in die Wohnung.
1. jemand ist da	a. man nimmt ihnen die Freiheit
2. treu und lieb	b. in der Stadt unnötig
3. man kümmert sich um jemanden	c. Hunde gehören nicht in die Wohnung, Vögel nicht in den Käfig
4. man wird nicht egoistisch	d. isolieren einen von anderen Menschen
5. es gibt auch in der kleinsten Hütte Platz	e. sollen bloss Langeweile vertreiben
6. man ist nicht allein	f. sollen bloss Einsamkeit verdrängen
7. man teilt mit jemandem Freude und Leid	g. machen sowieso, was sie wollen
8. HT gehören zum Alltag	h. HT statt Kinder = Selbstbetrug

Das einfachste Ordnungssystem ist, für eine Position jeweils die Gegenposition zu finden (z.B. 5. vs. c.).

# Gliedern einer Erörterung

Eine Erörterung setzt sich zusammen aus einer Einleitung, einem Hauptteil und einem Schluss – ganz ähnlich wie die Rede (→ dazu mehr im Kapitel Rhetorik auf S. 66 f.).

## ■ Einleitung

Eine gelungene Einleitung:

- umreißt das Thema, seine Hintergründe, den Schreib Anlass;
- macht deutlich, welche Aspekte im Thema enthalten sind;
- führt zum Kern der Sachfrage und zum ausgewählten Aspekt hin.

Damit die Einleitung das leisten kann, sollten Sie keine persönlichen Erlebnisse und Erfahrungen an den Anfang stellen. Folgende Möglichkeiten eignen sich besser:

- ein passendes, anschauliches Beispiel von allgemeinem Interesse
- die Beschreibung eines allgemein bekannten Zustandes
- Bezug auf gemeinsame Erfahrungen
- ein Zitat, ein Sprichwort, allenfalls eine Definition
- Hinweise auf die Bedeutung des Themas

Weitere Möglichkeiten und Hinweise im Kapitel Rhetorik im Abschnitt «Die Anfänge».

### Beispiel:

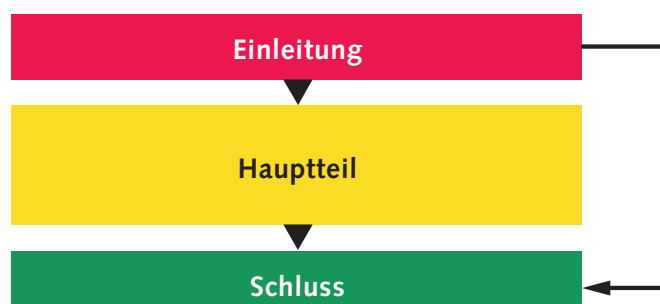
- ungünstiger Anfang:  
«Kürzlich fuhr ich wieder mal im Zug und im Nebenabteil sprach ein Typ die ganze Zeit laut in sein Handy. Das nervt».
- guter Anfang:  
«Wer hat sich nicht schon geärgert über laute Handy-Gespräche in öffentlichen Verkehrsmitteln!»  
Machen Sie aus Ihrer persönlichen Erfahrung («ich») ein verallgemeinerbares Beispiel («wir»).

## ■ Hauptteil

Der Hauptteil ist der argumentative Teil. Die Überzeugungskraft der Argumente wächst proportional zu ihrer unmittelbaren Einsichtigkeit und Alltagsnähe. Man unterscheidet gemäss der Fragestellung drei Typen der Erörterung; dazu mehr auf S. 102.

## ■ Schlussteil

Im Schlussteil formulieren Sie Ihr Fazit. Gleichzeitig sollten Sie darauf achten, hier alle aufgenommenen Fäden, etwa in der Einleitung angeführte Gedanken oder Beispiele, wieder aufzunehmen und miteinander zu verknüpfen. Die Erörterung endet mit einem Zielsatz.



## ■ Der Schlussteil

Der Schlussteil enthält eine Zusammenfassung, die

1. die Argumente zusammenfasst;
2. kurz ist;
3. keine Formulierungen enthält, die identisch sind mit jenen im Hauptteil.

Der Schlussteil enthält einen Zielsatz.

Tipps für die Formulierung des Zielsatzes:

1. Er ist ein Aussagesatz.
2. Er umfasst – als Faustregel – sieben Wörter.
3. Die Hauptaussage muss enthalten sein.
4. Er soll «gut» klingen.

→ Mehr zu Zielsätzen finden Sie im Kapitel Rhetorik im Abschnitt «Der Zielsatz» auf S. 73 f.

## ■ Titel

Der Titel einer Erörterung enthält nicht die Fragestellung, sondern Ihre persönliche Antwort auf die Fragestellung. Das aber kann keine Frage sein, sondern ist immer eine Aussage, die Sie kurz und den Anforderungen von Titeln entsprechend formulieren (kein finites – konjugiertes – Verb, in der Regel keine Artikel, kein Schlusspunkt, kurz und ein wenig reisserisch). Tipps für die Formulierung des Titels:

1. Der Titel fasst die Aussage zusammen.
2. Der Titel ist keine Frage.
3. Er sollte nicht länger als fünf Wörter sein.
4. Er darf offen formuliert sein, um neugierig zu machen.

### **Titel schaffen Leseanreize**

Welcher Titel wirkt reizvoller: «Handys nerven» oder: «Lieber ohne»?

Der zweite Titel lässt vieles offen: Ohne was? Wieso ohne? Lieber als was? Diese offenen Fragen wirken als Anreiz, den Text zu lesen. Der Titel hat seine Funktion erfüllt.

### **Beispiele für gute Titel zum Thema Haustiere**

- Nie mehr allein
- Gesund mit Hund
- Küche ohne Katzenklo
- Alleine froh statt Hundefloh

Auch Titel, die zwar nicht unmittelbar auf Haustiere anspielen, aber trotzdem den Hauptgedanken in sich tragen, sind geeignet:

- Wage Verantwortung!
- Glück – selbst gemacht
- Treue Zweisamkeit
- Ohne geht es auch

# Formen der Erörterung

## ■ Problemerörterung

Die Problemerörterung bezeichnet eine Auseinandersetzung mit einer komplexen Frage, die nicht in einem Satz zu beantworten ist. Das zu erörternde Problem ist dabei als Frage oder Aussage formuliert, oft in Form eines Zitates (Aussage einer berühmten Person). Der Problemerörterung liegt in der Regel kein längerer Text zu Grunde. In der Problemerörterung geht es darum,

- eine Aussage zu analysieren, sie zu hinterfragen und ein begründetes Urteil abzugeben;
- divergierende Meinungen einander gegenüberzustellen und abzuwägen;
- Urteile zu fällen.

### Beispiel

Muss sich das Gymnasium hinsichtlich Organisation und Bildungsinhalten verändern, um den Anforderungen des 21. Jahrhunderts zu genügen?

## ■ Texterörterung (textgebundene Erörterung)

Im Zentrum der Texterörterung steht die Auseinandersetzung mit einem Text, in der Regel mit einem Sachtext, einem Zeitungsartikel oder einer Rede. Sie geht schrittweise vor. Nachdem Sie die Kerngedanken des Textes festgemacht haben, folgt Ihre persönliche Auseinandersetzung mit diesen.

In der Texterörterung geht es darum,

- die Kernaussagen des Textes zu erfassen: Was sagt er, warum, wann, aus welchem Anlass, zu welchem Zweck?
- die Kernaussagen zu kommentieren und mit der eigenen Lebenswirklichkeit in Verbindung zu bringen;
- sich selber gegenüber den Kernaussagen zu positionieren.

Die Texterörterung besteht aus zwei Teilen:

1. Darlegung des Textinhaltes
2. Eigene Stellungnahme

## ■ Literarische Erörterung

Der literarischen Erörterung liegt ein Ausschnitt aus einem literarischen Text oder eine Frage aus der Literatur zu Grunde. Manche Aufgaben sind eng mit einem literarischen Werk verbunden, gehen von einer Figur oder einer im Werk geäußerten Ansicht aus. Andere Aufgaben beziehen sich auf den Vergleich zweier Werke. Möglich sind auch Themen, die sich auf Gattungen, Epochen oder die Poetik beziehen. In der literarischen Erörterung geht es darum:

- einen thematischen oder inhaltlichen Aspekt eines literarischen Werkes zu untersuchen;
- eine literarische Figur, ihren Charakter oder ihr Verhalten zu kommentieren;
- Motive zu analysieren;
- Stellung zu beziehen zu der gestellten Frage.

Beispiel zu Friedrich Dürrenmatts «Die Physiker»:

Die Bedingungen der modernen Welt schliessen nach Dürrenmatt Tragik und Heldentum aus. Legen Sie diese Weltsicht Dürrenmatts anhand einer selbst gewählten Figur aus Dürrenmatts Stück «Die Physiker» dar.

Eine literarische Erörterung ist nicht dasselbe wie eine Textanalyse oder eine Interpretation. Zu letzterer gibt es Anleitungen in Deutsch am Gymnasium Band 3: «Literatur».