Stilwelt
Führungsberatung,
Seminare & Coaching

# Weniger argumentieren – mehr erreichen!

*Warum gute Argumente manchmal wenig bewirken –*
*und kluge Fragen Gespräche verändern können*

## Vielleicht argumentieren Sie viel zu fleißig

Da sitzt ein Verkäufer seinem Kunden gegenüber. Er kennt sein Produkt, ist bestens vorbereitet und hat für nahezu jeden Einwand ein überzeugendes Argument parat.

Der Kunde äußert einen Zweifel.

Der Verkäufer erklärt.

Der Kunde bringt einen weiteren Einwand.

Der Verkäufer liefert das nächste Argument.

Und irgendwann stellt sich die Frage: Warum wird das Gespräch eigentlich immer schwieriger, obwohl der Verkäufer doch so gute Argumente hat?

Die Antwort ist manchmal verblüffend einfach:

**Wer argumentiert, erzeugt häufig erst den Widerstand, den er anschließend überwinden muss.**

Das klingt zunächst widersprüchlich. Schließlich sollen gute Argumente doch überzeugen.

Ja. Aber nur, wenn sie beim Gesprächspartner auch auf fruchtbaren Boden fallen.

## Weshalb gute Argumente Widerstand auslösen können

Stellen Sie sich vor, ein Kunde sagt:

„Ihr Angebot ist mir zu teuer."

Was passiert jetzt häufig?

Der Verkäufer beginnt, den Preis zu rechtfertigen. Er erklärt die Qualität seines Angebots, verweist auf seine Erfahrung, beschreibt besondere Leistungen und zählt Vorteile auf. Alles möglicherweise sachlich richtig.

Nur: Weiß er überhaupt, was der Kunde mit „zu teuer" meint?

Vielleicht liegt das Angebot tatsächlich über seinem Budget. Vielleicht kennt der Kunde ein günstigeres Konkurrenzangebot. Vielleicht erkennt er den Nutzen noch nicht. Oder vielleicht möchte er schlicht herausfinden, ob beim Preis noch etwas geht.

**Vier unterschiedliche Ausgangssituationen. Und möglicherweise vier völlig unterschiedliche Wege, das Gespräch erfolgreich weiterzuführen.**

Wer jetzt sofort argumentiert, entscheidet sich für eine Antwort, bevor er die eigentliche Frage kennt. Und riskiert, an seinem Gesprächspartner vorbeizureden.

## Die Alternative: Erst verstehen, dann überzeugen

Wie wäre es stattdessen mit einer Frage?

„Was genau macht mein Angebot für Sie zu teuer?“

Oder:

„Mit welchem Angebot vergleichen Sie meines?“

Oder:

„Welcher Nutzen müsste für Sie erkennbar sein, damit sich diese Investition lohnt?“

Diese Fragen verfolgen unterschiedliche Ziele. Und genau darauf kommt es an. **Denn wer fragt, führt nicht automatisch ein gutes Gespräch. Entscheidend ist, wohin die Frage führt.**

Eine Frage kann Informationen liefern, einen Einwand konkretisieren, einen Perspektivwechsel anregen oder dem Gesprächspartner helfen, seine eigenen Entscheidungskriterien zu erkennen.

Sie kann allerdings auch Widerstand auslösen – beispielsweise dann, wenn sie vorwurfsvoll klingt oder der Gesprächspartner das Gefühl bekommt, ausgefragt zu werden.

Deshalb spielen nicht nur die Worte eine Rolle, sondern ebenso Tonfall, Blickkontakt, Mimik und Körpersprache.

## Die Vorteilskette: Nicht herunterbeten, sondern durchfragen

In Verkaufstrainings wird häufig die sogenannte Vorteilskette vermittelt.

Ein Produkt oder eine Dienstleistung hat bestimmte Eigenschaften. Daraus ergeben sich Vorteile. Und aus diesen Vorteilen soll der Kunde seinen persönlichen Nutzen erkennen.

So weit, so sinnvoll.

Doch in der Praxis wird daraus nicht selten ein kleiner Monolog:

„Unser Produkt verfügt über diese Funktion. Dadurch haben Sie folgenden Vorteil. Und das bringt Ihnen diesen Nutzen.“

Das Problem: Der Verkäufer erklärt dem Kunden, was für diesen wichtig sein soll.

Aber stimmt das überhaupt?

Vielleicht ist der vermeintliche Vorteil für den Kunden vollkommen bedeutungslos.

Interessanter wird es, wenn der Verkäufer die Vorteilskette nicht vorträgt, sondern gemeinsam mit dem Kunden entwickelt.

Ein Beispiel:

Ein Anbieter erläutert, dass sich durch seine Lösung bestimmte Arbeitsabläufe beschleunigen lassen.

Statt sofort zu behaupten, wie wertvoll das sei, könnte er fragen:

„Wie viel Zeit benötigen Ihre Mitarbeiter momentan für diesen Arbeitsschritt?“

Der Kunde antwortet.

„Was würde es für Ihr Unternehmen bedeuten, wenn sich dieser Zeitaufwand deutlich reduzieren ließe?“

Jetzt beschreibt der Kunde möglicherweise selbst, welche Auswirkungen eine Verbesserung hätte.

Vielleicht geringere Kosten. Vielleicht mehr Kapazitäten für andere Aufgaben. Vielleicht kürzere Reaktionszeiten gegenüber seinen eigenen Kunden.

**Der entscheidende Unterschied: Der Nutzen wird nicht einfach behauptet. Der Gesprächspartner erkennt und formuliert ihn selbst.**

Und das kann überzeugender sein als eine noch so sorgfältig vorbereitete Argumentationskette.

## Weniger reden bedeutet nicht, weniger zu führen

Nun könnte der Eindruck entstehen, erfolgreiche Gesprächsführung bestehe hauptsächlich darin, Fragen zu stellen. Ganz so einfach ist es nicht. Natürlich benötigen Sie gute Argumente. Gerade bei komplexen Entscheidungen, anspruchsvollen Verhandlungen oder schwierigen Mitarbeitergesprächen.

**Aber gute Gesprächsführung bedeutet, bewusst zu entscheiden, wann Sie fragen, wann Sie zuhören und wann Sie argumentieren.**

Ein Geschäftsführer, der eine unpopuläre Entscheidung vermitteln muss, kann sich nicht darauf beschränken, seine Mitarbeiter nach deren Meinung zu fragen. Er muss seine Entscheidung gegebenenfalls klar vertreten. Doch wenn er zuvor versteht, welche Befürchtungen, Erwartungen oder Missverständnisse im Raum stehen, kann er seine Argumentation wesentlich gezielter einsetzen.

Das spart mitunter lange Diskussionen.

Und es erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Beteiligten nicht nur die Worte verstehen, sondern auch den dahinterstehenden Gedanken nachvollziehen können.

## Die eigentliche Schwierigkeit beginnt im Gespräch

Vielleicht denken Sie jetzt: „Das klingt doch eigentlich logisch.“

Stimmt.

Aber beobachten Sie sich einmal beim nächsten kritischen Einwand.

- Wie schnell beginnen Sie, Ihre Position zu erklären oder zu verteidigen?
- Wie leicht fällt es Ihnen, kurz innezuhalten und stattdessen eine gezielte Frage zu stellen?

Gerade unter Anspannung greifen wir häufig auf vertraute Gesprächsmuster zurück. Deshalb genügt es nicht, ein paar gute Fragetechniken zu kennen.

Diese müssen so trainiert werden, dass sie auch dann zur Verfügung stehen, wenn ein Gespräch schwierig wird.

Genau daran arbeiten meine Kundinnen und Kunden in meinen individuellen Einzeltrainings und firmeninternen Seminaren: an konkreten Gesprächssituationen, der passenden Wortwahl, der strategischen Abfolge von Fragen und Argumenten sowie der Wirkung von Stimme und Körpersprache.

Nicht mit Standardrezepten, sondern abgestimmt auf die jeweilige Persönlichkeit und die beruflichen Herausforderungen.

Damit wird Kommunikation nicht nur überzeugender, sondern auch effizienter: weniger unnötige Argumentationsschleifen, weniger selbst erzeugter Widerstand und ein zielgerichteterer Weg zur Entscheidung.

Das spart Zeit – auf beiden Seiten des Tisches.

## Und wie sieht es in Ihren Gesprächen aus?

Wenn Sie oder Ihre Mitarbeiter in Verhandlungen, Kunden- oder Führungsgesprächen häufig viel erklären und argumentieren müssen, ohne die gewünschten Ergebnisse zu erzielen, lohnt sich ein genauerer Blick auf die Gesprächsstrategie.

Vielleicht liegt der entscheidende Fortschritt nicht in einem noch besseren Argument. Sondern in einer Frage, die Sie bisher nicht gestellt haben.

**Lassen Sie uns darüber sprechen, wie Sie Ihre Gesprächsführung gezielt wirkungsvoller gestalten können.**

Beste Grüße, Ihr Peter A. Worel

*Trainer und Coach für Rhetorik und Körpersprache*
*Kommunikation ist ein Wirtschaftsfaktor.*

---

***Sie möchten Ihre Wirkung gezielt verändern?***

*Sie möchten sicherer präsentieren, souveräner in schwierige Gespräche gehen oder vor Publikum überzeugender auftreten?*

*In meinen Einzeltrainings und firmeninternen Seminaren erwartet Sie kein Standardprogramm. Zunächst analysiere ich,* ***wie Sie aktuell kommunizieren und auf andere wirken****. Darauf aufbauend arbeiten wir an den*

*Stellschrauben, die für Sie und Ihre konkrete Situation entscheidend sind – von Sprache und Fragetechnik bis zu Blick, Gestik und Körpersprache.*

*Dabei geht es nicht darum, Ihnen bestimmte Verhaltensweisen anzutrainieren. Sie sollen Ihre eigene Wirkung besser beurteilen können und lernen, sie mit den passenden Werkzeugen bewusst zu verändern.*

***Damit Sie nach dem Training sicherer und souveräner auftreten – und dabei natürlich statt antrainiert wirken.***

*Je nach Bedarf trainieren Sie mit mir im maßgeschneiderten Einzeltraining, im punktgenauen Vorbereitungstraining für eine konkret bevorstehende Situation, online, im firmeninternen Seminar oder im längerfristigen Coaching.*

***Sie möchten wissen, an welchen Stellschrauben Sie für Ihre gewünschte Wirkung arbeiten können?***
***Dann sprechen Sie mich an.***












**Peter A. Worel**

**Experte für Kommunikation als Wirtschaftsfaktor**

**Trainer für sicheres und souveränes Auftreten und Kommunizieren**
**Rhetorik · Körpersprache · Gesprächstaktik · Business-Etikette**