

# Menschen wollen überzeugt werden!

## Wie Sie Zahlen, Daten und Fakten richtig verpacken

**QUALITÄT IST WICHTIG, QUALITÄT WÜNSCHT JEDER** – keine Frage! Produkte müssen definierten Standards entsprechen. Qualität ist darum Aufgabe eines jeden Unternehmens. Innerhalb einer Organisation verantworten das die Führungskräfte, unterstützt durch die Qualitätsbeauftragten und letztlich durch jeden Mitarbeiter. Und *eigentlich* will auch jeder seinen Beitrag leisten. Gleichwohl ist Qualität nicht allorts ein beliebtes Thema. Nicht alle sind offen für Regeln oder Anregungen. Wie also können Sie als Verantwortliche für Qualität Ihr Anliegen besser vermitteln? Wie überzeugen Sie ohne erhobenen Zeigefinger mit Ihren Sachargumenten?

### Überzeugen Sie sachlich, aber...

An jedem Tag treffen Menschen etwa 10.000 Entscheidungen. Banale wie die Frage nach einem Espresso und komplexe wie die Beschreibung der Sicherheitskultur im Unternehmen nach der Bradley-Kurve. Wir bewältigen diese Vielfalt nur darum halbwegs erfolgreich, weil wir meist nach einfachen Regeln und Bauchgefühl entscheiden. Denn unser Gehirn spart Energie, wann immer möglich. Seine Hauptaufgabe besteht darin, uns am Leben zu erhalten. Dazu müssen vor allem die wichtigsten Prozesse wie Herz-Kreislauf oder Atmung reguliert werden. Dass wir auch noch denken können, ist – biologisch gesehen – Beiwerk. Um Energie zu sparen, reduziert unser Gehirn systematisch den Aufwand für bewusstes Denken. Denn das verbraucht die meiste Energie.

Geschätzte 80 Prozent aller Alltagssituationen bewältigen wir mit (gelernten) Automatismen, mit Bauchgefühl oder Heuristiken. Wenn Sie also überzeugen wollen, machen Sie Ihre Inhalte möglichst leicht verständlich. Dabei gelten drei Grundregeln:

- Einfach formulierte Botschaften überzeugen.
- Bringen Sie es auf den Punkt – kompliziert denken, aber einfach formulieren.
- Gut begründete Vorschläge werden eher akzeptiert.

Doch mit welchen Begründungen können Sie am besten überzeugen? Zahlen-Daten-Fakten unterstützten unser Bedürfnis nach Sachlichkeit und Sicher-

heit. In Artikeln oder Pressemitteilungen finden sich darum auch Passagen wie diese: „In Deutschland können 6,2 Mio. Erwachsene nicht richtig lesen und schreiben. Für 52,6 % ist Deutsch die Muttersprache, 47,4 % haben einen Migrationshintergrund, 62,3 % sind trotzdem berufstätig. 20 % haben keinen Schulabschluss, weitere 40 % nur einen geringen.“ Sie merken: Bei zu vielen und komplizierten Zahlen werden wir unaufmerksam oder hören nicht mehr aufmerksam zu.

### ...machen Sie Zahlen-Daten-Fakten lebendig!

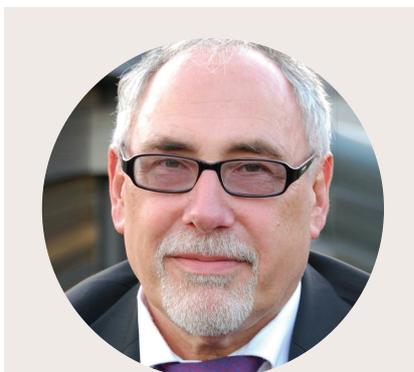
Natürlich stellen Sie als Experte in einem Bericht das vollständige Zahlenmaterial in detaillierter Form zur Verfügung. Wenn Sie aber im Gespräch, in einem Vortrag oder in einer Präsentation mit Zahlen-Daten-Fakten überzeugen wollen, helfen Ihnen folgende Tipps:

- Weniger ist mehr – nur drei bis fünf Zahlen kann man sich gut merken.
- Einfache Verhältnisse (z.B. 2 von 5) sind besser als Prozente, Dezimalzahlen oder Brüche.
- Runde Zahlen bleiben besser im Gedächtnis (z.B. 40 % statt 42,6 %).

Steve Jobs hat es in seiner Vorstellung des ersten Mac Book Air vorgemacht. Es war für damals besonders dünn, nur 1,7 cm. Aber: Wie dünn genau sind 1,7 cm? „It’s so thin, it even fits inside one of these envelopes we’ve seen floating around the office“. Zu seiner Beschreibung wurde das Bild eines braunen DIN-A4-Umschlags projiziert. Sonst nichts. Das Publikum war begeistert und jeder hatte ein Bild vor Augen.

Zahlen müssen also in Bilder übersetzt werden. Denn kaum jemand kann sich große oder besonders kleine Mengen gut vorstellen. Bilder machen Ihre Aussage lebendiger und werden darum besser erinnert.

Wie können wir Kompliziertes einfach machen? Prägnant sprechen und schreiben? Besser überzeugen? Reduzieren Sie die Komplexität Ihrer Aussagen! Bringen Sie Ihre Botschaft verständlich rüber. Dann können Sie als Experte mit Ihren Zahlen-Daten-Fakten garantiert besser überzeugen. ■



**Reiner Neumann** ist Psychologe, Autor, Trainer und Berater für verschiedenste Unternehmen und Institutionen. Seine Erfahrung gründet auf Management im In- und Ausland und über 25 Jahre Beratung. Er ist Verfasser zahlreicher Bücher, zuletzt „Die Kunst des Einfachen“ bei Hanser.

#### KONTAKT

neumann.ctc@gmail.com