

**Blickwinkel**  
für pädagogische  
Fachkräfte

Marcel Hinderer  
Sieglinde Eberhart

# über- zeugen!

Rhetorik für  
Erzieherinnen  
und Erzieher

**HERDER**

**Blickwinkel**  
für pädagogische  
Fachkräfte

Blickwinkel für pädagogische Fachkräfte

#Inspiration#Atempausen#Impulse

#Perspektiven#Reflexion#Vielfalt

---

Überzeugen!



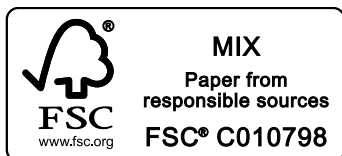
Marcel Hinderer  
Sieglinde Eberhart

# Über- zeugen!

Rhetorik für  
Erzieherinnen  
und Erzieher

HERDER 

FREIBURG · BASEL · WIEN



© Verlag Herder GmbH, Freiburg im Breisgau 2020  
Alle Rechte vorbehalten  
[www.herder.de](http://www.herder.de)

Covermotiv: Uwe Stohrer, Freiburg  
Fotos: Harald Neumann, Freiburg  
Gesamtgestaltung und Satz: Uwe Stohrer, Freiburg

Herstellung: Graspö CZ a.s. Zlín  
Printed in the Czech Republic

ISBN 978-3-451-38695-4  
ISBN E-Book (PDF) 978-3-451-81952-0

# INHALT

<b>Zur Einstimmung</b>	7
<b>1. Überzeugen Sie in der Sache!</b>	10
1.1 Die Sprechabsicht	10
Sich gedanklich vorbereiten	11
1.2 Die Redestruktur	14
Aufs Ziel hin argumentieren	15
Die Meinung steht am Ende	18
1.3 Das Argumentieren	20
Was macht Argumente stark?	21
Die breite Basis von Argumenten	22
Einwand-frei?	27
Muss man immer argumentieren?	29
1.4 Grundsätze der Formulierung	31
Aktiv	32
Persönlich	32
Ohne Weichmacher	33
Direkt	34
Einfach	37
Im Sinne des Adressaten	38
<b>2. Überzeugen Sie als Person!</b>	40
2.1 Die (Körper-)Haltung	40
Der Körper als Überzeugungsmittel	42
Der erste Eindruck zählt	43
Gute Haltung von Stand bis Scheitel	44

2.2	<b>Gestik und Mimik</b> . . . . .	49
	Gestik – die Begleiterin beim Sprechen . . . . .	50
	Gestik – die Helferin beim Denken, Sprechen und Verstehen . . . . .	52
	Mimik – das Gesicht ist für andere immer sichtbar. . . . .	57
2.3	<b>Der Blickkontakt</b> . . . . .	59
	Ohne Blick kein Kontakt . . . . .	60
	Blickverhalten und Blickqualität . . . . .	61
2.4	<b>Die Stimme</b> . . . . .	65
	Stimmlich als erwachsene Person auftreten . . . . .	67
	Mit kraftvoller Stimme sprechen . . . . .	69
	Akustische Punkte setzen. . . . .	70
2.5	<b>Die Sprechweise</b> . . . . .	74
	Pausen halten . . . . .	74
	Pausen aushalten . . . . .	76
	Die Artikulation schärfen . . . . .	78
2.6	<b>Präsenz – an der eigenen Ausstrahlung arbeiten.</b> . . . . .	81
3.	<b>Überzeugen Sie trotz Hürden!</b> . . . . .	86
3.1	<b>Innere Einstellung und Rolle</b> . . . . .	86
	Authentisch sein – was ist das eigentlich? . . . . .	87
	Rollenausgestaltung und Rollenerwartungen . . . . .	89
3.2	<b>Aufregung und Unsicherheit</b> . . . . .	92
	Sprechangst überwinden . . . . .	92
	Das Lampenfieber senken . . . . .	94
	Sich mehr wertschätzen . . . . .	98
3.3	<b>Missverständnisse, Widerspruch und Unfairness</b> . . . . .	100
	Missverständnisse – das Verstehen wollen, suchen und sichern . . . . .	100
	Widerspruch und Gegenargumente – strukturiert reagieren . . . . .	114
	Widerstände – auf das unerfüllte Bedürfnis eingehen . . . . .	119
	Unfairness – Reaktionsmöglichkeiten parat haben . . . . .	121
	<b>Literatur</b> . . . . .	127

# ZUR EINSTIMMUNG



Als pädagogische Fachkraft sind Sie permanent im Austausch mit anderen – im Team, mit den Eltern, der Leitung und dem Träger, mit lokalen Kooperationspartnern und natürlich mit den Kindern. Sie tauschen Meinungen, Argumente und Sachverhalte mit der Absicht, andere über Ihrer Sichtweise zu informieren, sie zu überzeugen oder zu einer bestimmten Handlung zu bewegen.

Genau das ist damit gemeint, wenn Rhetorik als Kunst des Redens definiert wird. Sie handeln also rhetorisch, wenn Sie versuchen, in der Teamsitzung Ihre Meinung plausibel zu machen, wenn Sie Eltern Ihre Einschätzung verdeutlichen, wenn Sie beim Träger für Ihre Forderungen eintreten oder in einer Versammlung der Gewerkschaft das Wort ergreifen.

Möglicherweise ist Ihnen gar nicht bewusst, wieviel Übung Sie schon in der Rhetorik haben. Denn Erziehung findet vor allem in Kommunikationssituationen statt, und die Pädagogik hat auch das Ziel, von Sichtweisen zu überzeugen und zu bestimmten Handlungen zu bewegen. Insofern kann man durchaus sagen, dass Sie als pädagogische Fachkräfte Rhetorikerinnen und Rhetoriker sind.

Ihre Tätigkeit hat zudem die Besonderheit, dass Ihre Gesprächspartner extrem unterschiedlich sind. Nicht nur, dass Sie mit Kindern und Erwachsenen, mit Jüngeren, Gleichaltrigen und Älteren sprechen. Auch die einzelnen Gruppen sind auffallend heterogen: Krippenkinder, die gerade erst sprechen lernen, Kinder auf ganz unterschiedlichem Entwicklungsstand – solche mit besonderem Förderbedarf und solche, die schulreif und für ihr Alter weit voraus sind. Sie sprechen mit Kolleginnen und Kollegen, mit denen Sie Fachkenntnisse und pädagogische Überzeugungen teilen, genauso wie mit Eltern, denen Sie manches erst einmal erklären müssen.

Im Elterngespräch können Sie Migranten treffen, für die Deutsch noch eine fremde Sprache ist, und einen Vater, der einen Ihnen unbekanntem Dialekt spricht. Sie treffen auf selbstbewusst auftretende Kommunalpolitikerinnen oder auf einen Professor für Pädagogik. Kurzum: Sie meistern Tag für Tag die unterschiedlichsten Kommunikationssituationen. Das geht nicht ohne Interesse an anderen, nicht ohne Empathie und nicht ohne rhetorisches Geschick.

Dass der Elternabend gelingt, dass Ihre Argumentation überzeugt, ist keine Frage des Zufalls oder der Tagesform. Es liegt daran, dass Sie absichtsvoll, im Hinblick auf eine bestimmte Wirkung handeln. Professionell zu handeln bedeutet, zu wissen, was man tut. Diese Professionalität können Sie noch weiter ausbilden, indem Sie sich bewusst machen, was Sie bereits wissen, können und tagtäglich anwenden. Darüber hinaus können Sie neue Fertigkeiten erwerben, mit denen es Ihnen in der Zukunft noch leichter fällt, rhetorisch herausfordernde Situationen zu bestehen.

Wovon lassen Sie sich bei anderen überzeugen? Ist es das Auftreten? Sind es die Argumente? Ist es die feste Stimme? Der direkte Blick? Hat es etwas mit der Sprechweise zu tun? Sind es die prägnanten Formulierungen oder ist es der logische Zusammenhang, den jemand herstellen kann?

Die Antwort der Rhetorik lautet: Es ist die Summe der genannten Faktoren. Gute, relevante Argumente, die schlüssig miteinander verknüpft sind, sind für die Überzeugungskraft ebenso ausschlaggebend wie eine nachdrückliche Sprache und ein Körper sowie eine Stimme, die glaubwürdig und sicher wirken.



Beide Aspekte betrachten wir in diesem Buch: Sie erfahren, wie Sie in der Sache und wie Sie als Person überzeugen können. Kapitel 1 widmet sich der Sache und geht folgenden Fragen nach: Inwiefern stärkt eine klare Absicht die Überzeugungskraft? Wie kann ich eine Äußerung gliedern? Was macht Argumente zu überzeugenden Argumenten? Welche Formulierungen sind wirkungsvoll?

In Kapitel 2 geht es um die Person als Mittel der Überzeugung: Welche Körperhaltung, welche Gestik und Mimik unterstreichen das Gesagte? Wie klingen meine Stimme und meine Sprechweise überzeugend?

Kapitel 3 wirft einen Blick auf die Hürden, die dem Überzeugen möglicherweise im Weg stehen. Sicher fragen Sie sich manchmal: Wie kann ich beim Auftreten vor anderen authentisch bleiben? Wie kann ich in meiner Rolle als pädagogische Fachkraft überzeugen? Wie gehe ich mit Unsicherheit und Aufregung um? Wie bleibe ich rhetorisch sicher auch bei Gegenwind, wenn es zu Widerspruch, Widerstand, sogar zu Unfairness kommt?

Wir zeigen Ihnen anhand von zahlreichen Beispielen aus der Kita-Praxis, wie Sie sich auf herausfordernde Gesprächs- und Redesituationen vorbereiten oder die Situation selbst verändern und verbessern können. Damit der Transfer in den Arbeitsalltag für Sie schon beim Lesen konkret wird, bieten wir Ihnen an manchen Stellen kleine Übungen an; an anderen Stellen laden wir Sie an die UmsetzBar ein. Die wichtigsten theoretischen Grundlagen fassen wir jeweils kurz und prägnant als rhetorische Erkenntnis zusammen, und die mentalen Stärkungen sollen gelegentlichen Selbstzweifeln etwas entgegensetzen und Sie ermutigen, auf Ihre Fähigkeiten zu vertrauen.

Wir möchten, dass Sie (künftig noch leichter) überzeugen – in der Sache, als Person und trotz mancher Hürden.



# 1. ÜBERZEUGEN SIE IN DER SACHE!

Bei Ihrer täglichen Arbeit stehen Sie immer wieder vor einer rhetorischen Aufgabe, sei es, dass Sie beim Elternabend einen Sachverhalt darstellen, sei es, dass Sie im Team Stellung beziehen. Sie sprechen, um die Zuhörer und Gesprächspartnerinnen für sich und Ihre Sache zu gewinnen. Die Sache ist das, worüber Sie sprechen: das Thema, die Angelegenheit, die Fragestellung.

Damit Sie Ihre Sache so an die Frau und den Mann bringen, dass man Ihnen zuhört und Sie die anderen überzeugen, benötigen Sie eine rhetorische Strategie: Sie machen sich zuerst klar, was Ihre Absichten und Ziele sind. Dann überlegen Sie sich, wie Sie planvoll vorgehen und Ihre Gedanken strukturieren können. Sie denken darüber nach, wie Sie argumentieren wollen und wie Sie sich überzeugend ausdrücken können, und schließlich wie Sie damit umgehen, wenn Einwände, sprich Gegenargumente, kommen.

## 1.1 DIE SPRECHABSICHT

Wir sprechen nie ohne Absicht. Wenn wir das Wort an jemanden richten, tun wir das, weil wir etwas zu sagen haben, weil wir etwas wollen. Selbst beim Smalltalk: Wir haben die Absicht, Kontakt aufzunehmen, eine Atmosphäre zu schaffen oder die Beziehung zu pflegen.

Bei „ernsthaften“ Gesprächen geht es um mehr als Stimmung und Kontakt. Wir möchten jemanden informieren, etwas erklären, für oder gegen etwas argumentie-

ren oder jemanden überzeugen. Unsere Absicht ist es also, dass andere über etwas Bescheid wissen oder nachvollziehen können, warum wir etwas auf eine bestimmte Art und Weise sehen bzw. tun, dass die anderen sich unserer Meinung anschließen und in unserem Sinne handeln.

All das haben Sie schon erlebt und praktiziert. Sie haben von Kindesbeinen an Erfahrungen in unterschiedlichen Kommunikationssituationen gesammelt und sind in Ihrem Beruf, in dem Sie nahezu unentwegt mit anderen sprechen, zu echten Kommunikationsprofis geworden. Bestimmt haben Sie auch erlebt, dass sich Gespräche unterschiedlich gestalten. Mal waren Sie zufrieden mit dem Verlauf und dem Ergebnis, mal haben Sie erreicht, was Sie wollten, hin und wieder ist es zu Missverständnissen gekommen. Vielleicht ist auch ein Gespräch regelrecht gescheitert. Aus allem haben Sie bewusst und unbewusst gelernt.

## SICH GEDANKLICH VORBEREITEN

Womöglich haben Sie auch schon die Erfahrung gemacht, dass es immer wieder Situationen gibt, die Sie planen und die sie günstig beeinflussen können, indem Sie sich gezielt vorbereiten. Das ist eine wichtige Erkenntnis: Man kann sich vorher überlegen, was einem in der bevorstehenden Situation wichtig ist, welche Absicht man verfolgt, und was man dafür tun kann, damit das Gespräch (oder auch der Vortrag) gut läuft und das gewünschte Ergebnis bringt. Sie überlegen sich in solchen Situationen, was Sie sagen möchten und sicher auch, wie Sie es sagen möchten: mit welchen Worten und in welchem Ton.

All das ergibt sich aus der Absicht, die Sie beim Sprechen verfolgen und ist bezogen auf die Zuhörer. Es sind nämlich letztlich die Zuhörer, die entscheiden, ob sie überzeugt sind von dem, was Sie sagen. Ein bestimmtes Argument oder ein bestimmtes Auftreten überzeugt immer nur in Bezug auf das jeweilige Publikum.



## RHETORISCHE ERKENNTNIS

- Viele Sprechsituationen kann man vorbereiten.
- Die Formulierungen und der Ton folgen der Absicht, die man beim Sprechen hat.
- Die Wirkung entsteht beim Hörer.

### PRAXISBEISPIEL

Ihre Einrichtung hat zu einem Tag der offenen Tür eingeladen. Viele Eltern sind gekommen, um sich einen Eindruck vom Haus, von der Ausstattung und dem Personal zu verschaffen. Nicht zuletzt interessieren sie sich für das pädagogische Konzept.

Wenn Sie mit den Eltern sprechen, steht dieser Inhalt im Vordergrund: Ihre Absicht ist dann, über die Sache zu *informieren* sowie Begriffe und Zusammenhänge zu *erklären* und *darzustellen*.

Bei der Teamsitzung geht es um die Frage, ob aus dem traditionellen „Martinsumzug“ ein „Laternenfest“ werden soll. Eltern, die diese Frage aufgeworfen haben, finden den Bezug zum Martinstag zu katholisch geprägt und in einer Welt, die mehrheitlich einer anderen oder gar keiner Religion angehört, nicht mehr zeitgemäß. In der Teamsitzung geht es nun darum herauszufinden, welche Haltung die einzelnen Kolleginnen und Kollegen dazu haben.

Wenn Sie vor den Kollegen das Wort haben, stehen Sie als Person im Vordergrund: Sie werden sich *positionieren* und für Ihre Meinung *argumentieren*. Sie *drücken* somit etwas von sich – Ihre Einstellung, Ihre Überzeugung – *aus*.

PRAXISBEISPIEL

Beim Elternabend steht der Punkt „Waldwoche“ auf der Tagesordnung. Die Kinder finden diese Idee toll, manche haben sich das ausdrücklich gewünscht. Gleichzeitig haben Sie über die Kinder erfahren, dass nicht alle Eltern begeistert sind: Manche finden es zu gefährlich, andere zu aufwändig, wieder andere sehen den Sinn einer solchen Unternehmung nicht.

In dieser Situation ist es Ihre Absicht, nicht allein über den Ausflug zu informieren und auch nicht in erster Linie Ihre Meinung zu vertreten. Es wird vielmehr darum gehen müssen, die Eltern zu überzeugen. Hier steht also das Gegenüber im Vordergrund, an das Sie appellieren.

Wenn Sie vor der anstehenden Situation Ihre Absicht klären, wird Ihnen bewusst, was Sie tun möchten: Die Inhalte darstellen? Ihre Meinung begründen und dafür einstehen? Oder mit Argumenten an das Gegenüber appellieren? Je bewusster Ihnen das ist, umso überzeugender wird Ihr rhetorisches Handeln sein: Ihr Auftre-

