

## Bericht zum Skill Camp 2018 in Chemnitz

Die Wilhelm-Külz-Stiftung führte in Kooperation mit dem European Liberal Forum, der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit sowie dem neos LAB das diesjährige „SKILL CAMP Chemnitz“ vom 8.-9.6.2018 im Hotel an der Oper in Chemnitz durch.

Die Fähigkeit, mit Argumenten zu überzeugen, gehört im persönlichen Bürgergespräch, im Wahlkampf sowie in der politischen Debatte zum handwerklichen Können. Politische Ziele und Entscheidungen plausibel darzustellen zeichnet einen erfolgreichen Multiplikator aus. Um liberalen Positionen, insbesondere in der digitalen Kommunikation, nachhaltig Gehör zu verschaffen, werden nicht nur gute Argumente gebraucht, sondern es ist auch das Wissen im Umgang mit möglichen Konfrontationen in alten und neuen Medienwelt unabdingbar.

Das SKILL CAMP 2018 setzte deshalb in diesem Jahr seinen Schwerpunkt auf digitale Kommunikation und Strategieentwicklung. Das hier angebotene Seminar unterstützte die Teilnehmer dabei, Aussagen als überzeugende Argumente so aufzubereiten, dass sie verständlich und auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt, den Verstand und die Herzen gleichermaßen erreichen. Darüber hinaus erhielten die Teilnehmer Inspirationen im Umgang mit unerwarteten Reaktionen von Bürgern und Journalisten, um auch konfrontative Situationen überzeugend zu meistern. Nach dem Wissenstransfer erhielten die Teilnehmer die Gelegenheit, ihre Fähigkeiten an praktischen Beispielen aus der EU-, Bundes- und Landes- und Kommunalebene auszuprobieren. Neu bei diesem SKILL CAMP war, dass jeder Teilnehmer von allen drei Angeboten profitieren konnte.

In die Thematik des Skill Camps wurden die Teilnehmer durch folgende Referenten eingeführt:

Marie Thérèse Hunger und ihrer Keynote: Storytelling – erzähle mir eine Geschichte sowie Christoph Jung mit der Keynote: Kampagne – Story – Durchsetzungskraft.

Im Anschluss hatte die Teilnehmer die Möglichkeit, an jedem der folgenden Workshops teilzunehmen:

Werkstatt 1 mit René Falkner - Videos in der politischen Kommunikation

Werkstatt 2 mit Tom Steinborn-Henke - Überzeugend in der Argumentation & schlagfertig in der Konfrontation

Werkstatt 3 mit Philipp Gensel - Social Media Management – Wie aus Content messbare Erfolge werden

Beispielhaft für das gesamte Programm der Werkstätten haben wir die Werkstatt 2 mit Tom Steinborn-Henke ausgewählt und beschreiben diese genauer:

Im Rahmen des „Skill Camp Chemnitz“ am 08.06. und 09.06.2018 leitete Tom Steinborn-Henke mit Assistenz von Katja Eisersdorf den Workshop „Überzeugend in der Argumentation & schlagfertig in der Konfrontation“.

Inhaltlich war die Werkstatt abgestimmt auf den Gesamtfokus der Veranstaltung. Die Fähigkeit mit Argumenten im Bürgergespräch, in der Medienwelt und in Konfrontativen Situationen zu überzeugen wurde durch drei thematisch unterschiedliche Workshops trainiert. Sie kombinierte praktische Übungen zur Konfrontation vor und mit der Kamera, sowie theoretischen Input zur Argumentation.

Die praktische Übung konfrontierte die eintreffenden TeilnehmerInnen mit der Situation, bei laufender Kamera interviewt zu werden. Das Interview erfolgte spontan und ohne Möglichkeit der Vorbereitung. Jede/r der TeilnehmerInnen konnte zu zwei Fragen Stellung nehmen. Hierfür sind beispielsweise genannt:  
Was zeichnet den sächsischen Weg der Liberalen aus? Warum profitiert die FDP von dem positiven Bundestrend nicht in Sachsen? In Sachsen ist die AfD die stärkste politische Partei. Wie erklären Sie sich den Erfolg von AfD und Pegida in Sachsen?

Diese Konfrontation mit der spontanen Interviewsituation wurde von und mit den TeilnehmerInnen besprochen und ausgewertet. Es wurden grundlegende Regeln zum Umgang mit spontanen Interviews bearbeitet. Beispielsweise wurde durch den Dozenten darauf hingewiesen, niemals ein Interview zu geben, wenn sich der Interviewführende nicht ausreichend vorgestellt hat, um so Konfliktsituationen, Fehlinterpretationen und spätere Missverständnisse zu vermeiden. Weiterhin wurden Möglichkeiten erörtert, die Situation durch eine angemessene Reaktion zu entspannen und so dem Interviewten Raum zu geben, die Initiative zu ergreifen.

Es erfolgte eine Videoanalyse der Interviews in der durch den Dozenten auf Stärken und Entwicklungsfelder der Teilnehmenden hingewiesen wurde. Die Chance diese Kameraaufnahme auszuwerten sollte den TeilnehmerInnen Impulse für ihre zukünftige Pressarbeit geben.

Methoden für eine gelungene politische Argumentation

Da viele Verbote dem liberalen Prinzip der Freiheit widersprechen, braucht liberale Politik gute Argumente. Um diese Argumente überzeugend einsetzen zu können wurden zunächst folgende grundlegende Begriffe besprochen:

- Das **Argument**: Ein Argument ist eine Aussage, die zur Begründung oder zur Widerlegung einer Behauptung dient und darüber hinaus für die Adressaten gut verständliche Beispiele heranzieht.
- Aufbau eines politischen Argumentes:
  - o politische Aussage
  - o Begründung mit Beispielen
  - o Brücke bzw. Schlussfolgerung
- Die **Argumentation**: Eine Argumentation ist eine logisch nachvollziehbare Verbindung von mehreren Argumenten.

Um den Erfolg einer Argumentation sichern zu können, erlernten die TeilnehmerInnen einige Regeln, die als Hilfestellung dienen können:

Ziele und Aussagen innerhalb einer Argumentation sollten verständlich und dialogorientiert aufbereitet werden. Um dies zu erreichen ist eine Zielgruppenanalyse wichtig. Für die so ermittelten Adressaten sind gute Beispiele aus der Lebenswelt hilfreich, um diese zu erreichen. Eine gute Argumentation zielt nicht nur auf den Verstand des Adressaten, sondern auch auf das Herz. Daten und Fakten sollten nicht emotionsfrei genutzt werden. Eine gehirngerechte Kommunikation, die auf beide Hemisphären des Gehirns abzielt, erleichtert es den Adressaten der Argumentation zu folgen. Bei jeder Argumentation sollten Konsequenzen für das Image des Agierenden beachtet werden. Es ist zu prüfen, ob sich die Mühe lohnt, zu argumentieren. Da es auch immer Gruppen geben wird, die man mit einer Argumentation nicht erreichen kann.

Im politischen Kontext ist die argumentierende Person von zentraler Bedeutung. Daher wurde mit den TeilnehmerInnen das Zielimage im Kontext einer Argumentation besprochen. Das **Zielimage** beschreibt das Persönlichkeitsbild, das beim Publikum bzw. bei bestimmten Zielgruppen entstehen

soll. Es beinhaltet nur positive Imageelemente und Formulierungen, ist aber auch nicht illusionär. Das imaginäre Profil des Redners wird durch eine Vielzahl von Aktivitäten in der Öffentlichkeit, u. a. durch öffentliche Redeauftritte geformt.

Diese theoretischen Grundlagen wurden mit praktischen Beispielen hinterlegt und erprobt. Innerhalb des Workshops wurde ein „rhetorischer Werkzeugkasten“ erarbeitet. Hierbei wurden insbesondere die Wünsche und Fragen der Teilnehmenden einbezogen. Zunächst wurde das **Sender-Empfänger-Modell** besprochen. Der Sender einer Botschaft möchte Gedanken, Kenntnisse, Gefühle und Wünsche an den

Empfänger übermitteln. Diese kodiert er in der ihm eigenen Weise. Der Empfänger dekodiert die gesendeten Botschaften und gibt dem Sender ein Feedback. Verschiedene Einflüsse können zu **Problemgräben** zwischen Sender und Empfänger bei einer Argumentation führen. Dies können Problemfelder im akustischen, im inhaltlichen Bereich und im zwischenmenschlichen Bereich sein. Um eine Argumentation erfolgreich führen zu können, ist es sinnvoll, einen Teil dieser Problemfelder von vornherein einzugrenzen. So ist es zum Beispiel hilfreich, die akustischen Außeneinflüsse so optimal wie möglich zu gestalten. Weiterhin können Inhalte auf den Adressaten/die Zielgruppe abgestimmt vermittelt werden. Als Mittel für eine gelungene Argumentation wurden **Verständlichmacher** mit den Teilnehmenden besprochen. Hierbei handelt es sich um das Übersetzen komplexer Inhalte, um diese zielgruppengerecht vermitteln zu können. Dafür können beispielsweise konkrete, alltägliche Beispiele genutzt werden.

Das **AIDA-Modell** in der Argumentation wurde ebenfalls vorgestellt.

Dieses vierstufige Modell aus dem Marketing besteht aus den Schritten Attention (Aufmerksamkeit); Interest (Interesse); Desire (Wunsch); Action (Handlung). Im ersten Schritt soll die Aufmerksamkeit des Adressaten geweckt werden. In einem zweiten Schritt soll die Aufmerksamkeit in Interesse für das Argument weitergeführt werden, damit sich der Adressat mit der Thematik beschäftigen möchte. Im dritten Schritt soll aus dem Interesse an dem Thema der Wunsch dem Argument zu folgen, entwickelt werden. In der vierten Stufe des AIDA Modells geht der Adressat zum Handeln über und unterstützt idealerweise die Argumentation des politischen Multiplikators. Eine wichtige Grundlage für eine gelungene Argumentation ist das **Aktive Zuhören**. Die Fähigkeit

dem Gegenüber die vollste Aufmerksamkeit zu schenken und das Gesagte kognitiv aufzunehmen und darauf eingehen zu können.

Als Sonderfall in der Argumentation wurde der **tiefe Dissens** von Meinungen besprochen. Nicht immer ist es möglich, einen solchen tiefen Dissens aufzulösen. Als Grundlage hierfür dient der Versuch, das Gegenüber und dessen Beweggründe zu verstehen. Als Kommunikationselement nach Plathon wurde die **Alterozentrierung** vorgestellt.

Auch der Einsatz **körpersprachlicher Mittel** in der Argumentation wurde betrachtet. 50 bis 100 Prozent der zwischenmenschlichen Kommunikation erfolgt über nonverbale Zeichen. Hierbei ist es wichtig, sich verschiedener Kommunikationstypen bewusst zu sein und diese zu beachten. Zur nonverbalen Überzeugung des Gegenübers ist ein achtsamer, kongruenter Einsatz von körpersprachlichen Mitteln erstrebenswert. Dieser sollte im Einklang mit dem Ziel-Image des politischen Multiplikators stehen und dessen Argumentation untermauern.

Ein weiterer für die Teilnehmenden sehr wichtiger Punkt war die Diskussion des Umgangs mit **Lampenfieber**. Der Dozent gab den TeilnehmerInnen Hinweise, um das Lampenfieber bereits in der Vorbereitung einer Veranstaltung reduzieren zu können. So kann eine gute Vorbereitung von Veranstaltungen Risikofaktoren für den Moderator oder den politischen Akteur begrenzen und zu mehr Sicherheit beitragen. Eine gute Vorbereitung auf eventuelle Einwände durch politische Gegner oder Diskussionsteilnehmer kann ebenfalls das Lampenfieber reduzieren.

Zum **professionellen Umgang mit Einwänden** wurden zwei Strategien besprochen. Zum einen die Nachfragestrategie (ZIMT-Methode), zum anderen die Argumentationsstrategie (ZWAR-Methode).

Die **ZIMT-Methode** besteht aus den Komponenten:

**Z** = Zustimmung, Recht geben, ernst nehmen kein „aber“

**I** = Interesse zeigen durch Fragen

**M** = Meinungen, Informationen, Argumente, Fakten

**T** = Transfer, Übergang ins weitere Gespräch

Die **ZWAR-Methode** ist folgendermaßen aufgebaut:

**Z** = Zustimmung geben

**W** = Weiche stellen

Kompensieren „dafür“

Weitermachen „darüber hinaus“

Zurückgeben „gerade deshalb“

**A** = Argument nennen

Vorteil Hilfestellung

Nutzen Vorschlag

Angebot

**R** = Reaktion herausfordern

Durch diese zwei Strategien wird es ermöglicht, auf Einwände des Gegenübers einzugehen ohne den eigenen Punkt zu verlieren oder das Gegenüber zurückzuweisen.

Ein weiteres mögliches Problem, dass zu Lampenfieber führen kann ist der **Umgang mit Störungen**. Es wurden verschiedene Typen von Störungen besprochen und Strategien, die Störungen zu minimieren erarbeitet.

Das Skill Camp 2018 wurde so durchgeführt, wie es ursprünglich geplant wurde. Die Nachfrage nach diesem Camp war exzellent. Leider konnten wir nicht alle Anfragen berücksichtigen und planen deshalb eine Weiterführung in 2019. Die Auswertung mit den Teilnehmern des Camps führte zu einem höchst positivem Ergebnis. Die Auswahl der Referenten, Inhalt sowie die Methodik und der Wissenstransfer wurden mehrheitlich mit sehr gut bewertet.