

Whitepaper: Treffsicher kommunizieren: Mit KI, SKFA und Minto-Pyramide zum Punkt kommen

*Wie Sie durch Struktur, Zielgruppenverständnis und Künstliche
Intelligenz überzeugender kommunizieren*

Kapitel 6

© Hermann-Ruess und Partner
nur für den persönlichen Gebrauch

Hermann-Ruess & Partner
www.hermann-ruess.de
seminare@hermann-ruess.de

1. Kommunikation, die trifft: in Zeiten digitaler Überforderung

Stellen Sie sich vor, Ihre nächste Präsentation, E-Mail oder Produktbeschreibung bringt Ihre Botschaft nicht nur auf den Punkt, sondern trifft genau ins Schwarze. Ihre Empfänger und Empfängerinnen nicken nicht nur höflich, sondern denken: „Endlich jemand, der uns versteht.“

Doch genau das ist heute die Herausforderung. Denn nie war es schwerer, Aufmerksamkeit zu gewinnen. Kunden und Kundinnen werden täglich mit Informationen überflutet – durch Newsletter, Pitchdecks, Social Posts, Fachartikel. Was fehlt, ist Klarheit. Struktur. Relevanz. Und ein Kommunikationsstil, der nicht nur ankommt, sondern überzeugt.

Die Lösung? Drei Werkzeuge, ein Ziel: Wirksame Kommunikation.

Dieses Whitepaper zeigt Ihnen, wie Sie Ihre Kommunikation mit drei wirkungsvollen Bausteinen systematisch verbessern können:

1. **SKFA-Prinzip** für einen empfängerorientierten Einstieg, der sofort Relevanz schafft
2. **Minto-Pyramide** für klare, logische Struktur und überzeugende Argumentation
3. **KI-Unterstützung**, die aus Ideen passgenaue Botschaften entwickelt – in Echtzeit

Alle drei Elemente lassen sich mit einem Ziel kombinieren: **Kommunikation gestalten, die wahrgenommen, verstanden und erinnert wird.** Und zwar unabhängig davon, ob Sie eine E-Mail formulieren, ein Whitepaper schreiben oder einen Pitch vorbereiten.

Warum Struktur alles ist: Kommunikation mit System

Clear thinking leads to clear communication.

(Barbara Minto)

Viele Marketing- und Vertriebsprofis starten mit Inhalten – nicht mit Struktur und auch nicht mit einer klaren Zielsetzung. Sie schreiben, formulieren, visualisieren. Und wundern sich, wenn der rote Faden fehlt.

Die Folge:

Botschaften verlaufen im Nebel. Argumente versickern. Zuhörerinnen und Leser steigen aus, bevor sie überhaupt einsteigen.

Was gute Kommunikation braucht: SKFA & Minto-Pyramide als Fundament

Gute Kommunikation beginnt nicht mit einem Text, sondern mit einer Haltung: Ich strukturiere nicht, weil ich muss. Ich strukturiere, weil ich überzeugen will.

Machen Sie sich zunächst die **Zielsetzung** Ihrer Kommunikation klar. Was soll nach Ihrer Präsentation, Ihrem Pitch oder einem Artikel passieren? Was soll die Zielgruppe tun? Formulieren Sie als erstes das „TUN-Ziel“ für Ihre geplante Kommunikation. Vervollständigen Sie diesen Satz: „*Nach der Präsentation / dem Pitch / dem Lesen des Artikels...*“

Um dieses Ziel zu erreichen, helfen zwei Methoden:

1. SKFA:

So steigen Sie ein, dass Menschen zuhören wollen.

Das SKFA-Prinzip stellt die Perspektive Ihrer Zielgruppe in den Fokus. Es beantwortet vier Fragen – und zwar in genau dieser Reihenfolge:

- **Situation (S):** Wo steht die Zielgruppe gerade? Fakten, Status quo, Ausgangspunkt
- **Komplikation (K):** Was ist die Herausforderung, basierend auf der Situationsbeschreibung? Was passiert, wenn wir nichts tun?
- **Frage (F):** Was ist die zentrale Frage, die sich daraus ergibt?
- **Antwort (A):** Was ist unsere Lösung – kurz, klar und greifbar?

Beispiel (EcoWrap):

Situation: Immer mehr Lebensmittelhersteller suchen nach kompostierbaren Verpackungen.

Komplikation: Doch viele Lösungen sind teuer, technisch schwer integrierbar oder nicht zertifiziert.

Frage: Wie können wir Nachhaltigkeit, Wirtschaftlichkeit und Maschinentauglichkeit verbinden?

Antwort: EcoWrap – die erste Verpackungslösung, die alle drei Anforderungen erfüllt.

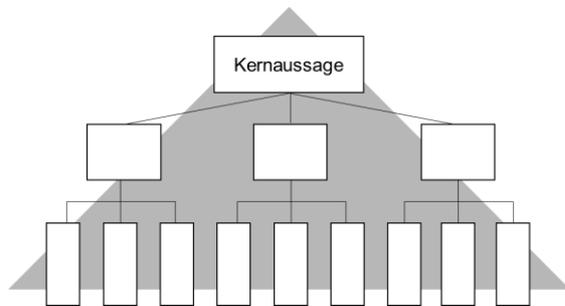
2. Die Minto-Pyramide:

Vom Punkt aus argumentieren

Die Minto-Methode hilft, Gedanken pyramidal zu gliedern. Oben steht die zentrale Aussage – darunter folgen strukturierte Begründungen:

- **Kernaussage zuerst:** „Unsere Empfehlung lautet EcoWrap.“
- **Beantworten Sie die Fragen Ihrer Zielgruppe:** Was ist es? Warum ist das die richtige Lösung? Wie funktioniert es?
- **Darunter wiederum jeweils 2-4 Hauptargumente:** z. B. Kosten, Nachhaltigkeit, Maschinentauglichkeit
- **Dann Belege:** Zahlen, Beispiele, Erfahrungen

So entsteht Klarheit – auch bei komplexen Themen.



Wie KI Sie dabei unterstützt

Künstliche Intelligenz – z. B. ChatGPT – ist der ideale Sparringspartner, um strukturierte Kommunikation zu entwickeln:

Kurzer Beispiel-Prompt für den Einstieg (SKFA):

„Hilf mir dabei, meine Botschaft nach dem SKFA-Prinzip zu formulieren. Stelle mir nacheinander Fragen zur aktuellen Situation, zur Herausforderung, zur zentralen Frage und zur passenden Lösung. Stelle jeweils nur eine Frage gleichzeitig.“

Kurzer Beispiel-Prompt für die Minto-Pyramide:

„Ich möchte eine Argumentationsstruktur nach dem Minto-Prinzip aufbauen.“

Bitte stelle mir nacheinander folgende Fragen:

1. *WAS ist die empfohlene Lösung? (Kernaussage + kurze Definition)*
2. *WARUM ist diese Lösung sinnvoll? (2–4 Hauptgründe)*
3. *WIE funktioniert die Lösung konkret? (Schritte, Anwendung, Umsetzung)*

4. *Bitte frage mich anschließend nach passenden Beispielen oder Belegen.“*

In Kapitel 6 im Buch finden Sie darüber hinaus einen umfangreichen Super-Prompt zur Erstellung Ihrer pyramidalen Storyline.

Warum das funktioniert:

Die KI fragt nach, sortiert, kürzt und formuliert um. Und sie passt sich an – je nachdem, ob Sie analytisch argumentieren wollen oder emotional, kreativ oder sachlich. Damit wird sie zum Partner für Ihre persönliche Kommunikationsstrategie.

2. Zielgruppen im Kopf: Wie Denkstile Ihre Argumentation prägen

Ein häufig übersehener Erfolgsfaktor in der Kommunikation ist nicht **was** wir sagen, sondern **wie** wir es sagen – und **für wen**.

Menschen nehmen Informationen unterschiedlich auf. Während die eine Person Zahlen liebt, braucht die andere ein Gefühl. Die dritte möchte wissen, wie genau etwas funktioniert, und die vierte fragt sich: „Was ist das Neue daran?“ Wenn Sie überzeugen wollen, sollten Sie deshalb mehr als eine Sprache sprechen.

Vier Denkstile – vier Wege zur Überzeugung

Im Buch arbeiten wir mit vier Denkstilen, die sich in der Praxis als besonders relevant erwiesen haben:

- **Analytisch** – „Beweise es mir“
Zahlen, Daten, Fakten. Diese Zielgruppe überzeugt man mit Studien, Benchmarks, ROI-Rechnungen und Belegen.
- **Strukturiert** – „Erklär es mir logisch“
Prozesse, Pläne und Systeme sind hier das Fundament. Menschen mit diesem Denkstil erwarten Logik, Nachvollziehbarkeit und klare Umsetzungsschritte.
- **Empathisch** – „Zeig mir den Sinn“
Sie suchen nach Bedeutung, Verbindung und Wirkung auf Mensch und Umwelt. Relevanz entsteht durch Geschichten, Werte und Emotion.
- **Kreativ** – „Überrasch mich“
Diese Personen wollen inspiriert werden. Neuheit, Visionen, mutige Ansätze und originelle Ideen machen Ihre Botschaft attraktiv.

Ein Beispiel – vier Argumentationslinien

Stellen wir uns vor, Sie wollen EcoWrap – Ihre nachhaltige Verpackungslösung – vorstellen:

- **Analytisch:** „EcoWrap reduziert die CO₂-Emissionen nachweislich um 38 % und erfüllt alle relevanten ISO-Normen.“
- **Strukturiert:** „Unsere Lösung lässt sich nahtlos in bestehende Verpackungslinien integrieren – ohne Umrüstkosten.“
- **Empathisch:** „EcoWrap hilft Unternehmen, Nachhaltigkeit nicht nur zu versprechen, sondern sichtbar zu leben.“
- **Kreativ:** „EcoWrap setzt Maßstäbe – eine Verpackung, die nicht nur kompostierbar ist, sondern auch als Markensymbol wirkt.“

So unterstützt KI dabei

Eine KI wie ChatGPT kann Ihnen helfen, Ihre Botschaften **zielgruppengerecht** aufzubereiten. Wichtig ist, dass Sie sie entsprechend briefen.

Beispiel-Prompt für die vier Denkstile:

„Formuliere eine Nutzenargumentation für unser Produkt ‚EcoWrap‘ in vier Varianten – jeweils zugeschnitten auf:

- analytische,
- strukturierte,
- empathische,
- kreative Personen.

Bitte frage mich zuerst nach dem konkreten Produktnutzen, den ich hervorheben will. Dann liefere die vier Varianten jeweils in einem Satz.“

Die KI liefert dann argumentativ fein justierte Varianten, die Sie direkt für Pitches, Texte oder Folien nutzen können – und zwar exakt so, wie Ihre Zielperson denkt.

3. Vom Gefühl zum Format: SKFA + Minto im Zusammenspiel

Ein starker Einstieg ist gut – eine durchdachte Struktur noch besser. Doch der wahre Kommunikationsgewinn entsteht dann, wenn beides **ineinandergreift**: Sie holen Ihre Zielgruppe mit dem SKFA-Prinzip emotional und rational ab und führen sie mit der Minto-Pyramide logisch durch Ihre Argumentation.

So greifen beide Methoden ineinander:

SKFA	Minto-Pyramide
S – Situation: Ausgangslage	Einordnung des Themas („Was ist los?“)
K – Komplikation: Problem oder Chance	Dringlichkeit, Nutzen („Warum ist das wichtig?“)
F – Frage: Was müssen wir tun?	Kernfrage – wird zur Spitze der Pyramide
A – Antwort: Unsere Lösung	Kernaussage + Begründungen („Was schlagen wir vor – und warum?“)

Beispiel: Whitepaper für EcoWrap

Einleitung (SKFA):

- **Situation:** Gesetzliche Vorgaben zur Verpackungsverordnung werden verschärft.
- **Komplikation:** Viele Unternehmen haben keine kompatiblen Lösungen – oder nur sehr teure.
- **Frage:** Wie gelingt eine nachhaltige Umstellung ohne wirtschaftliche Nachteile?
- **Antwort:** EcoWrap – wirtschaftlich, zertifiziert, sofort einsatzbereit.

Hauptteil (Minto-Pyramide):

- **Kernaussage:** EcoWrap ist die nachhaltigste Verpackungslösung ihrer Klasse.
- **Was ist EcoWrap?**
EcoWrap ist eine kompostierbare Verpackungslösung aus biobasierten Materialien (z. B. Zuckerrohr, Maisstärke), die speziell für trockene Lebensmittel entwickelt wurde. Sie erfüllt internationale Kompostierstandards und lässt sich optisch wie technisch an bestehende Marken anpassen.
- **Warum ist EcoWrap die richtige Wahl?:**
→ Senkt CO₂-Bilanz um 38 % (analytischer Denkstil)
→ Kompatibel mit gängigen Maschinen (strukturierter Denkstil)
→ Stärkt die Markenwahrnehmung (empathischer Denkstil)
→ Innovationssignal im Markt (kreativer Denkstil)
- **Wie funktioniert EcoWrap in der Anwendung?**
→ Integration: Lässt sich ohne Umrüstung in bestehende Produktionslinien einfügen
→ Eigenschaften: Bietet zuverlässige Barrieren gegen Feuchtigkeit und Sauerstoff
→ Anpassung: Kann in Design, Größe und

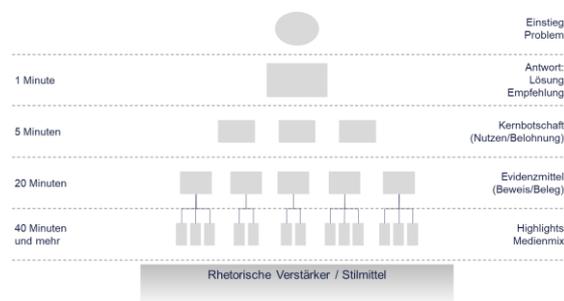
Materialstärke kundenindividuell angepasst werden
 → Verwertung: Kompostierbar im industriellen Maßstab, rückverfolgbar zertifiziert

Belege:

- Einsatz bei drei führenden Bio-Lebensmittelherstellern
- Interne Tests: Haltbarkeit verlängert um 12 % bei trockenen Teigwaren
- CO₂-Zertifikat eines externen Instituts liegt vor
- Zitat einer Kundin: „Endlich eine nachhaltige Verpackung, die unsere Prozesse nicht stört.“

Der Trick: Die Pyramide ist skalierbar

Ob One-Pager, LinkedIn-Post oder Keynote-Präsentation – die Minto-Struktur funktioniert in jeder Textlänge. Je nach Medium wird sie einfach „auseinandergezogen“ oder komprimiert. Das SKFA-Prinzip bleibt dabei Ihr Leitstern für den Einstieg. Abhängig von der Zielgruppe können Sie verschiedene Schwerpunkte legen. Ist das Thema für die Zielgruppe neu? Dann sollten Sie mehr Zeit auf SKFA verwenden. Sprechen Sie vor Fachexperten? Setzen Sie den Fokus auf die untere Ebene der Pyramide und gehen zügiger auf das WAS oder WARUM ein.



Vergessen Sie dabei nie:

Starten Sie immer mit einer **neutralen Situationsbeschreibung**, um Ihre Zielgruppe dort abzuholen, wo sie steht. Dieser Einstieg wirkt sachlich, schafft Vertrauen – und öffnet den Raum für Ihr eigentliches Thema. **Vermeiden Sie es, sofort mit dem Problem zu starten**, denn das kann – je nach ZuhörerIn oder Leser – schnell zu Abwehrreaktionen führen. Wer sich persönlich angesprochen oder sogar kritisiert fühlt, steigt emotional aus, noch bevor Sie überhaupt zum Punkt kommen.

Deshalb gilt:

Erklären Sie zunächst, **woher die Herausforderung** kommt. Erst wenn das gemeinsame Verständnis für die

Ausgangslage geschaffen ist, können Sie elegant zur Komplikation überleiten – und damit zu Ihrer eigentlichen Argumentation.

So bringt KI Struktur in Ihre Kommunikation

Die KI denkt nicht für Sie – aber mit Ihnen. Sie hilft, Strukturen zu entwickeln, Prioritäten zu setzen und unterschiedliche Formate daraus abzuleiten.

Beispiel-Prompt zur Verbindung von SKFA und Minto:

„Ich möchte ein Kommunikationskonzept für unser neues Produkt erstellen – mit einem Einstieg nach dem SKFA-Prinzip und einem Hauptteil nach dem Minto-Prinzip. Bitte stelle mir nacheinander strukturierte Fragen für beide Abschnitte und baue am Ende eine Gliederung für einen 2-seitigen Text auf.“

Format-Sprung möglich:

„Kannst du daraus auch eine E-Mail-Version, einen LinkedIn-Post und ein Pitch-Drehbuch ableiten?“

Mit einem einmal erstellten SKFA/Minto-Gerüst können Sie so mit wenigen Anpassungen gleich mehrere Kommunikationsmedien bespielen – und dabei stets strukturiert, zielgerichtet und stilgerecht bleiben.

4. KI im Einsatz: So trainieren Sie Ihren Kommunikationsalltag

Struktur und Zielgruppenverständnis sind das eine – echte Wirkung entsteht, wenn Sie diese Prinzipien **in Ihre tägliche Kommunikation integrieren**. Und genau hier spielt Künstliche Intelligenz ihre Stärken aus: Sie denkt mit, fragt nach, sortiert und formuliert.

Ihr Ziel: Vom Impuls zur Umsetzung

Was bringt Ihnen all das konkret im Alltag? Mit einem klaren Prompt und einem definierten Ziel können Sie mit der KI in wenigen Minuten:

- ein neues Kommunikationsformat entwickeln
- bestehende Inhalte zielgruppenorientiert umformulieren
- Denkstile berücksichtigen
- Varianten erzeugen – z. B. für E-Mail, Whitepaper, Pitch oder Social Post

Beispiel: Ein Pitch – viele Varianten

Sie haben einen strukturierten Einstieg (SKFA), eine gute Argumentationspyramide (Minto) und kennen Ihr Kommunikationsziel und Ihre Zielgruppe. Jetzt hilft die KI, daraus passende Formate zu bauen:

Beispiel-Prompt:

„Nutze den folgenden SKFA-Text und die Minto-Argumentation für unser Produkt EcoWrap. Entwickle daraus drei Varianten:

- 1. Eine E-Mail an einen strukturierten Entscheider.*
- 2. Einen LinkedIn-Post für kreative Marketer.*
- 3. Ein Pitch-Skript für eine empathische Produktmanagerin.“*

Mit diesem Input generiert die KI genau das, was Sie brauchen – in Ton, Struktur und Zielrichtung.

Selbst ausprobieren: Mini-Trainingsplan für Ihre Kommunikation

1. Wählen Sie ein aktuelles Thema: z. B. ein neues Produkt, eine Dienstleistung, ein Kundenprojekt
2. Formulieren Sie den Einstieg nach SKFA (mit Hilfe der KI)
3. Erstellen Sie die Argumente nach dem Minto-Prinzip
4. Lassen Sie die KI vier Argumente pro Denkstil ableiten
5. Leiten Sie daraus ein Medium Ihrer Wahl ab (Post, Pitch, Artikel...)
6. Lassen Sie sich von der KI Feedback geben – oder von Ihrer Persona (s. Kapitel 6 im Buch)

Warum das funktioniert: KI denkt in Varianten, Sie in Wirkung

Durch diese Vorgehensweise trainieren Sie nicht nur Ihre eigene Kommunikationsschärfe,

sondern nutzen die KI als echten Assistenten: **Sie bleibt analytisch, während Sie kreativ oder empathisch sind.** Sie ist strukturiert, während Sie situativ agieren. Gemeinsam entsteht Kommunikation, die wirkt – in allen Formaten.

5. Ihre Kommunikation: klarer, kürzer, klüger

SKFA gibt Ihrer Kommunikation den relevanten Einstieg. Die Minto-Pyramide sorgt für Struktur. Die Denkstile zeigen Ihnen, wie unterschiedlich Menschen überzeugt werden wollen. Und Künstliche Intelligenz macht daraus in wenigen Minuten Varianten für jeden Kanal.

Die Formel für Ihre nächste starke Botschaft lautet also:

**SKFA + Minto + Denkstile + KI
= Überzeugungskraft**

Mit dieser Methode haben Sie eine Kommunikationsstruktur, die Sie sich nicht jedes Mal neu ausdenken müssen – sondern lediglich mit neuen Inhalten befüllen. Das reduziert nicht nur Komplexität, sondern spart wertvolle Zeit im hektischen Arbeitsalltag.

Und das Beste: Diese Struktur wirkt. Sie funktioniert wie eine rhetorische „Ja-Straße“ – Ihr Gegenüber folgt Ihnen Schritt für Schritt, versteht, worum es geht, und nickt zustimmend mit. **Probieren Sie es aus – beim nächsten Pitch, im nächsten Workshop oder Ihrer nächsten Präsentation.**

Denn Kommunikation mit Struktur und Intelligenz ist keine Frage von Talent, sondern von Methode.