
Handout

Schwarze Rhetorik und geeignete Gegenmittel

Institut-systemisches-Training.de



Um was es geht

Sind Sie als Fach- oder Führungskraft in der Lage, Beeinflussungsmanöver zu erkennen anstatt beeinflusst zu werden? Können Sie Ihre Kollegen und Vorgesetzten nachhaltig überzeugen - und das auch in schwierigen Situationen?

Willkommen zu Ihrem Seminar! Ich habe zwei Kriterien für das, was ich Menschen weitergebe: Alles, was Sie hier für sich mitnehmen, hat sich erstens in der Praxis vielfach bewährt und ist zweitens wissenschaftlich fundiert. Dieses Seminar vermittelt Ihnen die essenziellen Profiwerkzeuge zur Erkennung und, im Ernstfall und wenn ethisch für Sie vertretbar, zur Nutzung der wichtigsten Überzeugungs- und Beeinflussungstechniken im Businesskontext.

Fachlich sind Sie in Ihrem Bereich eine/r der Besten, sonst wären Sie heute nicht da, wo Sie inzwischen sind! Haben Sie manchmal das Gefühl - wenn auch im Nachhinein - übervorteilt oder übergangen worden zu sein? Fehlen Ihnen manchmal die Antworten auf Fangfragen? Wären Sie gerne manchmal schlagfertiger? Fehlt es Ihnen in der Kommunikation manchmal an Sicherheit oder lassen Sie sich von anderen manchmal verunsichern? Wenn Sie eine dieser Fragen mit „Ja“ beantworten würden, ist dieses Training das Richtige für Sie.

Ich lade Sie ein: Nutzen Sie die Rhetorik-Gruppe online! Neben Videos, Sprachnachrichten und Arbeitsblättern gibt's unten auch die Rhetorik-Spickzettel! Die top-aktuellen Dateien sind immer ganz oben zu finden. [Der Link dorthin: manipulative-rhetorik.de/gruppe](https://manipulative-rhetorik.de/gruppe) Das Passwort lautet: gruppe

Mit bestem Gruß,

Marius Jost

Inhalt dieses Handouts

Einwände und Vorwände haben Priorität	3
Übung: Argumente sammeln	6
Übung: Erarbeiten Sie ein Beispiel-Statement	7
Prinzipien der Manipulation	9
Verschiedene Arten der Aufforderungssequenzen	12
Pathogene Manöver: Beispiel Beziehungs-Achterbahn	14
Empfohlene Literatur / Videos	18

Einwände und Vorwände haben Priorität

Sie wenden gerade das E-N-F Modell an (Einstieg, Nutzenstory, Frage), plötzlich sagt Ihr Gegenüber: „Dafür haben wir kein Geld!“

Wenn im Gespräch ein Einwand fällt, dann können Sie nicht einfach weitere Argumente auflisten oder einen Appell an die Person richten.

Beispiel: Ihre Kundin sagt am Telefon zu Ihrem Projektvorschlag:
„Dafür haben wir kein Budget!“

1) Vorwanderkennungstechnik

Handelt es sich um einen Einwand (sie sagt die Wahrheit) oder einen Vorwand (sie will das Thema loswerden)?

Bedenken Sie: Wenn Sie mit einer *Einwandbehandlungstechnik* auf einen *Vorwand* eingehen, ist das wie ein Kampf gegen ein Trugbild. Hinter einem Vorwand gibt es fast immer einen handfesten Einwand, den Sie identifizieren sollten.

Wenn Sie das Gefühl haben, jemand äußert einen Vorwand, wenden Sie

zuerst die **Vorwanderkennungstechnik** an:

Wenn eine Frage erlaubt ist: **Gibt es noch andere Gründe, außer** dass Sie kein Budget dafür haben?“

Hinweis: Wenn Sie möchten, gestalten Sie den Übergang zur Technik mit einem *Brückensatz*: „Stimmt, die Budgets sind ja in der ganzen Branche knapp. Gibt es denn noch andere Gründe...“

Im *Brückensatz* oben wiederholen Sie die Bedenken Ihres Gesprächspartners fast wörtlich, relativieren aber mit „gesamte Branche“. Sie zeigen damit Verständnis für die Position des anderen und beweisen, dass Sie wirklich zugehört haben.

Vermeiden Sie im *Brückensatz* das Wort "aber", denn es löst schnell Widerstand beim Gegenüber aus.

Vorsicht Falle! Sagen Sie nicht „gibt es noch *mehr* Gründe“, sondern sagen Sie „*andere* Gründe, außer dass“

Mögliche Antworten:

A) "Nein, wir haben kein Budget!"
Sie hatte die Wahrheit gesagt. „Kein Budget“ ist tatsächlich ihr Einwand.

Oder B) "Wir wollen nichts umsetzen, was uns am Ende doch wieder

nichts bringt!" Sie hatte sich hinter einem Vorwand versteckt. Nun haben Sie den Einwand. „Es wird nichts bringen!“

Wenn Sie den Einwand herausgehört haben, nutzen Sie als nächstes z.B. die folgende Technik.

2) Einwandbehandlungstechnik

Nutzen Sie die Wunsch-Technik, um das Gespräch konstruktiv weiterführen zu können. Ihre Gesprächspartnerin hatte den Einwand:

"Wir wollen nichts umsetzen, was uns am Ende doch wieder nichts bringt!"

Was ist **der Wunsch** hinter diesem Einwand?

Gehen Sie jetzt nach folgendem Muster vor:

→ *Wunsch erkennen* und in einer Suggestivfrage, die der Gesprächspartner gern bejaht, als Frage zurückgeben.

Antwort: „**Dann ist es für Sie wichtig**, nur Lösungen in Betracht zu ziehen, die nicht so ein Flop sind

wie das, was Sie in der Vergangenheit bereits hatten?“

Wenn Sie ins Schwarze treffen, kommt vom Gesprächspartner ein klares „Ja!“

Weitere Beispiele

Einwand: „Das brauchen wir nicht, das haben wir schon probiert.“

Ihre Antwort: „**Dir ist es also wichtig**, dass es sich um etwas wirklich Neuartiges handelt, und nicht um irgendetwas schon mal dagewesenes, auf das Sie wirklich verzichten können.“

--- --- ---

Einwand: „Wir haben schon einen Anbieter dafür.“

Ihre Antwort: „**Dann legen Sie also Wert darauf**, dass der, der Sie bereits versorgt, einem zusätzlichen Anbieter gerne akzeptiert, weil es Ihnen und Ihrem bereits bestehenden Partner nützt.“

--- --- ---

Einwand: „Das zieht nur Budget ab & hat Null Mehrwert für uns.“

Ihre Antwort: „**Dann ist es sicher für Sie von Bedeutung**, dass wir nicht nur Budget aufbrauchen, sondern für jeden ausgegebenen Euro zwei Euro für Sie einfahren?“

--- --- ---

Einwand: „Wir würden das gerne umsetzen, haben diese Saison aber wirklich keine Zeit dafür!“

Ihre Antwort: „**Dann ist es Ihnen also wichtig**, dass wir einen Zeitpunkt finden, wo es für Sie gut passt. ...denn gute Dinge, können ja warten.“

--- --- ---

Einwand: „Ich habe da eine Systematik reingebracht, die ich gerne so beibehalten würde. Die will ich nicht durch so einen neuen Kram durcheinanderwirbeln.“

Ihre Antwort: „**Für Sie ist es also entscheidend**, dass unser Service nicht das verändert, was Sie mühevoll systematisiert haben, sondern Erfolg innerhalb *Ihres Systems* bringt.“

Es geht also darum, was sich der andere wirklich wünscht. Dies kann bei gleichem Einwand von Kontext zu Kontext unterschiedlich sein. Sie wissen oft am besten, worum es wirklich geht, denn Sie kennen „Ihre Pappenheimer“ im Unternehmen und außerhalb des Unternehmens. Der Wunsch hinter „**Das hat noch nie funktioniert.**“ kann z.B. sein, dass

- der Chef endlich einmal mitzieht und nicht schon wieder eine Idee verkümmern lässt. Dem anderen wäre es also wichtig, „diesmal echtes Management buy-in zu bekommen.“

- die IT-Abteilung die Software auf unterstützt, und nicht wie bei den letzten beiden Roll-Outs links liegen lässt. Dem anderen ist es also wichtig, dass „die IT die Applikation auch im Support berücksichtigt und nicht als unwichtig abtut.“

Denken Sie sich in die Welt Ihres Gesprächspartners hinein, um möglichst treffsicher zu argumentieren. Selbstverständlich können Sie auch hier einen Brückensatz nutzen, bevor Sie mit der Technik arbeiten. Er funktioniert wie oben beschrieben.

Mehr unter manipulative-rhetorik.de

Übung: Argumente sammeln (jeweils nur ein Satz)

Geld-Ebene (CFO Ebene)	Unternehmensebene
Emotions-Ebene	Prozessebene / (IT-Ebene)
Recht-Ebene / Hygiene-Ebene	Wir-Ebene / Gesellschaft & Soziales

Übung: Erarbeiten Sie ein Beispiel-Statement

Eröffnung: Ihre Forderung:

Stellen Sie sich vor, Ihr Gegenüber sagt jetzt z.B.: „Das Geld ist dafür aber knapp!“

Brückensatz: Widerstände wollen gehört werden!

Nutzen-Story: Drei ausgewählte Argumente aus voriger Übung

1) _____

das bedeutet für uns / für Sie..

2) _____

das wirkt sich .. aus / bedeutet für Sie

3) _____

..was sich als.... bemerkbar macht / was im Ergebnis zu... führt

Frage

Wann / Wie / Woran / Wo / Wohin / Wer / Was..

_____?

- oder Appell statt Frage

Aus diesem Grund...

Prinzipien der Manipulation

Nach Prof. Robert Cialdini

Kognitive Verzerrungen machen uns für Manipulation empfänglich. Ein Beispiel für eine kognitive Verzerrung ist der _____(1).

Zusätzlich sind wir im Alltag beeinflussbar, weil wir Zeit _____(2), in dem wir nicht alle Informationen _____(3).

Wenn wir ein Geschenk erhalten, spüren wir den Drang, dies irgendwann zu erwidern. Wer dies gezielt ausnutzt, missbraucht das Prinzip der _____ (4).

Die Kalifornische „DRIVE SAFELY“ Studie zeigte, dass Personen, die zuerst eine Postkarte zum gleichen Thema akzeptiert haben, eine um 400% erhöhte Bereitschaft zeigen, ein Großplakat in den eigenen Garten zu stellen. Das Beeinflussungsprinzip dahinter heißt: _____(5).

Beim Prinzip der sozialen Bewährtheit wurde herausgefunden, je []ähnlicher / []unterschiedlicher (6) die anderen, desto besser greift das Prinzip.

Bei einem Experiment, einer Online-Verhandlung unter Zeitdruck, wurde bewiesen:

- ohne erste Phase: 55% der Teilnehmer einigen sich
- mit erster Phase: 90% der Teilnehmer einigen sich

Hier greift das Prinzip der _____ (7)

= Phase vor Verhandlung, in der beide Parteien persönliche Gemeinsamkeiten herausarbeiten

„Mein Kollege Herr Müller ist *Experte* für den Bereich Hausverkauf mit 25 Jahren Erfahrung in der Gegend!“ -> Zahl der Termine +20% für ein US-Maklerbüro. Hier wird das Prinzip der _____(8) ausgenutzt.

Als im April 2003 British Airways die Einstellung des Linienflugbetriebs der Concorde ankündigt, schießt der Verkauf von Tickets nach oben. Hier reagieren Menschen auf das Prinzip der _____ (9)

Lösungen zur „Prinzipien der Manipulation“

- (1) Kontrasteffekt
- (2) sparen
- (3) aufnehmen / verarbeiten / berücksichtigen
- (4) Reziprozität
- (5) Verpflichtung und Konsistenz-Prinzip oder kurz „Fuß-in der Tür-Technik“
- (6) ähnlicher (Die Menschen, die mir folgen sollen, müssen mir ähnlich sein, sonst identifizieren sie sich nicht mit mir)
- (7) Sympathie
- (8) Autorität
- (9) Knappheit
- (10) Gemeinschaft

Übersicht der Beeinflussungsprinzipien

Nach Prof. Robert Cialdini

1 Reziprozität

2 Verpflichtung und Konsistenz

3 Soziale Bewährtheit

4 Sympathie

5 Autorität

6 Knappheit

Verschiedene Arten der Aufforderungssequenzen

Einwilligung durch Aufforderungssequenzen – basierend auf Verpflichtung und Konsistenz

Taktik	Ursprüngl. Aufforderung		Zweite Aufforderung	
	So wird zuerst ein Verpflichtungsgefühl hergestellt	Beispiel	So wird erste Selbstverpflichtung missbraucht, um Zielperson mit einem von ihr weniger erwünschten Ergebnis abzuspeisen	Beispiel
Low-Ball	Zielperson stimmt zunächst einer für sie günstigen Absprache zu.	Kauf eines KFZ wurde verhandelt.	Die Bedingungen der Absprache ändern sich: Sie sind plötzlich weniger günstig für die Zielperson.	Der Kauf wird vom Verkäufer "wegen eines Fehlers in den Finanzberechnungen" verändert & für Zielperson teurer.
Ködern & Wechseln	Zielperson wird zu einem bestimmten Verhalten oder Handlung gedrängt.	Zielperson verspricht seinem Kind in Vorweihnachtszeit zum Fest ein Spielzeug zu schenken. (Angebotspreis in Werbung ist niedrig)	Verhalten oder Handlung wird unerwünscht oder nicht verfügbar gemacht. Eine Alternative wird vorgeschlagen, die für Zielperson weniger erstrebenswert ist.	"So lange der Vorrat reicht" Zielperson erfährt, dass Produkt ausverkauft sei und erwirbt vergleichbares, teureres Produkt. *
Fuß in der Tür	Zielperson wird angehalten, eine "Kleinigkeit" zu tun bzw. um einen "kleinen Gefallen" gebeten.	Zielperson unterzeichnet eine Petition für eine Tierschutzorganisation.	Es folgt die Aufforderung zu mehr Unterstützung für ein (meist) ähnliches Anliegen.	Zielperson wird gebeten, für die gleiche Organisation freiwillig zu arbeiten oder (nochmals) Geld zu spenden.

*Die Taktik funktioniert so gut, dass Rechtsstreitigkeiten über Aufklärung über mangelnde Bevorratung bis zum Bundesgerichtshof eskaliert sind. Vgl. BGH (Urt. v. 17.9.2015, I ZR 92/14)
Wenn Händler damit rechnen müssen, dass eine Warenbevorratung für eine bestimmte Aktion nur einen sehr kurzen Zeitraum ausreichend sein wird, müssen sie darüber hinreichend aufklären, sonst handelt es sich um ein sog. „Lockvogelangebot“.

Einwilligung durch Aufforderungssequenzen – basierend auf Reziprozität

Taktik	Ursprüngl. Aufforderung		Zweite Aufforderung	
	So wird zuerst eine reziproke Situation hergestellt	Beispiel	So wird erste Reziprozität missbraucht, um Zielperson mit einem von ihr weniger erwünschten Ergebnis abzuspeisen	Beispiel
Mit der Tür ins Haus fallen	Zielperson lehnt eine unangemessen große Forderung der manipulativen Person ab.	Zielperson wird gebeten, für die nächsten zwei Jahre fünf Wochenstunden freiwillige Arbeit zu leisten.	Manipulative Person lenkt ein, indem sie eine zweite, kleinere Forderung stellt. Die Zielperson verspürt normativen Druck, sich nun reziprok zu verhalten und zuzustimmen	Zielperson wird gebeten, an einem einzigen Nachmittag freiwillige Arbeit zu leisten.
“Fast vergessen“	Der Manipulator“ bietet an, einen fairen “Deal“ mit der Zielperson zu machen.	Ein Fahrzeug wird z.B. für einen bestimmten Preis angeboten.	Bevor die Zielperson die Chance hat etwas zu sagen, versüßt der Manipulierende den Vorschlag durch eine Zugabe bei gleichem Preis.	Das Auto erhält zusätzlich ein Radio mit Navigationssystem – ohne Aufpreis.

Pathogene Manöver: Beispiel Beziehungs- achterbahn

Welche Achterbahn?

Eine Achterbahn? Ganz genau! In drei Schritten werde ich Ihnen zeigen, wie manipulative Menschen Sie sprichwörtlich zappeln lassen, um ihre eigenen Ziele zu verfolgen.

Part eins: Das Szenario, Part zwei: Der Angriff und Part drei: Wie Sie sich wehren können.

1) Das Szenario

„Es ist, als wäre ich blind gewesen“, sagte ein Manager in unserem Coaching zu mir. Ich sagte: „Richtig beobachtet!“ Manipulative Menschen blenden Sie, und manche lassen Sie auch noch die Klippe herabstürzen.

Nicht immer, aber ziemlich oft erkennen und bereuen wir tatsächlich später, dass wir uns auf sie eingelassen haben. Um die Beziehungsachterbahn zu erklären, ist es am einfachsten, mit einem Ausgangsszenario einzusteigen.

Stellen Sie sich vor, Sie sind als Abteilungsleiter/in in der Chemie-

-branche für Forschung und Entwicklung zuständig. Ich selbst leite die Nachbarabteilung, und damit einen Teil der Produktion des Unternehmens. Ich bin Ihnen in keiner Weise vorgesetzt.

Trotzdem möchte ich ein teures Laborgerät von Ihrer Abteilung nutzen. Ich würde es einmal pro Woche im Produktionsbereich einsetzen. Das ganze würde zwar Geld sparen, aber Sie benötigen das Gerät selbst, und zwar fast täglich. Sie müssten Ihre Arbeitsabläufe umstellen, damit ich das Gerät verwenden kann.

Nun klingelt Ihr Telefon, und ich bin dran! Ich versuche, von Ihnen die Freigabe zur Nutzung des Geräts zu bekommen. Sie halten sich natürlich bedeckt, entscheiden erst einmal gar nichts.

Das Gespräch endet freundlich aber ergebnislos mit Ihrem Hinweis: „Du Marius, ich kann es Dir nicht versprechen. Ich rufe dich später nochmal zurück.“

Sie spielen natürlich mit dem Gedanken, sich in der Sache erst einmal nicht mehr zu melden. Am nächsten Tag erhalten Sie allerdings

von mir eine E-Mail, die mit den folgenden Worten beginnt:

„Hallo <Ihr Name>,

danke für deine Zeit gestern! Ich gebe zu, ich denke jetzt anders über dich als vor unserem Telefonat. <... noch etwas belangloser Text>.“

Viele Menschen ignorieren eine solche Nachricht zunächst. Mit der Zeit fängt aber das Ego an zu fragen: „Er denkt jetzt anders über mich – positiv oder negativ?“ Viele Menschen sind nun neugierig darauf, was der Kollege, also ich, wohl über sie denken mag!

2) Der Angriff

80 Prozent der Menschen, die so eine oder eine ähnliche Nachricht erhalten, *rufen zurück*. Dass sie dabei möglicherweise irritiert sind nimmt der Manipulierende in Kauf. Er hat sein Ziel ja erst einmal erreicht. Sie haben sich wieder gemeldet.

Bei einer anderen Gelegenheit erkenne ich Sie scheinbar ganz offen und herzlich für ein Projekt an, dass auch für mich eine Hilfe im Unternehmen war. Ich *beurteile* Sie also für etwas, um das Sie sich bemüht haben, plötzlich sehr positiv.

Mit der Zeit geht dies immer so weiter. Manchmal fragen Sie sich wirklich, warum ich Sie scheinbar nicht leiden kann, und selten sind Sie sich

fast sicher, dass ich Sie wirklich gerne mag. Hören sie etwas heraus?

Ich versuche ganz bewusst, unsere Arbeitsbeziehung, und damit auch die Beziehung zwischen uns beiden, immer wieder in Frage zu stellen. Sie wissen einfach nicht, woran Sie sind, werden aber immer wieder einmal von positiven Hinweisen überrascht.

Ablaufschema

Das ganze würde nicht funktionieren, wenn der Manipulierende sich nicht an die folgenden drei Regeln hielte:

- Lasse dein Gegenüber eine kleine Aufgabe ausführen. Dies ist wie ein Test. Tut Sie oder er es?



Wenn sie oder er den Test <i>besteht</i> *, bewerte die angegriffene Person auf der Beziehungsebene: Manchmal positiv, manchmal negativ.	Wenn er den Test <i>nicht</i> besteht (Aufgabe nicht ausführt), warst du zu fordernd. Fange wieder mit kleineren Aufgaben an.
--	---

Profis beginnen meist schon beim ersten Kontakt, Sie zu testen. Die kleinste Aufgabe ist gerade recht, um Sie auf die Probe zu stellen, ohne Sie zu verschrecken.

* = so handelt wie ich will

„Würden Sie das nur ganz kurz halten?“ Erst ist es nur ein Regenschirm, den Sie für 5 Sekunden halten sollen. Später in der Kantine eine Frage, die Sie beantworten: „Haben Sie ein Lieblingsitaliener in der Stadt?“ Sie geben nun vielleicht einige Tipps**. Immerhin ist der Neuankömmling mit der Stadt doch noch nicht so vertraut.

Während aufrichtige Menschen dies manchmal auch tun mögen, steigern schwarze Schafe, die Sie für sich einnehmen wollen, schrittweise die Tragweite der „Aufgaben“.

Kommen wir zu unserer Situation im Chemieunternehmen zurück. Am Ende ist der Rückruf gar kein Problem mehr. Sie haben schon so viel für mich getan, von etwas Kaffee mitbringen bis ein scheinbar unwichtiges Geheimnis bewahren. Der Satz, ich denke jetzt anders über dich, schlägt nur noch einmal mehr in dieselbe Kerbe.

„Ist alles in Ordnung oder ist er vielleicht sauer auf mich?“

Je mehr ich Sie immer wieder dazu bringe, darüber nachzudenken, was ich wohl von Ihnen halte,



desto wichtiger wird Ihnen im Laufe der Zeit, was ich von Ihnen halte.

Mindestens zwei Effekte führen dazu, dass Sie sich verrennen, wenn Sie erst einmal in dieses Spiel eingestiegen sind:

Erstens wirkt die Kraft von *Aufforderungssequenzen*: Wenn Sie jemandem zunächst etwas Unbedeutendes zugestehen, steigt die Chance, dass Sie später schnell größere Zugeständnisse machen. Es gibt eine Vielzahl von psychologischen Studien nur zu diesem Bereich.

Zweitens: Beruflich wie auch privat möchten wir unsere Wirkung auf andere steuern. Wenn wir keinen klaren oder nur widersprüchliche Informationen über den Eindruck haben, den eine andere Person von uns hat, dann versuchen wir, diese Information irgendwie zu bekommen. Wir beginnen, darauf zu fokussieren.

Dies löst **drittens** eine weitere Lawine aus: Konzepte, auf die wir fokussieren, gewinnen in unserer Bewertung und in unserem Denken an Wichtigkeit. Je mehr ich Sie immer wieder dazu bringe, darüber nachzudenken, was ich wohl von Ihnen halte, desto wichtiger wird Ihnen tendenziell, was ich von Ihnen halte.

Wer gar keine Skrupel hat, kombiniert regelmäßig kleine Selbstwertattacken, Qualifikationsangriffe und die hier dargestellte Beziehungssackgasse mit zusätzlichem Wettbewerb in der Gruppe.

** und besonders Informationen zu eigenen Vorlieben und Abneigungen

Sie sind sich dann weder über den Status Ihrer Arbeitsbeziehung im Klaren, noch darüber, dass Sie sich gegen andere im Team ausspielen lassen.

Meist vertuschen Menschen, die Sie derart ausspielen, Ihre niederen Absichten mit bestimmten rhetorischen Mitteln.

Hier ein Beispiel. Der Angreifer sagt Ihnen: „Wir brauchen die Maschine! Denke daran, welchem Druck mein Team durch den neuen Vorstand ausgesetzt ist.“ Es handelt sich um die sogenannte Mitleidsbekundung, das *argumentum ad misericordiam*.

Weil sich manipulative Menschen scheinbar in der Organisation für Gerechtigkeit einsetzen, haben wir also immer wieder Hemmungen, ihre Maschen aufzudecken. Lassen Sie sich vom gelegentlichen Einstreuen solcher Phrasen nicht ablenken. Sie haben nach wie vor einen Blender vor sich.

3) Verteidigungsstrategie

Da es sich hier um eine komplexere Taktik handelt, würden Ihnen pauschale Formulierungen kaum helfen. Fragen Sie sich lieber, wie Sie das böse Spiel möglichst früh erkennen können, um selbst auszusteigen.

Bei ungesunden Interaktionsmustern hilft uns die Transaktionsanalyse, eine wissenschaftliche Theorie zur Persönlichkeitsstruktur, die ursprünglich von einem US-amerikanischen Psychiater, Eric Berne entwickelt wurde.

Versuchen Sie, möglichst reif und erwachsen zu reagieren, wenn Sie das Gefühl haben, in eine Beziehungssackgasse verwickelt worden zu sein. Machen Sie Ihr Ego dazu so klein wie möglich.

Auf diese Art bieten Sie weniger Angriffsfläche, die ein Angreifer nun mal benötigt, um Sie bei den Hörnern zu packen. Wer uns manipulieren will, der weiß genau: Je größer unser Ego, desto verletzlicher und angreifbarer sind wir.

Um, es mit den Worten meiner Oma zu sagen: „Manchmal ist es gut, uns selbst nicht so wichtig nehmen.“ Dies gilt besonders dann, wenn jemand versucht, uns zu verletzen oder zu kränken.

Vieles, was die Beziehungssackgasse zum Funktionieren bringt, hat mit Abhängigkeit und Bewertung zu tun. Ich finde es hilfreich, sich selbst immer wieder die folgende Frage zu stellen: *Von wem* lasse ich mich überhaupt bewerten?

Empfohlene Literatur und Videos

MANIPULATION DURCHSCHAUEN
SOVERÄN KOMMUNIZIEREN

Welt der Manipulation

DONNERSTAGS UM 20:15 LATE NIGHT
MIT EX PR- & LOBBYINGPROFI MARIUS JOST



YouTube: Geben Sie in der Suche „Jost wdm“ ein.

TRAININGSPROGRAMME

MEIN RHETORIK-TRAINING - Das rhetorische Nahkampftraining für die Praxis
(Audiobuch und e-Book)

Top-Erfolgsfaktoren für souveräne Rhetorik, Stimme und Körpersprache
von Marius Jost - Probehören-Link: bit.ly/2AuvOI7

MANIPULATION

Das ABC der manipulativen Rhetorik – FORUM Institut für Management
mit Marius Jost - bit.ly/2P0r4NO

Ich krieg dich! - Das Spiel: Wem kannst du vertrauen? von Leo Martin

Durchschaut: Das Geheimnis, kleine und große Lügen zu entlarven von Jack
Nasher

MANIPULATION (FORTSETZUNG)

Du machst, was ich will: Wie Sie bekommen, was Sie wollen - ein Ex-Lobbyist verrät die besten Tricks von Volker Kitz

Einfluss, mvg, Landsberg am Lech, 1985

Überzeugen im Handumdrehen, mvg, München, 1992

Die Psychologie des Überzeugens, Huber, Bern, 1997

Yes! Andere überzeugen von Noah J. Goldstein (Autor), Steve J. Martin (Autor), Robert B. Cialdini (Autor), Huber, Bern, 2018

Überzeugen mit einfachen Kniffen, Hogrefe, Bern

Influence - The Psychology of Persuasion von Robert Cialdini, 2009

Pre-suasion: Wie Sie bereits vor der Verhandlung gewinnen, Campus, Frankfurt von Robert Cialdini, 2017

Themen Beeinflussung, Spieltheorie und Verhandlung: Giuseppe Conti, CABL.ch

Flipnosis – The Art of Split-Second Persuasion von Kevon Dutton, 2011

Ich bin o.k. - Du bist o.k.: Wie wir uns selbst besser verstehen - Eine Einführung in die Transaktionsanalyse von Thomas A. Harris, 1976

VERHANDLUNG & ÜBERZEUGEN

Menschen wirklich überzeugen manipulative–rhetorik.de (Video)
manipulative-rhetorik.de/videolektion/ (Marius Jost)

Bargaining for Advantage: Negotiation Strategies for Reasonable People 2 ,
von G. Richard Shell (Autor)

Verhandlung bei Geiselnahmen (elektron. Ressource)
<http://wwwpsy.uni-muenster.de>

Getting Past No: Negotiating in Difficult Situations: Negotiating with Difficult
People (Englisch) Taschenbuch – von William Ury (Autor) und: Getting to Yes
von W. Ury

Never Split the Difference: Negotiating as if Your Life Depended on It
(Englisch) von Chris Voss (Autor), Tahl Raz (Autor)

Argumentieren unter Stress: Wie man unfaire Angriffe erfolgreich abwehrt
Taschenbuch von Albert Thiele

SCHLAGFERTIGKEIT

Schlagfertigkeit für Dummies von Gero Teufert

Das NonPlusUltra der Schlagfertigkeit: Die besten Techniken aller Zeiten von
Matthias Pöhm

Talking the Winner's Way von Leil Lowndes (engl.)