

---

# **Trickreiche Rhetorik**

**2100**

**Psychologische  
Gesprächsführung,  
manipulierende Darstellung,  
unaufdringliches Nudging**

3

**Horst Hanisch**

---

---

Auszug aus  
Trickreiche Rhetorik 2100  
von Horst Hanisch

# Inhaltsverzeichnis

<b>VORWORT</b> .....	<b>11</b>	<i>Selbstbeeinflussung</i> .....	<b>34</b>
RHETORIK UND DANN AUCH NOCH TRICKREICH? ...	<b>11</b>	<i>Immer nur Lächeln</i> .....	<b>35</b>
<i>Clever, raffiniert, pfiffig oder doch</i>		<i>Angenehme Arbeitssituation aufbauen</i> .....	<b>38</b>
<i>trickreich?</i> .....	<b>11</b>	<i>Nimm dir Zeit – und nicht das Leben</i> .....	<b>39</b>
<b>HINLEITUNG ZUM THEMA</b> .....	<b>16</b>	ANGEBOT VERKNAPPEN .....	<b>40</b>
STÄNDIGE EINFLUSSNAHME AUF DAS SOZIALE		<i>Wir haben nichts – Aber nein, wir haben</i>	
UMFELD .....	<b>16</b>	<i>etwas Besonderes</i> .....	<b>40</b>
<i>Austricksen und ausnutzen oder</i>		VERBALE UND NONVERBALE ÜBEREINSTIMMUNG	
<i>unterstützen und fördern?</i> .....	<b>16</b>	ZEIGEN .....	<b>42</b>
<b>KAPITEL 1 – BEEINFLUSSUNG –</b>		<i>Positive Körpersignale senden</i> .....	<b>42</b>
<b>MANIPULATION – NUDGING</b> .....	<b>19</b>	<i>Positive verbale Signale senden</i> .....	<b>43</b>
<b>ZUFALL, ABSICHT UND LUSTEMPFFINDEN</b> .....	<b>20</b>	<b>KAPITEL 4 – KONFORMITÄT –</b>	
STÄNDIGE GEGENSEITIGE EINFLUSSNAHME .....	<b>20</b>	<b>GRUPPENZWANG – ROLLE</b> .....	<b>49</b>
<i>Kollisionen vermeiden</i> .....	<b>20</b>	<b>GESELLSCHAFTSKONFORMES VERHALTEN</b> ....	<b>50</b>
<i>Abgrenzung Nudging, Manipulation,</i>		DER DRUCK DER GRUPPE .....	<b>50</b>
<i>Beeinflussung</i> .....	<b>21</b>	<i>„Ich will dazugehören.“</i> .....	<b>50</b>
<i>Einflussnahme 1: Beeinflussung</i> .....	<b>22</b>	<i>Zwang der Gruppe</i> .....	<b>53</b>
<i>Einflussnahme 2: Manipulation</i> .....	<b>23</b>	<i>Aus Angst die anderer Meinung</i>	
<i>Einflussnahme 3: Nudging</i> .....	<b>25</b>	<i>annehmen?</i> .....	<b>54</b>
<b>KAPITEL 2 – BEEINFLUSSUNG DURCH HABITUS</b>		<i>Die Gruppe übt Zwang aus</i> .....	<b>58</b>
<b>UND UMGANG</b> .....	<b>27</b>	MIT DER ROLLE IDENTIFIZIEREN.....	<b>63</b>
<b>EIN AUFRECHTER MENSCH BEWEGT SICH</b>		<i>Die eingenommene Rolle</i> .....	<b>63</b>
<b>AUFRECHT</b> .....	<b>28</b>	<i>Das Stanford-Prison-Experiment</i> .....	<b>64</b>
HALTUNG BEWAHREN.....	<b>28</b>	<i>Rolle Reichtum gegen Armut – Das</i>	
<i>Würde, Selbstbewusstsein und</i>		<i>Monopoly-Experiment</i> .....	<b>67</b>
<i>Authentizität ausstrahlen</i> .....	<b>28</b>	<i>Das Zusammenspiel braucht (wenigstens)</i>	
<i>Wertschätzung</i> .....	<b>31</b>	<i>zwei Rollen</i> .....	<b>68</b>
<i>Empathie</i> .....	<b>31</b>	<b>KAPITEL 5 – DIE WAHRNEHMUNG VERZERREN</b>	
<i>Umgangsformen</i> .....	<b>31</b>	.....	<b>71</b>
<b>KAPITEL 3 – DURCH PSYCHOLOGISCH</b>		<b>DER EIGENEN WAHRNEHMUNG MISSTRAUEN</b>	
<b>GEFÜHRTE KOMMUNIKATION LENKEN</b> .....	<b>33</b>	.....	<b>72</b>
<b>PSYCHOLOGIE IST NICHTS FÜR HARTE KERLS</b>		KANN ICH MEINEN SINNEN TRAUEN?.....	<b>72</b>
DURCH EMPATHIE LENKEN .....	<b>34</b>	<i>Wahrnehmung mithilfe der 5 Sinne</i> .....	<b>72</b>
<i>Geschicktes Lenken – Harmonie herstellen</i>		<i>Die 5 Sinne der Wahrnehmung</i> .....	<b>74</b>
.....	<b>34</b>	<i>Seh-Sinn: Ich sehe rot</i> .....	<b>77</b>
		<i>Wie Farben auf den Zuschauer wirken –</i>	
		<i>Kleine Farbpsychologie</i> .....	<b>80</b>
		<i>Hell und dunkel</i> .....	<b>90</b>

<i>Farben und Zeichen in der Kleidung</i> .....	90	<i>Bystander-Effekt, Zuschauer-Effekt</i> .....	144
<i>Gehör-Sinn: Marschmusik und Kaufhausmusik</i> .....	93	<i>Carpenter-Effekt</i> .....	146
<i>Geschmacks-Sinn und Geruchs-Sinn: Wurstbrötchen und Chanel</i> .....	95	<b>KAPITEL 7 – DURCH RHETORIK MANIPULIEREN</b>	<b>.....149</b>
<i>Tast-Sinn: Ich begreife es nicht</i> .....	95	<b>BEEINFLUSSUNG UND MANIPULATION MIT RHETORISCHEN TRICKS</b> .....	<b>150</b>
<i>Was die Sprache beschreibt und verrät – Psyche und Körper</i> .....	97	<i>ICH MANIPULIERE DOCH NIEMANDEN! ODER DOCH?</i>	<b>..... 150</b>
<i>An Gefühle appellieren</i> .....	102	<i>Ohne trickreiche Rhetorik weder Entwicklung noch Erfolg</i> .....	150
<b>KAPITEL 6 – EFFEKTE NUTZEN – TÄUSCHEN – VERFÄLSCHEN – LENKEN</b> .....	<b>109</b>	<i>Ist das Wort Manipulation negativ belastet?</i> .....	159
<b>TÄUSCHUNG – VERFÄLSCHUNG – LENKUNG</b>	<b>110</b>	<i>Manipulation und Beeinflussung in der Rhetorik</i> .....	160
<i>EFFEKTVOLL LENKEN</i> .....	110	<b>KAPITEL 8 – GESCHICKTER EINSATZ DER STATISTIK – MIT ZAHLEN SPIELEN – DIAGRAMME ‚SCHÖNEN‘</b>	<b>.....163</b>
<i>Mein Gesprächspartner handelt so, wie vorausgesehen</i> .....	110	<b>MIT ZAHLEN, DARSTELLUNGEN UND BILDERN MANIPULIEREN</b> .....	<b>164</b>
<i>Effekte trickreich einsetzen</i> .....	111	<i>TRAU‘ KEINER STATISTIK</i> .....	164
<i>Rosenthal-Effekt, Versuchsleiter-Effekt</i>	111	<i>Das Tortendiagramm – bitte ohne Sahne</i> .....	164
<i>Halo-Effekt, Heiligenschein-Effekt</i> .....	113	<i>Lügt sie wirklich – die Statistik?</i> .....	169
<i>Stereotypen-Effekt</i> .....	114	<i>Geschönte Darstellung des Ergebnisses</i> .....	169
<i>Primacy-Effekt</i> .....	116	<i>Angepasste Daten</i> .....	178
<i>Snob-Effekt</i> .....	118	<i>Die ‚schweinsche‘ Vermehrung in der 3. Dimension</i> .....	179
<i>Bandwagon-Effekt, Mitläufer-Effekt, Gewinner-Effekt, Trittbrettfahrer-Effekt</i> .....	119	<i>Immer schön der Linie nach – Liniendiagramme</i> .....	180
<i>Milde-Effekt</i> .....	121	<i>Der Durchschnittsmensch – Wer hat ihn schon einmal gesehen?</i> .....	190
<i>Underdog-Effekt, David-Goliath-Effekt – David gewinnt über Goliath</i> .....	122	<i>Saubere Erfassung statistischer Angaben</i> .....	191
<i>Veblen-Effekt</i> .....	123	<b>KAPITEL 9 – TAKTIEREN – RHETORISCHE ÜBERTREIBUNGEN - SUPERLATIVE</b> .....	<b>193</b>
<i>Trichter-Effekt</i> .....	124	<b>UMGANG MIT UNFAIRER MANIPULATION</b> ..	<b>194</b>
<i>Projektions-Fehlschluss</i> .....	126	<i>VORSICHT: AGIEREN UNTERHALB DER GÜRTELLINIE</i>	<b>..... 194</b>
<i>Bumerang-Effekt</i> .....	128	<i>Fairness? Wo gibt es die?</i> .....	194
<i>Ignorierungs-Effekt</i> .....	129		
<i>Torschluss-Effekt</i> .....	130		
<i>Barnum-Effekt, Forer-Effekt</i> .....	131		
<i>Appetenz-Effekt</i> .....	133		
<i>Aggravations-Effekt</i> .....	134		
<i>Mitte-Tendenz</i> .....	135		
<i>Hawthorne-Effekt, Versuchskaninchen-Effekt</i> .....	136		
<i>Placebo-Effekt</i> .....	137		
<i>Nocebo-Effekt</i> .....	138		
<i>Baskerville-Effekt</i> .....	140		
<i>Effort-Effekt</i> .....	141		
<i>Rebound-Effekt</i> .....	142		

IMMER NUR DAS HÖCHSTE, BESTE, WEITESTE ... 202	GEWALTFREIE KOMMUNIKATION ..... 254
<i>Rhetorische Übertreibungen und</i>	„Hör mal zu!“ ..... 254
<i>Superlative</i> ..... 202	<i>Negative Formulierungen offenbaren eine</i>
<i>Ins bessere Licht stellen</i> ..... 204	<i>negative Einstellung</i> ..... 255
<i>Besonderheit durch Superlative</i> ..... 205	<i>Gendergerechte Sprache</i> ..... 258
<b>KAPITEL 10 – DURCH FRAGEN FÜHREN –</b>	<i>Affektive Bedeutung – Emotionale</i>
<b>FRAGENDER UND ANWORTENDER – KLÄGER</b>	<i>Reaktion</i> ..... 260
<b>UND BEKLAGTER – JOURNALIST UND</b>	<i>Wörtliche Geschmacksrichtungen</i> ..... 262
<b>POLITIKER</b> ..... 207	<i>Euphemismus – Schönmalerei</i> ..... 264
<b>DURCH FRAGEN GEZIELT DEN</b>	<i>Durch Gemeinsamkeiten lenken</i> ..... 266
<b>GESPRÄCHSVERLAUF LENKEN</b> ..... 208	<b>KAPITEL 13 – EINWÄNDEN BEGEGNEN –</b>
JEDE ANTWORT VERRÄT ETWAS..... 208	<b>ANGRIFFE ABWEHREN – BLOCKADEN</b>
<i>Wer fragt, der führt</i> ..... 208	<b>DURCHBRECHEN – KILLERPHRASEN</b>
<i>Fragearten; Information oder Taktik?</i> 209	<b>AUSHEBELN</b> ..... 271
<i>Informationsfragen – Ich will’s wissen</i> 210	<b>EINWÄNDEN BEGEGNEN – VERBALE ANGRIFFE</b>
<i>Taktische Fragen – Ich will manipulieren</i>	<b>GESCHICKT ABWEHREN</b> ..... 272
..... 214	BLOCKADEN UND EINWÄNDEN DEN BODEN
<i>Frage Techniken – Trickreich erfragen</i> .. 222	ENTZIEHEN ..... 272
VOR GERICHT ..... 225	<i>Gemeine und inhaltsleere Phrasen – Die</i>
<i>Vom Kläger und vom Beklagten</i> ..... 225	<i>destruktiven Killerphrasen</i> ..... 272
<i>Zeuge oder Beschuldigter</i> ..... 226	<i>Gekonnte Abwehr in Diskussionen</i> ..... 275
<i>Unfall oder Unfällezeuge</i> ..... 228	VORGEHEN GEGEN BEDENKEN UND EINWÄNDE.. 278
<i>Kläger oder gegnerischer Anwalt</i> ..... 229	„Hat jemand einen Einwand, dann rede er
DER POLITIKER IM INTERVIEW ..... 231	jetzt!“ ..... 278
„Alles halb so schlimm“ – Rausreden .. 231	<i>Mithilfe von Einwand-Methoden</i>
<i>Ausreden und Beschwichtigungen</i> ..... 232	<i>Killerphrasen aushebeln</i> ..... 288
<b>KAPITEL 11 – ANGST – PEINLICHKEIT –</b>	<b>KAPITEL 14 – STRATEGISCHE SITZPOSITION –</b>
<b>ÜBERRUMPELUNG</b> ..... 235	<b>NONVERBALES SPIEGELN – UNGÜNSTIGE</b>
<b>ERST ZERSTÖREN, DANN AUFBAUEN</b> ..... 236	<b>KONDITIONEN</b> ..... 293
UNFAIRE BEFRAGUNG ..... 236	<b>ÜBERLEGTE PLATZIERUNG</b> ..... 294
<i>Wer am Boden liegt, sehnt sich nach der</i>	STARKE UND SCHWACHE SITZPOSITION ..... 294
<i>helfenden Hand</i> ..... 236	<i>Am Kartentisch sitzen?</i> ..... 294
<i>Suggestion, peinliche Fragen und</i>	„Bitte nehmen Sie Platz“ ..... 294
<i>Überrumpelung</i> ..... 238	STRATEGISCHE SITZORDNUNG..... 297
<i>Hochnäsigkeit und Arroganz</i> ..... 249	„Frontal’ oder, an der Flanke’? ..... 297
<i>Imponieren und Angeben</i> ..... 251	<i>Armhaltung im Sitzen am Tisch</i> ..... 299
<b>KAPITEL 12 – GEWALTFREIE UND</b>	<i>Blockierendes oder sympathisierendes</i>
<b>LÖSUNGSORIENTIERTE KOMMUNIKATION. 253</b>	<i>Gegenübersitzen</i> ..... 303
<b>EINE HARMONISCHE GESPRÄCHS-SITUATION</b>	<i>Unfaire Verhandlungs-Konditionen</i> ..... 308
<b>ERZIELEN</b> ..... 254	

**KAPITEL 15 – TAKTIK GEGEN LISTIGKEITEN.. 311****TAKTISCHES SPIEL MIT WORT UND SATZ .... 312**

TAKTIK GEGEN VERBALE LISTIGKEITEN .....	312
<i>Mit List und Tücke vorgehen .....</i>	<i>312</i>
<i>Mit geschickter Taktik ‚verbale Angriffe‘</i>	<i>aushebeln.....</i>
<i>Umgang mit Unterbrechungen .....</i>	<i>324</i>
<i>Gesprächspartner aus dem Konzept</i>	<i>bringen.....</i>
	<i>325</i>

**KAPITEL 16 – PITCHEN – ÜBERZEUGEN –****ÜBERREDEN .....** 327**PITCH SKILLS – IN KÜRZESTER ZEIT****ÜBERZEUGEN.....** 328

JEMANDEM ETWAS SCHMACKHAFT MACHEN .....	328
<i>In kürzester Zeit von einer Idee</i>	<i>überzeugen .....</i>
<i>Die Geschäftsidee wartet auf einen</i>	<i>Unterstützer.....</i>
<i>Elevator Pitch – Flink denken .....</i>	<i>329</i>
<i>Varianten – Pitch Skills.....</i>	<i>330</i>
<i>Überzeugung des Endverbrauchers.....</i>	<i>331</i>
<i>Speed Pitching Session.....</i>	<i>332</i>
<i>Speed Pitching Session.....</i>	<i>333</i>

**PERSUASIVE KOMMUNIKATION –**

<b>ÜBERREDUNGSKUNST.....</b>	<b>336</b>
<i>Überzeugen, Überreden, Überrumpeln</i>	<i>336</i>
<i>Zwei-Prozess-Theorien der Überrededkunst</i>	<i>.....</i>
<i>.....</i>	<i>337</i>
<i>Heuristik.....</i>	<i>338</i>
<i>Überrumpelung – Kleiner und großer</i>	<i>Gefallen.....</i>
	<i>339</i>

**KAPITEL 17 – VERBALE UND NONVERBALE****VEREINNAHMUNG – LENKUNG DER****GESPRÄCHSFÜHRUNG .....** 343**DEN ZUHÖRER LENKEN UND LINKEN .....** 344

<b>DIE AUSSAGE HINTERFRAGEN.....</b>	<b>344</b>
<i>Der Zuhörer soll etwas anderes verstehen</i>	<i>.....</i>
<i>.....</i>	<i>344</i>
<i>Unvollständige Vergleiche.....</i>	<i>353</i>
<b>RHETORISCHE LENKUNG .....</b>	<b>357</b>
<i>Der Zuschauer soll klatschend zustimmen</i>	<i>.....</i>
<i>.....</i>	<i>357</i>

*Figuren der Rede – Fünf Redefiguren..* 360

*Aufzählung nonverbal unterstreichen.* 364

*Gesprächsteilnehmer als Referenz*

*einbeziehen.....* 366

**VERBALE ÜBERNAHME DER GESPRÄCHSFÜHRUNG**

*.....* 369

*Wer fragt, führt .....* 369

**NONVERBALE ÜBERNAHME DER**

**GESPRÄCHSFÜHRUNG .....** 372

*Wer sich bewegt, führt .....* 372

*Nonverbale Gesprächsübernahme.....* 378

**KAPITEL 18 – UNAUFDRINGLICHES UND****WILLKOMMENES NUDGING – SCHUBSEN UND****LUSTEMPFINDEN.....** 379**UNAUFDRINGLICHES NUDGING – DURCH****LUSTGEWINN MOTIVIEREN .....** 380

**GEFÄRBTE ENTSCHEIDUNGSFINDUNG.....** 380

*Die Fliege im Urinal.....* 380

*Nudge – der Schubser und das*

*Lustempfinden .....* 383

*Grenze zwischen Manipulation und*

*Nudging .....* 387

*Die Regierung und die Fettleibigkeit... 390*

*Nudging 1 gegen die Fettleibigkeit:*

*Grünes Licht für Lebensmittel – Die*

*Lebensmittelampel .....* 391

*Nudging 2 gegen die Fettleibigkeit: Die*

*nichtansprechende Verpackung.....* 391

*Nudging 3 gegen die Fettleibigkeit: Der*

*Kassenbereich .....* 393

*Nudging 4 gegen die Fettleibigkeit:*

*Treppe oder Rolltreppe.....* 393

*Nudging 5 gegen die Fettleibigkeit: Idole*

*und Stars.....* 394

*Entscheidungshilfen statt Verbote.....* 396

**NUDGING IM GESELLSCHAFTLICHEN UND**

**BERUFLICHEN MITEINANDER.....** 398

*Die Entscheidung erleichtern .....* 398

*Aus der Vorschrift wird eine Hilfe.....* 398

*Exklusivität verändert das Verhalten ..* 399

*Nudging im Betrieb.....* 401

<b>KAPITEL 19 – TRICKKISTE DES NUDGINGS IN DER RHETORIK.....</b>	<b>405</b>	<i>Wer empfindet Lust, ein Organ zu spenden?.....</i>	<i>425</i>
<b>GRIFF IN DIE TRICKKISTE DES NUDGINGS ...</b>	<b>406</b>	<i>Trägheit und Bequemlichkeit – „Weshalb soll ich es mir schwermachen?“.....</i>	<i>426</i>
ELEGANTES NUDGING IN DER RHETORIK.....	406	<i>Die Gesellschaft schubst überall .....</i>	<i>427</i>
<i>Positiver und weiser Umgang mit dem anderen.....</i>	<i>406</i>	LIBERTÄRER PATERNALISMUS – VATER STAAT SORGT FÜR UNS .....	428
<i>Durchführungswille .....</i>	<i>410</i>	<i>Der Staat greift dem Bürger unterstützend unter die Arme.....</i>	<i>428</i>
<i>Gästereklamationen reduzieren.....</i>	<i>412</i>	<i>Vorsorge, Schutz und Sicherheit.....</i>	<i>431</i>
<i>Darf's ein bisschen mehr sein?.....</i>	<i>413</i>	<i>Fazit .....</i>	<i>431</i>
<i>Immer diese Entscheidungen – Kaffee oder Cappuccino?.....</i>	<i>415</i>	<b>STICHWORTVERZEICHNIS.....</b>	<b>434</b>
<i>Der sichtbare und der unsichtbare Weg .....</i>	<i>418</i>	<b>KNIGGE ALS SYNONYM UND ALS NAMENSGEBER .....</b>	<b>440</b>
<i>Der Haken und das Frühstücksei.....</i>	<i>421</i>	UMGANG MIT MENSCHEN .....	440
<i>Default – Eine Vorgabe geben – Standard setzen.....</i>	<i>423</i>	<i>Adolph Freiherr Knigge .....</i>	<i>440</i>

Auszug aus  
Trickreiche Rhetorik 2100  
von Horst Hanisch

---

# Vorwort

## ***Rhetorik und dann auch noch trickreich?***

*Rhetorik kann eine scharfe Klinge sein,  
und manche Äußerungen muss man ernst nehmen,  
andere aber nicht.*  
Cai-Göran Alexander Stubb, finn. Premierminister (Im Spiegel 40/14)  
(\*1968)

## **Clever, raffiniert, pfiffig oder doch trickreich?**

Ja, hier stellt sich wirklich eine Schwierigkeit ein. Welches Eigenschaftswort drückt genau das aus, was in diesem Buch vermittelt werden soll und das zur Rhetorik passt? Manipulativ, listig und ausgekocht wirkt zu negativ.

Überzeugend stimmt zwar, aber da kommt der Punkt der Beeinflussung beziehungsweise der Manipulation zu kurz.

Taktisch wirkt zu unmenschlich, wohlwissend, dass Taktiken eingesetzt werden, um rhetorisch Ziele zu erreichen.

Sublim im Sinn von Ehrfurcht auslösen sowie subtil im Sinn von unterschwellig? Lieber nicht, weil sublim und subtil Fremdwörter sind und eher ein leicht negatives Bild hinterlassen.

So finden sich Begriffe wie ausgefuchst, ausgekocht, durchtrieben, gerissen oder gewieft. Alle haben ihren eigenen Reiz, klingen am Ende dann aber doch zu unfreundlich.

Durchtrieben, hinterlistig, verschlagen oder gar heimtückisch oder bössartig sollen nicht in diesem Buchtitel sein – schließlich soll die Leserin beziehungsweise der Leser positiv auf das Thema eingestimmt werden.

Das Wort diplomatisch fühlt sich wiederum als zu freundlich an.

### ***Clever, clever ...***

So reduziert sich die Überlegung auf eine Wahl zwischen raffiniert, pfiffig, listig, findig, smart, schlau und clever. Jedes dieser Eigenschaftswörter hat seinen Reiz, alle passen ‚irgendwie‘ und ‚ungefähr‘ zum vorliegenden Thema.

Wie sieht es mit ‚clever‘ aus?

Eine ausgezeichnete Rhetorik setzt voraus, dass der Benutzer weiß, wie Rhetorik eingesetzt wird, dass er die rhetorischen Techniken kennt, um überzeugend sprechen, präsentieren beziehungsweise verkaufen zu können.

Hier wird ganz gezielt und mit verschiedenem Handwerkszeug gearbeitet. Der Benutzer weiß, wie rhetorische Techniken trickreich eingesetzt werden.

---

---

In diesem Buch wird unter anderem überlegt, inwieweit Manipulation hierbei greift. Natürlich soll bei der trickreichen Rhetorik alles im legitimen Rahmen bleiben.

Es soll niemand zu Schaden kommen. Weder materiell noch psychisch.

Wer die Rhetorik ‚clever‘ einsetzt, arbeitet ‚trickreich‘. Also: trickreiche Rhetorik.

### **Legale Möglichkeiten der Rhetorik ausschöpfen**

Es ist ein deutliches Merkmal hiesiger Gesellschaft, vorwärts zu kommen, mehr zu erreichen, schneller zu sein als andere und so weiter.

Die Tipps in der trickreichen Rhetorik sollen helfen, die legal zulässigen Möglichkeiten auszunutzen und auszuschöpfen.

Tun Sie es nicht, liebe Leserin, lieber Leser, tut es der andere. Und zwar zu Ihren Lasten! Also: Keine falsche Scham auferlegen, sondern in Ihrem beruflichen Umfeld eine gute, um nicht zu sagen eine sehr gute Position beziehungsweise Rolle einnehmen.

Zeigen Sie unauffällig und unaufdringlich, wie gut Sie Rhetorik einsetzen können, um schnell und erfolgreich zu beeindruckenden Zielen zu gelangen.

Die thematischen Inhalte zum Bereich Soft Skills, Rhetorik, Kommunikation sind in der Buchreihe der ‚Big 5‘ erfasst.

12



Das vorliegende Buch „Trickreiche Rhetorik<sup>2100n</sup>“ ist ein Schwesternbuch zu „Das große Buch der Kommunikation und Gesprächsführung<sup>2100n</sup>“, „Das große Buch der Rhetorik<sup>2100n</sup>“, „Körpersprache – Lüge, Verrat, Macht<sup>2100n</sup>“ und „Soft Skills-Knigge<sup>2100n</sup>“.

Da die Themen der 5 Bücher thematisch miteinander verknüpft sind beziehungsweise ineinandergreifen, bleiben manche Überschneidungen nicht aus.

Einige Teile des vorliegenden Textes sind in dem einen oder anderen Ratgeber aus der Reihe „Das kleine Handbuch der Rhetorik<sup>2100n</sup>“ zu finden – für diejenigen, die nur ein bestimmter Bereich der Rhetorik interessiert.

Die Zahl 2100 im Titel steht dabei für das 21. Jahrhundert, was die Aktualität der Themen unterstreicht. Diese entsprechen den heutigen Anforderungen im beruflichen wie auch im gesellschaftlichen Umgang miteinander.

---

---

## Hinleitung zum Thema – Vorwort

Das gilt für den präsenten Austausch vor Ort wie auch für die Online-Kommunikation über diverse Programme.

Das vorliegende Buch geht auf folgende Themen ein.

1. Beeinflussung – Manipulation – Nudging
2. Beeinflussung durch Habitus und Umgang
3. Durch psychologisch geführte Kommunikation lenken
4. Konformität – Gruppenzwang – Rolle
5. Die Wahrnehmung verzerren
6. Effekte nutzen – Täuschen – Verfälschen – Lenken
7. Durch Rhetorik manipulieren
8. Geschickter Einsatz der Statistik – Mit Zahlen spielen – Diagramme ‚schönen‘
9. Taktiktieren – Rhetorische Übertreibungen – Superlative
10. Durch Fragen führen – Fragender und Antwortender – Kläger und Beklagter – Journalist und Politiker
11. Angst – Peinlichkeit – Überrumpelung
12. Gewaltfreie und lösungsorientierte Kommunikation
13. Einwänden begegnen – Angriffe abwehren – Blockaden durchbrechen – Killerphrasen aushebeln
14. Strategische Sitzposition – Nonverbales Spiegeln – Ungünstige Konditionen
15. Taktik gegen Listigeren
16. Pitchen – Überzeugen – Überreden
17. Verbale und nonverbale Vereinnahmung – Lenkung der Gesprächsführung
18. Unaufdringliches und willkommenes Nudging – Schubsen und Lustempfinden
19. Trickkiste des Nudgings in der Rhetorik

Es gibt viele Möglichkeiten, wie trickreich rhetorisch vorgegangen werden kann.

Es wird gezeigt, wie ‚lustige‘ Darstellungen in einer statistischen Angabe wohlwissend vom Leser unterschiedlich aufgefasst werden. Es ist dann gar nicht mehr so lustig, wenn jemand die Angaben richtig interpretieren kann.

Es wird darauf eingegangen, wie gezielt alle Sinne eingebunden beziehungsweise angesprochen werden, um den Gesprächspartner über alle verfügbaren Kanäle besser zu erreichen.

---

---

Selbstverständlich darf in diesem Zusammenhang die Psychologie nicht fehlen. Der Mensch ist ja glücklicherweise keine gefühllose Materie, sondern ein lebendiges Wesen mit allen möglichen Vorurteilen, Erfahrungen und Erinnerungen.

Wer es hier schafft, geschickt und empathisch vorzugehen, kann sicherlich deutliche Vorteile auf seiner Seite verbuchen.

### **Also doch nicht legal?**

Obwohl es nicht das Ziel ist, Sie auf schlechte Wege oder Gedanken zu bringen, wird bewusst das Thema der unfairen Manipulation eingefügt.

Denn selbst wenn Sie fair vorgehen, heißt das noch lange nicht, dass Ihr Gegenüber sich genauso verhält.

Vielleicht hat er gar nicht solch eine ‚weiße Weste‘, wie er vermitteln will. Falls Ihr Gegenüber gar unfaire Mittel einsetzt, sollen Sie zumindest das Handwerk oder Wissen haben, wie Sie dagegen einschreiten oder gar vorgehen können.

Die letzten Kapitel beschäftigen sich mit einem erst seit wenigen Jahren in das Augenmerk gerückte Phänomen: Dem unaufdringlichen Nudging, dem ‚Anschubsen‘ des Gesprächspartners, um ihn nach den Wünschen und Vorstellungen des ‚Schubbers‘ handeln zu lassen.

14

Liebe Leserin, lieber Leser. Ich wünsche Ihnen viel Kurzweil bei dieser Lektüre und hoffe, dass sie das eine oder andere Schmunzeln und zustimmendes Nicken auslöst.

Passen Sie auf, nähert sich Ihnen jemand mit der scharfen Klinge der Rhetorik, wie oben zitiert.

Ich hoffe ebenso, dass Sie den einen oder anderen Gedankenanstoß erhalten, einen der angegebenen Tipps (oder Tricks) in der Praxis erfolgreich umsetzen zu können.

Zu guter Letzt wünsche ich eine Ergänzung Ihres Wissens im Bereich der großartigen Rhetorik.

Horst Hanisch

---

## Hinleitung zum Thema – Vorwort

---

Danke: Seit Jahren werde ich fast täglich mit Situationen konfrontiert, die mein Verhalten und mein Auftreten beeinflussen und manchmal gezielt manipulieren. Vieles davon ist legitim und absolut nachvollziehbar, manches allerdings auch kritisch zu betrachten, bewirkt es doch eine Einschränkung meinerseits.

So danke ich etlichen Unternehmern und Unternehmerinnen, Seminarteilnehmern, vielen Studierenden und Trainierenden, die mir unzählige Beispiele in nicht mehr zählbaren Diskussionsrunden, Workshops und Trainings im In- und Ausland zeigten, wie manipulierend kommuniziert, präsentiert und verhandelt werden kann.

Einige Beispiele flossen in das Thema der ‚trickreichen Rhetorik‘ ein, um es praxisnah und lebendig werden zu lassen.

Einige Tricks leite ich in dieser Lektüre weiter und kann vor zahlreichen rhetorischen Fallstricken warnen.

Danke an alle Unterstützer.

Auszug aus  
trickreiche Rhetorik 2100  
von Horst Hanisch

---

## Hinleitung zum Thema

### **Ständige Einflussnahme auf das soziale Umfeld**

*Nur wer in Übereinstimmung mit seinem Gewissen lebt,  
kann wohlthuenden Einfluss auf andere haben.*

*Lew, 'Leo' Nikolajewitsch Graf Tolstoi, russ. Erzähler  
(1828 - 1910)*

### **Austricksen und ausnutzen oder unterstützen und fördern?**

Liebe Leserin, lieber Leser, bekanntlich liegt es in der Natur eines Lebewesens, sich optimal zu entwickeln, um seine gesammelten Erkenntnisse auf vielfältige Art seinen Nachfahren weitergeben zu können.

Um dieses Ziel zu erreichen muss raffiniert und trickreich vorgegangen werden, um Mitbewerbern nicht ‚das Feld‘ zu überlassen. Eigene Interessen genießen Priorität.

So schafft es die Gesellschaft, sich ständig weiterzuentwickeln, Fortschritte zu ermöglichen und ein vermeintlich besseres Leben genießen zu können.

16

Soweit, so gut.

Allerdings überkreuzen sich manchmal die Strategien und Ziele zweier oder mehrerer Menschen. Es kann zu Konflikten kommen.

So scheint es legitim, wenn ein jeder anstrebt, seine eigenen Vorstellungen – gegebenenfalls zum Nachteil anderer – umzusetzen.

Spätestens jetzt wird es kritisch, da der Vorteil der einen Person einen Nachteil für andere nach sich ziehen kann.

Wer möchte schon häufiger die ‚Niete‘ ziehen und zurückstehen?

### **Physische und psychische Übergriffe**

Natürlich wird hier von der rhetorischen Ebene der zwischenmenschlichen Kommunikation gesprochen. Handgreiflichkeiten, physische Übergriffe, körperliche Verletzungen oder gar kriegerische Auseinandersetzungen sind nicht gemeint. Sie sollen auch nicht provoziert werden.

Vielleicht ist das mit ein Grund, weshalb es die Natur ermöglicht hat, sich gegenseitig zu beeinflussen oder gar bewusst zu manipulieren?

Funktioniert die Manipulation gut, wird zumindest einem der beiden Involvierten geholfen. Manchmal fühlen sich auch beide zufriedengestellt – trozt der Manipulation.

Allemaal ist dieser Weg besser, als physisch die Muskeln spielen zu lassen.

Aber: Auch das psychisch eingesetzte Muskelspiel kann sehr verletzend sein.

---

Im Extremfall können solche Verletzungen Minderwertigkeitskomplexe, Depression oder gar die Überlegung zur Selbstverletzung nach sich ziehen.

Aufpassen! Hier wird auf ‚dünnem Eis‘ gehandelt, was nicht mehr zwangsläufig als legitim zu bezeichnen ist.

Deshalb ist es so wichtig, Manipulationsversuche zu durchschauen, um den möglichen Vorteil des Manipulierenden zu entlarven und zu durchkreuzen.

Wer die Tricks durchschaut, Statistiken lesen kann, rhetorische Fallen umgeht, entzieht sich der rhetorischen Macht des anderen.

Liebe Leserin, lieber Leser, Sie werden sich eventuell wundern, an wie vielen Stellen des täglichen Lebens clever vorgegangen wird, um einen eigenen Vorteil zu gewinnen.

Das alles geschieht in der Familie, im Kindergarten, in der Schule, in der Aus- und Weiterbildung.

Berufliche Kontakte sind hierbei nicht ausgeschlossen, noch nicht einmal bei Freundschaften sind sie ausgelassen.

Die Werbung steigert bei geschickter Manipulation enorm den Geschäftsumsatz. Politiker können den Erfolg für ihre politische Laufbahn und Wiederwahl verbuchen.

### ***Trickreiches Verhalten in Gesprächsrunden***

Sie verfolgen eine Diskussions-Runde und stellen fest, dass einer der Teilnehmenden auf jede Frage, auf jeden Einwand, ja sogar auf jeden kritischen Punkt souverän, locker und gewinnbringend reagiert.

Selbstverständlich schafft er es, alle rhetorischen Anfeindungen sofort mit einem Lächeln auszuhebeln, locker die von anderen gezeigten Schwächen ins Gegenteil zu drehen.

Ja, sogar wird ein ansprechend gestaltetes Diagramm eingeblendet, das die Anwesenden staunen lässt.

Jedenfalls geht dieser Teilnehmer als Gewinner aus der Runde.

Bei späterer Analyse fällt auf, dass viele seiner Behauptungen gar nicht infrage gestellt wurden – weder von der Moderation noch von den Teilnehmern.

Auf einige Fragen wurde tatsächlich so ausgewichen oder allgemein geantwortet, dass die Antwort gegebenenfalls allgemeingültig sein könnte, aber nicht auf die gestellte Frage geantwortet wurde.

Bei dem schön gestalteten Programm hatten Sie das Gefühl, eine andere Erinnerung im Kopf zu haben. Stimmt die Angaben, waren die Zahlen nachvollziehbar? Wurde ‚sauber‘ dargestellt?

Sie sind ins Schwanken gekommen. Es beschleicht Sie das Gefühl, ausgetrickst worden zu sein.

---

Deshalb heißt es nun, liebe Leserin, lieber Leser, einzutauchen in die clevere und raffinierte Welt der Tricks. Zeigen Sie sich vorbereitet, falls jemand versuchen sollte, Sie auszutricksen.

Seien Sie schneller!

Viel Spaß im rhetorischen Austausch auf höherem Niveau.

Auszug aus  
Trickreiche Rhetorik 2100  
von Horst Hanisch

---

**Kapitel 11 – Angst –  
Peinlichkeit – Überraschung**

Auszug aus  
Trickreiche Rhetorik 2100  
von Horst Hanisch

---

# Erst zerstören, dann aufbauen

## Unfaire Befragung

*Wenn es den Kaiser juckt, so müssen sich die Völker kratzen.*  
Christian Johann Heinrich Heine, dt. Dichter  
(1797 - 1856)

## Wer am Boden liegt, sehnt sich nach der helfenden Hand

Wie einfach ist es, Menschen in Angst und Schrecken zu versetzen. Wie leicht lassen sich Horrorszenarien und Schreckensbilder ausmalen, die nach Hilfestellung und Lösungen rufen.

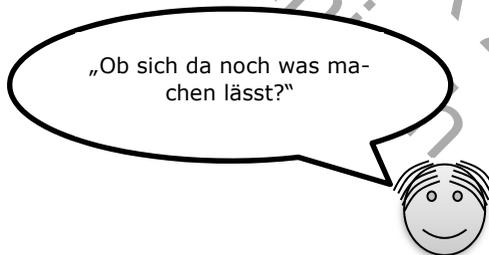
Kennen Sie den sehr beflissenen Handwerker, den Sie zur Behebung eines Schadens beauftragen wollen?

Mit kritischem Blick und mit forschendem Klopfen eines Schraubenziehers auf die betroffene Stelle murmelt er:

236



Das lässt den Kunden erschrecken.



Der Kunde wird blass und ahnt, dass es teuer werden kann.

---

## Kapitel 11 – Angst – Peinlichkeit – Überraschung

---



Hauptsache, es funktioniert wieder, denkt der Kunde – egal was es kostet.

Aha, ist es das, worauf der Handwerker hinaus will? Zuerst eine kaum lösbare, höchst zeitintensive und nur durch ihn – den Fachmann – zu bewältigende Situation. Klar, dass hier beträchtliche Kosten zu erahnen sind.

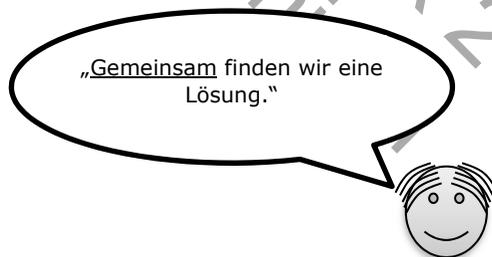
Ist jemand am Tiefpunkt seiner Empfindungen angelangt, kann es bei entsprechender Hilfestellung nur nach oben gehen.



237

Erleichtert wird die helfende Hand ergriffen. Die am Boden liegende Person ist bereit, ‚alles‘ zu tun, um wieder ‚nach oben zu kommen‘.

Ist das ein faires Vorgehen? Wäre es nicht angenehmer, äußerte der Helfende:



---

## Suggestion, peinliche Fragen und Überrumpelung

In Gesprächen, bei Interviews, bei Befragungen auf der Straße, werden manchmal ungute Empfindungen beim Gesprächspartner ausgelöst.

Die können dazu führen, dass die Person misstrauisch wird, sich versucht, der Situation zu entwenden, oder Falschaussagen gibt, um nicht schlecht dazustehen.

In einem seriösen Gespräch werden solche Überlegungen gar nicht anfallen.

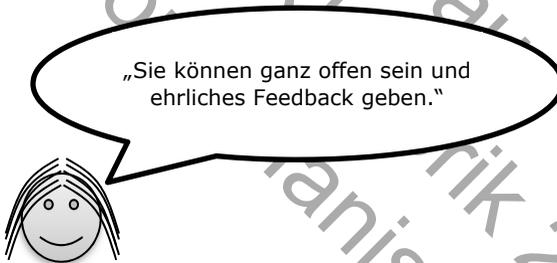
Im vorliegenden Thema hingegen sind sie sehr passend. Allein schon deswegen, um sich selbst zu wappnen, falls der Gesprächspartner auf die Idee kommen sollten, so unfair mit Ihnen umzugehen.

### **Unfair: Angst beim Befragten auslösen**

Hat der Befragte Angst, etwas von sich preiszugeben, sodass ihm später ein Nachteil entstehen könnte, wird er anders antworten, als es der Wahrheit entsprechen mag.

Eine Befragung im Beisein des Vorgesetzten des Befragten könnte solch eine Situation sein.

238 Auch zeitliche Angst, oder Angst, den Arbeitsplatz zu verlieren, gehören hierzu. Selbstverständlich kann gerade die Situation – wissentlich unfair – gezielt eingesetzt werden.



Mit diesen Worten fordert die Führungskraft ihr Team auf, ihr Feedback zu geben.

Zuerst freuen sich die Angesprochenen, die um ihre Meinung gebeten wurden. Denn tatsächlich liegt manches im Argen, das nicht offen ausgesprochen wird.

In freudiger Stimmung und motiviert nehmen die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen den von der Führungskraft verteilten Feedback-Bogen entgegen und beugen sich interessiert über die Fragen.

Aber – was ist das? Als erstes soll der eigene Name notiert werden. Fehlende Anonymität?

---

## Kapitel 11 – Angst – Peinlichkeit – Überraschung

Welche Konsequenz mag es nach sich ziehen, eine ehrliche, damit unter Umständen kritische Rückmeldung zu geben?

Das Feedback ist wertlos.

Die Führungskraft hingegen wird sich freuen, sind die Rückmeldungen doch ziemlich gut ausgefallen.

Offensichtlich gibt es kein Problem mit ihrem Team. Na ja ...

### **Unfair: Peinliche Situationen beim Befragten auslösen**

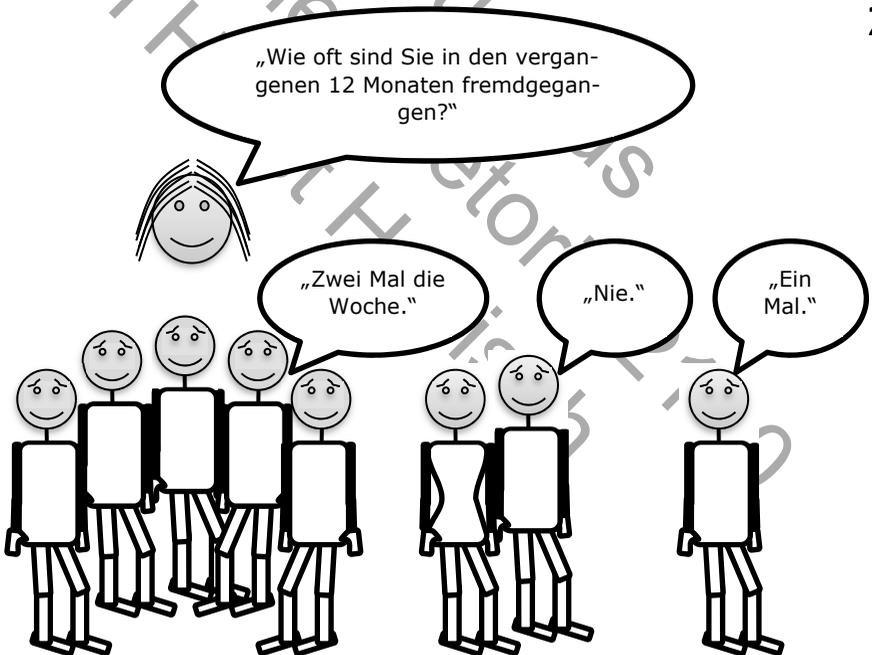
Sie bringen den Befragten in eine für ihn peinliche Situation, wenn Sie ihn zu gesellschaftlichen ‚Tabu‘-Themen im Beisein von anderen befragen.

Klassischerweise zählt hierzu die persönliche Einstellung zu Religion, Politik, Sexualität, zur familiären Situation, zu Krankheiten.

Je nachdem, wann, wo und von wem möglicherweise in Anwesenheit Dritter gefragt wird, erhält der Interviewer unterschiedliche Ergebnisse.

Die Antworten können gar nicht ehrlich sein.

Sie stellen folgende Frage. Mal ist die Person mit Freunden zusammen, mal mit der Partnerin, mal allein.



239

Welche Antwort wohl stimmen mag?

---

### **Unfair: Unterforderung des Befragten**

Erscheinen dem Befragten die Fragen zu einfach, wird er schnell desinteressiert sein. Vielleicht fühlt er sich sogar veralbert. Ob dann die Antworten noch seriös sind?

Andererseits lässt es den Befragten in der Regel klug aussehen, wenn leicht zu beantwortende Fragen gestellt werden.

Somit können Sie jemanden ‚hochloben‘ und ihm daraufhin einen Auftrag erteilen, wohl wissend, dass er ihn nicht ausführen kann.

Manchmal wird solch eine Vorgehensweise eingesetzt, um jemanden zur eigenen Kündigung zu bewegen.

Nämlich dann, wenn er selbst erkennt, der Lage beziehungsweise der Aufgabe nicht gewachsen zu sein.

### **Unfair: Überforderung des Befragten**

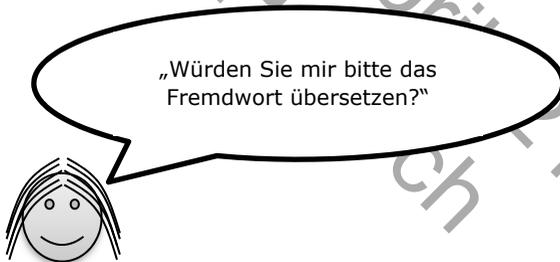
Benutzen Sie viele Fremdwörter oder Fachvokabularien, wobei Sie nicht sofort erklären, was Sie darunter verstehen, kann eine Überforderung des Befragten vorliegen.

Ihr Gegenüber kann leicht in die Klemme geraten, wenn er das Fremdwort nicht kennt.

Das ist natürlich besonders unfair, da Sie unter Umständen genau beobachten können, wie sich Ihr Gegenüber windet oder unter seinem scheinbaren Nichtwissen leidet.

Sollte Ihr Gesprächspartner seinerseits so mit Ihnen umgehen, können Sie ihn relativ leicht entwaffnen.

240



Fragen Sie ganz einfach nach der deutschen Übersetzung des Fremdwortes. Es kann sein, dass Sie Ihren Gesprächspartner somit in eine peinliche Lage bringen, wenn er selbst das Fremdwort nicht sofort und eindeutig übersetzen kann.

Versuchen Sie selbst einmal, ein beliebiges Fremdwort ins Deutsche zu übersetzen. Sie werden feststellen, dass das manchmal recht knifflig ist.

---

## Kapitel 11 – Angst – Peinlichkeit – Überraschung

---

Übrigens, wenn Sie nachfragen, scheinen Sie eine Schwäche – da Nichtwissen – zu offenbaren.

Tatsächlich ist die Vorgehensweise als Stärke zu bezeichnen, da Sie stark genug sind, eine vermeintliche Schwäche zuzugeben.

### **Schachtelsätze**

Stellen Sie schwierig zu verstehende Fragen oder benutzen Sie Schachtelsätze, fällt es den meisten Befragten schwer, gedanklich zu folgen. Wie soll er jetzt vernünftig antworten können?

Bilden Sie selbst Endlosfragen, passen Sie auf, dass Sie nicht den Anfang Ihres Satzes vergessen haben, wenn Sie endlich am Ende angekommen sind.

Der Durchschnittsmensch versteht nur Durchschnitts-Sätze. Einfache Sätze bestehen ungefähr aus sieben Wörtern.

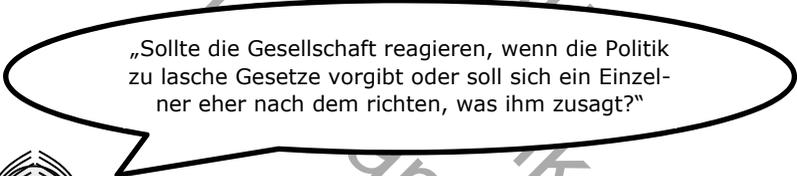
Das Fernseh-Programm bietet einige seriöse Talk-Runden an.

Wenn die Moderatorin beziehungsweise der Moderator endlos lange Fragen stellt und diese gegebenenfalls noch mit einem ‚oder‘ durch eine endlos lange zweite Wortreihe verlängert, verliert der Befragte unter Umständen den Überblick.

Er muss nachfragen, was die seriöse Fragestellung in sich schon fraglich werden lässt.

Die Moderation stellt eindeutig zu beantwortende Fragen und vermeidet dabei Oder-Konstellationen.

241



„Sollte die Gesellschaft reagieren, wenn die Politik zu lasche Gesetze vorgibt oder soll sich ein Einzelner eher nach dem richten, was ihm zusagt?“



Wie soll auf solch eine Frage vernünftig geantwortet werden?

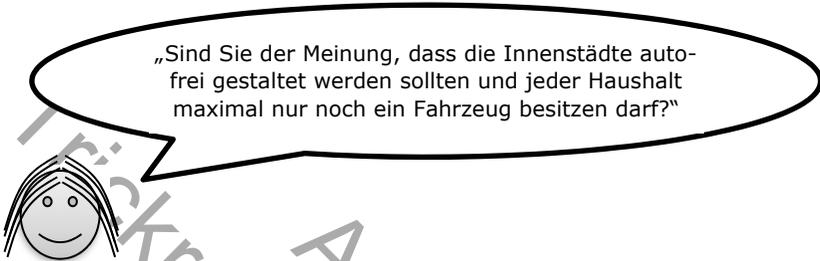
---

---

### Gekoppelte Fragen stellen

Fragen, die mit ‚und‘ verknüpft sind, sind oft nicht eindeutig zu beantworten.

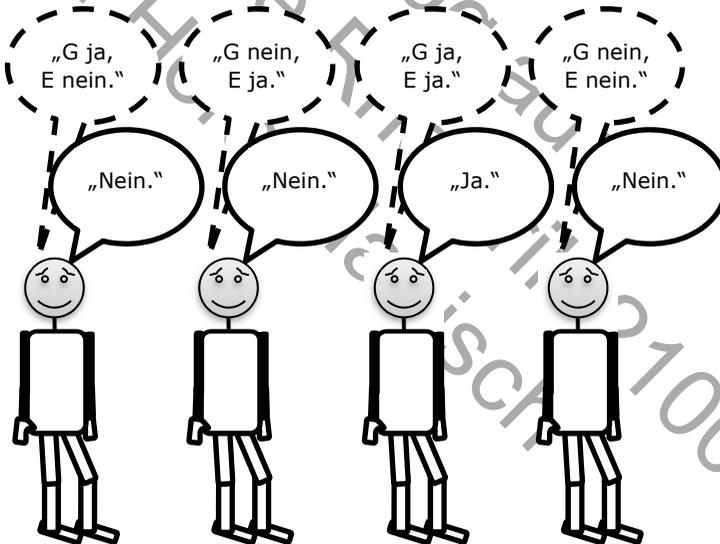
Vielleicht können Sie beide Überlegungen bestätigen oder finden beide nicht angebracht.



Vielleicht würden Sie aber einer der beiden Überlegungen zustimmen wollen.

(Gesellschaft = G, Einzelner = E)

242



Wie sollen Sie nun vernünftig mit ‚Ja‘ oder ‚Nein‘ antworten?

---

# Kapitel 11 – Angst – Peinlichkeit – Überraschung

## **Unbekanntes Wissen erfragen**

Befragen Sie lange zu einem (fachlichen) Thema, bei dem Sie davon ausgehen können, dass der Befragte keine oder wenig Kenntnis zur Materie hat, lassen Sie ihn ‚klein‘ aussehen.

Wollen Sie mit Ihrem eigenen Wissen prahlen? Vielleicht vor anwesenden Dritten? Haben Sie das nötig?

Vorsicht: Jemand, der bloßgestellt wird, neigt dazu, sich zu rächen. Sie riskieren, sich einen ‚Feind zu machen‘, der Sie irgendwann einmal bloßstellen wird.

## **In die Länge ziehen**

Dauert der Austausch zu lange oder steht der Befragte unter Zeitdruck, wird er ebenso ungern und damit möglicherweise unrichtige Antworten geben.

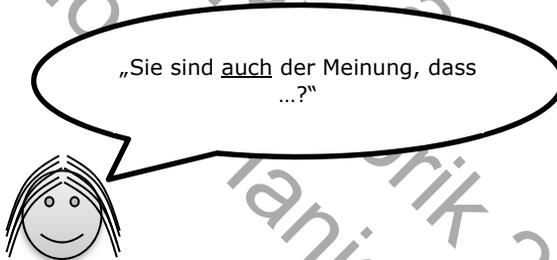
Er kann gelangweilt, genervt oder unaufmerksam werden, was sich auf die Antworten auswirken kann.

Beginnen Sie den Austausch gleich. Wenn Sie es absehen können, geben Sie ein Zeitfenster vor. Das vermittelt eine gewisse Sicherheit.

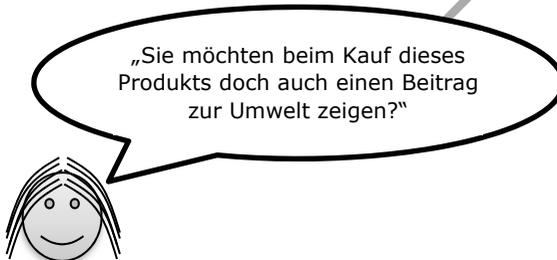
## **Unfair: Antworten suggerieren**

Eine Menge der Fragen können als sogenannte Suggestiv-Fragen, also Fragen, die beeinflussen, angesehen werden.

243



In Verkaufsgesprächen oder in Überzeugungsgesprächen werden Suggestiv-Fragen hingegen gerne benutzt, um den Befragten bewusst zu lenken.



---

Suggestiv-Fragen sind erkennbar an Wörtern wie: ‚auch, sicherlich, bestimmt, oder, ...‘.

Im Sinn der seriösen Antwort sind demnach Suggestiv-Fragen fehl am Platze.

Es ist nachvollziehbar, dass alle Fragen sowieso manipulierend eingesetzt werden können.

Daraus sollte erkannt werden, wie extrem schwierig es ist, einen Fragebogen für eine Umfrage zu erstellen, der den Befragten so wenig wie möglich in der Wahl seiner Antworten beeinflusst.

Manchmal hilft die Suggestion, eine Entscheidung zu treffen.

„Sie möchten sicher Alternative A wählen?“

244

### **Unfair: Verwirrung des Befragten**

Auch dieses ist eine deutliche Art der Manipulation, indem in der Fragestellung bereits eine Behauptung aufgestellt ist.

Hier handelt es sich um eine taraktische (verwirrende) Frage.

Ein Beispiel:

„Hat der Nachbar auf dem Balkon oder im Treppenhaus geraucht?“

In dieser Frage wurde unterstellt, dass der Nachbar geraucht hat. Aber vielleicht war er ohne Tabakware unterwegs.

Schnell fällt der Befragte hierauf rein, da er (automatisch) annimmt, dass geraucht wurde. In seinem Gehirn baut sich fast automatisch das Bild einer rauchenden Person auf, obwohl es gar nicht so gewesen sein muss.

---

## Kapitel 11 – Angst – Peinlichkeit – Überraschung

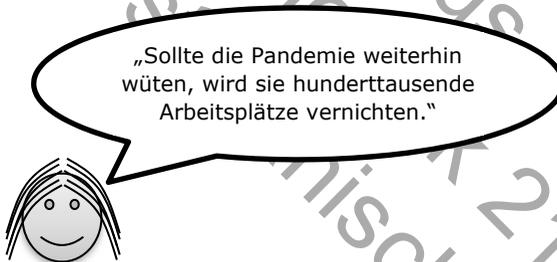


Aufpassen, wenn Ihnen eine Frage dieser Art gestellt wird. Nicht sofort antworten, sondern erst überlegen, ob überhaupt geraucht wurde.

Je nach Gesprächsanlass hat der Befragte nun eine Art Wahrheit festgelegt, auf die der weitere Austausch aufbaut ... und gegebenenfalls zu einem falschen Ergebnis führt.

245

### **Unfair: Schreckensszenario ausmalen**



Die Anwesenden fürchten aufgrund der Medienberichte, dass das beschriebene Szenario auch auf sie zutreffen könnte.

Natürlich wollen sie ihren Arbeitsplatz erhalten.

---

## Aufzählung nonverbal unterstreichen

Eine Methode, eine aufeinanderfolgende, logisch wirkende Aneinanderreihung bildhaft machen zu können, ist das Abzählen mit den Fingern.

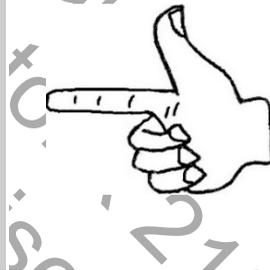
Der Sprecher ergreift das Wort.



... betont der Sprecher und lenkt die Aufmerksamkeit auf sich.  
Dabei hält er seinen Daumen sichtbar nach oben.

364

Der Zeigefinger gesellt sich zum Daumen.



Der Sprecher führt seinen zweiten Punkt aus.

---

## Kapitel 17 – Verbale, Nonverbale Vereinnahmung

Schließlich folgt der Mittelfinger.



Im Lauf seiner Ausführung nimmt er die Geste zurück und die Hand nach unten.

Die 3-teilige Nummerierung („erstens ... zweitens ... drittens“) hört sich gefährlich und vollständig an. Wird nur „erstens“ und „zweitens“ aufgelistet, hat der Zuhörer die Meinung, ein „drittens“ müsste folgen.

Die eingesetzte Körpersprache mithilfe des Daumens und der Finger unterstreicht die gesprochenen Informationen.

Nun könnten Sie annehmen, die Auflistungen sind getätigt. Weit gefehlt – vielleicht haben Sie einen starken trickreichen Rhetorik-Profi getroffen. Er schafft es tatsächlich, einen vierten Punkt anzuhängen.

Dazu setzt er die abzählenden Finger nicht mehr ein.

Unbeirrt fährt der Redner fort.



Der Sprecher kündigt den vierten Punkt als den wichtigsten an, weshalb er ‚unbedingt‘ noch angehört werden muss.

Der Sprecher schaffte es unwiderrprochen, seine Redezeit durch die 3 angekündigten und den angehängten vierten Punkt deutlich zu verlängern.

---

## Gesprächsteilnehmer als Referenz einbeziehen

Die Moderation hat fünf Gäste versammelt. Ein tagesaktuelles Thema wird besprochen. Die Meinungen zum Thema gehen extrem auseinander, weshalb heftig diskutiert wird.

Die Moderation achtet darauf, jedem Teilnehmenden ungefähr gleich viele Redebeiträge und gleich viel Redezeit einzuräumen.

Sie weiß, dass sie in der Rolle Moderation neutral sein soll. Es bedeutet, dass sie weder der einen noch der anderen Richtung, in der die Meinungen streben, verstärkt zustimmen darf.

Deshalb bedient sie sich eines anderen Tricks. Die Moderation wird hin und wieder einen der Gäste in der Art ansprechen, wie unten abgebildete Beispiele zeigen.

Der Vorteil dieser Art der Vereinnahmung des Teilnehmenden ist, dass unterstellt wird, der Angesprochene habe bereits eine Meinung geäußert, die er nun vertiefen, erläutern oder bekräftigen soll.

366



## Kapitel 17 – Verbale, Nonverbale Vereinnahmung

Durch diese Art der Einbindung kann der Angesprochene fast nichts Gegenteiliges mehr äußern. Er hat sich ungewollt in eine Richtung festlegen lassen.

Erkennt er die Art der Vereinnahmung, kann er natürlich sofort korrigierend vorgehen.



Will die Moderation einen Aspekt einbringen, der von den Teilnehmenden nicht zur Sprache gebracht wird, könnte sie einen der Anwesenden wie folgt einbinden.



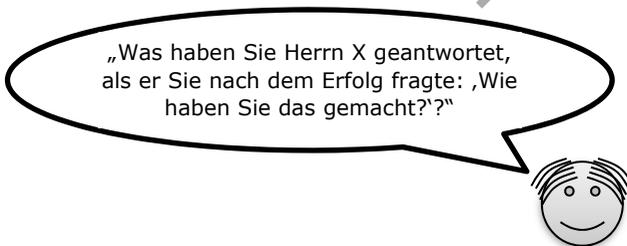
367

Dabei nickt sie dem Teilnehmer aufmunternd zu, was einer versteckten Bestätigung der zitierten Aussage gleichkommt.

Auch in solch einem Fall soll der Angesprochene deutlich darauf achten, ob das von der Moderation eingebrachte Zitat tatsächlich in dem Sinne geäußert war, wie es jetzt gerade zur Gesprächsrunde passen soll.

### **Unterstellende Frage**

Manche Moderation unterstellt in einer Frage eine bestimmte Gegebenheit.



---

Aufpassen: Die Moderation unterstellt, dass der Angesprochene mit Herrn X geredet habe.

Es wird demnach überhaupt nicht gefragt, ob der Angesprochene und Herr X miteinander sprachen; sondern es wird unterstellt, dass ein Gespräch lief.

Der Unbedarfte, falls er auf die gestellte Frage antwortet, bestätigt damit das geführte Gespräch – vielleicht hatte er das gar nicht vor.

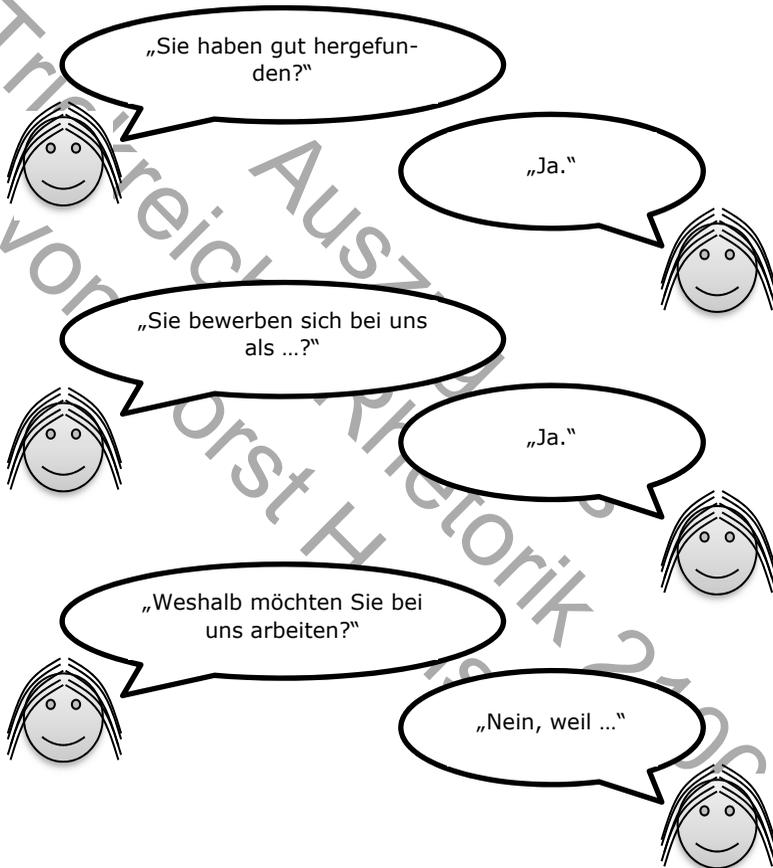
Auszug aus  
Trickreiche Rhetorik 2100  
von Horst Hanisch

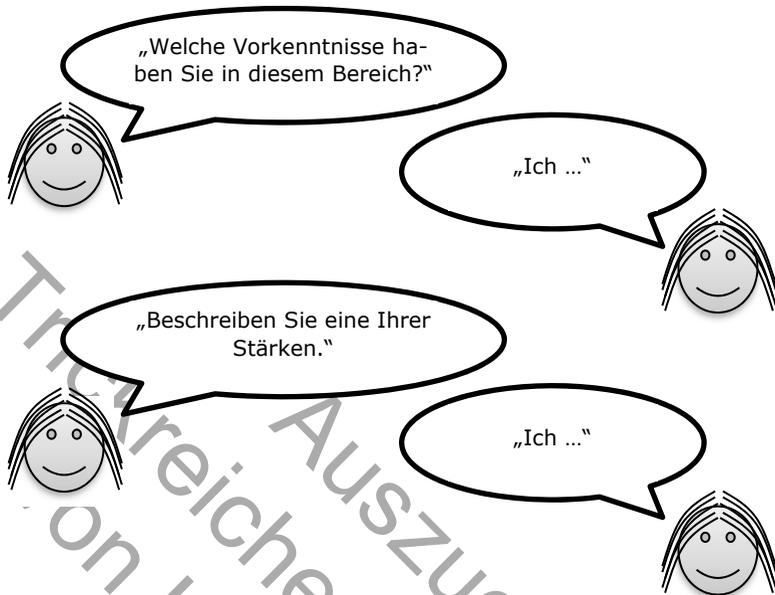
**Verbale Übernahme der Gesprächsführung**

*Wir sind zumeist nur das Resultat des Wollens und Tuns,  
des Irrrens und Fehlens derer, die uns leiten,  
solange wir fremder Führung bedürfen.*

*Hans Wachenhusen, dt. Schriftsteller  
(1823 - 1898)*

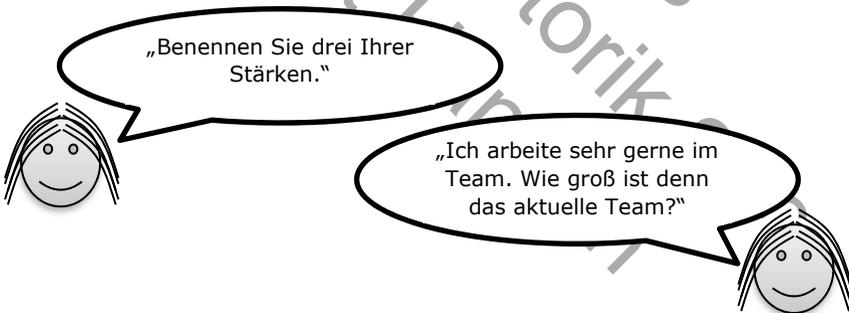
**Wer fragt, führt**





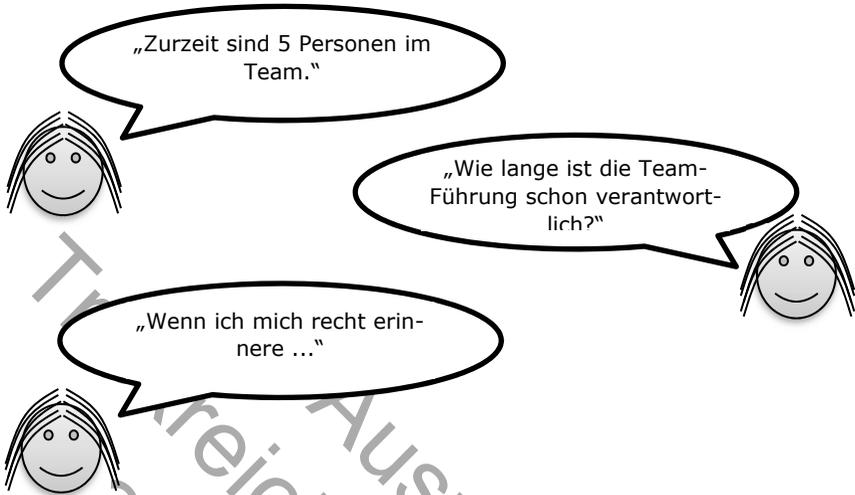
370

Der Dialog wirkt wohl keineswegs als ausgewogener Gesprächsablauf. Die interviewende Person stellt Fragen oder fordert auf, etwas zu benennen. Ein anderer Gesprächsablauf würde den Dialog lebhafter gestalten.



## Kapitel 17 – Verbale, Nonverbale Vereinnahmung

---



Wie leicht kann es gelingen, die Führung im Dialog an sich zu ziehen. In diesem Beispiel schaffte es die bewerbende Person bei der Frage nach den Stärken.

371

Nun dominiert sie das Gespräch.

Es wäre tatsächlich selbstverständlich möglich, würde die interviewende Person eine Frage an ihre Antwort hängen; schon wäre der fruchtbare Dialog gegeben.

Ständig antworten müssen, lässt den Fragenden das Thema bestimmen, wie auch die Richtung, in der das Gespräch geführt wird.

Der Antwortende folgt zwangsläufig. Er verpasst die Chance, für ihn Wichtiges ins Gespräch zu bringen.

Durch eine weiterführende Rückfrage lässt sich das Frage-Antwort-Spiel kippen. Nun wird der Antwortende zum Fragenden.

Aber Achtung: Die Vorgehensweise bleibt vergleichbar. Der bisherige Antwortende ist jetzt der Fragende. Lediglich die Rollen wurden vertauscht.

Im Rahmen der trickreichen Kommunikation kann es sehr wohl sinnvoll sein, die Rolle des Fragenden dominieren zu lassen. Im seriösen Dialog hingegen können und sollen beide Gesprächspartner abwechselnd fragen und antworten.

---

---

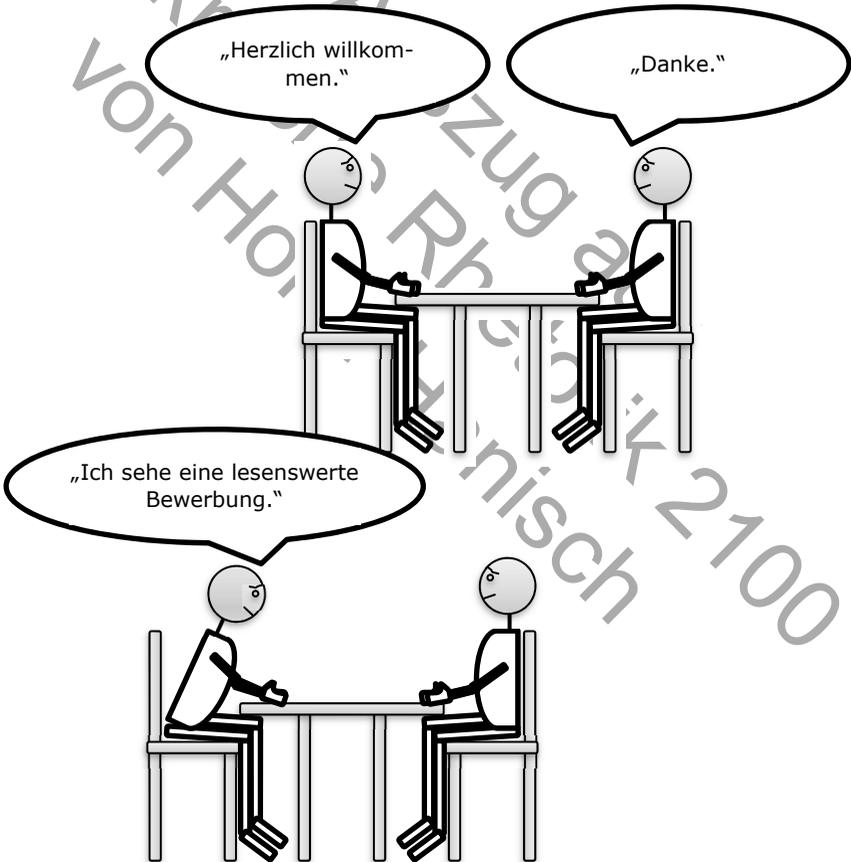
## Nonverbale Übernahme der Gesprächsführung

*Wir sind dazu da, die öffentliche Meinung zu lenken,  
nicht, um sie zu erörtern.  
Napoleon I. Bonaparte, frz. Kaiser  
(1769 - 1821)*

### Wer sich bewegt, führt

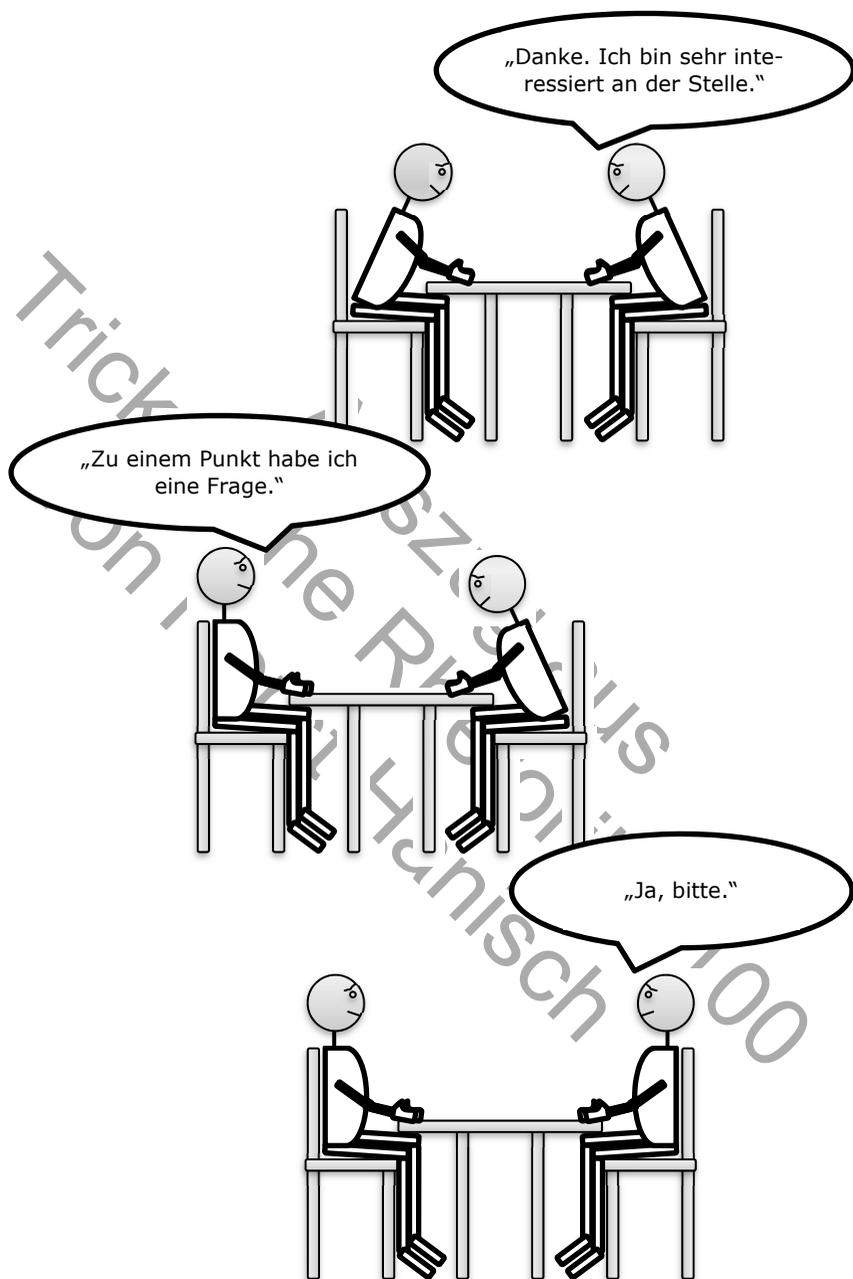
Vergleichbar können Sie im nonverbalen Dialog vorgehen. Die körpersprachlichen Spiegelungen zeigen, dass beide Gesprächspartner mental auf gleicher Wellenlänge schwingen. Sie verstehen einander. Beide spiegeln Sympathie oder Antipathie.

In folgender Bilderfolge sitzen Sie links, Ihr Gesprächspartner rechts.



## Kapitel 17 – Verbale, Nonverbale Vereinnahmung

---



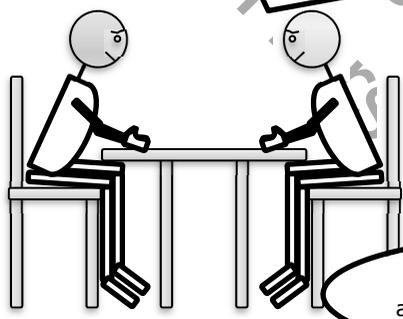
---

Sie können sehen, dass Ihr Gegenüber Ihnen nonverbal folgt.  
Ein paar Sätze später.

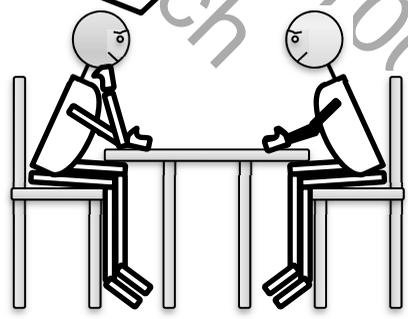
„Ja, das könnten wir so machen.“



„Ich könnte mir gut vorstellen, meine Kenntnisse einzubringen.“

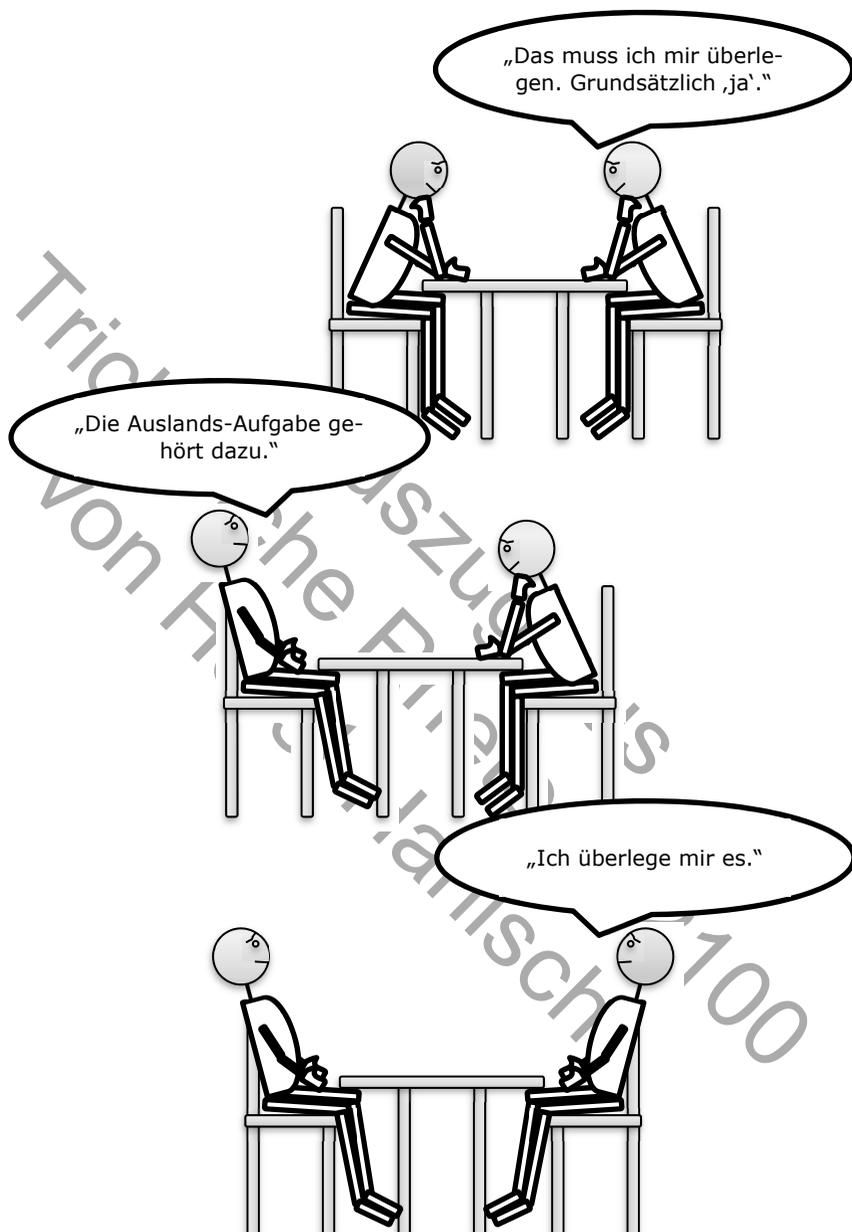


„Hm, Sie müsste dazu auch ins Ausland gehen.“



374

## Kapitel 17 – Verbale, Nonverbale Vereinnahmung

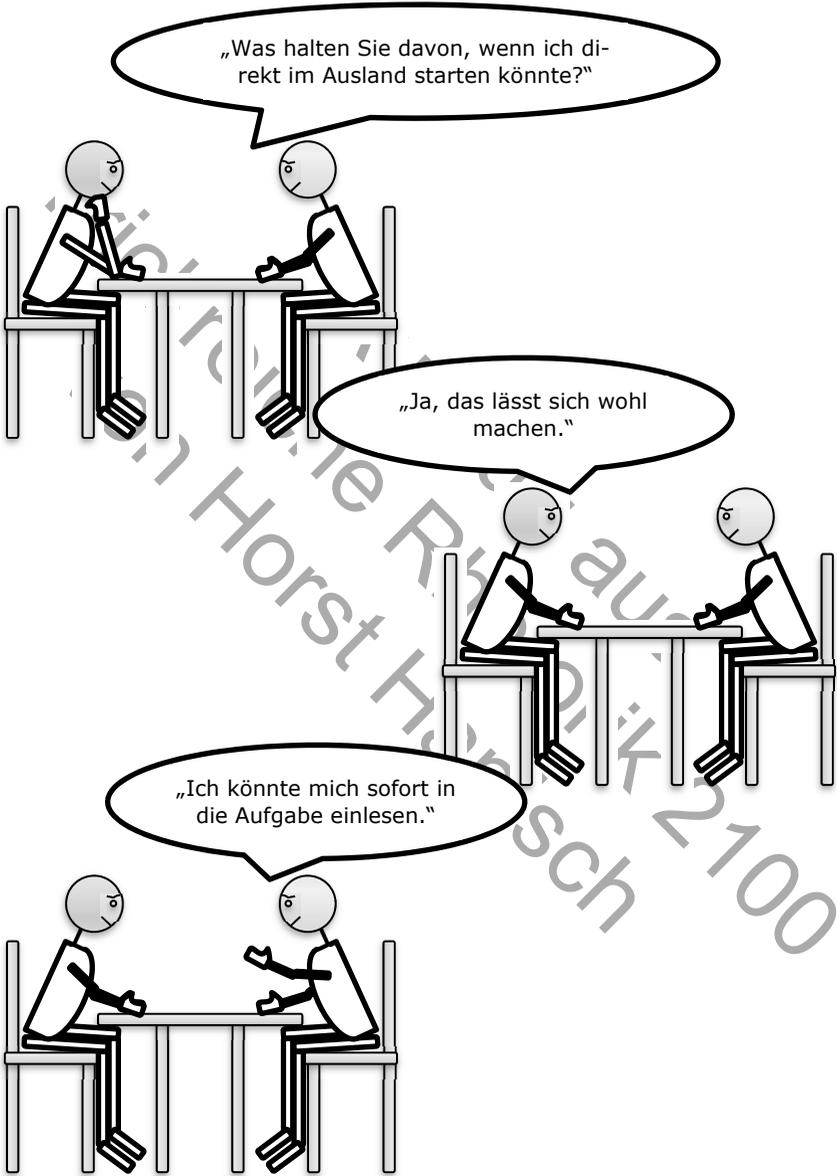


375

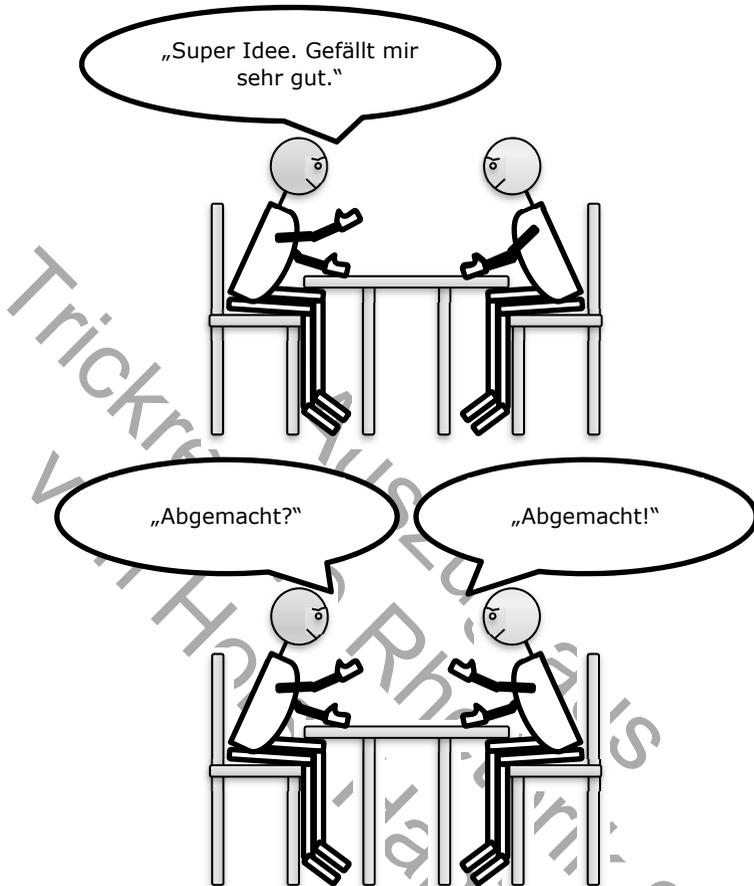
Das Gespräch scheint nicht zum Erfolg zu führen.

---

Gehen Sie drei Bilder zurück, als der Gesprächspartner äußerte, überlegen zu wollen. Stattdessen antwortet er anders und das Gespräch verläuft unterschiedlich.



## Kapitel 17 – Verbale, Nonverbale Vereinnahmung



377

Sie konnten bestimmt verfolgen, wie anfangs das Gespräch von der links abgebildeten Person geführt wurde. Der Bewerber folgte Körpersprachlich immer der anderen Person (also Ihnen).

Ab dem Wechsel im Gespräch übernahm plötzlich der Bewerber die Führung. Es ist daran zu erkennen, dass die linke Person Körpersprachlich folgte.

Das Gespräch führte hier zu einem guten Abschluss für den Bewerber und natürlich auch für Sie.

Was können Sie daraus lernen?

Nicht nur verbal kann die Führung im Gespräch übernommen werden, nonverbal ebenso. Im gezeigten Beispiel folgte die Körpersprachliche Spiegelung nach der verbalen Aussage.

---

Grundsätzlich ist es möglich, auch zuerst nonverbal ‚vorzulegen‘, um die Gesprächsführung im eigenen Sinn umzusetzen. Oder: Der Körper verrät durch die veränderte Körperhaltung eine geplante verbale Äußerung.

Zeigen Sie sich körpersprachlich offen, beugen Sie sich dem anderen zu, gestikulieren Sie sichtbar und übertragen diese Stimmung dann auf Ihre gesprochene Aussage.

Nicken Sie, lächeln Sie, zeigen Sie sich offen und der Gesprächspartner wird folgen.

Natürlich alles immer unter der Prämisse, dass Sie einen guten Gesprächsverlauf erzielen wollen. Gut heißt in diesem Zusammenhang auch, dass der Verlauf nach Ihren Ideen erfolgt.

## **Nonverbale Gesprächsübernahme**

Rufen Sie sich in Erinnerung, dass der Gesprächspartner durch das körpersprachliche Spiegeln etwas Positives wahrnimmt.

Deshalb lautete wie erwähnt die Empfehlung, besonders zu Beginn eines Gesprächs die Körpersprache zu spiegeln, zumindest so lange, bis der Gesprächspartner keinen Argwohn mehr wähnt.

378 Lautet der Tipp, die Körpersprache des Gesprächspartners nachzuahmen, bedeutet das, dass Sie die Körperhaltung einnehmen, die der andere vorgibt. Zumindest so lange, bis sich Ihr Gesprächspartner in Sicherheit wiegt.

Dann geben Sie die Körpersignale vor. Damit dominieren Sie das Gespräch und bestimmen, wie es geführt wird.

Mit dieser Manipulation befinden Sie sich bereits in der höheren Sphäre der Rhetorik.

Sie üben eine große Macht über Ihren Gesprächspartner aus, da er Ihnen unbewusst folgt. Sie haben ihn sozusagen in Ihrer kommunikativen Gewalt.

Wenn Sie diese Technik trainieren wollen, sollten Sie – wie üblich bei solcher Art Training – erst einmal andere Menschen im Dialog beobachten, bevor Sie selbst aktiv werden.

Wie mehrfach betont: Vermeiden Sie negative Körpersignale, wie das Verschränken der Arme vor dem Körper.

Diese Haltung kann (unbewusst) unangenehm beim Gesprächspartner ankommen, sodass er sich ebenso verschließt. Das wäre kontraproduktiv.

Nachdem die Spiegelung funktionierte und Sie die Gesprächsführung übernommen haben, können Sie sich entspannen.

Sie können sich nun gezielter auf den Gesprächsinhalt konzentrieren.

Trotzdem nicht unaufmerksam werden. Passen Sie auf, dass es Ihrem Gesprächspartner nicht gelingt, erneut die Gesprächsführung zu übernehmen.

---