

**Das kleine Handbuch der  
Rhetorik <sup>2100</sup>**

**Geschicktes Nudging  
Das versteckte Anschubsen**

**Horst Hanisch**

---

© Erste Auflage: 2017 by Horst Hanisch, Bonn

Gelistet im Katalog der Deutschen Nationalbibliothek.

Der Text dieses Buches entspricht der neuen deutschen Rechtschreibung.

Die Verwertung der Texte und Bilder, auch auszugsweise, ist ohne Zustimmung des Autors urheberrechtswidrig und strafbar. Dies gilt auch für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung und für die Verarbeitung mit elektronischen Systemen.

Die Ratschläge in diesem Buch sind sorgfältig erwogen, dennoch kann eine Garantie nicht übernommen werden. Eine Haftung des Autors und seiner Beauftragten für Personen-, Sach- und Vermögensschäden ist ausgeschlossen.

Aus Gründen der einfacheren Lesbarkeit wird auf das geschlechtsneutrale Differenzieren, zum Beispiel Mitarbeiter/Mitarbeiterin weitestgehend verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für beide Geschlechter.

**Idee und Entwurf:** Horst Hanisch, Bonn

**Lektorat:** Alfred Hanisch, Bonn; Annelie Möskes, Bornheim

**Layout und Gestaltung:** Guido Lokietek, Aachen; Horst Hanisch, Bonn

**Umschlaggestaltung:** Christian Spatz, engine-productions, Köln; Horst Hanisch, Bonn

**Zeichnungen:** Horst Hanisch, Bonn

**Herstellung und Verlag:** Books on Demand GmbH, Norderstedt

**ISBN:** 978-3-7448-3972-3

---

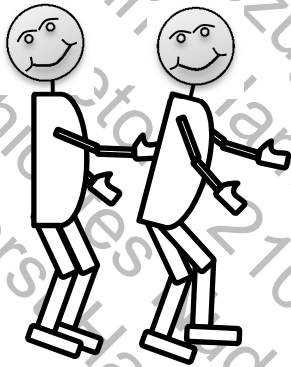
**Das kleine Handbuch der  
Rhetorik <sup>2100</sup>**

**Geschicktes Nudging  
Das versteckte Anschubsen**

Das kleine Handbuch der  
Rhetorik 2100  
Geschicktes Nudging  
Das versteckte Anschubsen  
von Horst Hanisch

---

Das kleinste Auszug aus  
Geschichtshandbuch der  
von Horskow  
2100  
Widging  
Manisch



# Inhaltsverzeichnis

<b>INHALTSVERZEICHNIS .....</b>	<b>5</b>
<b>EINLEITUNG.....</b>	<b>9</b>
<i>„Das versteckte Anschubsen“ .....</i>	<i>9</i>
<b>TEIL 1 – GEFÄRBTE ENTSCHEIDUNGSFINDUNG .....</b>	<b>11</b>
GEFÄRBTE ENTSCHEIDUNGSFINDUNG .....	12
<i>Die Fliege im Urinal .....</i>	<i>12</i>
<i>Archaisches Verhalten .....</i>	<i>14</i>
<i>Abgrenzung Nudging, Manipulation, Beeinflussung..</i>	<i>15</i>
<i>Einflussnahme 1: Beeinflussung .....</i>	<i>16</i>
<i>Einflussnahme 2: Manipulation.....</i>	<i>18</i>
<i>Einflussnahme 3: Nudging.....</i>	<i>21</i>
<i>Nudge – der Schubser und das Lustempfinden.....</i>	<i>22</i>
<i>Die Entstehung des Begriffes Nudging .....</i>	<i>25</i>
<i>Bewusstes Nudging – Der Geschubste und sein</i>	
<i>Lustempfinden.....</i>	<i>26</i>
<i>Instinktives Nudging – Die Elefantenkuh und ihr</i>	
<i>Neugeborenes .....</i>	<i>27</i>
<i>Grenze zwischen Manipulation und Nudging.....</i>	<i>28</i>
<i>Tommy und sein Freund .....</i>	<i>28</i>
<i>Der Flughafen und der Raucherbereich.....</i>	<i>30</i>
<i>Fühlen Sie sich angeschubst? .....</i>	<i>31</i>
<b>TEIL 2 – NUDGING IM ZWISCHENMENSCHLICHEN BEREICH</b>	
<b>.....</b>	<b>33</b>
<b>NUDGING IM GESELLSCHAFTLICHEN UND BERUFLICHEN</b>	
<b>MITEINANDER.....</b>	<b>34</b>
<i>Entscheidungshilfe anbieten.....</i>	<i>34</i>
<i>Nudging in der zwischenmenschlichen Kommunikation</i>	
<i>.....</i>	<i>35</i>
<i>Nicht lenken, sondern nudgen.....</i>	<i>35</i>
<i>Entscheidungshilfen statt Verbote .....</i>	<i>36</i>
<i>Aus der Vorschrift wird eine Hilfe.....</i>	<i>38</i>

---

<i>Exklusivität verändert das Verhalten</i> .....	39
<i>Schonung der Natur</i> .....	40
<i>Nudging im Betrieb</i> .....	41
<i>Trickreiches Nudging in der Rhetorik</i> .....	44
<i>Darf's ein bisschen mehr sein?</i> .....	48
<i>Immer diese Entscheidungen – Kaffee oder Cappuccino?</i> .....	50
<i>Alternative als Entscheidungshilfe</i> .....	50
<i>Durchführungswille</i> .....	52
<i>Gästereklamationen reduzieren</i> .....	53
<i>Der Haken und das Frühstücksei</i> .....	54
<i>Default – Eine Vorgabe geben – Standard setzen</i> .....	56
<i>Wo ist der Haken?</i> .....	57
<i>Wer empfindet Lust, ein Organ zu spenden?</i> .....	59
<b>TRÄGHEIT UND BEQUEMLICHKEIT</b> .....	61
<i>„Weshalb soll ich es mir schwermachen?“</i> .....	61
<i>Die Gesellschaft schubst überall</i> .....	62
<i>Die Gruppe übt Zwang auf den Einzelnen aus</i> .....	64
<i>Keine Verbote im Nudging</i> .....	66
<i>Haken gesetzt?</i> .....	67

### **TEIL 3 – DER SICHTBARE UND DER UNSICHTBARE WEG ..69**

<b>HINTERLIST ODER SCHAFFEN EINES WOHLBEFINDENS?</b> .....	70
<i>Unsichtbar führen</i> .....	70
<i>Der sichtbare und der unsichtbare Weg</i> .....	71
<i>Sichtbare Hinweise</i> .....	72
<i>Unsichtbare Hinweise</i> .....	73
<b>LIBERTÄRER PATERNALISMUS</b> .....	75
<i>Der Vater sorgt für uns</i> .....	75
<i>Der Staat greift dem Bürger unterstützend unter die Arme</i> .....	76
<i>Die Regierung und die Fettleibigkeit</i> .....	78
<i>Nudging 1 gegen die Fettleibigkeit – die Grüne Ampel</i> .....	79
<i>Nudging 2 gegen die Fettleibigkeit – Die nichtansprechende Verpackung</i> .....	79

## Inhaltsverzeichnis

---

<i>Nudging 3 gegen die Fettleibigkeit – Der Kassenbereich</i>	81
<i>Nudging 4 gegen die Fettleibigkeit – Treppe oder Rolltreppe</i>	81
<i>Nudging 5 gegen die Fettleibigkeit – Idole und Stars</i>	82
<i>Vorsorge, Schutz und Sicherheit</i>	84
<b>AUSLEITUNG</b>	<b>85</b>
„Fühlen Sie sich wohl?“	85
<b>STICHWORTVERZEICHNIS</b>	<b>89</b>
<b>KNIGGE ALS SYNONYM</b>	<b>92</b>
UMGANG MIT MENSCHEN	92

Das kleine Auszug aus  
Rhetorik Handbuch der  
Geschicktes Nudging  
von Horst Hanisch

### Nudging im Betrieb

Wie lassen sich das Wohlbefinden der Beschäftigten und deren Gesundheit steigern?

Da sich unser Handbuch um den Bereich der Rhetorik dreht, in dem selbstverständlich auch die zwischenmenschliche Kommunikation berücksichtigt wird, wollen wir nun in die Kommunikation eines Unternehmens schauen.

Lenken wir unsere Aufmerksamkeit auf ein Besprechungszimmer, in dem Sie Besucher willkommen heißen und dann auf den Betrieb selbst.

#### **Smalltalk**

Gerade zu Beginn eines Gesprächs fällt es einem fremden Besucher oft schwer, vernünftige Themen für den Bereich des Smalltalks zu finden.

Peinliche Gesprächspausen erzeugen eher eine unangenehme Atmosphäre.

Hängen an den Wänden des Besprechungszimmers Poster zu Ihren Filialen im Ausland, ist der Schritt ganz naheliegend, dass das Gespräch in diese Richtung gelenkt wird.

Ungezwungen kann nun über ein Thema, das zunächst gar nichts mit dem eigentlichen Gesprächsthema zu tun hat, geredet werden.

Von diesem Gesprächsbereich kann dann auf das Thema gelenkt werden, das den Grund des Zusammenseins bildet.

#### **Hilfsmittel**

Bieten Sie Ihrem Gesprächspartner im Besprechungsraum die Möglichkeit, Hilfsmittel (Marker, Stifte, Whiteboard usw.) zu verwenden, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass er solches einsetzt.

Das bedeutet, dass Sie nicht nur die verbale Kommunikation einsetzen, sondern mit Diagrammen, Zeichnungen und anderen Hilfsmitteln das Gesagte anschaulich unterstützen.

Es wird leichter verständlich, die Kommunikation wird effektiv.



---

## **Naschwerk**

Haben Sie Kleinigkeiten zum Naschen adrett angeordnet auf dem Arbeitstisch liegen, steigt der Wunsch des Gesprächspartners, sich zu bedienen.

Das gilt nicht nur für fremde Besucher, sondern auch für Teilnehmer an Gesprächsrunden oder Meetings.

Kleine Süßigkeiten oder Salziges lässt viele einmal zugreifen. Die Atmosphäre wird lockerer.

## **Gesunde Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen**

Wie schaffen Sie es, dass Ihr Gesundheitsstand und der Ihrer Mitarbeiter möglichst stabil gehalten werden?

Bieten Sie Ihren Beschäftigten die Möglichkeit, sich in der hausinternen Kantine gesund und abwechslungsreich zu ernähren.

Dann werden Sie auf Dauer wahrscheinlich weniger Krankheitsfälle haben.

Sie selbst profitieren, wie das beim Nudging so üblich ist, dass Sie einen geringeren Krankenstand zu beklagen haben. Die Krankheitskosten werden gesenkt.

Und natürlich profitiert der Beschäftigte ebenso, da er sich gesund ernähren kann.

So ganz nebenbei steigt die Stimmung, wenn das kulinarische Angebot im Betriebsrestaurant die klassischen menschlichen Grundbedürfnisse nach Speisen und Getränken in ihrer Vielfalt großzügig abdecken kann.

## **Gerne für Sie da – Geschlossen oder geöffnet?**

Kürzlich fand der Autor einen interessanten Hinweis zur Öffnungszeit in der Angabe zu einem Dienstleistungsbetrieb: „Wir erwarten Sie gerne zwischen 9:00 Uhr und 13:00 Uhr.“

Die sind höflich, dachte er sich.

Tatsächlich bedeutet der Hinweis zur Öffnungszeit: „Geöffnet von 09:00 Uhr bis 13:00 Uhr, am Nachmittag geschlossen.“

Diese Öffnungszeiten klingen nicht mehr so kundenfreundlich.

## **Teil 2 – Nudging im zwischenmenschlichen Bereich**

### **Schutz des Versicherten oder Geld gespart?**

„Ihr Bein in Gips? Sind wohl Ski gefahren?“ So oder ähnlich lautet die leicht schadenfrohe Frage, wenn der Kollege mit eingegipstem Bein, humpelnd auf zwei Krücken gestützt, vor die Bürotür tritt.

Tja, tatsächlich ist er bei weitem nicht der Einzige, der sich beim Skifahren einen Knochenbruch zugezogen hat.

In jeder Skisaison trifft es Hunderte, vielleicht Tausende. Ein ordentlicher Schaden für die betroffenen Versicherungen.

Was tun? Nun, es ist relativ einfach.

Die Verantwortlichen der Versicherung geben ,eben mal' eine Angst einflößende Pressenachricht raus.

Eine Reihe von Medien wird sich gierig darauf werfen und für die Verbreitung sorgen.

Sinngemäß ist zu lesen „... Jedem zweiten Wintersportler ist im Skiurlaub schon Ungemach widerfahren ...“ (Generalanzeiger 20.03.2015).

Ui, denken Sie, das ist doch gefährlicher als gedacht. Lieber doch nicht Ski fahren, sondern besser ans Meer fahren?

Dann hätte das Nudging hier gegriffen.

Der Artikel schreibt weiter „... Vorausgesetzt er gehört zu der Minderheit von 22 % der Befragten, die überhaupt in den Schnee starten.“

Nicht umsonst werden die Versicherungen in diesem Artikel als ‚Spaßbremsen‘ bezeichnet.

---

## Trickreiches Nudging in der Rhetorik

Wir wenden uns dem großen Feld der Rhetorik zu und wollen darstellen, wie Nudging erfolgreich und ‚trickreich‘ eingesetzt werden kann.

Wer sich dieser Tricks bedienen will, sollte die Klaviatur der rhetorischen Basis bereits perfekt beherrschen.

Damit gelingt es ihm, nicht mehr auf jede Kleinigkeit intensiv Energie zu lenken, da er diese ja bereits beherrscht. Die freigewordene Energie kann nun zur rhetorischen Höchstleistung verwendet werden.

Bedenken Sie, dass das beschriebene Vorgehen nicht generell die Aufmerksamkeit auf Kleinigkeiten verlieren darf. Bekanntlich steckt der Teufel im Detail.

Gemeint ist, dass der Trainierte seine Aufmerksamkeit auf einen anderen, jetzt für ihn wichtigeren Bereich lenken kann.

### **Ein höheres Level anstreben**

Wie ist vorzugehen?

Betreten wir deswegen jetzt ein höheres Level der beruflichen Kommunikation, um dem Nudging mehr Platz einzuräumen.

Beginnen wir mit dem ehrlichen Verhalten dem anderen gegenüber.

### **Offenheit**

---



Sprechen Sie ‚normal‘ und ‚unverkrampft‘ über ein verhängliches Thema, wird es Ihr Gegenüber wahrscheinlich auch tun.

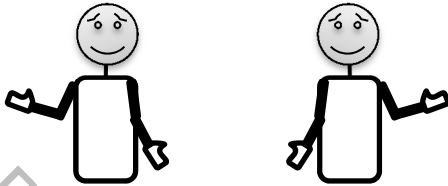
Er glaubt eine Offenheit zu erkennen und nutzt das Angebot, ebenso offen zu reden.

---

## Teil 2 – Nudging im zwischenmenschlichen Bereich

### Optionen anbieten

---



Bieten Sie Gesprächspartnern Optionen an, kein ‚Muss‘. Beschreiben Sie deutlich das Ziel.

Zeigen Sie Wege und Möglichkeiten, wie das Ziel erreicht werden kann.

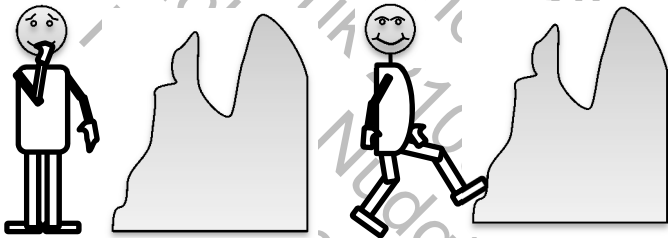
Sie zeigen Lösungswege, ohne vorzuschlagen oder zu bestimmen, welche Option in Ihren Augen die bessere ist.

Lassen Sie den Gesprächspartner entscheiden, vertritt er seine eigene Entscheidung intensiver als bei vorgegebenen Optionen.

---

### Herausforderungen bewältigen

---



Vermeiden Sie das Schildern von Problemen, schwärmen Sie von Herausforderungen.

Probleme zu erledigen scheint mühsam und freudlos zu sein.

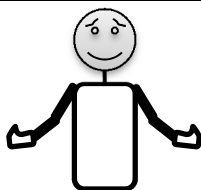
Neue Herausforderungen zu bewältigen spornt an. Durch Herausforderungen lässt sich gut motivieren.

---

---

## Hilfe anbieten

---



Das heißt konkret, Sie bieten Hilfe und Unterstützung an: „Wie kann ich Sie bei diesem Projekt unterstützen?“

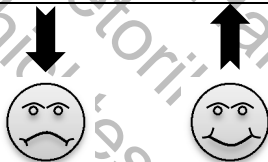
Listen Sie in Folge die zu tätigen Schritte auf und bieten an, die eine oder andere Aufgabe zu übernehmen.

Wenn alles gut läuft, wird Ihr Gesprächspartner fast automatisch seine eigene Hilfe anbieten und/oder zusätzlich andere Aufgaben übernehmen.

---

## Bestätigen des Gesprächspartners

---



Vermeiden Sie dabei, Killerphrasen einzusetzen („zu teuer ...“), da sonst das Gehirn des Gesprächspartners (und Ihr eigenes auch) nach Bestätigung dieser Aussage sucht und auch findet.

Sie würden dann bestätigen, weshalb etwas nicht funktionieren kann.

Unterstützen Sie den Gesprächspartner in seinen Überlegungen. Finden Sie mit ihm gemeinsam Wege, die Umsetzung zu verwirklichen.

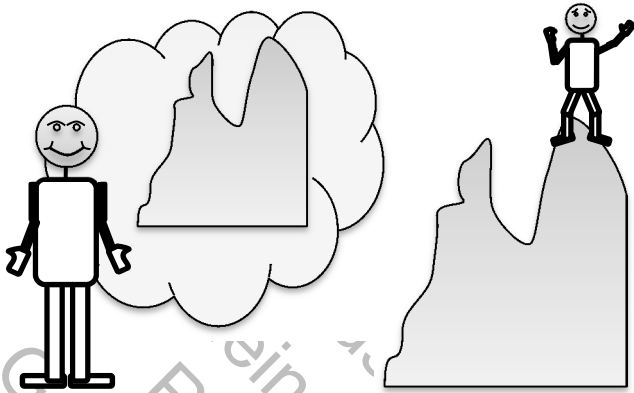
---

## Teil 2 – Nudging im zwischenmenschlichen Bereich

---

### Realität beschreiben

---



Vermeiden Sie sogenannte Möglichkeitsformen für Ihre Zielbeschreibung. „Wenn wir das und das erreicht hätten, könnten wir ...“.

Wechseln Sie in die Wirklichkeitsform, die sich anhört, als wäre das Ziel schon realisiert.

„Sobald wir das und das erreicht haben, werden wir ...“

Das Gehirn bearbeitet nun nicht mehr nur Möglichkeiten, sondern betrachtet die Aufgabe als erfüllt.

Sie schwelgen bereits in den neuen beziehungsweise zukünftigen Gegebenheiten.

---

### **Fazit**

Mit diesen generellen Tipps haben Sie eine Bandbreite von Möglichkeiten, Nudging erfolgreich umzusetzen.

Halten Sie im Hinterkopf, dass beim Angeschubsten im weitesten Sinn das Lustempfinden ausgelöst werden soll.

Nutzen Sie weiterhin seine Bequemlichkeit aus, den Weg des geringsten Widerstands zu wählen.

Seine Begeisterungsfähigkeit wird gesteigert und gleichzeitig die Bereitschaft, etwas dafür zu tun.