

Manipulation? Einflussnahme mit Integrität!

Einige Reden wirken besser als andere. Ist das Magie? Oder wie funktioniert das? Wir sind heute hier zusammengekommen, um genau dies zu entzaubern und zu lernen, welche Bausteine und Sprachstrukturen es sind, die Zuhörer fesseln und unsere Punkte verstehen lassen.

Inhalt

Teil A - Sprachstruktur

- 1) Zu Beginn gilt es hierfür, den **Zusammenhang zwischen Struktur und Sprachverstehen** zu begreifen.
- 2) Danach werden wir sehen, wie leicht sich eine gemeinsame Idee, ein Ziel kommunizieren lässt, damit es ins Bewusstsein rückt. Dies erfolgt mit so genanntem „**Gedankenlesen**“, ist aber eigentlich ein „Gedanken-Einpflanzen“.
- 3) Oft erzeugen unsere Worte Abwehrhaltungen. Diese können durch bloße Formulierungen entstehen, die bspw. ein Nachdenken über das Gehörte im Gehirn des Gegenübers provozieren, statt es zu vermeiden. Es ist ein kleiner, aber feiner Unterschied. Und damit befasst sich unser dritter Punkt, auch damit, wie wir bloße **Aussagen als Fakten kommunizieren**.
- 4) Schließlich sind es Eitelkeit, Arroganz und Selbstlob die sehr deutliche Abwehrhaltungen erzeugen. Zu recht! Denn es sind bei Gott keine schönen Eigenschaften. Können wir dennoch etwas **Unschönes kommunizieren**, vor allem über einen Gegner, ohne dabei eitel oder überheblich zu wirken? Um es vorweg zu nehmen: Ja, das geht ganz elegant. Mehr dazu in Punkt 4.
- 5) Im Anschluss daran wird der erste Teil des Abends mit einigen weiteren Hinweisen beendet, die unsere Sprachstruktur betreffen. Denn unser Kopf muss immer verstehen und damit dies gut funktioniert, herrscht in ihm förmlich ein Harmoniebedürfnis. Psychologen können das bestätigen und nur zu gut erklären, wohin das führen kann. Denn das **Gehirn will Einklang** und muss verknüpfen und begreifen - einfach nur, damit wir verstehen. Wie vortrefflich sich dies beim Reden und Schreiben verwenden lässt, wird hier illustriert.

Teil B - Hinterfragen

Den in Teil A vermittelten Sprachmustern begegnen wir vielerorts - in 1000 Situationen in unserem Lebens. Denn sie sind ganz natürlich. Aber sie wirken. Und darum wollen wir sie bewusst trainieren. Viele davon lassen sich in Diskussionen und Streitgesprächen auch vorzüglich hinterfragen. Hierzu lernen betrachten wir einige Ansätze in Teil B.

Teil C - Stil

Im Teil C werden nur noch ganz kurz einige Ideen zu Stil von Rede und Schrift skizzieren. Zu viele Details hierzu würden den Abend sprengen.

Teil A - Sprachstruktur

1) Durch Satzbau direkt(er) in den Kopf

Unser Gehirn versteht die Welt. Dazu gehört auch gesprochene und geschriebene Sprache, die wir und unsere Vorfahren über Hunderte Jahre entwickelt haben. Interessant ist, dass bestimmte Satzstrukturen eine Annahme des Gesagten wahrscheinlicher machen können. Dies betrifft bspw. solche Sätze, die nur verstanden werden können, indem ein Teilsatz als gegeben oder wahr vorausgesetzt wird. Ein Beispiel von meiner Frau:

Wenn du gleich den Müll runterbringst, kannst du da gleich die Post mitbringen?

Zum Zeitpunkt der Frage saß ich noch gemütlich auf dem Sofa und wusste noch nicht einmal, dass ich den Müll runterbringen will. Ein paar Minuten später hatte meine Frau ihre Zeitung in der Hand. Was war da los? Damit mein Kopf die Frage verstehen kann - bzw. sie bewerten kann - muss der erste Teilsatz erst einmal als „wahr“ vorgestellt werden. Erst dann kann ich innerlich beurteilen, ob es möglich wäre, in dieser Situation den Müll mitzubringen. Da es unbewusst also bereits als „ja“ vorgestellt wurde, wird hierdurch eine Annahme des Gewünschter wahrscheinlicher als bei der Formulierung: *„Bringe den Müll runter und die Post hoch.“* Selbst, wenn danach noch ein „ok?“ kommen sollte.

Ein Clou steckt auch im zweiten Teilsatz. Es ist eine rhetorische Frage. Die Antwort auf rhetorische Fragen ist immer klar (so die Definition), sie sind eher ein Stilmittel in der Literatur. Zielt eine solche rhetorische Frage nun auf eine mögliche Handlung, die in der Realität eingefordert wird, macht auch dies eine Annahme wahrscheinlicher:

„Kannst du die Post mitbringen?“

Na klar kann ich das, sagt mein Kopf beim ersten Gedanken daran (es ist ja schließlich rhetorische Frage). Würde mein Mund jetzt „Nein“ sagen, fühlt es sich doch wie eine Lüge an, oder nicht? Zumindest unbewusst auf jeden Fall. Es ist eine höfliche Frageform, die uns ganz schön in eine Zwickmühle bringt - sofern wir eigentlich keine Lust haben, den Müll runterzubringen. Oder im Vertrieb:

„Wenn Sie die Infos durchgelesen haben, können sie mir dann ein kurzes Feedback dazu geben?“

Ist besser als: *„Ich rufe Sie dann nächste Woche zurück, um zu sehen ob Ihnen unser Produkt gefällt.“*

Ein anderes Beispiel zum Satzbau - auch von meiner Frau:

„Willst du lieber staubsaugen oder wischen?“

Wieder saß ich philosophierend auf der Couch. Und kurz darauf tanzte ich mit dem Wischmop freudig über's Laminat. So schnell geht das bei einer Entweder-Oder-Konstruktion, wenn man(n) nicht aufpasst.

2) Gedankenlesen = Gedanken einpflanzen | wie? ganz direkt:

- *Wir sind heute hier zusammengekommen*, weil wir unsere Kommunikationsfähigkeiten praxisrelevant trainieren wollen.
- *Mittlerweile sieht jeder/es ist allen klar/...*, dass es so nicht weitergehen kann/wir den richtigen Weg eingeschlagen haben.

3) Aussagen (voraussetzungslos) als Fakten verkaufen

Wie? Ganz einfach eine Wertung/Adjektive voranstellen:

- *Übertriebene Bürokratie verhindert eine Gründerkultur in Deutschland.*
wird:
- *Es ist verrückt anzusehen, wie übertriebene Bürokratie eine Gründerkultur in Deutschland verhindert.*

Es ist interessant/Mich hat überrascht/Es verwundert wenig/...

Oder als Frage formuliert?

Wie stark verhindert übertriebene Bürokratie eine Gründerkultur in Deutschland?

Noch besser mit persönlicher Ansprache:

Kann eigentlich jemand beziffern, wie stark übertriebene Bürokratie eine Gründerkultur in Deutschland verhindert?

4) Mit Negationen „Unschönes“ sagen

Wie lässt sich etwas Unschönes über einen Gegner sagen? Ganz einfach, indem man es nicht sagt. Denn Negationen/Verneinungen erfolgen im Kopf auf rein logischer Ebene. Der zu verneinende Inhalt muss jedoch zuvor positiv vorgestellt werden, was Gefühle auslöst und Bewertungen des Inhalts somit nach eigener Präferenz überhaupt erst ermöglicht.

Bspw. *„Denke jetzt nicht an weiße Mäuse. Mache diese Mäuse jetzt nicht grau. Und jetzt nicht orange usw.“* - Schon sitzt die Maus im Kopf.

Ungekonnt:

- Zum Kind beim Arzt: *Du musst nicht weinen, die Spritze wird gar nicht weh tun.*
- Bei Pegida: *Ich bin kein Nazi.*

Dies eignet sich prima, um „Sachen nicht zu sagen“ - aber eben doch zu sagen:

- ungekonnt: *Der Kandidat von der CDU hat keinen wirtschaftlichen Sachverstand und ist darum ungeeignet.* (wirkt arrogant/beleidigend)

- besser: *Ich sage nicht, der Kandidat von der CDU ist aufgrund mangelnder Wirtschaftskennntnisse gänzlich ungeeignet* [Grammatik gerne mal brechen: *ist* statt *sei*], *dennoch sind ... wichtig, um....*

Oder im Vertrieb: *„Ja selbstverständliche kenne ich Firma X (Wettbewerber), und ich sage nicht, durch Firma X wird sich ihr Projekt verzögern weil... Uns ist es dagegen wichtig, dass wir ... sicherstellen indem wir....“*

Ok, das wäre schon fast manipulativ, und kaum mehr Einflussnahme mit Integrität, die wir betreiben wollen, damit Kommunikation besser gelingt. Das sollte man wirklich **NICHT** machen! :-)

5) Mit Kausalität besser ins Gehirn

Ohne Bindeglieder:

Pegida ist schlecht für Dresden. Egal wie man zu den Forderungen steht: Das Image der Elbmetropole hat sich deutlich verschlechtert. Die Hotelbuchungen sind in den letzten beiden Jahren zurückgegangen und weniger Fachkräfte entscheiden sich für einen Umzug in unsere Stadt.

Besser - mit Bindewörtern:

Jeder sieht, dass Pegida schlecht für Dresden ist. **Dabei** spielt es keine Rolle, wie man zu den **eigentlichen Forderungen und Ideen der Bewegungen** steht. **Denn** klar lässt sich erkennen, dass sich das Image der Elbmetropole deutlich verschlechtert hat. **Wozu dies führt**, zeigt sich beispielsweise am Rückgang der Hotelbuchungen in den vergangenen beiden Jahren.

Hierdurch/ Als Folge davon/ Der Grund dafür ist/ Und/ Folglich/ Ferner/...

Unser Kopf versteht es einfach besser, wenn man ihm sagt, wie bestimmte Aussagen und Ideen zusammengehören. Das wird oft ganz unbewusst einfach abgenickt - bei längeren Reden fast in Trance.

BEISPIEL

Wer all dies Meisterhaft bestaunen will, der schaue sich diesen kurzen Videoclip von Donald Tusk an und betrachte ihn bspw. bezüglich:

- Gedankenlesen (Vielen Dank für das Vertrauen... Eure Entscheidung ist Ausdruck von...)
- Aussagen als Fakten (Wie ihr wisst, war Solidarität immer wichtig in meinem Leben... und ich weiß wirklich wie wichtig es ist... Ich weiß, ihr wisst, ich weiß...)
- Kausalverknüpfungen (Es klingt vielleicht wie ein Paradox, dass..., aber... Ich werde mit jedem von euch arbeiten ohne Unterschiede, denn ich bin... Und da ich mir selbst geschworen habe, niemanden fallen zu lassen, müssen wir einfach wieder unsere Arbeit beginnen.)

Videolink auf Tusk's Facebookprofil:

https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=980179575452697&id=543228812481111

Wunderschön!

Teil B- Hinterfragen

Referenz einfordern (ausgelassene Inhalte hinterfragen)

„Warum“ vermeiden, da dies nur Antworten provoziert, welche nicht die Logik/Sichtweise des anderen infrage stellen

Bspw.

- *Es ist allen klar, dass es so nicht weitergehen kann.*
- *Ich bin depressiv.*
- *Das funktioniert so nicht.*
- *Ich will in den französischen Markt expandieren.*

(Wer ist alle? Wodurch ist es klar? Wie klar ist es... oder kurz:)

Woher weißt du das? Wer sagt das? (Allesvernichtend)

Das ist viel zu teuer. -> Im Vergleich zu was?

Bei „alle“/„immer“/„jeder“ ... oder „keine“/„nie“/„niemand“, einfach das Wort zurückgeben.

Bpsw.

- Ich werde immer viel zu aufgeregt, wenn ich vor Menschen spreche. -> *Immer?*
- *Auch quantifizieren: Ab wie vielen Menschen geht es los? ...*
- Männer sind Schweine. -> *Alle?*
- Das interessiert keinen. -> *Keinen?*

Wesensaussagen in Zustandsaussagen/Meinungen überführen (denn diese lassen sich viel einfacher ändern, auch schon unbewusst)

- Ich bin depressiv. -> In welchen Momenten kommt dieses Gefühl auf?
- Merkel ist untragbar. -> An welches Ereignis/welchen Bereich denkst du?
- Das ist eine schöne Idee, aber unmöglich. -> Welche Bedingungen hast du im Kopf, die sie unmöglich erscheinen lassen?
weiter hinterfragen:
- Es ist nicht möglich, weil (fehlende Ressourcen) -> Also wenn (Ressourcen vorhanden), dann...
- Und wozu würde uns das noch befähigen? ... (bis hin zur Notwendigkeit), abschließend mit „Warum“ bestätigen lassen:

Mit „Warum“ Gründe erkunden lassen/Verständnis testen

„Warum willst du das ändern?“ „Warum ist es wichtig, x zu erreichen?“

Bspw. nach Verkaufsgespräch: „Auf einer Skala von 1 bis 10, wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie...“ -> „7“ -> „Echt? Warum so hoch?“ (Kunde übernimmt Zusammenfassung der Präsentation)

Stil

Zu Beginn einfangen, Aufmerksamkeit erzeugen (Gehirnsaft aka. Endorphin & Co. lassen das Gehirn schneller arbeiten, ergo werden Infos schneller und einfacher verstanden - weniger Energie für Sprachverstehen, mehr Platz für Sprachwirkung)

Lautstärke (angemessen, keinesfalls zu laut)

Position (präsent, verbunden)

Geschwindigkeit (Zuhörer abholen -> nach Mittagessen langsam beginnen, schneller werden -> höchste Kunst im Zwiegespräch: Atmung anpassen)

Tonlage (variieren: von Mickey Mouse bis Barry White; Satzenden nicht hoch zu betonen, das wirkt fragend; tief vermittelt Sicherheit)

Adjektive (ver)meiden (innovativ/weitreichend/... alles nichtssagend)

Über allen Gipfeln

Ist Ruh',

In allen Wipfeln

Spürest Du

Kaum einen Hauch;

Die Vögelein schweigen im Walde.

Warte nur! Balde

Ruhest du auch.

(Goethe: Stimmung 100 : Adjektive 0)

Konkret statt Allgemeinplätze

Weihnachten haben wir mit leckeren Gewürzen gebacken > es duftet nach Kardamom, Zimt & Piment (allein die bloßen Wörter aktivieren im Gehirn die Regionen für Geschmack und Geruch, der Allgemeinplatz „Gewürze“ vermag dies nicht)

Eine Wiese voll bunter Blumen. -> Eine Wiese voll Gänseblümchen, Löwenzahn und Teufelskralle. (beim ersten klickt's nicht mal im Kopf, beim zweiten Satz denkt sich das Gehirn: „Gänseblümchen! Ah ja kenn ich, niedlich. Löwenzahn? Oh ja, die gelten Blumen, die so aussehen wie ein Löwenzahn. Teufelskralle? Ha, was'n Ding! Schonmal gehört, glaube ich.“)

Kurz, prägnant: 6./7. Klasse Aufsatz Ziel, direkt verständlich (nochmal: weniger Energie für Sprachverstehen -> mehr Platz für Wirkung und Vorstellung)

Sinnesreich

- Visuell (es sieht so aus/zeigt sich deutlich/klar zu sehen/...)
- Auditiv (hört sich so an/gut verständlich/es schreit nach/spricht dafür...)
- Kinästhetisch (fühlt sich gut an/heiße Idee/kalt...)
- selten: Olfaktorisch (stinkt zum Himmel) + Gustatorisch (bitter/sauer...)

Bsp: Die Formulierung hört sich vielleicht erstmal ungewohnt an. Aber wenn du sie in der Diskussion anwendest, wirst du sehen, wie gut es sich für dich und die anderen Teilnehmer anfühlt und so das Verständnis fördert.

Übung „Sinnesreich“: Erinner dich an ein Urlaubserlebnis, bei dem du dich echt entspannt gefühlt hast. 1) Wie erscheint es? 2) Und nun variiere:

Visuell

- *Begrenzung (Rahmen oder eher offen+umgebend)*
- *Kontrast (stark/kontrastreich oder schwach)*
- *Schärfe (klar/verschwommen)*
- *Farben (in Farbe oder Schwarz/Weiß bzw. sepia)*
- *Helligkeit (hell/dunkel)*
- *Entfernung (nah/fern)*
- *Position des Bildes/Vorstellung (oben/unten, links/rechts)*
- *Proportion (kleiner, größer oder gleich lebensecht)*
- *Bewegung (bewegt unbewegt und schnell/langsam)*
- ...

Auditiv

- *Laufstärke (leise/laut)*
- *Quelle (extern/intern)*
- *Melodie (harmonisch/disharmonisch)*
- *Tonhöhe (hoch/tief)*
- ...

Kinästhetisch

- *Temperatur (heiß/kalt/angenehm)*
- *Struktur (hart/weich)*
- *Druck (stark/schwach)*
- *Position (im/am Körper)*
- ...

Geruch/Geschmack

- ...

Wie ändert sich das Gefühl?