Beeinflussen - Überzeugen - Manipulieren

Seriöse und skrupellose Rhetorik

Bearbeitet von
Von Heinz Ryborz, studierte in Berlin Naturwissenschaften und Psychologie. Er war in leitenden Positionen in der Industrie tätig und trainiert heute Führungskräfte. Zahlreiche Veröffentlichungen. Bestsellerautor.

3. Auflage 2017. Buch. 184 S. Gebunden
ISBN 978 3 96186 002 9
Format (B x L): 17 x 24 cm

Wirtschaft > Wirtschaftswissenschaften: Allgemeines > Wirtschaftswissenschaften: Sachbuch und Ratgeberliteratur

schnell und portofrei erhältlich bei

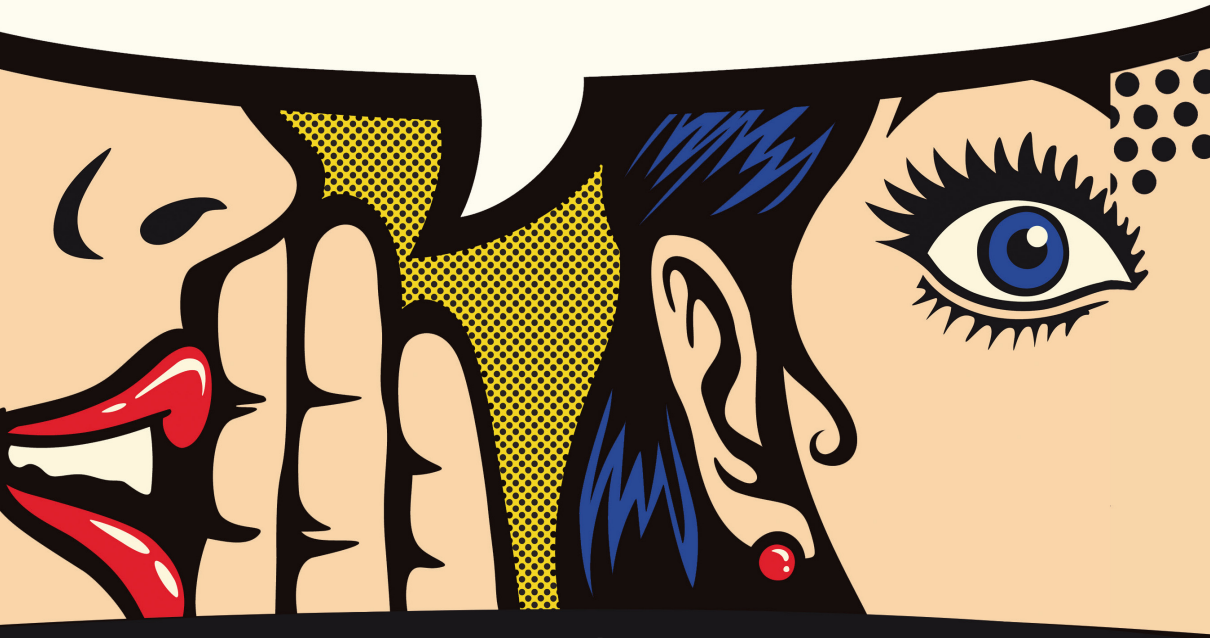
beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Heinz Ryborz

Beeinflussen Überzeugen Manipulieren

Seriöse und skrupellose Rhetorik



metropolitan.

Menschen gewinnen – für Ideen, für Ziele, für sich

Sobald zwei Menschen sich begegnen und anfangen, miteinander zu sprechen, beginnt der Prozess der gegenseitigen Beeinflussung. Im positiven Fall entsteht eine Win-win-Situation, von der beide Gesprächspartner profitieren. Doch nicht jede Einflussnahme ist gewinnbringend.

Bestseller-Autor und Rhetorik-Experte Professor Heinz Ryborz zeigt, wie Sie eine überzeugende Persönlichkeit werden, Tricks durchschauen und Ihr Gegenüber für sich gewinnen.

- Leicht erlernbare, bewährte Mentaltechniken verhelfen zu mehr Ausstrahlung und Charisma.
- Menschen verstehen, Freunde gewinnen: Die Kunst der anderen Sichtweise schärft den Blick.
- Die Techniken der Beeinflussung durchschauen: So schützen Sie sich vor Manipulation und Selbsttäuschung.

Heinz Ryborz

BEEINFLUSSEN ÜBERZEUGEN MANIPULIEREN

Seriöse und skrupellose Rhetorik

metropolitan.

Dieses E-Book enthält den Inhalt der gleichnamigen Druckausgabe, sodass folgender Zitiervorschlag verwendet werden kann:

Hans Jürgen Kratz, BEEINFLUSSEN – ÜBERZEUGEN – MANIPULIEREN
metro**politan**, Regensburg 2017

Auf www.metropolitan.de finden Sie unser komplettes E-Book-Angebot. Klicken Sie doch mal rein!

Wir weisen darauf hin, dass Sie die gekauften E-Books nur für Ihren persönlichen Gebrauch nutzen dürfen. Eine entgeltliche oder unentgeltliche Weitergabe oder Leihe an Dritte ist nicht erlaubt. Auch das Einspeisen des E-Books in ein Netzwerk (z. B. Behörden-, Bibliotheksserver, Unternehmens-Intranet) ist nur erlaubt, wenn eine gesonderte Lizenzvereinbarung vorliegt.

Sollten Sie an einer Campus- oder Mehrplatzlizenz interessiert sein, wenden Sie sich bitte an unseren E-Book-Service unter 0941 5684-0 oder b2b@metropolitan.de. Weitere Informationen finden Sie unter www.walhalla.de/b2b.

© Metropolitan – ein Imprint das WALHALLA Fachverlags
Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG, Regensburg
Dieses E-Book ist nur für den persönlichen Gebrauch bestimmt.
Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert, vervielfältigt oder verbreitet werden.

ISBN: 978-3-39186-152-1

Inhalt

Warum Ihnen dieses Buch hilft 9

1 Die neun Faktoren der Beeinflussung 13

Selbstvertrauen 13
Mut und Durchhaltevermögen 16
Empathie 18
Nähe und Bindung 20
Eigeninteresse 22
Das Unerwartete tun 22
Flexibilität 24
Humor 24
Glaubwürdigkeit 26

2 Techniken, um Menschen zu gewinnen 29

Lächeln 29
Sympathie und Ähnlichkeit 29
Mitmenschen verstehen 31
Komplimente 34
Die Barnum-Technik 36
Die Rowland-Techniken 37

3 Beeinflussungstechniken 41

Anziehungstechnik 41
Aufmerksamkeit erzeugen 43
Bedürfnisse befriedigen 44
Reziprozitätstechnik 47
Commitment- und Konsistenztechnik 49
Konformitätstechnik 52
Autoritätstechnik 53
Knappheitsprinzip 55
Gefärbte Wahlmöglichkeiten 55
Ankerpunkte setzen 56
Stereotype Wiederholung 58
Kontrasttechnik 59

Bildertechnik 61
Gefühle ansprechen 64
Selbstdarstellung 67
Kontakt halten 70
Timing 71
Kombination von Techniken 74
Beispiel: Beeinflussungsprozess 78

4 Beeinflussen mit der Macht der Sprache 81

Sprache und Realitätserkenntnis 81
Sprache und Information 83
Mit Sprache neue Sichtweisen vermitteln 87
Metaphern 90
Schlagworte und Sprichwörter 93
Geschichten 94
Spin 96
Mehr erreichen mit weniger Worten 96
Das „Wie“ ist wichtiger als das „ Was“ 99
Positive Sprache 100
Zauberworte 101
Tabuworte 103
Ideen vermitteln 105

5 Mit Körpersprache beeinflussen 109

Die Sprache der Kleidung 109
Der Sprechstil 110
Genaues Beobachten und Gedankenlesen 112
Positive Signale 115
Täuschung und Lüge 116

6 Erfolgreich überzeugen 121

Den Partner abholen, wo er steht 121
Wertvorstellungen und Bedürfnisse klären 122
Gedankengänge des Gesprächspartners rekonstruieren 125
Mit Fragen überzeugen 127
Implikationsfragen: Instrument der Könner 128
Überzeugung mit Argumenten ist leicht 130
Was, wenn der Partner Nein sagt? 131
Widerstände auflösen 131

7 Manipulation abwehren **133**
Manipulation ist etwas Alltägliches 133
Desinformationen 134
Vorsicht vor Selbstfallen 137
Falsche Argumente 139
Mentaler Betrug 141
Lügen 148
Falsche Garantien 152
Nicht zum Opfer der Schwammigkeit werden 152
Die Strohmann-Taktik 153
Falsche Analogien 154
Sprachmanipulation 155
Bildmanipulation 156
Manipulation durch Normen, Regeln, Konventionen 157
Gerüchtetechnik 158
Gefühlsmanipulation 159
Kognitive Dissonanz 160
Konsequenzmanipulation 161
Trendstrategie 163
Relativitätsstrategie 164
Taktik des Nichtwissens und Nichtverstehens 165
So schützen Sie sich vor Manipulation 169

8 Wie sich Menschen selbst manipulieren **171**
Illusionen 171
Selbsterfüllende Prophezeiungen 172
Subliminal-Botschaften 172
Das Gedächtnis manipuliert sich selbst 173
Aus der Selbsttäuschung befreien und autonom werden 174

Literaturhinweise **177**

Studien **179**

Seminare von Prof. Dr. Heinz Ryborz **180**

Warum Ihnen dieses Buch hilft

Wenn sich zwei Menschen begegnen und anfangen zu sprechen, beginnt bereits der Prozess der gegenseitigen Beeinflussung. Ist es eine positive (weiße) Beeinflussung, haben beide etwas davon, es liegt eine Win-win-Beeinflussung vor.

Nun beschäftigen sich aber auch Betrüger, Heiratsschwindler, Täuscher, windige Verkäufer und zweifelhafte Berater mit Beeinflussung. Viele Menschen werden von solchen Typen zu ihrem Schaden beeinflusst, den Vorteil hat allein der Manipulator. Diese Beeinflussung ist eine Win-lose (schwarze) Beeinflussung. Für eine solche verwende ich im Folgenden das Wort Manipulation.

Die menschliche Kultur hat sich durch positive Beeinflussung entwickelt. Eine positive Beeinflussung erfolgt zum Beispiel in der Erziehung, dem Unterricht, in der Partnerschaft, Freundschaft, der Selbstbeeinflussung und der Therapie. Mit positiver Beeinflussung verändern Sie die Welt zum Besseren.

Mein Bekenntnis ist: Positive Beeinflussung führt zu einer besseren Welt. Die Fähigkeit zu beeinflussen ist eine der wichtigsten Fähigkeiten des Menschen. Menschen für sich zu gewinnen, ist eine Voraussetzung, um zu beeinflussen. Nur wenn Sie Menschen für sich gewinnen, werden Sie auch Ihre Ziele erreichen.

In der Kulturgeschichte der Menschheit hat es große Meister der Beeinflussungskunst gegeben. So hat zum Beispiel Moses dem Volk Israel glaubhaft gemacht, dass Gott zu ihm gesprochen habe. Dann brachte er die Israeliten dazu, Ägypten zu verlassen. Das erschien allen Israeliten wegen des gewaltigen Heeres des Pharao vorher unmöglich. Nur unter Anwendung weniger, simpler Rezepte wäre die Leistung nie möglich gewesen. Es erfordert viel mehr, Menschen zu bestimmten Werten und Einstellungen zu bringen. Das vermochten die großen Meister der Beeinflussung wie Laotse, Buddha, Jesus, Paulus, Cato, Lincoln und andere. Dieses Buch zeigt Ihnen, was dazu notwendig ist.

Der Vorteil für Sie

Das Buch vermittelt Ihnen, welche Faktoren Ihrer Persönlichkeit Sie zu verstärken haben, um erfolgreich zu beeinflussen. Sie erhalten dafür wirksame Techniken. Außerdem zeigt es Ihnen, wie Sie Menschen für sich gewinnen. Wirksame und bewährte Vorgehensweisen sind der Schlüssel zum Herzen des Mitmenschen.

Darüber hinaus gibt Ihnen dieses Buch eine Vielzahl von Beeinflussungstechniken für alle Lebenssituationen an die Hand. Die Techniken orientieren sich an der Realität, der Person, den Motiven und dem allgemeinen Verhalten der Menschen. Der

besondere Vorteil liegt darin, dass Sie die Techniken für jede Situation kombinieren können.

Ein Beispiel für die Kombination der Techniken: Aufmerksamkeit erregen – Vertrauen wecken – das Gegenüber verstehen – positive Gefühle äußern – Nutzen geben.

Robert Cialdini, langjähriger Professor für Psychologie und Marketing, hat in seinem Buch „Die Psychologie des Überzeugens" lediglich fünf Techniken angegeben, die nur für wenige Situationen anzuwenden sind. Damit fehlt ihnen eine umfangreiche Anwendungsmöglichkeit. Außerdem nutzen seine Techniken lediglich Trigger. Der Trigger löst beim Gegenüber als Reiz automatisch ein bestimmtes Verhalten aus. Mit Überzeugen haben diese Techniken jedoch nichts zu tun. Überzeugen erfordert ein Ansprechen von Einsicht, Argumenten und Vernunft.

Der Vorteil meines Buches besteht für Sie darin, dass auch die Techniken des Überzeugens dargestellt werden, ebenso die Techniken der Manipulation. Sie erfahren, wie Sie diese wirksam abwehren. Hierbei profitieren Sie von meiner langen Lebenserfahrung, vom Erfahrungsschatz meiner Seminarteilnehmer und dem, was mir viele andere Menschen mitgeteilt haben.

Abschließend lernen Sie, wie sich Menschen zu ihrem Schaden selbst manipulieren. Ich vermittle Ihnen Techniken, wie Sie sich vor Selbsttäuschung schützen, daraus lösen und die Dinge sowie sich selbst mehr so sehen, wie sie sind. So werden Sie ein selbstbestimmter Mensch.

Die vorgestellten Techniken nutzen die neuesten Erkenntnisse von Wissenschaft und Forschung.

Grundsätzliches zum Verständnis der Techniken des Beeinflussens, des Überzeugens und der Manipulation

Eine große Hilfe zum Verständnis der Prozesse Beeinflussen – Überzeugen – Manipulieren sind die drei Autopilotstufen des Menschen nach Luc Ciompi, Psychiater und emeritierter Professor für Psychiatrie.

Auf der Autopilotstufe 1 reagiert der Mensch mit seinen genetisch bedingten Automatismen reflexartig und zumeist unbewusst. Die Psychologie hat dafür die Bezeichnung affektive Automatismen verwendet. Beeinflussungen auf der Stufe des Autopiloten 1 sind besonders erfolgreich, weil der Beeinflusser Automatismen der Person auslöst, denen sie sich nur schwer entziehen kann. Diesen Automatismus nutzt der Positivbeeinflusser ebenso wie der Manipulator. Während der Positivbeeinflusser seine Herzensdame mit echten Gefühlen beeindruckt, spielt der Heiratsschwindler falsche Gefühle und Absichten vor, um an die Ersparnisse seines Opfers zu kommen.

Die Abwehr eines solchen Manipulationsprozesses kann nur gelingen, wenn durch Training die Bewusstmachung des Automatismus erfolgt und die Kräfte der Vernunft gesteigert werden. Obwohl Positivbeeinflusser wie Manipulator dieselben Techniken

nutzen, unterscheiden sie sich deutlich in ihren Absichten: Der Positivbeeinflusser verhilft seinem Gegenüber zu Vorteilen, der Manipulator verschafft sich nur selbst Vorteile, während sein Opfer den Schaden davonträgt.

Die Autopilotstufe 2 hat affektive Automatismen, die sich aus den individuellen Erlebnissen der Person entwickelt haben. Immerhin ist auf dieser Stufe der sogenannte „gesunde Menschenverstand" wirksam, der allerdings noch einige Defizite aufweist. Die Schwäche in der Vernunft nutzt der Manipulator, um mit destruktivem Vorgehen – Denkfehler auslösen, Bluffen, Lügen, Falschinformationen usw. – zu manipulieren. Abgesehen von Lügen, Bluffen und Falschinformationen muss sich der Positivbeeinflusser auch an den Schwächen des „gesunden Menschenverstandes" seines Gegenübers orientieren. Er darf die Vernunft des Mitmenschen nicht überfordern und muss sich ihr anpassen. In diesem Fall gilt wieder: Bei einer Win-win-Situation liegt eine weiße, bei einer Win-lose-Situation eine schwarze Beeinflussung, das heißt eine Manipulation vor.

Die Autopilotstufe 3 beinhaltet hoch entwickelte kognitive Fähigkeiten wie Sprache, Mathematik und Philosophie. Auf dieser Stufe hat der Mensch die restlichen Logikdefizite des gesunden Menschenverstands überwunden; es ist die höchste Stufe der Entwicklung.

Die im Folgenden dargelegten Methoden des Überzeugens orientieren sich am Niveau der Stufe 3.

Unter Überzeugen versteht der Duden: „Einen anderen durch einleuchtende Gründe, Beweise dazu bringen, etwas als wahr, richtig, notwendig anzuerkennen." Überzeugen erfolgt auf klare und logische Weise. Wer überzeugen will, legt sein Ziel offen dar. Jedoch erschweren viele menschliche Defizite den Überzeugungs- und Einsichtsprozess. Das sind zum Beispiel Illusionen, Denkfehler, Unkonzentriertheit, Hektik oder Mängel in der Informationsverbreitung. Daher sind Überzeugungsprozesse meistens schwerer durchzuführen als Beeinflussungen. Zu überzeugen ist anspruchsvoller und setzt beim Gegenüber logisches Denkvermögen voraus. Fehlen diese Voraussetzungen, sind Techniken der Beeinflussung erfolgreicher. Die Techniken beider Methoden lassen sich sehr gut miteinander verknüpfen, und bereits die großen Meister der Einflussnahme wandten diese Kombinationen an.

Sind die Methoden der Manipulation ethisch bedenklich?

Vielleicht fragen Sie sich, ob die sehr wirksamen Techniken der Manipulation ethisch überhaupt vertretbar sind. Dazu die Meinung Immanuel Kants, des bedeutendsten deutschen Philosophen: „Handeln ist ethisch, wenn die Maxime deines Willens jederzeit als Prinzipien einer allgemeinen Gesetzgebung gelten können." Eine Win-win-Beeinflussung wäre demnach im Sinne Kants. Damit wird die Verantwortungsmoral zum Kriterium. Die Manipulation als Win-lose-Beeinflussung hingegen ist nach dieser Auffassung verwerflich. Sie dient ausschließlich dem Manipulator.

Alle Einflussnahmetechniken sind weder positiv noch negativ, sondern neutral. Erst die Absicht und das Ziel des Beeinflussers erlauben mehr Aussagen zum Vorgehen.

Dieses Handbuch legt Techniken dar, es will Sie nicht zu striktem, moralischem Vorgehen beeinflussen. Das würde Sie auch nicht flexibel gegenüber der komplexen Lebensrealität machen.

Nach meiner Erfahrung setzen viele Menschen Manipulationstechniken ein, zum Beispiel wenn eine bösartige Gegenseite rücksichtslos vorgeht. Wer dann weiter Fairness zeigt, erweckt den Eindruck von Schwäche. Da aber der Bösartige nicht nach der Reziprozitätsregel handelt (Prinzip des gegenseitigen Gebens und Nehmens, siehe dazu auch Kapitel 3, Abschnitt „Reziprozitätstechnik"), helfen in einer solchen Situation nur noch Gegenmanipulation oder die Androhung von Sanktionen.

Aufgrund meiner Lebenserfahrung weiß ich, dass die Win-win-Beeinflussung für langfristigen Erfolg das empfehlenswertere Vorgehen ist. Nun gibt es aber Situationen, in denen Sie es mit einem übermächtigen Gegner zu tun haben, der Sie mit Manipulationsmethoden in eine extreme Win-lose-Position bringen will. In einem solchen Fall halte ich die Anwendung der Manipulationstechniken für angebracht. Ich habe es in solchen Situationen selbst so praktiziert und wiederholt festgestellt, dass ich das besser konnte als mein Gegenüber, welcher immer nur manipulierte.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei der Anwendung des neu vermittelten Wissens!

Heinz Ryborz

1 Die neun Faktoren der Beeinflussung

Selbstvertrauen

Um zu beeinflussen und zu überzeugen, ist Selbstvertrauen der wichtigste Faktor. Nur wenn Sie an sich glauben und darauf vertrauen, Ihr Ziel zu erreichen, haben Sie Erfolg. Dann zeigen Sie das erforderliche Auftreten und lassen sich nicht von Rückschlägen beeindrucken.

Beispiel:
Ein Mann, dessen Selbstvertrauen durch niemanden zu erschüttern war, war der spätere deutsche Bundeskanzler Konrad Adenauer. Im Oktober 1945 war er noch Oberbürgermeister von Köln. Da er sich geweigert hatte, einige Befehle des damaligen britischen Militärgouverneurs auszuführen, wurde er zum Hauptquartier des Brigadier Baraclough bestellt. Als der damals 69-jährige Adenauer das Zimmer Baracloughs betrat, erwiderte keiner der anwesenden Offiziere seinen Gruß. Niemand bot ihm einen Stuhl an, Adenauer musste stehen. Man las ihm einen Brief vor, mit dem ihm seine Entlassung wegen Unfähigkeit mitgeteilt wurde. So mancher hätte sich nach einer solchen Erfahrung aus dem öffentlichen Leben zurückgezogen. Doch nicht Adenauer. Er besaß echtes und tiefes Selbstvertrauen und ließ sich nicht von seinem Weg abbringen.

Das Selbstvertrauen des Bundeskanzlers Adenauer musste auch später noch einige Belastungsproben aushalten.

Beispiel:
Einst wurde Adenauer auf den Petersberg bestellt. Dort wollten ihn die „Hohen Kommissare“ das genehmigte Grundgesetz übergeben. Die Chefs des Protokolls hatten Folgendes vorgesehen: Adenauer sollte vor den drei Hochkommissaren stehen, doch nicht auf dem Teppich wie sie, sondern auf dem blanken Boden. „Als der Botschafter François Poncet mit seiner Rede zu Ende war“, so berichtete Adenauer, „trat er auf mich zu, um mir die Hand zu drücken. Aber schnell schoss ich ihm entgegen und so gelang es mir, auf den Teppich zu kommen, als wir uns die Hand drückten. Ich wollte jedenfalls auch auf dem Teppich sein. So neckische Demütigungen haben die damals oft mit uns versucht.“

Wozu Sie andere Menschen auch immer beeinflussen wollen: Nur mit echtem tiefen Selbstvertrauen wird es Ihnen gelingen, im Leben „auf den Teppich zu kommen“ und nicht ins Abseits gedrängt zu werden.

Die Psychologen Ambady und Rosenthal führten zum Selbstvertrauen aussagekräftige Experimente durch. Versuchsteilnehmer, die keine Studenten waren, erhielten zu Anfang eines Semesters 30-Sekunden-Videoaufnahmen von College-Dozenten zu sehen, mit der Aufgabe, deren Auftreten zu bewerten. Hintergrund des Experiments war die Frage, ob aus dem kurzen knappen Auftreten der Dozenten Prognosen darüber zu treffen seien, wie die Dozenten am Ende des Semesters von ihren Studenten bewertet werden. Und genau das zeigten die Versuchsergebnisse. Einige Dozenten wurden nach dem kurzen Test als selbstsicher und selbstbewusst bewertet. Genau diese Dozenten erhielten später von den Studenten eine bessere Bewertung als andere.

Das zeigt: Wer Selbstvertrauen hat, dem wird viel zugetraut!

TIPP:

Wenn Sie Selbstvertrauen ausstrahlen, trauen Ihnen die Menschen auch viel zu, zum Beispiel Kompetenz, und nehmen damit Einfluss auf andere.

Gewiss muss sich nicht hinter jedem beeindruckenden Auftritt viel Kompetenz verbergen. Doch wenn Sie nicht selbstsicher auftreten, traut man Ihnen nichts zu.

Zurück zum echten Selbstvertrauen. Selbstvertrauen hat einen großen Einfluss darauf, zu welchen Leistungen Sie fähig sind. Das haben neue Versuche bestätigt.

Beispiel:
R. Friedmann, Professor für Management an der Vanderbilt Universität, führte 2008 einen Test mit zwei Gruppen von Amerikanern durch. Die eine Gruppe bestand aus Afroamerikanern, die andere Gruppe aus Weißen. Der Test umfasste 20 Fragen für mündliche Graduierungsprüfungen. Anschließend wurden die Ergebnisse verglichen. Im Rahmen dieses Tests mussten die Afroamerikaner auch ihre ethnische Herkunft angeben. Das erstaunliche war: Vor Obamas Nominierung zum Präsidentschaftskandidaten hatten weiße Amerikaner im Durchschnitt zwölf von 20 Fragen richtig beantwortet, die afroamerikanische Gruppe nur 8,5. Nach der Nominierungsrede Obamas ergab der Test ein völlig anderes Ergebnis. Die Leistungen von weißen und schwarzen Amerikanern waren nun identisch. Offenbar glaubten die Afroamerikaner nun an den berühmten Aufruf Obamas „Yes we can“. Das Selbstwertgefühl war gestiegen und so erhöhte sich auch die Leistung.

WICHTIG: Schon Henry Ford war der Ansicht: „Ob du nun glaubst, du kannst es, oder ob du das nicht glaubst: Du hast recht.“

Das Wissen um die Bedeutung des Selbstvertrauens ist uralt. Schon Jesus sagt in der Bibel: „Dein Glaube hat Dir geholfen." Die Juden halten sich für das auserwählte Volk. Daher überrascht es nicht, dass es unter ihnen besonders viele sehr begabte Menschen gibt. Die Strategie, sich für das auserwählte Volk zu halten, ist daher sehr effektiv.

Selbstvertrauen ist sehr eng verbunden mit Selbstwertgefühl, Selbstsicherheit, Selbstbewusstsein. Es beinhaltet das Gefühl, langfristig das zu erreichen, was angestrebt wird. In der Alltagssprache werden heute alle diese Begriffe unter dem Wort Selbstbewusstsein zusammengefasst. Was können Sie nun zur Steigerung Ihres Selbstbewusstseins tun?

So steigern Sie Ihr Selbstvertrauen

1. Betreiben Sie Selbstbejahung.
   Sagen Sie sich am Morgen und vor dem Einschlafen: Ich glaube an mich, ich glaube ganz fest an mich. Ich schaffe es. Erweitern Sie den Text mit Worten, die Ihnen selbst viel bedeuten. Geben Sie sich etwa eine Minute dem Gefühl hin.
2. Machen Sie sich Ihre Gedanken und Gefühle bewusst.
   Sind diese negativ, sagen Sie „Stopp". Tun Sie das falls erforderlich mehrmals, um diese abzubrechen.
3. Denken Sie an Ihre Erfolge.
4. Tragen Sie abends zwei oder drei Erfolge in ein Büchlein ein. Kleine Erfolge reichen voll aus.
5. Fehler sind Stufen zur Weiterentwicklung. Lernen Sie aus den Fehlern und denken Sie nicht daran zurück.
6. Entdecken Sie am Mitmenschen positive Seiten.
7. Glauben Sie daran, dass Sie Ihr Leben selbst gestalten. Sie tun es auch.
8. Nur wenn Sie an sich glauben und sich mit dem Ziel identifizieren, strahlen Sie Kompetenz und Souveränität aus und werden Menschen beeinflussen können.
9. Es ist notwendig, die Übung in den ersten sechs Monaten mindestens zweimal täglich auszuführen.

Damit die Selbstbejahung nicht zur Selbsttäuschung führt, muss sie um Selbsterkenntnis ergänzt werden. Wer nur Selbstbejahung betreibt, kann sich in eine Scheinwirklichkeit hineinsteigern. Im folgenden Witz haben gleich zwei Männer die Beziehung zur Wirklichkeit verloren und die Selbsterkenntnis fehlt.

Beispiel:
In einer Irrenanstalt treffen sich mehrere Insassen zur Morgenbesprechung. Der Professor fragt nach ihrem Befinden. Ein Mann aus der hinteren Reihe ruft: „Heute Nacht hat der Herrgott zu mir gesprochen." Darauf antwortet ein anderer: „Ich hab heut Nacht kein Wort gesagt."

Wer nur Selbsterkenntnis betreibt, begeht oft den Fehler, nur das Negative an sich zu sehen. Die richtige Synthese zwischen Selbstbejahung und Selbsterkenntnis erfordert:

1. Sie haben an sich zu erkennen, was Sie zu verbessern haben.
2. Sie trainieren sich die Fähigkeit mit dem Willen an.
3. Dabei helfen Ihnen Selbstbejahung und die Technik der kleinen Schritte, das erforderliche Durchhaltevermögen aufzubringen.

Begehen Sie nicht den Fehler, Ihre eigenen Erfolge abzuwerten.

Beispiel:
In einem Seminar vor etwa 15 Jahren sagte ein 50-jähriger Mann: „Ich habe eine Million Euro auf meinem Konto. Wenn ich an junge Fußballprofis denke, die noch nicht einmal 20 Jahre alt sind und schon mindestens zehnmal so viel Geld auf dem Konto haben, bin ich um mein Selbstwertgefühl gebracht."

Ich antwortete ihm: „Setzen wir einmal Ihre Betrachtungsweise fort. Wer 10 Millionen Euro hat, beneidet jemand, der 100 Millionen Euro hat, der wiederum beneidet einen Milliardär und der Milliardär beneidet den, der 10 Milliarden Euro besitzt. Ein solches Verhalten ist keine Lebenskunst, denn die Betrachtungsweise vertreibt jede Lebensfreude. Selbstwertgefühl kann sich nur entwickeln, wenn Sie sich an Ihren eigenen Erfolgen erfreuen. Wer immer nur an das denkt, was er noch nicht hat, verliert alle Lebensfreude. Gier lässt Selbstwertgefühl und Selbstvertrauen gar nicht erst aufkommen."

Mut und Durchhaltevermögen

Wollen Sie Ihre Ziele erreichen, müssen Sie auf Menschen zugehen und sie für Ihre Ziele beeinflussen. Sie haben die Initiative zu ergreifen und Techniken der Beeinflussung anzuwenden. Dazu brauchen Sie Mut. Wenn Ihnen dieser Mut fehlt: Was hält Sie davon ab, die Herausforderung anzunehmen? Ist es vielleicht die Angst vor dem Versagen, Angst vor Ablehnung? Natürlich ist es immer wichtig, sich eine Sache vorher zu überlegen. Sie haben sich aber auch zu fragen, was die Konsequenz ist, es nicht zu versuchen. Nur wenn Sie es ausprobieren, wissen Sie mehr, seien Sie mutig und sammeln Sie die notwendigen Erfahrungen!

Davor scheuen leider viele Menschen zurück. Fritz Riemann, ein deutscher Psychoanalytiker, sagte dazu: „Die meisten Menschen sind Trockenkursler des Lebens. Sie wollen schwimmen lernen, ohne sich nass zu machen." Wie schaffen Sie es nun, diesen notwendigen Wagemut zu entwickeln?

Die Visualisierungstechnik ist eine Methode, die schon vielen Menschen geholfen hat.

TIPP:

Denken Sie an das, was Sie tun wollen. Visualisieren Sie Einzelheiten. Stellen Sie sich vor, wie Sie auf einen Menschen zugehen und eine Beeinflussungstechnik anwenden. Je ausführlicher Sie vorgehen, desto besser. Geben Sie sich ganz den Einzelheiten hin, bis Sie ein Gefühl von Erfolg haben. Spielen Sie den mentalen Film so oft wie möglich ab.

Ich wende diese Technik schon seit vielen Jahren an. Mir hat diese Technik nicht nur bei der Beeinflussung, sondern auch bei der Realisierung von Lebensträumen sehr geholfen. Haben Sie die Übung zur Steigerung Ihres Selbstvertrauens bereits mehrmals durchgeführt, werden Sie feststellen, dass diese Übung auch Ihren Mut steigert.

Durchhaltevermögen ist ein entscheidender Faktor, um Menschen zu beeinflussen. Die Erfahrung lehrt: Rückschläge sind Teil des Erfolgs. Wenn Sie Ihr Ziel nicht beim ersten Mal erreichen, dann versuchen Sie es ein zweites und ein drittes Mal und verändern dabei Ihre Taktik.

Ob Sie nun Verkäufer, Sportler, Wissenschaftler sind oder einen anderen Beruf haben, für jeden gilt: Ohne Durchhaltevermögen ist kein Erfolg möglich!

TIPP:

Oft kommen Sie beim Beeinflussen nur über viele „Neins“ zu einem Ja. Sie können nur dann hartnäckig sein, wenn Sie auch Geduld haben. Lassen Sie sich nicht entmutigen. Versuchen Sie es beim nächsten Mal auf andere Weise. Dieses Buch gibt Ihnen ausreichend Techniken dafür an die Hand. Geduld ist die Fähigkeit, Frustrationen und Hindernisse zu ertragen, um ein Ziel zu erreichen. Visualisieren Sie Ihr Ziel, entwickeln Sie Geduld.

Beispiel:
Der Nobelpreisträger George Bernard Shaw besuchte nur fünf Jahre die Schule. Nachdem er vier Jahre als Kassierer in einem Geschäft tätig war, entschied er sich, Schriftsteller zu werden. Seine ersten fünf Romane wurden von allen Verlegern in den USA und England abgelehnt. Doch davon ließ sich Shaw nicht entmutigen. Er wurde Theaterkritiker und begann für das Theater Stücke zu schreiben. Doch auch damit hatte er nicht den Erfolg, um von diesen Einkünften leben zu können. So manch anderer hätte aufgegeben, doch nicht so Shaw. Erst nach 22 Jahren stellte sich der erwünschte Erfolg ein.

Denken Sie daran, wenn Sie in die Versuchung kommen, nach Ihren ersten Versuchen der Beeinflussung aufzugeben.

Empathie

Zeigen Sie Ihrem Gegenüber Einfühlungsvermögen, treten Sie in Kontakt mit dem, was Sie mit dem Gegenüber verbindet. Dieses gemeinsame Band zwischen Ihnen ist die Menschlichkeit. Mit Empathie vermögen Sie die Situation des anderen nachzuempfinden. Sie sind sensibel für die Gefühle, Wünsche und Bedürfnisse Ihres Gegenübers. So festigen Sie die Beziehung zwischen sich und dem anderen.

Mit Ihrem Einfühlungsvermögen erreichen Sie einen tiefen Zugang zum Gesprächspartner und verhelfen Ihrem Gegenüber durch Ihren einfühlsamen Kontakt, mit tiefen Ebenen seiner selbst in Berührung zu kommen. Das erfordert, mit dem ganzen Wesen zuzuhören. Auch Martin Buber ruft dazu auf, das einmalige „Gesicht" jeder Situation zu erfassen. Sie verstehen Ihr Gegenüber und betrachten die Dinge mit seinen Augen. Fühlt sich der Mitmensch von Ihnen verstanden, wird er auch offen für Ihren Einfluss.

In seinem Buch „Der Gehirnflüsterer" beschreibt Kevin Dutton, wie sich Winston Churchill empathisch verhielt:

Beispiel:
Im Sommer 1941 wurde Allen Ward für seine Tapferkeit ausgezeichnet. Er war in 4.000 Metern Höhe aus dem Flugzeug auf den Flügel des Bombers geklettert, um ein Feuer im Triebwerk zu löschen. Dabei war er nur durch ein Seil um die Taille gesichert. Winston Churchill war davon so beeindruckt, dass er den Sergeant zu sich in die Downing Street einlud, um ihm zu seiner Heldentat zu gratulieren. Während des Besuchs entwickelte sich zwischen den beiden Männern kein Gespräch. Der todesmutige Soldat war in der Gegenwart des großen Politikers dermaßen verlegen, dass er nicht die einfachsten Fragen von Churchill beantworten konnte. Deshalb versuchte es Churchill auf eine andere Weise: „Sie müssen sich wohl in meiner Gegenwart sehr befangen und unterlegen fühlen." „Ja, Sir", antwortete Ward. „Dann können Sie sicher auch nachempfinden, wie befangen und unterlegen ich mich in Ihrer Gegenwart fühle", erwiderte Churchill. Damit war das Eis gebrochen.

Von Winston Churchill wird eine weitere Begebenheit berichtet, bei der er wieder seine Fähigkeit zur Empathie bewies.

Beispiel:
Gegen Ende eines Staatsbanketts, zu dem die Würdenträger des Commonwealth eingeladen waren, beobachtete Churchill, wie sich ein Gast einen silbernen Salzstreuer in die Jackentasche steckte und den Raum verlassen wollte. Churchill überlegte, wie er den Diebstahl verhindern, aber auch einen peinlichen Zwischenfall vermeiden könnte. Daraufhin griff er nach dem Pfefferstreuer und steckte ihn ein. Dann ging er zum Dieb, zog den entwendeten Pfefferstreuer aus der Tasche, stellte

Literaturhinweise

Adenauer, Konrad: Erinnerungen 1953–1955, DVA 1966
Baillargeon, Normand/Liebl, Elisabeth: Crash-Kurs Intellektuelle Selbstverteidigung, Riemann 2008
Beck, Gloria: Komplimente: Eine Gebrauchsanleitung, Eichborn 2009
Berne, Eric: Spiele der Erwachsenen, Rowohlt 2002
Brendl, Erich: Clever manipulieren, Gabler 2004
Buber, Martin: Das dialogische Prinzip, Lambert Schneider 1979
Cialdini, Robert: Die Psychologie des Überzeugens, Huber 2010
Ciompi, Luc: Affektlogik, Klett-Cotta 1982
Ciompi, Luc: Die emotionalen Grundlagen des Denkens, Vandenhoeck & Ruprecht 2005
Dalai Lama/Ekmann, Paul: Gefühl und Mitgefühl, Spektrum 2009
Decher, Friedhelm: Die rosarote Brille, Lambert Schneider 2010
Dutton, Kevin/Leineweber, Bernd/Binder, Klaus: Gehirnflüsterer, dtv 2011
Ekmann, Paul: Gefühle lesen, Spektrum 2004
Ekmann, Paul: Ich weiß, dass du lügst, Rowohlt 2011
Emerson, Ralph Waldo: Essays, Diogenes 2009
Emerson, Ralph Waldo: Gedanken, Anaconda 2011
Fairhurst, Gail/Sarr, Robert: Die Kunst, durch die Sprache zu führen, Walhalla 1999
Fischer, Ernst Peter: Kritik des gesunden Menschenverstandes. Ullstein 2002
Forer, Bertram R.: The fallacy of Personal Validation – Journal of abnormal and sozial Psychologie 44, S. 118
Goldmann, Heinz: Überzeugende Kommunikation, Redline Wirtschaft
Gracián, Balthasar: Handorakel und Kunst der Weltklugheit, Anaconda 2005
Greene, Robert: Die 24 Gesetze der Verführung, Hanser 2001
Greene, Robert: Die 48 Gesetze der Macht, Hanser 1999
Hüther, Gerald: Bedienungsanleitung für ein menschliches Gehirn, Vandenhoeck & Ruprecht 2010
Idries, Shah: Die fabelhaften Heldentaten des weisen Narren Mulla Nasrudin, Herder 2011
Jaspers, Karl: Von der Weite des Denkens, Piper 2008
Konfuzius: Schon Konfuzius sagte, Edition XXL 2009
Kraus, Karl: Denken mit Karl Kraus, Diogenes 2007
Landmann, Salcia: Jüdische Witze, dtv 2009
Lang, Rudolf: Die schönsten Anekdoten aus aller Welt, Buch und Zeit 1982

Levine, Robert: Die große Verführung, Piper 2003
Limbeck, Martin: Nicht gekauft hat er schon, mvg Redline, 2011
Maslow, Abraham: Motivation und Persönlichkeit, Rowohlt 1981
Navarro, Joe: Menschen lesen, mvg 2010
Pöhm, Matthias: Kontern in Bildern, mvg Redline, 2007
Poppe, Tom: Schlüssel zum Schloß, Schönbergers 1986
Porzig, Walter: Das Wunder der Sprache, UTB 1993
Prost, Winfried: Manipulation und Überzeugungskunst, Gabler 2009
Riemann, Fritz: Grundformen der Angst, Reinhard und Ernst 2011
Rogers, Carl: Die klientenzentrierte Gesprächstherapie, Fischer 2009
Rosenthal, Robert/Jacobson, Lenore: Pygmalion in the classroom. New York 1968
Rowland, Ian: The Full Facts of Cold Reading, London 2002
Ryborz, Heinz: Das Geheimnis für Erfolg und Glück im Leben, Walhalla 2013
Ryborz, Heinz: Die Kunst zu überzeugen, Goldmann 1985
Ryborz, Heinz: Geschickt kontern: Nie mehr sprachlos!, Walhalla 2016
Ryborz, Heinz: Kommunikation mit Herz und Verstand, Walhalla 2010
Ryborz, Heinz: Lassen Sie sich nicht über den Tisch ziehen, Walhalla 2016
Ryborz, Heinz: Selbstbewusst!, Walhalla 2011
Sachse, Rainer: Wie manipuliere ich meinen Partner – aber richtig, Klett-Cotta 2010
San, Tsu: Über die Kriegskunst, marix 2011
Scherer, Hermann: Wie man Bill Clinton nach Deutschland holt, Campus 2006
Schneider, Wolf: Wörter machen Leute, Piper 2007
Watzlawick, Paul: Anleitung zum Unglücklichsein, Piper 1997
Welzer, Harald: Das kommunikative Gedächtnis, Beck 2002
Whorf, Benjamin: Sprache – Denken – Wirklichkeit, Rowohlt 1963
Wiseman, Richard: Quirkologie, Fischer 2008

Studien

Burgdorf, Jeffrey S./Moskal, Joseph R.: Pleasure. Encyclopedia of behavioural neuroscience, London, Burlington Academic Press III, 93–96

Dunning, David/Kruger, Justin: Unskilled and Unaware of it. How Difficulties in Recognizing One`s own incompetence lead to inflated self-assessments. Journal of Personality and Social Psychology 77, 1121–1134, 1997

Eemeren, van Frans/Grootendorst, Rob: Argumentation. Analysis, Evaluation, Presentation, Mahwah, 174, 2002

Englich, Birte/Mussweiler, Thomas/Strack, Fritz: Playing dice with criminal sentences: The influence of irrelevant anchors on experts. Judicial decision making. Personal and Social Psychology Bulletin 32, 188–200, 2006

Festinger, Leon/Carlsmith, James M.: Cognitive consequences of forced compliance, Journal for Abnormal and Social Psychology 203–210, 1959

Forer, Bertram R.: The fallacy of personal validation. A classroom demonstration of gullibility. Journal of Abnormal and Social Psychology 44, 118–123, 1949

Howard, Daniel J.: The influence of verbal responses to common greetings on compliance behaviour. Journal of Applied Social Psychology 20, 1185–1196, 1990

Langer, Ellen J./Chanowitz, Benzion: The mindlessness of ostensibly thoughtful action: The role of „placebic", information in interpersonal interaction. Journal of Personality and Social Psychology 36, 635–642, 1978

Loftus, Elizabeth (siehe dazu Schumacher, Andrea): Das betrogene Ich. In: Sentker, Wigger F. (Hrsg.): Rätsel Ich, Gehirn, Gefühl, Bewusstsein, 27–33, 2007

Meehl, Paul E.: The american psychologist Vol. 11, No. 6, 1956

Moritary, Thomas: Crime, commitment and the responsive bystander. Journal of Personality and Social Psychology 64, 723–739

Murphy, Sheila T./Zajonc, Robert B.: Affect, cognition and awareness. Affective priming with optimal and suboptimal stimulus exposures. Journal of Personality and Social Psychology 64, 723–739, 1993