

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 besser 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 politischen 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 Hinweisen zur Sprachstruktur beendet. Denn unser Kopf muss immer verstehen und damit dies gut funktioniert, herrscht in ihm förmlich ein Harmoniebedürfnis. Psychologen können dies bestätigen und nur zu gut erklären, wohin und wie weit 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, überall im Leben. Denn sie sind ganz natürlich. Aber sie wirken. Und darum wollen wir sie bewusst trainieren. Viele davon lassen sich in Diskussionen und Streitgesprächen geschickt hinterfragen. Hierfür lernen wir einige Ansätze in Teil B.

Teil C - Stil

Im Teil C werde ich nur noch einige Ideen zu Stil von Rede und Schrift skizzieren. Zu viele Details hierzu könnten den Abend sprengen. Lasst euch davon inspirieren

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 im Gegenüber wahrscheinlicher machen. Dies betrifft bspw. **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 die Zeitung mitzubringen. Da es unbewusst also bereits als „ja“ vorgestellt wurde, wird hierdurch eine Annahme des Gewünschten wahrscheinlicher als bei der Formulierung: „Bringe den Müll runter und hole die Post hoch!“

Ein Clou steckt auch im zweiten Teilsatz. Er ist eine **rhetorische Frage**. Und die Antwort auf rhetorische Fragen ist bekanntlich immer klar (schon per Definition). Sie sind vielmehr ein Stilmittel in der Literatur. Zielt eine solche rhetorische Frage allerdings 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 mir mein Kopf beim ersten Gedanken daran (es ist ja schließlich eine rhetorische Frage). Würde mein Mund jetzt „Nein“ antworten, würde es sich doch wie eine Lüge anfühlen, oder nicht? Unbewusst auf jeden Fall. So bringt uns diese höfliche Frageform ganz schön in Zwickmühlen - zumindest, 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 geben?“ Ist besser als: „Ich rufe Sie dann nächste Woche zurück, um zu sehen ob Ihnen unser Produkt gefällt.“

Ein anderes Beispiel zum Satzbau: die **Entweder-Oder-Konstruktion** (auch von meiner Frau):

„Willst du lieber staubsaugen oder wischen?“

Zur Situation: 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. Denn unbewusst entscheidet sich unser Gehirn bereits beim Hören für eine der beiden Alternativen. Denn eine Verneinung beider Varianten kommt in diesem Moment rein logisch nicht infrage. Auch dies macht die spätere Annahme einer der beiden Optionen sehr wahrscheinlich.

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 Bewertung voranstellen:

- *Übertriebene Bürokratie verhindert eine Gründerkultur in Deutschland.*
wird:
- *Es ist traurig mit 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 eigentlich die 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 dabei zuvor positiv vorgestellt werden, was Gefühle auslöst und Bewertungen des Inhalts 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:

- Arzt sagt zum Kind: *Du musst nicht weinen, die Spritze wird gar nicht weh tun.*
- Pegida-Typ erklärt: *Ich bin kein Nazi.*

Indes ist es prima geeignet, um „Sachen nicht zu sagen“ - aber eben doch zu sagen:

- ungekonnt: *Der Kandidat von den LINKEN hat keinen wirtschaftlichen Sachverstand und ist darum ungeeignet.* (wirkt arrogant/beleidigend; Gegenteil wird vorgestellt)
- besser: *Ich sage nicht, der Kandidat von den LINKEN ist aufgrund mangelnder Wirtschaftskenntnisse gänzlich ungeeignet* [Grammatik gerne mal brechen: *ist statt sei], dennoch sind ... natürlich wichtig, um...*

Oder im Vertrieb: „*Ja selbstverständlich 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. Darum sollte man sowas auch 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. Auch wie sie zu bewerten sind (*es hat mich überrascht/war interessant für uns...*). Das wird oft ganz unbewusst einfach abgenickt - bei längeren Reden fast in Trance. Ohne zu Hinterfragen. Vor allem bei gutem Storytelling (voller Personen mit Wünschen, Gründen, Ängsten, Träumen und Geschichten).

MEISTERKLASSE

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.

Bspw.

- *Ich werde immer viel zu aufgereggt, 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?“

Oder 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)

Teil C - 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

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 | *innovativ, bedeutend... alles nichtssagend!*)

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: wie ein 6./7. Klasse-Aufsatz: kurze Sätze, direkt verständlich (nochmal: weniger Energie für Sprachverstehen -> mehr Platz für Wirkung und Vorstellung | plus: gut kausal verknüpft, siehe Punkt 5 in Teil A)

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 anfühlt, wenn ein Gedanke sein Ziel erreicht.*

Übung „Sinnesreich“

Erinnere dich an ein Urlaubserlebnis, bei dem du dich echt entspannt gefühlt hast.

Aufgabe:

- 1) Wie erscheint es? (Modalitäten unten abfragen/notieren)
- 2) Danach variiere die Modalitäten (bspw. hole das Bild näher heran, stelle es dir größer vor usw.):

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

- Lautstärke (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?