

# Liebe Leserin, lieber Leser

**W**ir werden beeinflusst. Immer und überall. Von Verkäufern, von den Medien, von der Werbung, von den Politikern. Man versucht uns durch Schmeicheleien zu manipulieren, durch das Wecken von Bedürfnissen, durch Vernebelungstaktiken (das Wort „Klimaskeptiker“ wirkt anders als das Wort „Klimawandelleugner“), durch gezielt gestreute falsche Informationen oder alternative Fakten.

Diese gefährlichen Beeinflussungen stehen so im Vordergrund unserer Wahrnehmung, dass wir oft übersehen: Auch wir sind Manipulateure, auch wir versuchen täglich, andere zu beeinflussen, um mit unseren Wünschen und Zielen nicht ins Hintertreffen zu geraten. Als Eltern wollen wir unsere Kinder davon überzeugen, dass eine Taschengelderhöhung nicht drin ist; als Ehefrau versuchen wir, dem Partner unsere Vorstellungen von Ordnung und Sauberkeit beizubringen; als Kollege möchten wir unsere Urlaubsplanung im Team durchsetzen. Ob es uns gefällt oder nicht – wir müssen uns fast täglich mit dem großen permanenten Wettbewerb befassen, der da heißt: Wer kriegt seinen Willen? Wie finde ich Gehör für meine Bedürfnisse und Interessen? Aus Erfahrung wissen wir: Mit Appellen an die Vernunft oder mit sachlichen Informationen erreichen wir meist wenig.

In seinem Klassiker *Die Psychologie des Überzeugens* präsentierte der Sozialpsychologe Robert Cialdini 1984 zentrale Faktoren der Beeinflussung. Danach empfinden Menschen eine Verpflichtung, sich zu revanchieren, wenn ihnen jemand hilft oder einen Gefallen tut, sie orientieren sich gerne am Verhalten anderer, verlassen sich bereitwillig auf den Rat von Experten, und wenn sie jemanden sympathisch finden, sind sie eher bereit, ihm zu glauben.

Doch auch diese Strategien funktionieren nur dann, wie Cialdini nun in seinem aktuellen Werk *Pre-Suasion* (Campus 2017) ausführt, wenn wir wie erfahrene Gärtner vorgehen, „die wissen, dass selbst das beste Saatgut keine Wurzeln fassen und keine Früchte tragen wird, wenn der Boden steinig und nicht vorbereitet ist“. Wie aber lockern wir den Boden so gut auf, dass unsere Argumente fruchten?

Beeinflussen bedeutet etymologisch, „den Fluss von Ideen oder Gedanken in die Gedankenwelt einer anderen Person einfließen zu lassen“, schreibt der Schweizer Psychologe Marcus Knill auf seiner Internetseite. Das deutet darauf hin, dass es nicht darum geht, schnelle Einsichten beim anderen zu bewirken, sondern dass sich „meine“ Meinung in „deine“ Meinung integrieren lassen muss. Unsere Titelgeschichte (ab Seite 18) bestätigt dies: Wenn wir gekonnt beeinflussen wollen, müssen wir berücksichtigen, was im Kopf des anderen vor sich geht. Empathie und Interesse für die Position des anderen sind die wichtigsten Voraussetzungen dafür, dass dieser irgendwann unserer Meinung ist. Auch im umgekehrten Fall, wenn wir selbst Adressat von Manipulationsversuchen werden, sollten wir prüfen: Hat die beeinflussende Person unsere Interessen zumindest *mit* im Auge?

Das Kriterium „Empathie“ hilft, freundliche Beeinflussung von feindlicher zu unterscheiden. Und macht es uns leichter zu akzeptieren, dass auch wir auf Manipulationen nicht verzichten können.



u.nuber@beltz.de

*Annula Nuber*