

## Rezension

### **Die Psychologie des Überzeugens: Wie Sie sich selbst und Ihren Mitmenschen auf die Schliche kommen, 2013 von Robert B. Cialdini**

Es sind sechs grundlegende psychologische Prinzipien, die einen entscheidenden Einfluss auf menschliches Verhalten haben:

#### **1. Reziprozität (Wechselseitigkeit)**

Die Verpflichtung zur Gegenseitigkeit: Geben und Nehmen. >> Die Regel besagt, dass Menschen versuchen sollen, sich für das zu revanchieren, was sie von anderen bekommen. Die Regel vermittelt das Gefühl, etwas schuldig zu sein, wenn man etwas bekommen hat.<<

#### **2. Konsistenz (Beständigkeit)**

Konsistent zu sein oder zu erscheinen heißt, in Übereinstimmung mit unserem früheren Verhalten zu handeln. >>Jemand, dessen Überzeugungen, Aussagen und Handlungen im Widerspruch zueinander stehen, gilt als verwirrt, falsch oder gar geisteskrank. Ein hoher Grad an Konsistenz dagegen wird normalerweise mit persönlicher und intellektueller Stärke in Verbindung gebracht und mit Logik, Vernunft, Stabilität und Ehrlichkeit gleichgesetzt.<< Meistens fahren wir besser, meint der Autor, wenn wir auf konsistente Art und Weise an die Dinge herangingen, weil sonst unser Leben bedeutend schwieriger und ein ständiges Hin und Her wäre.

#### **3. Soziale Bewährtheit**

Die deutsche Übersetzung von SOCIAL PROOF ist missverständlich. >>Das Prinzip besagt, dass wir uns bei der Entscheidung, ob etwas richtig ist, häufig daran orientieren, was andere für richtig halten. Dies gilt insbesondere für das Urteil, ob ein Verhalten angemessen ist.<< Man könnte deshalb auch sagen „Sozial konformes Verhalten“. Der Autor ist davon überzeugt, dass wir in der Regel weniger Fehler begehen, wenn wir uns nach sozial bewährten Mustern richten. Er schreibt: >>Wenn viele Leute etwas tun, ist es meist das Richtige.<< Er schränkt aber sofort ein, dass diese Stärke zugleich die größte Schwäche ist. Als Beispiel nennt er die Lacheinspielungen (Lachkonserven) in Fernsehserien, die er als dumm und plump bezeichnet. Wie durchsichtig das auch sein mag, der Autor räumt ein, dass diese Einspielungen ihre Wirkung nicht verfehlten. Die katholische Kirche weiß um diese Wirkung und setzt auf Klingelbeutel bei der Kollekte.

#### **4. Sympathie**

Das beste Beispiel für die Sympathieregel sei die Tupperparty, bei der alles auf Willfährigkeit angelegt ist. Vor Beginn der Party bekommt jeder etwas geschenkt (Reziprozität). Die Teilnehmer werden ermuntert, den anderen die Vorzüge zu beschreiben. Jeder Artikel, der den Besitzer wechselt, bestätigt damit, dass andere, ähnliche Leute diese Produkte haben wollen, und sie deshalb gut sein müssen. Indem man die Gastgeber an den Einnahmen beteiligt, kaufen die Kunden der Firma Tupperware ihre Artikel zu dessen Gunsten von einem befreundeten Menschen statt von einem anonymen Verkäufer.

Der Autor fragt: Was macht einen erfolgreichen Autoverkäufer aus ? Seine Antwort: „Einen Verkäufer, den man sympathisch findet, plus Preis.“ Die äußerliche Attraktivität spielt eine wichtige Rolle. Wenn beim Gesamteindruck ein einzelnes Merkmal dominiert, wie zum Beispiel das gute Aussehen, dann löst dies automatisch andere positive Eigenschaften aus, wie Begabung oder Intelligenz; das haben Forscher herausgefunden. Sie nennen das den Halo-Effekt, den Interviewer von der Bewerberauswahl her kennen. Hinzukommt: Wir mögen Leute, die uns ähnlich sind.

## 5. Autorität

Der Autor schildert ausführlich das Milgram-Experiment, das in den 60er Jahren der amerikanische Psychologe Stanley Milgram durchgeführt hat. Milgram ging der Frage nach: Wozu sind Menschen bereit, einen völlig unschuldigen Menschen zu quälen? Was sind das für Menschen, die so etwas tun? Psychopathen? Nein. 65% der Versuchspersonen folgten den Anweisungen des Versuchsleiters, den Teilnehmern an dem Experiment schmerzhaft Stromstöße zu verpassen, wenn die Antworten auf die gestellten Fragen falsch war. Was sie nicht wussten: Die Schreie kamen vom Band, von Schauspielern. Das wichtigste und selbst für die Wissenschaftler überraschende Ergebnis des Experiments besteht darin, wie groß die Bereitschaft von Erwachsenen ist, fast alles zu tun, was eine Autorität von ihnen verlangt.

Das Milgram-Experiment ist selbst bei Wissenschaftlern sehr umstritten. Mehr dazu weiter unten.

## 6. Knappheit

Dinge, die schwer zu haben sind, werden als wertvoll eingeschätzt. Außerdem, so Cialdini, sei es verlockend, mit anderen zu konkurrieren.

Meine Anmerkungen zum Prinzip Autorität

Cialdini beschreibt ausführlich das Milgram-Experiment, das 1961 der amerikanische Psychologe Stanley Milgram durchgeführt hat, das ihm viel Ärger eingebracht und heftige Diskussionen nicht nur in Amerika ausgelöst hat. Auf diese Auseinandersetzung geht Cialdini in seinem Buch nicht ein.

Stanley Milgram hat 1974 in seinem Buch „Das Milgram-Experiment“, Rowohlt 1974) seine Gründe ausführlich geschildert, wie er zu dem Thema gekommen ist. Auslöser war das Buch von Hannah Arendt: Eichmann in Jerusalem – Ein Bericht über die Banalität des Bösen, von 1964. Darauf geht Cialdini in seinem Buch nicht ein, auch nicht darauf, wie sich die Einstellung zu autoritärem Verhalten in der Gesellschaft verändert hat. Der amerikanische Schriftsteller Philip Roth hat in seinem Roman AMERIKANISCHES IDYLL die heile Welt der amerikanischen Mittelschicht eindrucksvoll geschildert. Die behütete 16-jährige Tochter eines Handschuh-Fabrikanten protestiert gegen den Vietnamkrieg mit einem Brandanschlag, bei dem vier Menschen getötet werden.

Ich erinnere mich daran, wie ich in Hamburg gegen den Krieg in Vietnam demonstriert habe. Das war auch die Zeit Robert Cialdinis, Jahrgang 1945. Er müsste die Zeit der Studentenproteste in Amerika bewusst wahrgenommen haben, wie sie auch in Frankreich und in Deutschland („Unter den Talaren der Muff von tausend Jahren“) stattgefunden haben. Die Studentenbewegung in Deutschland war auch eine antiautoritäre Bewegung. Ich habe sie noch erlebt: den autoritären Vater, die prügelnden Lehrer und die autoritären Chefs mit ihrem schnarrenden militärischen Ton.

Hat sich bis heute nichts verändert? Doch, nicht nur im Ton, sondern auch im Verhalten. Autoritäres Verhalten ist eben nicht angeboren. Cialdini kommt am Schluss des Buches zu einer persönlichen Empfehlung: >>Wir sollten uns wehren, gegen jegliche Manipulation, mit Boykott, Drohung, Konfrontation und Beschwerden.<<

## FAZIT

Was macht das Buch so lesenswert? Der Autor schreibt sehr anschaulich, mit vielen Beispielen und aus eigener Erfahrung als Auto- und Lexikaverkäufer, als Bewerber und Kellner (undercover), mit welcher Raffinesse solche Leute arbeiten und wie man ihnen auf die Schliche kommt. Die Stärke des Buches liegt in seiner Glaubwürdigkeit. Diesem Autor glauben selbst gestandenen Verkäufer und Werbeleute.

Rezensent: Karl-Heinz List