



GOLDMANN
Lesen erleben

Buch

Wo wir gehen und stehen, werden wir beeinflusst. Sobald wir den Fernseher einschalten, eine Zeitung aufschlagen oder ein Geschäft betreten, versucht jemand, uns dazu zu bringen, diese Schokokekse zu kaufen, jenem Politiker zu vertrauen oder endlich einzusehen, dass wir bis zum Ende des Sommers einen Waschbrettbauch haben müssen. Zum Beispiel. Henrik Fexeus zeigt mit vielen witzigen und einleuchtenden Beispielen, wie wir durch scheinbar Nebensächliches wie Sprache, Farbe oder Form manipuliert werden. Wer das durchschaut hat, kann besser entscheiden – und seine eigenen Wünsche effektiver durchsetzen.

Autor

Henrik Fexeus ist Spezialist für nonverbale Kommunikation. Mit seinen Vorträgen und Auftritten als psychologischer Manipulator und Gedankenleser beeindruckt und fasziniert er sein Publikum. Kostproben seines Könnens werden von seinen Fans auf www.youtube.com ausgetauscht. Im schwedischen Fernsehen moderiert er die Sendung »Hjärnstorm« (Brainstorm), die sich mit der menschlichen Psyche beschäftigt.

Henrik Fexeus

Nicht mehr tun, was andere wollen

Manipulation durchschauen und sich schützen

GOLDMANN

Die Ratschläge in diesem Buch wurden vom Autor und vom Verlag sorgfältig erwogen und geprüft, dennoch kann eine Garantie nicht übernommen werden. Eine Haftung des Autors bzw. des Verlags und seiner Beauftragten für Personen-, Sach- und Vermögensschäden ist ausgeschlossen.



Verlagsgruppe Random House FSC-DEU-0100
Das für dieses Buch verwendete FSC®-zertifizierte Papier *Classic 95*
liefert Stora Enso, Finnland.

1. Auflage

Deutsche Erstausgabe September 2012

© 2012 der deutschsprachigen Ausgabe Wilhelm Goldmann Verlag,
München, in der Verlagsgruppe Random House GmbH

© 2008 der Originalausgabe Henrik Fexeus

Originalverlag: Bokförlaget Forum, Schweden

Originaltitel: När du gör som jag vill

Illustrationen: Hanna Backman

Umschlaggestaltung: Uno Werbeagentur, München

Übersetzung: Wibke Kuhn

Redaktion: Susanne Lötscher

Satz und Layout: Buch-Werkstatt GmbH, Bad Aibling / Kim Winzen

Druck und Bindung: GGP Media GmbH, Pößneck

CH · Herstellung: IH

Printed in Germany

ISBN 978-3-442-17279-5

www.goldmann-verlag.de

*Für alle, die mich irgendwann einmal so beeinflusst
haben, dass ich einen Entschluss gefasst habe,
sei er nun gut oder schlecht gewesen*

und

*Für meine Kinder, die mir so großzügig die Illusion lassen,
dass ich die Hosen anhabe.*

Alle Sinneseindrücke, die auf uns einstürmen, wenn wir wach sind, werden sozusagen auf unser geistiges Bankkonto gelegt, und zwar dank der Körperfunktion, die für den Wachzustand verantwortlich ist. Wachsein bedeutet also immer auch, dass wir beeinflusst und Stück für Stück verändert werden.

Åke W. Edfeldt, Påverkan

Wir Menschen haben einen starken Abwehrmechanismus gegen alles, was wir als Manipulation erleben. Der Trick besteht also darin, die Leute so zu manipulieren, dass sie es nicht merken oder verstehen.

Thomas Hine, The Total Package

Aus *Die Simpsons – Der Film*

Russ Cargill: Ich habe hier fünf verschiedene Vorschläge.

Präsident Schwarzenegger: Und zwar?

Russ Cargill: Die dürfen Sie nicht lesen! Jeder kann wählen, wenn er weiß, woraus er wählt. Aber um etwas zu wählen, wenn man keine Ahnung hat, bedarf es richtiger Führungsqualitäten.

Präsident Schwarzenegger: Okay, dann nehme ich Nummer drei.

Russ Cargill: Versuchen Sie's nochmal.

Präsident Schwarzenegger: Eins.

Russ Cargill: Mehr.

Präsident Schwarzenegger: Fünf.

Russ Cargill: Zu viel.

Präsident Schwarzenegger: Drei.

Russ Cargill: Drei hatten Sie schon.

Präsident Schwarzenegger: Sechs?

Russ Cargill: Sechs gibt's nicht.

Präsident Schwarzenegger: Zwei.

Russ Cargill: Wenn Sie das jetzt noch verdoppeln ...

Präsident Schwarzenegger: Vier!

Russ Cargill: Wie Sie wünschen, Sir.

Inhalt

Einleitung	16
Ein Geständnis	18
Nachdem ich Sie dazu gebracht habe, dieses Buch zu kaufen ...	
Eine Art Einleitung	21
 1. Teil	
Wenn Sie denken, was andere wollen	40
Pawlow bringt Sie auf andere Gedanken	
Wie Priming funktioniert	42
Freuen Sie sich, mich zu sehen, oder stehen wir nur gerade im Obstladen?	
Deutungen und Assoziationen, an die wir nicht denken	61
Warum derjenige sterben muss, der das letzte Puzzleteilchen weggeschmissen hat	
Wir lieben vollständige Muster	80

Es ist erblich

Beeinflussung in direkter Erbfolge 88

2. Teil

Wenn Sie kaufen, was andere wollen 92

Gelb, gelb, gelb ist das Unterwasserboot

Wie Farben uns beeinflussen 96

Hip to be square

Beeinflussung durch Form 109

Sie wollen doch nicht etwa den Karton wegwerfen?

Ein bisschen Verpackungspsychologie 121

Ich tue es. Sie tun es. Alle tun es.

Warum wir Dinge kaufen, die wir nicht brauchen 141

Die Seele der Dinge und die Macht des Besitzens

Sie sind, was Sie kaufen. Hoffen Sie zumindest 147

Psychoanalyse an der Tiefkühltheke

Shopping à la Freud 153

Warum wir neidisch auf andere Leute sind

Wir wollen so sein, wie andere schon sind 158

3. Teil

Wenn Sie denken, was andere wollen 170

Sind Sie öfter hier?

Wiedererkennen und Ähnlichkeiten 172

nataS nataS nataS

Subliminale Beeinflussung und
versteckte Botschaften 185

Wie denken Sie eigentlich?

Kognitive Illusionen und andere Fehlschlüsse 213

Sie wissen (nicht), was Sie tun

Nicht immer handeln wir aus den Gründen,
aus denen wir zu handeln glauben 226

Bis dass der Tod uns scheidet

Was passiert, wenn Sie sich mit einer
Sache verbinden 257

Meinungsänderung selbst(?)gemacht

Am besten, man überredet sich selbst 267

Leider grade ausverkauft

Das Gesetz der Verfügbarkeit 275

Was sagen Sie da?!

Unanständige Wörter und verbale Beeinflussung 293

Na ja ... so gut wie Robert Pattinson

sieht er jetzt nicht aus

Beeinflussung durch das Kontrastprinzip 311

Eine Hand wäscht die andere

Das Reziprozitätsprinzip 320

Eine wirkungsvolle Schritt-für-Schritt-Methode Ändern Sie die Meinung Ihres Gegenübers nach Belieben	328
Nun mach schön, was der Onkel dir sagt! Autorität. Und basta.	335
Wenn ich bis zehn gezählt habe, kannst du dich an nichts mehr erinnern Hypnose. Unheimlich.	352
Epilog	
Wenn Sie tun, was Sie wollen Eine Art Schlusswort	370
Quellen	374
Register	377
Personenregister	382

Einleitung

Ein Geständnis

Ich saß in der Sommersonne mit Pär, einem Freund, den ich viel zu selten treffe, in einem Café in der Stadt. Der Latte war ausgetrunken, das Wasser ebenfalls, und das Gespräch kreiste um Technik, das Thema, bei dem viele meiner Generation früher oder später landen.

»Mein Handy geht mir derart auf den Senkel«, sagte ich. »Im Grunde funktioniert es tadellos, aber langsam wird es echt alt. Ich kann nicht mal MMS oder so was schicken.«

Pär bekam ganz glänzende Augen. »Hier nebenan ist doch gleich ein Handyladen«, meinte er. »Lass uns doch mal kurz reingehen.« Wir mussten nicht mal nach nebenan – der Shop teilte sich die Räumlichkeiten mit dem Café. Wir schlenderten also rüber und guckten uns die ausgestellten Handys an. Mir fiel ein ziemlich cooles Nokia mit großem Display und ausklappbarer Tastatur ins Auge, während ich gleichzeitig dem Verkäufer ins Auge fiel.

»Ich brauche ein neues Telefon«, verkündete ich. »Und auch gleich einen neuen Vertrag. Der, den ich im Moment habe, ist nicht so günstig.«

»Da haben Sie sich genau das richtige Telefon ausge-

guckt«, meinte der Verkäufer. »Ein Superteil. Hat jede Menge Preise eingehemst.« Aha, dachte ich. Meine Bedürfnisse beschränken sich eigentlich auf Anrufen und manchmal Angerufenwerden, aber Preise – na, das kommt doch immer gut. Und apropos Preis, den fand ich für dieses Handy absolut vertretbar. Zwar ein Vertrag mit 18-monatiger Laufzeit, aber was soll's. Der Verkäufer machte eine Kunstpause.

»Obwohl«, meinte er etwas leiser, »wenn Sie diese Art Handy suchen, dann würde ich ja eher dieses Modell hier empfehlen.« Damit zog er sein eigenes Handy aus der Tasche. Fast das gleiche Modell, nur ein bisschen besser. Und nur ein bisschen teurer. Klasse, dachte ich und schlug zu. Ich bekam das Handy, der Verkäufer meine persönliche Angaben, und keine zehn Minuten, nachdem wir das Geschäft betreten hatten, trat ich mit einer kleinen schwarzen Papiertüte auf die Straße. Ein Teil von mir war glücklich. Aber ein anderer Teil nagte am ersten – und der Geschmack war ungut. »Normalerweise recherchierst du doch ewig, bevor du dir irgendwelche Elektrogeräte kaufst. Du hast gerade spontan ein Handy für dreieinhalbtausend Kronen (etwa 400 Euro, Anm. d. Red.) gekauft, ein Handy, über das du überhaupt nichts weißt – und obendrein hast du dich für 18 Monate vertraglich gebunden. Wie konnte das denn bitte passieren?«, kam es säuerlich. »Mach halblang«, erwiderte der erste Teil. »Es geht mir super. Die Sonne scheint mir ins Gesicht, ich habe Koffein von einem doppelten Espresso im Körper, und überhaupt, musst du immer alles so furchtbar ernst nehmen?«

Der andere Teil ließ nicht locker: »Ich gebe zu, dass Sommerwetter und Chemikalien zu unüberlegten Handlungen verführen können. Aber. Irgendwas. Ist. In. Diesem. Geschäft. Passiert.« Ich ließ mir nichts anmerken, aber auf der Heimfahrt bekam ich fast ein wenig schlechte Laune.

Das Ganze liegt mittlerweile ein paar Jahre zurück. Wie sich herausstellte, war das Modell der absolute Bockmist. Ich benutze das Handy immer noch, als Erinnerung daran, was mir damals passiert ist. Ich habe es gehasst und das, wofür es steht, jeden Tag ein bisschen mehr. Aber ich spüre, dass es langsam Zeit wird, auf ein anderes umzusteigen. Es gibt da nämlich schon so einige Funktionen, die dieses Modell nicht hat.

Nachdem ich Sie dazu gebracht habe, dieses Buch zu kaufen ...

Eine Art Einleitung

Dieses Buch handelt von Beeinflussung. Sie können nämlich nicht verhindern, dass Sie beeinflusst werden und Ihrerseits andere Menschen beeinflussen, während Sie durchs Leben gehen. Da Sie nicht in einem Vakuum leben, sind um Sie herum unzählige Objekte. Häuser, Bäume, Möbel, Honigtöpfe, ein leckeres Abendessen und nicht zuletzt andere Menschen. Das alles beeinflusst Sie. Es beeinflusst Ihre Gedanken und Ihre Überlegungen, und es beeinflusst Ihre Handlungen. Sie wiederum beeinflussen mit Ihren Handlungen ebenfalls Ihre Umwelt. So geht es immer rundherum. Die meiste Zeit befinden Sie sich auch in seliger Unkenntnis dessen, was Sie dazu gebracht hat, eine bestimmte Handlung auszuführen oder einen bestimmten Gedanken zu denken. In Ihrem gemütlichen Schlendrian sind Sie einfach davon überzeugt, dass Sie ganz von allein darauf gekommen sind. Das kann natürlich so sein, aber wahrscheinlicher ist doch, dass Sie von irgendetwas oder irgendetwem beeinflusst worden sind, so dass Ihre Gedanken genau diese Richtung genommen haben.

Wir haben sehr gute Gründe dafür, warum wir tun, was wir tun, Gründe, die wir gerne vollmundig jedem auf die

Nase binden, der sie hören will. Doch oft haben wir diese Erklärungen im Nachhinein erfunden. Was uns *eigentlich* zu unserer Handlung bewegt hat, war etwas ganz anderes, als wir glauben. Und da wir uns in den meisten Fällen nicht bewusst sind, was uns beeinflusst, gibt es Leute, die sich unsere Beeinflussung zum Beruf gemacht haben. Jedes Mal, wenn Sie das Radio oder den Fernseher einschalten, wenn Sie ein Buch, eine Zeitung oder eine Zeitschrift aufschlagen, und jedes Mal, wenn Sie einen Laden betreten, versucht Sie jemand dazu zu bringen, sich diese Schokokekse zu kaufen, jenem Politiker zu vertrauen oder endlich einzusehen, dass Sie bis zum Ende des Sommers einen Waschbrettbauch haben müssen. Zum Beispiel.

Es gibt immer jemand, der Ihnen etwas beibringen will, Sie überzeugen will, sich einen Gegenstand zu kaufen, Sie überreden möchte, für eine Partei zu stimmen oder sich einer bestimmten Ansicht darüber anzuschließen, was wahr, gut und schön ist. Von dem Moment, in dem Sie morgens die Augen aufschlagen, bis zu dem, in dem Sie abends einschlafen, sind Sie einem unendlichen Strom solcher Überredungs- und Beeinflussungsversuche ausgesetzt. Und wir, die wir uns diese Manipulationen zur Aufgabe gemacht haben, möchten das gerne tun, ohne dass Sie etwas davon merken. Ist ja auch viel einfacher, auf diese Art sind wir Ihnen keine Erklärungen schuldig, wenn wir die Fäden an Ihrem Marionettenhirn festmachen.

Das ist natürlich nichts Neues. Schon die alten Griechen wussten, dass es Techniken gibt, mit denen man andere be-

einflussen kann (auch wenn sie sich hauptsächlich auf die Beeinflussung durch Argumente konzentrierten, die sogenannte *Rhetorik*). Außerdem hielten sie diese Techniken für so wichtig, dass sie alle Menschen damit vertraut machen wollten und sie zur Allgemeinbildung erklärten.

Die Zahl der Personen und Unternehmen, die Sie beeinflussen wollen, war noch nie so hoch wie heute. Je härter der Konkurrenzkampf zwischen ihnen wird, umso raffinierter werden ihre Methoden. Wenn die alten Griechen also recht hatten mit ihrer Annahme, dass wir uns gegen bestimmte Methoden besser schützen können, wenn wir sie kennen, dann ist der Bedarf nach dieser Art von Wissen so groß wie nie. Doch leider sieht es nicht so aus, als würden in nächster Zukunft Fächer wie »Überredungskunst« oder »Verhaltensbeeinflussung« auf den Lehrplänen unserer Schulen stehen.

Es scheint, als hätten die meisten Menschen schon eine vage Ahnung davon, dass man ihre Ansichten, Einsichten und Aussichten irgendwie beeinflussen kann, ohne dass sie es merken. (»Sonst gäbe es ja wohl keine Reklame, oder?!«) Doch wie das ganz konkret geschieht und wie es wirklich funktioniert, wird auf einer Skala angesiedelt, die irgendwo zwischen reinem Humbug und ziegenblutduftendem Okkultismus spielt.

Meine Absicht beim Verfassen dieses Buches war die, Ihnen zu erklären, wie Sie von unzähligen Faktoren beeinflusst werden – von der Umwelt, die Sie umgibt, bis zu den psychologischen Maßnahmen, die Sie willfähriger machen



Henrik Fexeus

Nicht mehr tun, was andere wollen

Manipulation durchschauen und sich schützen

DEUTSCHE ERSTAUSGABE

Taschenbuch, Broschur, 384 Seiten, 12,5 x 18,3 cm

ISBN: 978-3-442-17279-5

Goldmann

Erscheinungstermin: August 2012

Das Thema, das jeden interessiert: Manipulation und Menschenkenntnis

Wo wir gehen und stehen, werden wir beeinflusst. Sobald wir den Fernseher einschalten, eine Zeitung aufschlagen oder ein Geschäft betreten, versucht jemand, uns dazu zu bringen, diese Schokokekse zu kaufen, jenem Politiker zu vertrauen oder endlich einzusehen, dass wir bis zum Ende des Sommers einen Waschbrettbauch haben müssen. Zum Beispiel. Henrik Fexeus zeigt mit vielen witzigen und einleuchtenden Beispielen, wie wir durch scheinbar Nebensächliches wie Sprache, Farbe oder Form manipuliert werden. Wer das durchschaut hat, kann besser entscheiden – und seine eigenen Wünsche effektiver durchsetzen.



[Der Titel im Katalog](#)