

Leseprobe

Handbuch für Überzeugungstäter

AUSZUG VORWORT

Wann haben Sie das letzte Mal mit jemandem erfolgreich diskutiert? Wann konnten Sie das letzte Mal einen Vorgesetzten, einen Kollegen, ein Familienmitglied oder vielleicht sogar einen völlig Fremden davon überzeugen, dass Sie recht haben? Wann konnten Sie das letzte Mal anderen beweisen, dass Ihre Idee die bessere ist? Das ist schon etwas länger her – oder? Ich wette, es ist sogar schon zieemlich lange her! Selbst wenn Sie zu den wenigen “Glückspilzen” gehören, denen das immer mal wieder gelingt, Spaß machen tut es bestimmt nicht! Es ist eher ein Krampf!

Irgendwie werden wir das Gefühl nicht los, dass es vor langer, langer Zeit deutlich einfacher war. Und dann...dann gibt es auf der anderen Seite Menschen wie Donald Trump, Javier Milei, Vladimir Putin und viele andere Populisten, denen Abermillionen an den Lippen hängen und ihnen scheinbar jeden erdenklichen Müll glauben. Dabei reden wir hier nicht nur von “gefährlichen Ideologien” – die Herren (und auch Damen) dieser Garde können sogar öffentlich und gnadenlos Lügen. Je mehr Nonsens sie von sich geben, um so mehr Aufmerksamkeit bekommen sie. Ganz nach dem Motto: “Die Frage ist nicht, wer es mir erlaubt. Die Frage ist, wer mich stoppt!”¹ .Uns steht mehr Wissen als jemals zuvor in der Menschheitsgeschichte zur Verfügung und wir können uns ganz oft nicht mal mehr auf einen kleinsten gemeinsamen Nenner einigen! Was läuft da falsch? Hat sich das Spiel verändert oder die Regeln? Ich werde es Ihnen sagen. Nur nicht gleich. Ein bisschen Zeit müssen Sie sich dafür schon nehmen. Beginnen wir also ganz am Anfang. Jeder hat schon

einmal die Erfahrung gemacht, wie schwer es ist, jemanden von einer anderen Meinung zu überzeugen. Ambrose Bierce hatte es schon im 19. Jahrhunderttreffend formuliert: „Die Diskussion: Eine Methode, andere in ihren Irrtümern zu bestärken“. Es ist, wie es ist: Wir mögen konfrontativen Stress nicht. Wir mögen es auch nicht, unrecht zu haben. Vor allem, wenn wir wirklich davon überzeugt sind, Recht zu haben und es irgendwie peinlich werden könnte. Da reagieren wir dann schon mal gerne trotzig. Erreichen emotionale und engagierte Kontrahenten in ihrer Diskussion einen Punkt, an dem sie mit ihren Argumenten nicht mehr weiterkommen, kann es schon mal fies werden. „Argumentum ad hominem“ nennt man es dann, wenn in hitzigen Debatten sogar die Persönlichkeit des Gesprächspartners angegriffen wird. So etwas passiert nicht nur zwischen zwei Streithähnen, sondern lässt sich ebenso auf der Ebene von Gruppen, Gemeinschaften, Parteien oder sogar ethnischer Zugehörigkeit beobachten.

Es ist doch eigentlich auch klar: Sind wir nicht alle felsenfest davon überzeugt, dass wir die Welt so sehen, wie sie wirklich ist? Dass es so etwas wie eine objektive Realität gibt und dass all diejenigen, die eine andere Meinung haben, nur nicht im Besitz der richtigen Informationen sind? Dass sie möglicherweise ignorant, voreingenommen oder sogar ungebildet sind und höchstwahrscheinlich gar nicht vernünftig denken können? Stimmt das oder habe ich recht – logische Argumente, Zahlen und Fakten leuchten jedem ein, ist das nicht so? In unserer westlichen Kultur wachsen wir alle mit der Idee des freien Willens auf, mit dem Grundverständnis, dass wir die Welt um uns herum alle gleich sehen und gleich erleben. Ohne zu tief in die Myriaden der Philosophie abtauchen zu wollen, kann man sagen: Ganz grundsätzlich ist das auch bei ganz vielen Aspekten in unserem Leben so. Wir diskutieren selten mit anderen Menschen über die Glaubwürdigkeit dessen, was wir mit unseren Sinnen wahrnehmen. Wenn Sie mit Ihrem Partner oder einem Freund bei Rot über eine Straße laufen und ein 40-Tonner auf Sie zurollt, streiten Sie nicht darüber, ob Sie sich beeilen, meckern oder lieber demonstrativ auf der Straße stehen bleiben sollten. Geht es aber um komplexere Entscheidungen mit mehreren Optionen – sogenannten Parametern – ändert sich das sehr schnell. Kommen dann noch Emotionen, Befindlichkeiten oder Meinungen hinzu, ist Streit meist vorprogrammiert. Und das wird irgendwie immer schlimmer - oder?

Die Ära Trump, die Existenz alternativer Fakten, die Corona Pandemie und die sie begleitenden Verschwörungstheorien, *WOKE* und *Cancel Culture*, *Filter-Bubbles* oder der zunehmende Populismus – für viele Menschen stellt sich immer öfter die Frage, ob man Andersdenkende überhaupt noch mit seiner eigenen Überzeugung konfrontieren sollte. Vor allem in der realen Welt, in der man sich eben nicht hinter Pixeln, Algorithmen und *Usernames* verstecken kann. Sie kennen das: Sie sind zum Abendessen bei Freunden oder Familie eingeladen und planen bereits vorher, dass die Themen Politik, Erziehung oder auch *Gendern* auf jeden Fall vermieden werden müssen. Probieren Sie doch das nächste Mal, wenn Ihr Schwager wieder seinen Israel-Palästina-Vortrag hält, Ihr Vater Ihnen erklärt, warum Verbrenner-Motoren doch besser sind oder wenn Ihre Schwägerin wieder die Meinung vertritt, dass Kinder nicht kritisiert werden dürfen, zu sagen: “Das ist ganz schön viel Meinung für so wenig Ahnung!”

War das schon immer so? Im Laufe der Menschheitsgeschichte bot die Vergangenheit immer einen linearen Weg zur Gegenwart. Erfahrungen und kollektives Wissen waren ein Garant für Sicherheit und Überleben. Mit ihnen konnte der Mensch die alltägliche Realität manövrierbar machen. Neues Wissen hingegen konnte meist nur schrittweise Verbesserung bringen, es musste sich erst über lange Zeiträume bewähren – Evolution eben. Diese Menschheitsgeschichte ist jedoch Geschichte. Wir leben im Jetzt – im ewigen Jetzt. Die Gleichzeitigkeit von allem ist das Pflichtfeld unseres persönlichen Kontaktformulars.

Im ewigen Jetzt ist Wissen ein Relikt und *Googlen* ein Zustand. Texte sind das Blei am Haken von Überschriften – *TLDR* (**too long didn't read*) ist der Status Quo. Ein Furz in den Tiefen sozialer Medien lässt sich auf Augenhöhe mit Neuigkeiten oder Wissen herauf-“*sharen*”. Die Relevanz von Fakten basiert nicht mehr auf der *Kredibilität* ihrer Quellen, sondern auf der *Performance* ihrer Verbreiter. Realität ist keine kollektive Erfahrung mehr. Gemeinschaft ist immer öfter individuell. Unser digitalisiertes Leben entkoppelt das Verbale vom Nonverbalen und nagt somit am Fundament dessen, was uns eigentlich zu dem gemacht hat, was wir seit hunderttausenden Jahren sind: Soziale Wesen. Ich habe nicht studiert, mache aber dennoch – oder gerade deswegen – irgendwas mit Marketing. 26 Jahre sind es mittlerweile. Ich wollte studieren! Psychologie sollte es sein. Mich hat schon immer

fasziniert, warum die Menschen so ticken, wie sie ticken. Schon in der Grundschule wurden meine Eltern zum Lehrergespräch einberufen und mussten erfahren “Marco manipuliert seine Klassenkameraden”. Keine Ahnung, worauf sich die Lehrerin bezog! Klar gab es Kameraden, die ab und zu meinen Ranzen getragen haben. Und ja, ich war auch immer mal wieder in die eine oder andere Keilerei verwickelt. Nicht physisch – mehr in der Form eines heutigen Box-Promoters, also motivierend von der Seitenlinie aus. Aber das kann es nicht gewesen sein. Was mich aber schon zu Schulzeiten gestört hat, waren blinder Konsens, Gehorsamkeit und Unterwürfigkeit. Wenn ich dagegen war, war es mir egal, was die anderen dachten: Ich wollte darüber reden. Ich wollte verstehen und lernen. Daher habe ich mich in meinem jugendlichen Leichtsinn immer gerne mit anderen angelegt, nicht selten mit Lehrern.

Später im Gymnasium galt ich als arrogant. Das war der einfachste Stempel für jemanden, der nicht jedes Mal mitgelacht hat, wenn der Klassenclown performte oder der dagegen war, wenn andere aus Prinzip dafür waren. Ich hatte nicht viele Freunde, aber ging in der 10. Klasse mit Ulrike, dem Mädchen aus der 12. Klasse, in das gefühlt alle Typen verliebt waren – aber darum geht es hier ja nicht. Also Psychologie sollte es werden! Aber Numerus clausus und das echte Leben kamen dazwischen und so landete ich nach Exkursen in die Soziologie, die Medizin, die 5 Sterne Hotellerie der Schweiz und den Kunsthandel in der Werbebranche. Ich hatte Spaß am sogenannten “kreativ” sein. Witzige Sprüche, coole Designs und ein Internet, das gerade erst das Laufen lernte – eine spannende Zeit. Jedoch ging mir immer öfter die Selbstverliebtheit und Überheblichkeit der “großartigen Werber” auf den Keks, die genau wussten, warum “Kunden” ein Produkt kaufen würden und warum nicht. Sie machten das ja schließlich alle lange genug und Konsumenten ließen sich so wunderbar in Kategorien, in Zielgruppen einteilen. Schließlich gab es auch schon seit gut 100 Jahren Ökonomen (*neoclassical economic revolution of the 1930s), die das Verhalten von Menschen untersuchten und sie als rational und selbstbezogen beschrieben. Also machte ich metaphorisch einen Schritt zur Seite und begann Marketing als das zu sehen, was es wirklich war: riesige von Unternehmen finanzierte Experimente zum Verhalten von Menschen. Ich war also wieder zurück in der Psychologie – irgendwie. *Same same - but different.* Es ging nicht mehr um Freud, Jung oder Adler, es ging um

evolutionäre Anthropologie, kognitive Wissenschaften und Verhaltensökonomie. Es ging um die Erkenntnis, dass das bisherige Wissen um das Verständnis menschlichen Verhaltens oft einfach nicht genügt, um das Verhalten auch wirklich zu beurteilen, geschweige denn sogar wirklich vorhersagen zu können.

Nach 26 Jahre *“real life experience”* und dem sprichwörtlichen Lesen hunderter Bücher und Studien später schreibe ich nun dieses Vorwort. Das Vorwort zu meinem eigenen Buch. Dem Handbuch für Überzeugungstäter. Ich bin kein Wissenschaftler. Ich bin weder Journalist noch Schriftsteller und schon gar kein Theoretiker. Theorie ist nichts ohne Praxis und Praxis ist nichts ohne Kontext. Daher bin ich möglicherweise **“Kontexter”**. Auch wenn es dieses Wort nicht gibt, es umschreibt vielleicht genau das, um was es mir bei alledem geht: Anwendbarkeit, Real-Bezug und Nachvollziehbarkeit. Ich will Ihnen keine Geschichten erzählen und keine Experimente beschreiben. Ich will Sie nicht nach 256 Seiten mit der Erkenntnis verabschieden, dass das Thema durchaus interessant ist und das das Buch vielleicht auch ganz nett zu lesen war, Sie aber am Ende tatsächlich nur drei Dinge daraus wirklich nutzen können. Das hier ist das volle Programm! Das ist alles, was ich über das Thema weiß, alles, was ich darüber finden konnte und vor allem alles, was auch wirklich anwendbar ist. Also: wann haben Sie das letzte Mal mit jemandem erfolgreich diskutiert? Wann konnten Sie das letzte Mal einen Vorgesetzten, einen Kollegen, ein Familienmitglied oder vielleicht sogar einen völlig Fremden davon überzeugen, dass Sie recht haben und dass Ihre Idee die bessere ist? Ist schon etwas länger her – oder? Dieses Handbuch bringt Licht ins Dunkel und erklärt die Welt, die Welt des Menschlichen und hier vor allem des Zwischenmenschlichen. Es erklärt diese Welt ein bisschen so, wie sie ist, ein bisschen so, wie wir sie sehen und eine ganze Menge so, wie wir sie besser nutzen können. Das macht dieses Handbuch in drei Teilen und ist somit möglicherweise eines der ersten Werke, das ausdrücklich versucht zu zeigen, wie unser Verhalten entstanden ist, wo es an seine evolutionären Grenzen stößt und wie man diese Probleme umschiffen kann. Müssen Sie alle drei Teile lesen? Berechtigte Frage! Nein, müssen Sie nicht. Wenn Sie direkt mit den konkreten Handlungsanweisungen beginnen wollen, starten Sie mit Teil 3. Wollen Sie

verstehen, worauf die meisten Tipps und Handlungsempfehlungen basieren, beginnen Sie mit Teil 2. Besonders intelligente, sympathische und weitsichtige Menschen interessieren sich jedoch vor allem auch für die Ursprünge menschlichen Verhaltens, denn irgendwo muss der ganze Kram ja herkommen. Wenn Sie zu diesen Menschen zählen, empfehle ich Ihnen jetzt einfach hier weiterzulesen (...)

AUSZUG TEIL 2

Mein Gehirn, meine Sippe, mein Überleben

Eine der wichtigsten und gleichwohl komplexesten Eigenschaften unserer Vorfahren ist die Kollaboration. Das soziale Miteinander und unsere Kommunikation darüber bildeten die Grundpfeiler dafür, dass wir in komplexen sozialen Systemen miteinander leben konnten. Ein solches System war überlebenswichtig für unsere Vorfahren. Die Sippe musste zusammenhalten und gemeinsam agieren, ansonsten konnte es ganz schnell vorbei sein, sowohl mit der Gemeinschaft als auch mit dem Leben. Mit vereinten Kräften ließen sich Raubtiere abwehren oder genügend Nahrungsmittel jagen und sammeln. Nur wer mit seiner Gruppe klar gekommen ist, hat überlebt. Einzelkämpfer gab es bei unseren Vorfahren nicht und wir können mit großer Sicherheit heute davon ausgehen, dass die Angst vor Verbannung und Ablehnung, ergo der Ausschluss aus der Gruppe, eine der bedeutendsten Bedrohungen für das Leben unserer Vorfahren gewesen sein muss. So verwundert es denn auch nicht, dass die Gruppendynamik noch immer einen ganz wesentlichen Einfluss auf unser Wohlbefinden hat. Auch wenn heute der Ausschluss aus einer Gruppe nicht mehr automatisch "das Ende" bedeutet, tut es noch immer ganz schön weh, wenn man abgelehnt und nicht akzeptiert wird. Wenn unsere Vorfahren für Erfolg bei der Nahrungssuche, dem Überleben und der Fortpflanzung auf Partner angewiesen waren, dann war es evolutionär sinnvoll, mit ihnen gut auszukommen und ihnen bei Bedarf zu helfen, um sicherzustellen, dass sie auch für zukünftige Bedürfnisse und Herausforderungen bereit waren zu kooperieren. Je besser unsere Vorfahren also Gedanken, Gefühle, Absichten, Meinungen, Erwartungen oder Beweggründe innerhalb ihrer Gruppe erkennen konnten, umso besser waren sie in der Lage, eigene oder fremde Handlungen erklären, vorhersagen und beeinflussen zu können. Wichtige Informationen mit anderen teilen, Aktivitäten

koordinieren und zielgerichtet gemeinsam interagieren, das waren die neuen Wege der Beziehung zu anderen. Dabei – und das ist besonders für das Buch in Ihren Händen relevant- gehen viele Wissenschaftler davon aus, dass es sich bei diesen Entwicklungen nicht nur um einfachen Konsens und Gegenseitigkeit in der Gruppe ging, sondern vor allem auch um erste moralische Normen, die unsere Vorfahren sowohl zu Urteilenden als auch zum Beurteilten machten. Es muss also schon recht früh in unserer Historie nicht nur wichtig gewesen sein zu erkennen und zu beeinflussen, was die anderen über mich denken, sondern vor allem auch darüber zu reflektieren, was ich selbst über mich denke und wie ich mich passend in der Gruppe positioniere. Diese Form war die Voraussetzung für die neuartige Art sozial geschaffener Vielfalt auf Gruppenebene.

Die Entstehung unserer einzigartigen menschlichen Psychologie kann nicht getrennt von bestimmten Formen soziokultureller Aktivitäten des Menschen gesehen werden. All diese “neuen evolutionären” Formen von Kommunikation, Interaktion und des zielgerichteten Miteinanders entstanden natürlich nicht im luftleeren Raum, auch wenn wir Andersdenkenden hin und wieder gerne ein Vakuum in ihrem Schädel attestieren. Natürlich musste die Schaltzentrale unseres Lebens mitwachsen. Unsere neue soziale Umwelt war eine enorme Herausforderung selten voraussagbar, immer dynamisch und von vielen, vielen Faktoren abhängig. Um dieser Herausforderung gewachsen zu sein musste unser Gehirn in der Lage sein, eine Vielzahl an neuen sich ständig wandelnden Informationen sinnvoll zu speichern und vor allem clever miteinander zu verknüpfen. So ganz genau will sich die Forschung zum Thema “größeres Gehirn” noch nicht festlegen. Es ist ein bisschen wie bei der Frage “Was war zuerst da, das Huhn oder das Ei”. Die sogenannte “*Social Brain Hypothesis*” diskutiert dabei die Frage, ob wir unsere komplexen Fähigkeiten des Miteinanders entwickeln konnten, weil wir ein größeres Gehirn als unsere nahen Verwandten, die Menschenaffen, besaßen oder ob unser Gehirn wuchs, weil wir es für immer mehr Interaktion, Kollaboration und soziale Struktur in unserem Miteinander brauchten? Eines schönen Tages werden wir es vielleicht erfahren - oder auch nicht. Dank des großen Gehirns konnten wir als Spezies nicht mehr nur besser mit den physischen Herausforderungen unserer neuen Umwelt umgehen und unsere Sippe besser managen. Wir konnten nun auch unser Gehirn dazu nutzen, um auf erfinderische Weise, gegebene

Probleme zu lösen und kreative Lösungen zu finden. 380 Gramm wiegt es, das Gehirn eines Schimpansen, 380 Gramm so lange wie es Schimpansen schon gibt. Vor rund 2 Millionen Jahren konnte dann der Homo Erectus etwa 960 Gramm Gehirn in die metaphorische Waagschale werfen. Vor ungefähr 70.000 Jahren (zugegeben recht große zeitliche Sprünge) waren wir dann so weit und hatten die heutigen ca. 1350 Gramm Homo Sapiens Gehirn zur Verfügung. Innerhalb dieser 1350 Gramm beherbergen wir mit rund 86 Milliarden Nervenzellen eine beachtliche Anzahl an potenziellen Verschaltungsmöglichkeiten. So selbstverständlich wie wir unser heutiges Leben auch tagtäglich exerzieren oder genießen, es hat gut 6 Millionen Jahre gedauert, bevor wir – gehirntechnisch – so weit waren. Und mehr noch - je größer unser Gehirn wurde, umso mehr Energie mussten wir für seinen Unterhalt und sein wartungsintensives Funktionieren aufbringen. Auch wenn es im Schnitt nur etwa 2% unseres Körpergewichts ausmacht, verbraucht unser Gehirn doch mit ungefähr 516 Kcal mehr als 1/5 unserer täglich benötigten Energie. Strapazieren wir unsere graue Masse nun auch noch mit Nachdenken oder besonderer Aufmerksamkeit für neue und unbekanntere Erfahrungen, kann sich der Energieverbrauch schnell verdoppeln und dann wird es richtig "teuer". Das war von der Evolution möglicherweise ursprünglich nicht so geplant (metaphorisch gesprochen), denn unsere Vorfahren hatten einfach nicht immer Zugriff auf Energie. Wirklich viel wissen wir darüber nicht und vieles davon ist Spekulation – zumindest interessante Spekulation. Nehmen wir das Kochen. Wann haben wir damit angefangen? Schätzungen sagen irgendwann vor 500.000 bis 2.000.000 Jahren. Keiner weiß es wirklich, aber möglicherweise ist es eines der wichtigsten Ereignisse in der Menschheitsgeschichte, abgesehen von der Erfindung von Taylor Swift. Anthropologen sind der Überzeugung, dass wir in "Vor-Feuer" Zeiten hauptsächlich eines getan haben: Wir haben gekaut. Wahrscheinlich den ganzen Tag. Alles, was uns essbar zur Verfügung stand, war irgendwie hart. Kalorienvielfalt? *Nope!* Ganz im Gegenteil, eine Studie aus dem Jahr 2022 zeigte, dass klares Denken und geistige Fitness kaum möglich sind, wenn man ständig kauen muss.

Kauen fordert 10-15% mehr Energie ein, als nicht kauen. Das muss man sich mal vorstellen und vorstellen geht nicht, wenn das Gehirn zu wenig Energie bekommt, weil wir kauen. Ein Teufelskreis, oder? Naja - je nachdem wie man das vorhandene Wissen interpretiert. Jagen und grillen war mit Sicherheit ein großer Schritt nach vorne im Leben unserer Vorfahren.

Dennoch gehen Wissenschaftler davon aus, dass gut 70% unseres Kalorienbedarfs mit Pflanzen gedeckt wurde. Egal ob Fleisch oder vegan, Feuer half auf jeden Fall dabei, beide Energieressourcen leichter, effektiver und vor allem besser schmeckend aufnehmen zu können. Um mit der unregelmäßigen Diät und dem großen Aufwand des Jagen und Sammeln unserer Vorfahren klarzukommen, musste die Evolution sich überlegen, wie sie mit den Ressourcen für das Gehirn sparsamer umgehen konnte. Möglicherweise gab es verschiedene Optionen dafür, wie wir Energie sparen und mit den knappen Kalorien sinnvoll umgehen konnten. Die Effektivste muss wohl die gewesen sein, die wir heute als "Bauchgefühl" (Unterbewusstsein) bezeichnen, also eine Art Wissen, über das wir nicht nachdenken müssen. Ein Wissen, das uns quasi aus der Hüfte dazu bringt zu handeln oder nicht zu handeln. Ohne Analyse von Optionen oder Abwägung möglicher Risiken. Eine Art mentaler Autopilot.

AUSZUG TEIL 3

Einmal dazu gehören bitte! Habt ihr Hafermilch?

Haben Sie schon mal was von *Cunningham's Law* gehört? Es besagt: "die beste Möglichkeit, im Internet die richtige Antwort zu bekommen, ist nicht das Stellen der richtigen Frage, sondern das *Posten* der falschen Antwort". Kommt Ihnen das irgendwie bekannt vor? Recht haben? Seinen Standpunkt vertreten? Ich würde glatt behaupten, dass *Cunningham's Law* sogar in der analogen Welt funktioniert. Zwischenmenschlich sozusagen – meiner Meinung nach. "Meine Meinung" – das ist der intuitive Prozess bei dem wir die Dinge auf ein wesentliches, relevantes und vor allem einfach verständliches Minimum an Informationen reduzieren. Dabei lassen wir gerne und oft vieles weg. Recht haben. Besser wissen. Schwache Meinung – stark vertreten. Hier ist Ihr Gehirn – *over and out!* Aber warum ist das so? Warum kann unser Gehirn nicht so eindeutig zwischen körperlicher und mentaler

"Bedrohung" unterscheiden? Die Antwort liegt höchstwahrscheinlich wie bei den meisten Aspekten unseres Verhaltens in unseren Genen. Darüber wie die Welt tatsächlich ist, darüber herrschte bei unseren Vorfahren den "Jägern und Sammlern" eine ganz simple und

praktikable Konformität. Die Sippe musste zusammenhalten und gemeinsam agieren, ansonsten konnte es ganz schnell vorbei sein sowohl mit der Gemeinschaft als auch mit dem Leben. Konsens war ein evolutionärer Vorteil und prägte wohl über mindestens eine Millionen Jahre das Denken und Fühlen unserer Vorfahren.

Heute leben wir nicht mehr nur in einer einzigen homogenen Gruppe, von der unser Überleben abhängt. Das, was unseren Vorfahren das Überleben sicherte, entpuppt sich in einer komplexen Umwelt als Problem. Unser heutiger Alltag ist nämlich ganz im Gegensatz zu dem unserer Vorfahren von einem manchmal mehr, manchmal weniger harmonischem Übergang von einer Zugehörigkeit zur nächsten geprägt: Vom Fussballteam zur politischen Gesinnung. Von Religion zum Essverhalten. Von der Kindergartengruppe zum *Swiftly-Fandom*. Das ist tägliches Konsens-jonglieren. Wir wollen dazugehören. "Dazugehören" bezieht sich heute aber eben nicht mehr nur auf eine einzige soziale Gruppe, in der wir jedem Gruppenmitglied auch noch "echt in die Augen schauen" können. Wir teilen heute Interessen und Aktivitäten mit oft Dutzenden unterschiedlichen Gruppen und wie wir später noch feststellen werden, kreierte unser Gehirn auch gerne mal völlig spontan neue Gruppen, mit denen wir uns dann identifizieren werden. Ganz unabhängig davon, ob wir das wirklich bewusst wollen oder nicht. Es passiert einfach. Es ist essenzieller Teil unseres genetischen Erbes. Es ist unser ganz grundlegendes Bedürfnis nach Bedeutung, Akzeptanz und Relevanz. Wir fühlen uns einfach besser, wenn wir in unserem sozialen Umfeld anerkannt und geachtet werden, wenn wir ein relevanter Teil der Gruppe sind.

Dieses Zugehörigkeitschaos fordert natürlich seinen Tribut. So etwas wie Zugehörigkeits-*Multitasking* gibt es nämlich nicht. Daher verwundert es dann auch nicht, wie schnell ein Konflikt oder eine Meinungsverschiedenheit zu echtem Stress mutieren kann, wie Auseinandersetzungen unser Befinden, unseren Alltag und somit schließlich unsere Identität massiv bedrohen können. Aber damit nicht genug. Die Komplexität des Themas nimmt noch weiter zu, wenn wir nun auch noch die Natur unserer Identität in das Spektakel unseres Alltags mit einkalkulieren. Es wird grandios! Dieses Zugehörigkeitschaos fordert natürlich seinen Tribut. So etwas wie Zugehörigkeits-*Multitasking* gibt es nämlich nicht. Daher verwundert es dann auch nicht, wie schnell ein Konflikt oder eine Meinungs-

verschiedenheit zu echtem Stress mutieren kann, wie Auseinandersetzungen unser Befinden, unseren Alltag und somit schließlich unsere Identität massiv bedrohen können. Aber damit nicht genug: Die Komplexität des Themas nimmt noch weiter zu, wenn wir nun auch noch die Natur unserer Identität in das Spektakel unseres Alltags mit einkalkulieren. Es wird grandios!

Darf ich mich Ihnen kurz vorstellen: *me, myself and I.*

Anders als über lange Zeit der Menschheitsgeschichte angenommen, ist unsere Identität nämlich nicht angeboren und schon gar nicht fixiert. Ganz im Gegenteil: Sie ist quasi sozialisiert und ein kontinuierlicher dynamischer Prozess. Sie ist zum Beispiel abhängig davon, in welchen Familien wir aufwachsen, welche Freunde wir haben, welche Menschen uns prägen, von unserer Allgemeinbildung, unserer Kultur und von vielen weiteren Faktoren. Schon die alten Griechen wussten daher: Unser Leben ist ein Schauspiel. (**“Life is like a play: it's not the length, but the excellence of the acting that matters.” Seneca*). Nicht nur Schauspieler und Politiker, nein, jeder von uns spielt fast immer und fast überall eine Rolle. Seine Rolle! Und diese Rolle kann sich ständig verändern. Je nach Umstand und Kontext passen wir sie an. Das klingt zugegebenermaßen ein wenig übertrieben, ein wenig surreal, aber es ist die Wahrheit. Nehmen Sie sich einmal die Zeit und reflektieren Sie nur über den heutigen Tag. Wie viele Menschen sind Ihnen heute begegnet? Mit wie vielen Menschen haben Sie sich unterhalten? Wie oft haben Sie sich an die jeweilige Person, die jeweilige Situation und den jeweiligen Umstand angepasst - und wenn es auch nur ein ganz kleines bisschen war? Ein *gefaketes* Lächeln, ein beliebiges Zustimmung oder, oder, oder... Das ist unsere Rolle! Das ist die Rolle, die wir tagtäglich spielen. Aber warum machen wir das? Warum legen wir uns nicht auf ein “fixes Ich” fest? Ist unsere wahre Natur nicht gut genug?

Die Rolle, die wir spielen, die wir förmlich leben, hat eine wichtige Aufgabe. Sie soll gegenüber anderen repräsentieren, wer wir sind bzw. wie wir gesehen werden wollen. Sie ist also insofern eine Idee, da sie uns selten in unserer wahren Natur präsentiert. Es mag verrückt klingen: In diesem Sinne ist sie sogar das ehrlichere ICH - das ICH, das wir mögen und vor allem das ICH, das wir kontrollieren können. Wir haben es ja quasi erlebt, erlernt, ausprobiert und wir entwickeln es ständig weiter. Dieses ICH wird zur *Second Nature*, zum

integralen Bestandteil unserer Persönlichkeit und je komplexer die soziale Struktur, in der wir leben (und hier vor allem auch der Unterschied zwischen analoger und digitaler Realität) wird, um so komplexer werden die vielfältigen Anforderungen an unser "Schauspiel".

Angeborenes Verhalten für die "*Hunter&Gather Life-Balance*" der Sippe trifft auf unser Streben nach Anerkennung und Akzeptanz *Always-On* Leben des 21. Jahrhunderts: Den lieben langen Tag ein wünschenswertes ICH schauspielern. *Off-* und natürlich auch *online*. Das können wir ganz schön gut. Wir sind ja "Gewohnheitstiere". In einem stabilen und gleichbleibenden Umfeld funktioniert das imaginäre Drehbuch unseres Lebens sogar so gut, dass wir uns oft stolz als Schauspieler und als Regisseur unseres eigenen *Plots* fühlen. Aber der Großteil unseres Lebens ist eben alles andere als stabil. Ständig verändern sich die Umstände. Ständig kommt etwas dazwischen. Neuigkeiten immer und überall. Ein nicht enden wollender Fluss an Informationen. Ständige Entscheidungen zwischen Gut und Böse, hilfreich und sinnlos, gesund und ungesund – *you name it*. Da wird unserem Gehirn eine Menge Arbeit abgefordert. Und wie ich bereits schon im Teil 1 dieser Lektüre ausgeführt habe: Das kostet eine enorme Menge an Energie. Das wollen wir – also unser Gehirn, um genauer zu sein – nicht. Die evolutionäre Hauptaufgabe unseres Denkapparates ist eben nicht das "Denken", sondern das Sicherstellen unseres Überlebens. Und dass zumindest so lange, dass es zum Fortpflanzen ausreicht. Klingt unromantisch, ich gebe es zu. Aber es ist die Wahrheit – zumindest für all diejenigen unter uns, die Evolutionstheorie für eine sinnvolle Option halten. Und so geht unser Gehirn davon aus, dass das, was wir "gestern" getan haben, sicher ist, weil wir heute noch am Leben sind. Es macht also absolut Sinn für unser Überleben, die Vergangenheit zu wiederholen, neue oder konträre Informationen zu vermeiden und ohne großes Nachdenken über Optionen zu handeln. Dinge anders zu machen, wäre riskant, auch wenn dadurch möglicherweise Verbesserungen realisiert werden könnten. Aus dieser "Reptilienperspektive" des Gehirns ist das Wiederholen vergangener Verhaltensweisen einfach der sicherste Weg.

AUSZUG TEIL 3

Jetzt geht es ans Eingemachte

Wieder so eine Metapher? Ja, schon wieder eine Metapher. Warum? Weil es tatsächlich so gut passt. Sie wollen Ihren Gegenüber davon überzeugen, dass er das, woran er glaubt, das, was er für die Wahrheit hält oder das, was er erreichen will, über den Haufen wirft. Er soll sich stattdessen für Alternativen, für Neues und natürlich respektive für Ihre Meinung interessieren. Sie wollen einen Meinungswechsel! Ein anderes Mind-Set! Ein anderes Ergebnis! Mittlerweile wissen Sie als Leser dieses Handbuches, wie komplex unser Denkkapazität funktioniert und wie vermeintlich banal der Ursprünge der meisten Denkfehler und Vorurteile sind. Es ist alles da oben drin, in Ihrem Gehirn. Und dort ist es nicht nur einfach drin. Es ist dort oben tatsächlich "eingemacht". "Eingebettet" wäre sicherlich ein fachlich korrekteres Wort, geht es doch immerhin um knapp 500.000 km neuronale Verbindungen¹⁴⁰ in einem einzigen Kopf. Aber egal, ob "eingebettet oder eingemacht", Ihre Gefühle, Ihre Meinungen und Ihr Wissen sind nicht so flexibel und agil, wie Sie es vielleicht gerne hätten. Alles ist irgendwie mit irgendwas verbunden und dementsprechend nicht einfach so austauschbar. Wenn Mama oder Oma Obst oder Gemüse eingemacht haben, ist meistens ein Deckel auf dem Glas. Der hält ziemlich gut durch den Unterdruck im Glas. Normalerweise bekommt man den Deckel gut abgedreht aber manchmal ist das auch ein ganz schöner Kraftakt. Und wenn das immer noch nicht funktioniert? Was dann? Auf den Boden klopfen? Das Glas warm machen? Mit einem Messer den Rand lockern oder gar Löcher in den Deckel hacken? Was immer Sie mögen! Hauptsache, Sie können den Unterdruck (der den Deckel faktisch ansaugt) lösen. Und genau das ist im Prinzip auch die einzig verbindliche Strategie beim Überzeugen. Versuchen Sie nicht, Ihre Meinung in den Kopf Ihres Gegners zu bekommen. Das wird nicht funktionieren. Sie müssen es stattdessen schaffen, den Unterdruck aus dem Kopf Ihres Gegners zu lösen. Sie müssen erreichen, dass er selber loslässt. Nur wenn Ihr Gegenüber selbst zur Erkenntnis kommt, dass seine Vorstellungen und seine Ideen möglicherweise nicht ganz so optimal sind, nur dann haben Sie eine echte Chance, ihn zu überzeugen. Leider gibt

es für die vielfältigen Debatten und Streitigkeiten in unserem Leben keine echte Roadmap und kein verbindliches How-To. Zu spezifisch sind die persönlichen und die inhaltlichen Zusammenhänge. Was es aber für die rund 500.000 km neuronale Verbindungen¹⁴⁰ in Ihrem Kopf gibt, ist ein beachtlich großer Werkzeugkasten mit einer großen Auswahl unterschiedlichster Hilfsmittel, die es Ihnen deutlich leichter machen, diesen lästigen “Unterdruck” zu lösen. Lassen Sie also lieber das Küchenmesser in der Schublade und nutzen Sie stattdessen einen oder alle der folgenden Tipps und Tricks. Also, was haben wir zur Verfügung?

Ihr innerer Dabe Lama.

Zugegeben, es ist ein bisschen cheesy, den Dalai Lama zu zitieren, aber wo er recht hat, hat er recht: *“Self control is strength. Right thought is mastery. Calmness is power”*. Lösen wir uns von gängigen Buddhismus-Assoziationen und pseudoreligiösen Kalendersprüchen! Ihnen als Überzeugungstäter sollte mittlerweile mehr als klar geworden sein, dass Selbstkontrolle ein essenzieller Bestandteil Ihrer Persönlichkeit sein muss. Sie müssen cool bleiben, wann immer es geht. Sie reagieren nicht auf Provokationen oder Stress. Weder verbal noch mit Ihrer Mimik oder Ihrer Gestik. Natürlich, es gibt tausende Gründe, um aus den Schuhen zu fahren. Wenn es aber mal so weit ist, stellen Sie sich lieber vor, dass Sie gar keine anhaben. Durchatmen hilft immer. Sich vorstellen, dass Ihr Gegenüber Sie absichtlich aus der Reserve locken will, auch. Wenn Sie ein bisschen im Meditieren geübt sind, können Sie sich Aggressionen natürlich auch als Wellen vorstellen, Wellen, die kommen und gehen. Sie finden Ihren Weg, da bin ich mir sicher. Auch wenn ich mich wiederhole, ich persönlich bevorzuge das “Innere Selbstgespräch”, das ich bereits im Kapitel zur Körpersprache erläutert habe. Indem ich alle Gedanken und Emotionen direkt unhörbar ausspreche, sie mit mir selbst diskutiere, wandern sie von meiner Amygdala zum frontalen Lobus. Diese abgewandelte Form des “Labeling” macht aus unkontrollierbaren Gefühlen bewertbare Informationen. *“Self control is superstrength. Right thought is supermastery. Calmness is superpower.”* – gibt’s da vielleicht schon irgendwas von Marvel?

Nach "Schwarz und Weiß" kommt bunt

Ying hat Yang, der Mond hat die Sonne, Wasser hat Feuer, Ja kann nicht ohne Nein und da, wo Gutes ist, gibt es auch immer Böses. Alles in unserem Leben hat einen Gegensatz. Gegensätze sind einfach zu verstehen und laut Volksmund ziehen sie sich sogar an. Das Gute ist oben, das Böse unten. Schön einfach. Schön verlockend und vor allem schön irreführend. Denn nicht selten in unserem Alltag lassen wir uns von diesem vermeintlich simplen Prinzip einlullen. Nicht selten vergessen wir, dass wir fast immer Optionen haben und stürzen uns stattdessen lieber auf angebotene Gegensätze. Das ist eben übersichtlicher und erfordert weniger Nachdenken. Das können Sie sich als Überzeugungstäter natürlich zu Nutze machen. Anstatt Ihrem Gegenüber die (nervige) Auswahl aus verschiedenen Möglichkeiten anzubieten oder ihn mühsam dazu zu bringen, selbst auf eine Alternative zu kommen, malen Sie die Welt lieber gleich "schwarz/weiß" an und suggerieren, dass es eben nur zwei Möglichkeiten gibt, die Sie natürlich im Vorfeld sorgsam kuratiert haben. So machen es Politiker, Wahrsager und Lobbyisten.

Merken: Außer bei einem Dilemma haben wir immer mehr Optionen zu Verfügung, als wir gemeinhin annehmen. Achten Sie bei der Konstruktion Ihrer Strategie darauf. Achten Sie vor allem auch darauf, wenn Ihnen das nächste Mal nur zwei vermeintliche Möglichkeiten angeboten werden.

Mentales Aikido.

Wir beeinflussen und werden beeinflusst. Tagtäglich. Immer und immer wieder. Ein ganzes Leben lang. Die Kinder sollen ihr Zimmer aufräumen, Opa nicht die AfD wählen. Die neue Serie auf Netflix ist wirklich besser als ein Abend mit *YouTube Clips*. Eine Werbeagentur will Produkte an den Mann und die Frau bringen, eine Partei hingegen ihre Überzeugung von der besten Politik an die Wähler. Sie kaufen bewusst ökologisch oder fahren mit Absicht einen lauten und zu großen SUV. Linksrum ist es kürzer oder *WOKEness* ist Nonsens. Eine Waffenruhe ist wünschenswert, ein stärkeres Bewusstsein für gesunde Ernährung auch, das heißt aber noch lange nicht, dass das die anderen dies auch so sehen. Mal ist es wichtig, ein anderes Mal geht es um fast nichts. Die denkbaren Szenarien für Beeinflussung sind so

vielfältig, wie das Leben selbst. Immer wenn jemand versucht, uns zu etwas zu bewegen oder uns von etwas zu überzeugen (und vice versa), das in genau diesem Moment nicht unserer Absicht oder unserer Vorstellung entspricht, findet eine Beeinflussung statt. Sie haben vielleicht schon einmal etwas von sogenannten menschlichen Antrieben gehört. Demnach – so besagt die Theorie – gibt es Kategorien, klar voneinander trennbare Bereiche, die einen ganz grundsätzlichen Einfluss auf unser Handeln und dadurch auch auf unsere Beeinflussbarkeit haben. Angst, Belohnung, Bestrafung, Ideologie, Identität oder Ego sind einige davon. In der Theorie ist das wunderbar nachvollziehbar. Stellen Sie sich zum Beispiel ein kleines Kind vor und Ihnen fallen sofort Beispiele für jede dieser Kategorien ein. Wie aber so oft bei mechanistischen Prinzipien handelt es sich hier eher um ein grobes Raster als um universell anwendbare Regeln oder gar Handlungsanweisungen. Sie können in der Realität nicht jedem Angst machen oder ein Bonbon anbieten, damit er/sie sich anders verhält. Nicht jeden beeindrucken Nächstenliebe oder eine Ohrfeige. Und Stubenarrest ist in der heutigen Zeit für einen Teenager mit Smartphone eher eine Belohnung. Um unseren Willen zu bekommen, setzen daher die meisten von uns auch eher auf einen Mix verschiedener Strategien: Überredung, rationale oder irrationale Argumente, Zahlen, Drohungen, Wortklauberei, Analogien, Bitten, Bestechung – mal dies, mal das, je nachdem, was uns gerade im jeweiligen Moment einfällt. Funktioniert es? Ab und zu. Hin und wieder. Meistens eher nicht. Denn immer, wenn wir merken, dass wir beeinflusst werden, verliert die Beeinflussung an Wirksamkeit und verläuft im Sand. Seltsam - oder? Warum ist das so bei uns logisch denkenden und rational handelnden Menschen? Warum funktioniert das, womit wir uns als Spezies rühmen, womit wir uns vom Rest der Affen unterscheiden wollen, im Umgang miteinander so selten? Nun - nur weil wir logisch denken und rational handeln können, heißt das noch lange nicht, dass wir es auch ständig tun. Aber was ist es dann, was unser Gehirn will, wenn es immer wieder in unseren freien Willen reingrätscht? Es will, dass wir uns glücklich und zufrieden fühlen, und es möchte dafür sorgen, dass wir unsere nahe Zukunft so gut wie möglich vorausahnen und planbar machen können. Unser Gehirn hat zwar einen unglaublich komplexen Zugang zur Realität, filtert aber alles heraus, was es für sein Vorhaben nicht braucht. Das hat über Millionen Jahre auch wirklich gut funktioniert, fällt uns aber, seitdem wir als Spezies sesshaft geworden

sind, Landwirtschaft betreiben sowie lesen und schreiben können, immer wieder auf die Füße. Aber was sind schon knapp 10.000 Jahre aus evolutionärer Perspektive? Vielleicht eine Ahnung, möglicherweise eine Idee oder doch nur eine Meinung? Wir werden es wohl nie erfahren und daher wird es auch noch eine lange, lange Zeit bei den allermeisten Auseinandersetzungen nicht um das Inhaltliche gehen, es wird sich nicht um Informationen, Wahrheiten, Fakten oder Entscheidungen drehen. Nein, diese Dinge machen niemanden wütend, deprimiert oder die Sau fett. Nein - es wird fast immer um Identität gehen! Es ist unsere emotionale Bindung an die Informationen, Fakten und Wahrheiten, die unsere Werte, unsere Hoffnungen und unsere Ängste repräsentieren, die uns helfen, die Welt so zu sehen, wie sie zu unserem Weltbild passt.

Unsere Emotionen formen unsere Identität im 21. Jahrhundert. Wir können durchaus rational und logisch handeln. Denken Sie an Wissenschaftler, Ingenieure oder Schachspieler. Automatisierte, strukturierte und systematische Vorgehensweisen sind sowas von rational. Rational wie auch das morgendliche Zähneputzen oder der Weg zur Arbeit. Aber immer dann, wenn Emotionen involviert sind, machen auch Wissenschaftler, Ingenieure und Schachspieler Fehler. Immer dann, wenn es um Liebe, Familie, Ego, Politik oder Entertainment geht, entscheiden wir erst und rationalisieren danach. Immer dann dreht unser Gehirn frei und versucht in ständigen *Feedback-Loops*, eine Balance zwischen Identität und Gruppe zu vermitteln.

Aber was, wenn Sie keine Ahnung haben, dass Sie beeinflusst werden? Was, wenn Sie gar nicht bemerken, dass Sie um den Finger gewickelt, verführt oder eingelullt werden? Was, wenn Ihr Gegenüber ein voll dufter Typ ist, der Ihnen zuhört, der an Ihrer Meinung interessiert ist, der echt Verständnis für Ihre Sicht der Dinge hat und auch noch interessante Fragen stellt? Dann können Sie davon ausgehen, dass Sie es entweder mit einem wahren "Überzeugungskünstler" zu tun haben oder mit jemandem, der das "Handbuch für Überzeugungstäter" bereits vor Ihnen gelesen hat. Zu dieser Erkenntnis werden Sie aber höchstwahrscheinlich nicht kommen. Zumindest nicht, wenn es gerade passiert. Sie bemerken ja nicht, dass Sie gerade beeinflusst werden. Sie merken es erst dann, wenn Sie die Abbuchung auf Ihrem Konto sehen, die Waschmaschine geliefert wird oder Sie das nächste

Mal eine andere Partei wählen. Voll *Ninja-Style!*? Nein. Die Kunst der Überzeugung ist weder Magie noch eine Geheimkunde. Die Kunst der Überzeugung ist eher etwas wie Aikido: *“Calm your Spirit and go back to the origin”* (*Morihei Ueshiba) – Beobachten, aufgreifen, reagieren – eine Art mentaler Kampf aber mit dem wichtigen Unterschied, dass Ihr Gegenüber bei Ihren “Schlägen” und “Treffern” keine Schmerzen spürt – er also bestenfalls emotionslos bleibt. Ob das nun gut ist oder böse, fair oder unfair – das bleibt Ihnen und Ihrer moralischen Flexibilität überlassen. Natürlich können Sie manipulieren und Ihre eigenen Interessen verfolgen. Sie können aber auch andere motivieren und sie zum Beispiel bei Entscheidungsfindungen unterstützen. Und ganz selbstverständlich, hilft Ihnen das Wissen um die Kunst der Überzeugung auch dabei, zu erkennen, wenn andere Sie beeinflussen oder manipulieren wollen. Es besteht kein Zweifel:

Menschen wollten schon immer andere Menschen beeinflussen, überzeugen oder manipulieren. Ob innerhalb ihrer Familien, der Verwandtschaft, dem Freundeskreis, am Arbeitsplatz oder in der Politik. Über viele Jahrhunderte hinweg wurden dafür Gewalt, Lügen und Ängste als durchaus probate Mittel angesehen. Aber die Zeiten haben sich geändert. Gewalt kann in den meisten Formen strafrechtlich verfolgt werden, Lügen sind nur noch *fake news* und Vorsicht: Ängste, die man schüren will, müssen mit den Ängsten des Gegenüber korrelieren oder neu sein.

Merken: Logik und Rationalität sind zwei wunderbare Prinzipien aber leider äußerst selten in unserem Alltag anzutreffen. Ego und Identität sind auch zwei wunderbare Prinzipien aber im Gegensatz zu Logik und Rationalität kommen sie nicht nur häufiger in unserem Alltag vor, sondern sie bestimmen ihn! Immer wenn es um Moral, Liebe, Familie, Ego, Politik oder Entertainment geht, entscheiden wir erst und rationalisieren danach.

Was ist für mich drin?

Das Wissen um Vorurteile, Denkfehler und Emotionen ist das Rüstzeug eines jeden “Überzeugungskünstlers”. Die Art und Weise, wie wir wahrnehmen, denken und handeln, kann ausgenutzt werden, um uns oder andere zu beeinflussen. Mit oder ohne Fakten. Mit

Wahrheiten, Lügen und selbst mit ausgemachtem Schwachsinn. Man muss nur lernen, wie andere ticken, verstehen, wie sie denken und in Erfahrung bringen, wo ihre “Schwachstellen” sind. Klingt jetzt nicht so kompliziert – oder? Klingt irgendwie nach Menschenkenntnis! Nach Empathie und Achtsamkeit? Nach Kirche, *Sales*, Vertrieb und Marketing? *Special Agent*, *Profiler*, CIA-Spion, Psychiater und *The Mentalist*? Warum nicht auch AI und Technologie? Irgendwie alles und irgendwie auch nichts im Speziellen? Vorschlag: Machen wir es wie jemand, der es bewiesenermaßen ziemlich gut kann: I try to learn from the past, but I plan for the future by focusing exclusively on the present. That's where the fun is. (Donald Trump). Los geht's!

Wenn es nach der Spieltheorie geht, die Spieltheorie ist eine Art mathematischer Versuch, Entscheidungssituationen zwischen mehreren Beteiligten zu erfassen und voraussagen zu können, dann ist jede Verhandlung, jeder *Deal*, ein Null-Summen-Spiel. Einfacher ausgedrückt: Einer gewinnt, einer verliert. Der Gedanke, das Verhalten von Menschen wissenschaftlich voraussagen zu können, faszinierte eine ganze Forschergarde nach dem Ende des zweiten Weltkrieges und führte im Anschluss zu der Idee des Homo Economics - also einer Art wirtschaftlicher Idealvorstellung des Menschen: Der nur an sich selbst interessierte rationale Nutzenmaximierer. Ich habe bereits zu Beginn des Buches darüber gesprochen. Die Theorie war durchaus logisch, in sich schlüssig und auch mathematisch verifizierbar. Sie wurde sogar sinnvoll erweitert, in dem Forscher erkannten, dass es auch möglich sein kann, dass Nutzenmaximierer eine stabile Lösung, einen Mittelweg finden zu können. Aber wie das bei mathematischen Theorien so ist, sie brauchen Regeln und fest definierte Bedingungen. Das reale Leben kann das aber nicht bieten. Wenn Informationen verborgen oder falsch sind, wenn Intentionen und Ziele nicht definiert werden oder Strategien so häufig wie schmutzige Unterwäsche gewechselt werden, immer dann kommen Spieltheoretiker in Schwierigkeiten. Immer wenn für strategische Entscheidungen rationales Denken und logisches Handeln vorausgesetzt werden, verlassen wir bei Menschen, wie Sie jetzt nach Lektüre des 2. Teiles dieses Buches wissen, den sicheren Hafen von Realitätsbezug und Logik. Wir treffen Entscheidungen unter Unsicherheit oder mit unzureichendem Wissen. Regeln können geändert werden und wenn es emotional wird, fehlt uns nicht selten die Selbstkontrolle. *Context is everything*. Die Idee des Nullsummen-Spiels hat sich jedoch als

Verhandlungs-Mantra sprichwörtlich in das gesellschaftliche Bewusstsein ganzer Generationen eingebrannt. Immer, wenn einer gewinnt, verliert ein anderer. Damit ist jetzt Schluss! Zumindest für Sie als zukünftigen Überzeugungstäter. Sie werden häufiger gewinnen, mehr recht bekommen und andere Menschen besser beeinflussen können. Ihr Ziel ist es aber nicht, dass die anderen verlieren und sich dann auch als Verlierer fühlen. Aus der Person, aus der Sie heute einen Verlierer machen, machen Sie sich gleichzeitig einen neuen Feind für morgen. Denken Sie mal darüber nach! Und wenn Sie schon dabei sind, denken Sie doch auch gleich mal über den Sinn und den Unsinn von Kompromissen nach. “Einen Kompromiss finden” – wie oft haben wir das schon gehört...und dann? Ein Kompromiss ist ein halber Gewinn, eine halbe Lösung, ein ganzer systemischer Fehler. Hatten Sie schon mal einen Kompromiss, der Sie befriedigt hat, der Ihnen ein gutes Gefühl gegeben hat? Ich noch nie! Als Überzeugungstäter machen Sie keine Verlierer und als Überzeugungstäter machen Sie auch keine Kompromisse. Sie erreichen Ihre Ziele nicht, indem Sie andere besiegen. Sie erreichen Ihre Ziele, indem Sie andere dazu bringen, selbst zu erkennen, dass sie unrecht haben. Wenn Ihnen das gelingt, brauchen Sie auch keine Kompromisse mehr. Wie klingt das? Wenn das in Ihren Ohren verheißungsvoll und erstrebenswert anhört, nur zu, lesen Sie weiter und lernen Sie. Wenn Sie aber das Gefühl haben, der Autor führt sich jetzt wie ein Messias auf, ist das auch okay. Das ist nämlich zugegebenermaßen auch so beabsichtigt. Eine Art letzte Motivation, bevor es tatsächlich um die konkreten Handlungsanweisungen geht. Aber! Bevor Sie in den Genuss der selbigen kommen, müssen wir noch ganz kurz über eine magische Zahl und eine kluge Kindergeschichte sprechen. Danach geht es wirklich los. Versprochen! Also - die magische Zahl. Die magische Zahl lautet 180. Warum 180? Ich sag's Ihnen: 180 Grad - also 180° ist genau die Hälfte einer Kreisbewegung. Wir sind es gewohnt, uns ständig im Kreis zu bewegen. Wir sind es gewohnt, Informationen aus den unterschiedlichsten Richtungen aufzunehmen, uns ständig umzusehen und rastlos zu hören, zu reden, zu denken und zu tun dabei drehen wir uns im Kreis. Wir drehen uns sprichwörtlich immer im Kreis um uns selbst und sehen dabei nie, was hinter uns passiert. Wir sehen nicht, was die anderen sehen, die nicht unsere Perspektive einnehmen können, die nicht in unseren “Schuhen stecken”. Die Germanisten unter Ihnen erkennen jetzt: ah... eine Allegorie. Genau! Darum geht es! Wenn wir uns sinnbildlich nur um 180° drehen, wenn wir uns also sprichwörtlich umdrehen und

dann verharren, dann beginnen wir die Welt mit anderen Augen zu sehen. Klar - jetzt könnten die Germanisten unter Ihnen sagen: "Dafür reicht es doch auch, einen Blick über die Schulter zu werfen - oder?" Nein reicht es nicht! Ein Blick über die Schulter ist auch nur eine "Projektion" – denken Sie mal drüber nach (also nur wenn Sie Germanist sind). Für alle anderen gilt: Eine der wichtigsten Eigenschaften für erfolgreiche Überzeugungstäter ist die Fähigkeit, den eigenen Standpunkt verlassen zu können. Also genau genommen, sich nicht nur um 180° zu drehen, sondern ruhig auch mal einen Schritt nach links oder rechts zu gehen. Lernen Sie, sich von Ihrem Ego zu lösen. Lernen Sie, Ihre Emotionen zu erkennen und zu parken. Lernen Sie, dass Sie nicht das Zentrum sind, um das sich alles dreht – schon gar nicht andere Menschen. Okay?

Jetzt zur Kindergeschichte: Die drei kleinen Schweinchen von Joseph Jakobs. Kennen Sie nicht? Dann machen Sie hier doch kurz eine Pause und belesen Sie sich – bitte! Dauert nur 2 Minuten. Ich warte hier auf Sie. Gelesen? Gut! Vergessen Sie die drei kleinen Schweinchen! Es geht um den Wolf und es geht um die Häuschen. Die Häuschen sind unsere Metapher für die Meinungen bzw. die Standpunkte unserer Verhandlungspartner. Alles das, was unseren Verhandlungspartnern wichtig ist, ist wie eine Art Haus. All ihre Prinzipien und all ihre Emotionen sind wie eine Art Haus. Alle Argumente, die unsere Verhandlungspartner hervorbringen sind...wie eine Art Haus. Es ist ihr Haus. Klingel und Gegensprechanlage funktionieren zwar, aber irgendwie bekommen Sie die Bewohner nicht dazu, für Sie die Tür zu öffnen. Sie kommen da nicht rein. Die Tür ist verschlossen, die Fenster ebenso. Ich rate Ihnen auch davon ab, es über den Schornstein zu probieren - Asbest! Also was machen Sie? Ich sag's Ihnen. Sie machen es wie der Wolf, also sprichwörtlich wie der Wolf: Sie rütteln und schütteln und pusten und prusten so lange, bis das Haus – das mentale Gebäude Ihres Gegenübers – in sich zusammenbricht, so lange bis es zerfällt. Und noch was: Wenn Sie das richtig gut gemacht haben, bemerkt der

Bewohner gar nicht, dass Sie es gewesen sind. *You know what i mean?* Wenn Sie die Geschichte der drei kleinen Schweinchen wirklich kennen oder tatsächlich eben erst gelesen haben, dann haben Sie jetzt sicher noch eine berechtigte Frage: Was ist mit dem Haus aus Ziegeln? Der Wolf ist daran ja gescheitert. *Yup* – daran ist er gescheitert und das kann jedem

Überzeugungstäter passieren. Es gibt da draußen einfach immer wieder mal mentale Häuser, die man einfach nicht umgepustet bekommt.

Ich liebe Metaphern - ich hoffe Sie auch! So schön wie die Geschichte der drei Schweinchen jedoch für das Grundverständnis eines Überzeugungstäters ist, irgendwie liefert sie mir leider keinen geschmeidigen Übergang zum nächsten Kapitel. Aber ich habe eine Idee: Würden die drei Schweinchen in der heutigen Zeit leben und sehen, wie Sie da draußen suspekt vor ihrem Haus im Wolfskostüm herum hampeln, würden Sie höchstwahrscheinlich das *AR-15* aus dem Nachtschrank holen oder wenn Sie nicht in den USA leben, zumindest die Polizei anrufen. Beides wollen Sie vermeiden. Also zeigen Sie sich jetzt möglichst von Ihrer besten Seite und winken erstmal. Vielleicht haben Sie ja sogar Blumen dabei? Was Sie zunächst wollen, sind neugierige Schweinchen. Schweinchen werden gerne gelobt. Sie reden gerne und gerne oft über sich selbst. Das nutzen Sie aus! Ach ja, und Sie brauchen keinen Schafspelz. Was Sie brauchen, sind die nun folgenden Kapitel über Körpersprache!

Merken: Wie sind keine selbstbezogenen materialistischen Egomane, die nur an ihren eigenen Vorteil denken. Aber egal was wir tun, wir können gar nicht anders als alles von uns aus, von unserem Standpunkt und unserem Selbstverständnis aus zu bewerten. Als Überzeugungstäter müssen Sie lernen, diesen Zwang kontrollieren zu können.

SCHLUSSWORT

Übrigens

Oh - Sie sind noch immer hier bei mir? Schön. Das bedeutet, dass Sie außergewöhnlich wissbegierig und neugierig sind. Ich mag Sie! Bleiben Sie also gerne noch für ein paar Minuten bei mir. Vor allem, wenn es Sie interessiert, warum ich dieses Buch geschrieben habe. Reich und berühmt wird man ja mit solchen Werken eher nicht. Zuwenig Superhelden, zu wenig Morde und zu wenig Emotionen. Aber wenn Ihnen ein Thema so wie mir unter den Fingernägeln brennt, ein Thema, das so offensichtlich ist und dennoch

von so wenigen beachtet wird, dann ist es fast unvermeidlich, dass Sie sich eines Tages auf Ihren Hintern setzen und versuchen, Ihre Sicht der Dinge aufzuschreiben.

Ich nehme Sie auf den nächsten Seiten mit auf eine kleine Reise. Eine Reise in die Vergangenheit. Die jüngere Vergangenheit, um genau zu sein. Ich werde Ihnen eine Geschichte erzählen, die eigentlich keine Geschichte, sondern Geschichte ist. Geschichte, die Sie bereits kennen. Sie kennen den Plot. Sie kennen den Protagonisten. Sie kennen die Gags und die traurigen Episoden. Sie kennen das Ende der ersten *Season*. Sie kennen den *Cliffhanger* und die zweite *Season* und aktuell können Sie sogar die dritte *Season* tagtäglich auf dem Medium Ihrer Wahl konsumieren. Es geht um den Mann, der es geschafft hat, wie niemand vor ihm, sich in das Zentrum der politischen Macht der USA zu betonen. Der es geschafft hat, sich dort breit zu machen. Breit zu machen um zu bleiben und um der ultimative Dreh- und Angelpunkt der Weltgeschichte zu werden. Ihm geht es um Macht und um Aufmerksamkeit. Er will, dass sich jeder Verleumder und jeder Kritiker, der es je gewagt hat, an ihm zu zweifeln, vor ihm verbeugt. *“Bow down to the King”* Das ist die Geschichte, die ich Ihnen erzählen möchte. Ich möchte Ihnen diese Geschichte aber ein wenig anders erzählen. Darauf komme ich ein später noch einmal zurück. Begleiten Sie mich doch zunächst einmal in das Jahr 2015. Sagen wir – um eine künstliche Spannungskurve zu schaffen – es ist der frühe Morgen des 16. Juni 2015. Es geht zunächst erstmal um mich. Ich sitze im Büro und denke nach. Ich habe nun schon gut 15 Jahre Erfahrung in den Bereichen Marketing, Strategie und PR und irgendwie werde ich seit einiger Zeit das Gefühl nicht mehr los, dass sich “die Dinge” langsam ändern. Langsam, aber “massiv”. Na klar, die meisten Werber und Strategen treffen irgendwann in ihrer Karriere auf die sogenannten *“Sales-Bibles”* – Bücher, die ihnen erklären, wie man Menschen umgarnt und beeinflusst und ihnen dann etwas verkauft. Dale Carnegie’s *“How to win friends and influence people”* aus dem Jahr 1936 ist mit seinen weltweit 30 Millionen verkaufter Kopien ganz sicher die Nummer 1, gefolgt von Robert Cialdini’s - *“Influence”* von 1984 oder auch Robert Greene’s - *“Power”* aus dem Jahr 1999. Viel mehr als eine kleine Episode für den nächsten Smalltalk bleibt aber bei den meisten “Kreativen” davon nicht hängen. Zu sehr hat sich die Branche auf die alten wirtschaftsliberalen Narrative eingeschossen und zu pedantisch tarnt sie ihre Eitelkeit lieber mit der Suche nach der nächsten ultimativen Kampagne. Kein Zweifel, da ist schon einiges

an *“rumble in the jungle”*: Das klassische Verständnis von Zielgruppen bröckelt dahin, Soziologen debattieren Postmoderne und Gesellschaftswandel und so ganz nebenbei hat das Internet in den letzten 15 Jahren die Führung übernommen. Es hat nicht nur ganze Geschäftsmodelle ausgehebelt und die Dominanz klassischer Medien ad acta gelegt. Vor allem hat das Internet die Art und Weise, wie Menschen Informationen konsumieren und miteinander teilen, massiv verändert. Ich sitze also im Büro und denke nach. Ich habe gerade Robert H. Frank's – *“The Darwin Economy”* fertiggelesen. Der New York Times Ökonom beschreibt darin, warum es viel sinnvoller wäre, wenn man die wirtschaftliche Realität unserer Zeit nicht durch die Prinzipien der klassischen Wirtschaftswissenschaften, sondern lieber durch Darwins Augen und seinem Verständnis von *“Wettbewerb”* betrachten würde. Es kann laut Frank nicht sein, dass die *“unsichtbare Hand”* des Wettbewerbs das Wohl des Individuums über das Wohl der Gemeinschaft stellt und somit Verhaltensweisen fördert, die der Gruppe Schaden zufügen und zusätzlich auch keinen bleibenden Vorteil für den Einzelnen bieten. Frank plädiert dementsprechend dafür, eine neue Art Politik und Regieren zu denken. Ein spannendes Buch für das Jahr 2015 und ein spannendes Buch für das Jahr 2025. Da ich aber vor gut 10 Jahren noch keinerlei Interesse für Politik hege, drehen sich meine Gedanken immer mehr um das Thema *“Individuum und Gemeinschaft”*. In den letzten Jahren bin ich immer öfter auf Bücher gestoßen, die mein klassisches Weltbild und damit mein Verständnis von der Art und Weise, wie wir denken und wie wir handeln, ins Wanken brachten. Ich werde das Gefühl nicht los, dass da eine Menge im Argen liegt und dass sich die Dynamik der sogenannten neuen Medien noch massiv auf unser Leben auswirken wird. Ich frage mich: Was sind noch Nachrichten? Welches Gewicht haben Informationen? Wem glauben wir? Warum glauben wir? Wieviel Einfluss haben die neuen und die alten Medien und welchen Einfluss die *“neuen Stars”* der Branche? Und während ich den Tag mit texten und dem Entwurf einer Pressemeldung verbringe, braut sich am Himmel über mir an diesem 16. Juni 2015 so langsam, aber sicher eine Wolke zusammen. Eine orangene Wolke und aus dieser Wolke steigt wenig später ein Mann mit zu viel *Body-Toner* und einer ziemlich wirren Frisur herab.

Der 16. Juni 2015 wird sein Tag! Der 16. Juni 2015 wird der Tag an dem Amerikas populärster *“Business-Man”* der geneigten Presse und den dazugehörigen USA eröffnet, dass

er vorhat, der 45. Präsident der Vereinigten Staaten zu werden. Ich habe nun schon gut 15 Jahre Erfahrung in den Bereichen Marketing, Strategie und PR und irgendwie überwältigt mich das Gefühl, dass dieser Mann womöglich die Inkarnation all dessen ist, was ich mir über so viele Jahre an Wissen zu den Themen Vermarktung, Medien und Manipulation angeeignet habe. Ich bekomme das Gefühl, dass *“You are fired Donald Trump”* einen großen Plan verfolgt, einen Plan, den er nie aufgeben wird. Einen Plan, der erst vollbracht sein wird, wenn er der berühmteste Mensch der Erde geworden ist. Koste es, was es wolle! Mir wird klar: Der Beginn des Endes einer Ära hat offiziell begonnen. Am 19. Dezember 2016 treffen sich dann die Wahlmänner des *Electoral College* in ihren jeweiligen Hauptstädten und geben offiziell ihre Stimmen ab. Donald Trump erhält 304 Wahlmännerstimmen und wird somit der 45. Präsident der Vereinigten Staaten von Amerika. *Welcome President elect!* Von da an geht es Schlag auf Schlag. Eine absurdere Meldung toppt die vorherige und der Rest der Welt weiß nicht so recht, ob er feixen, weinen oder erstmal still halten soll! Donald Trump wirkt zunächst leicht überfordert, tappt von einem Fettnäpfchen ins nächste und wird immer und immer wieder angezählt. Es scheint fast so, als ob US-Medien kein anderes Thema mehr neben den unzähligen Spekulationen, Analysen und Gastkommentaren akzeptieren können. Ihrem neuen Präsidenten ist das recht, zu verlockend ist die Aufmerksamkeit – sie ist der Balsam auf seiner Seele, sie ist die Luft, die er atmet – *it’s everything he ever wanted*. Der neue Präsident hat eine dicke Haut und scheinbar bringt ihn so gar nichts wirklich aus der Ruhe. Ganz im Gegenteil. Donald Trump wird immer sicherer, dreister und überheblicher und ich ertappe mich dabei, wie ich analysierenden Auges hunderte von Berichten, Interviews, und Videos von, über und mit ihm konsumiere. Ich suche nach Hinweisen, Beispielen und Belegen für Dinge, die ich eigentlich irgendwie schon längst gefunden hatte. Ich suche nach Bestätigung und wollte ihn, Präsident Nr. 45, besser verstehen. Natürlich dauert es nicht lange, bis die ersten Analysen seinen Erfolg katalogisieren und erklären wollen: Das Versagen der Demokraten bei der weißen Arbeiterschicht ohne Hochschulabschluss (*Blue Collar Worker*), *deplorable Swing Voter*, der Austausch von Stolz und Klassenzugehörigkeit durch Identitätsgruppen, der Verlust des klassischen amerikanischen Aufstiegsnarrativs, der postindustrielle (*erklären) Gesellschaftswandel, der *deep political divide* oder das Thema des weltweit erstarkenden Populismus. Für jeden ist etwas dabei und wie immer hat auch Mark Twain schon mal etwas Passendes gesagt: “Die Geschichte wiederholt

sich nie, doch die kaleidoskopischen Kombinationen der abgebildeten Gegenwart scheinen oft aus den zerbrochenen Fragmenten antiker Legenden konstruiert zu sein.“ Also von allem ein bisschen und von nichts genug. Hauptsache es klingt logisch und Hauptsache es glänzt – also es polarisiert! Doch während sich der Großteil der Gegner und Befürworter der Trumpschen Agenda darüber streiten, ob er das nun alles eigentlich darf und was für katastrophale Folgen das haben könnte und die meisten Journalisten und *Political analysts* in Trump “nur” den orangen Mann mit dem Ego eines Narzissten und dem Sprachniveau eines Drittklässlers sehen, interessiert mich stattdessen: Trump der “*Dealmaker*” und Trump der “Meister der Manipulation”.

“My style of deal-making is quite simple and straightforward. I aim very high, and then I just keep pushing and pushing and pushing to get what I’m after.” Ist Trump wirklich die Ursache für Trump oder ist Trump einfach nur zur richtigen Zeit am richtigen Ort gewesen? Ist er einfach nur der nächste Celebrity, der zum Politikerstar wurde oder ist er der ultimative *Celebrity* für das Amt des Präsidenten? So langsam dämmert es mir, dass ich die Antworten nicht bei denen finden werde, die in der Öffentlichkeit die Welt erklären. Nicht bei Journalisten, nicht bei “Demokraten”, nicht bei Soziologen oder Politikwissenschaftlern. Mir wurde klar, dass ich stattdessen bei denen suchen muss, die Trump unterstützen, bei denen, die sich mit Trump verbünden und ich muss bei denen suchen, die ihn verstehen. Ich muss herausfinden, was sie sehen und was die anderen (absichtlich?) übersehen! Und so viel schon mal vorweg: “*Oh boy!*” war das ergiebig! Und “*Oh boy*” das “*Rabbithole*” war so tief, dass es selbst Thomas A. Anderson aka Neo beeindruckt hätte und so stellte ich mir die Frage:

Hat sich das Spiel geändert oder die Regeln?

Donald Trump ist der vielleicht perfekte *Blueprint* unserer neuen globalen und vernetzten Welt zu Beginn 21. Jahrhunderts. Er ist die Inkarnation einer neuen alten Führungsliga. Trump’s USA 2025 beugt sich dem Patrimonialismus und der ehemalige Immobilienmakler wird zum symbolische Vater des Volkes. Trump’s USA 2025 tauscht eine Regierungsform gegen ein Regierungsstil und belohnt jetzt individueller Loyalität und Konformismus. *God save the family business!* Was war nochmal privat und was öffentlich? Was legal und was illegal?

Ob Trump auf Grund von Inkompetenz oder der Verstrickung in dann doch etwas zu viel Korruption die Hosen runter lassen muss, wer weiß das heute schon? Der Fakt aber, dass er in genau dem Maße, in dem er eigentlich nur eine Karikatur des klassischen “amerikanischen Superhelden” darstellt und dennoch oder vielleicht gerade deswegen, mehr als die Hälfte der berechtigten Amerikaner dazu bewegen konnte, ihn nicht nur einmal, sondern fast dreimal hintereinander zum Präsidenten zu machen, führt alle gängigen sozialwissenschaftlichen Erklärungen ad absurdum. Der Erfolg für Donald Trump basiert nicht auf Donald Trump. Der Erfolg für Donald Trump basiert auf kultureller Evolution. Trump ist – und ich lehne mich jetzt ein wenig aus dem Fenster – das Ergebnis einer kulturellen Mutation. Verstehen Sie mich bitte nicht falsch, wenn ich von “Mutation” spreche, ist das nicht als plumper Witz gemeint, es ist vielmehr eine Metapher. Alles das, was Donald Trump in seiner Gesamtheit ausmacht, macht ihn zu einer absoluten Ausnahmefigur. Er ist faktisch eine Art Zufallsergebnis – wie eine Mutation – und passt, wie es der Zufall nun manchmal so will, gerade perfekt in diesen einen neuen Lebensraum. *A natural fit to the United States of America at the brink of the 21st century*. Das ist sein Lebensraum und dorthin passt er nicht nur wie die Faust aufs Auge, sondern vor allem wie der *Body-Toner* auf eine blasse und faltige, alte Haut.

Wird sich diese Mutation – in ihrer Gesamtform – als erfolgreich und als fit erweisen? Höchstwahrscheinlich nicht – in the long run! Das Gefährliche aber daran ist, dass sich bereits schon vor einiger Zeit verschiedene Teilmutationen auf den Weg um den Globus gemacht und schon hier und da mit unterschiedlicher Virulenz auf ihre Wirte übergegriffen haben. Natürlich ist Donald Trump kein Superheld. Auch ihm ging und geht es in allererster Linie um seinen eigenen Vorteil, sein eigenes Auskommen und um seinen eigenen Narzissmus. Aber er ist eben auch tatsächlich davon überzeugt, dass er etwas ändern muss und ändern kann. Was ihn jedoch von so vielen anderen “*wanna-be's*” unterscheidet, ist seine Art und Weise und sein fast übernatürlicher Instinkt, die “*flaws and sins*” seiner Mitmenschen als Vorteil für seine Manipulation und seine Überzeugungskraft auszunutzen. Er hat es, wie kaum ein anderer verstanden, den Gesellschafts- und Technologiewandel und die daraus resultierenden Veränderungen gerade in den Medien so zu nutzen, dass es ihm den größtmöglichen Vorteil für seine Präsenz verschaffte. Er musste dafür kein studierter

Politologe oder Werber sein. Ganz im Gegenteil, ihm reichte die *“School of hardknocks”* – die Erfahrung des realen Lebens – und sein *“Mega-Celebrity-Status”*, um mit offenen Augen die Veränderungen in der Welt um ihn herum im Kleinen und im Großen zu beobachten, zu analysieren, um dann daraus die effektivsten Strategien ableiten zu können.

Hat sich nun das Spiel geändert oder die Regeln? Was glauben Sie? Nun ich will Sie nicht unnötig länger auf die Folter spannen, ich mache es kurz: Das Spiel hat sich nicht geändert! Das Spiel ist noch immer das Gleiche. Was sich geändert hat, sind die Regeln und ich wollte definitiv mehr über diese neuen Regeln lernen. Ich wollte sie besser verstehen und vor allem besser anwenden können. So habe ich nach diesem 16. Juni 2015 damit begonnen alles zu lernen, was ich über Manipulation und Beeinflussung finden konnte. Mir war klar, wo das alles herkommt, da gibt es noch mehr. Und da gab es eine Menge zu lernen. Eine unglaubliche Menge! Vier Jahre später war der Spuk vorbei – zumindest dachte ich das noch am Abend der Wahl von Joe Biden – aber *Fake News*, *Manipulation*, *Alternative Facts*, *Information Juncification*, *Filter Bubbles* und *Echo Chambers* hatten sich entschlossen zu bleiben und so auch Donald Trump. Amerika war scheinbar noch nicht *great again* genug und auch in unserem Land rumorte es bereits beträchtlich. Ich hatte irgendwie das Gefühl, dass es das doch noch nicht gewesen war. So begann ich Stück für Stück zu rekapitulieren, was ich während der letzten Jahre über das Thema gelernt hatte. Ich kramte die Fachbücher noch einmal heraus, sammelte und sortierte die wissenschaftlichen Artikel und begann dann am Ende des Jahres 2023 damit, meine Sicht der Dinge aufzuschreiben. Ich wollte einen Beitrag dazu leisten, dass wir *“die neuen Regeln”* besser verstehen und vor allem, dass wir lernen, sie auch anzuwenden. *Because you have to play the game by the rules.*