

WLADISLAW JACHTCHENKO  
Dunkle Rhetorik



*Buch*

Seien wir mal ehrlich: Wir alle kennen doch die Situation, in der wir uns nichts sehnlicher gewünscht hätten, als unser Schwafelgegnüber sprachlos zu machen, in einem Streit das letzte Wort zu haben oder dem überheblichen Kollegen gegenüber recht zu behalten. Für diese und andere Fälle krampfiger Alltagskommunikation bringt uns der erfolgreiche Rhetoriktrainer und Speaker Wladislaw Jachtchenko in seinem Manipulations-Bootcamp die passenden Tricks bei.

Um zu erfahren, wie wir durch Politiker, Experten, Wirtschaftsbosse und andere illustre Gestalten manipuliert werden, gehen Sie auf:

**[www.mediathek-der-manipulationen.de](http://www.mediathek-der-manipulationen.de)**

Hier gibt es kurze Videos mit Manipulationstechniken, die in diesem Buch behandelt werden, und weiteres Videomaterial zum Buch.

*Autor*

Wladislaw Jachtchenko hat Politikwissenschaft, Jura, Geschichte sowie Literaturwissenschaft in München und New York studiert und als Jurist in einer Münchner Kanzlei sowie als wissenschaftlicher Mitarbeiter bei den Vereinten Nationen in New York gearbeitet. Im Jahr 2007 folgte er dem Ruf seiner Leidenschaft und arbeitet seitdem als Rhetoriktrainer, Speaker und Businesscoach. Er ist Gründer der Argumentorik-Akademie und bietet maßgeschneiderte Firmenseminare, kurzweilige Impulsvorträge sowie Einzelcoachings zu allen Themen rund um professionelle Kommunikation. Der Autor ist Top-10-Speaker auf internationalen Rhetorik-Turnieren und mehrfach ausgezeichnete Kommunikationsexperte.

Wladislaw Jachtchenko

# Dunkle Rhetorik

Manipuliere, bevor du manipuliert wirst!

GOLDMANN

Dieses Buch ist bereits unter dem Titel  
»Schwarze Rhetorik« erschienen.

Sollte diese Publikation Links auf Webseiten Dritter enthalten,  
so übernehmen wir für deren Inhalte keine Haftung,  
da wir uns diese nicht zu eigen machen, sondern lediglich  
auf deren Stand zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung verweisen.



Dieses Buch ist auch als E-Book erhältlich.



Verlagsgruppe Random House FSC® N001967

1. Auflage

Originalausgabe September 2019  
© 2019 Wilhelm Goldmann Verlag, München,  
in der Verlagsgruppe Random House GmbH,  
Neumarkter Str. 28, 81673 München  
Lektorat: Ralf Lay  
Illustrationen: © Anka Hartenstein  
Umschlaggestaltung: UNO Werbeagentur,  
München, unter Verwendung eines Fotos © Xenia Kharmach  
fm · Herstellung: cb  
Satz: Satzwerk Huber, Germering  
Druck: GGP Media GmbH, Pößneck  
Printed in Germany  
ISBN 978-3-442-22310-7

[www.goldmann-verlag.de](http://www.goldmann-verlag.de)

*Für Malusk*



## Inhalt

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Vorwort: Nett sein war gestern</b> . . . . .  | <b>13</b> |
| <b>Einleitung: Du manipulierst täglich</b> . . . . .   | <b>15</b> |
| Die Gretchenfrage: Ist Manipulation unmoralisch? 17 • Wo-<br>durch sich die Menschen am ehesten manipulieren lassen 19 |           |

### Die Top-10-Skills der Manipulation für den Alltag

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Sicher auftreten bei völliger Ahnungslosigkeit</b> . . . . .  | <b>27</b> |
| Trick Nr. 1: Abstrahieren 29 • Trick Nr. 2: Abdriften 30 •<br>Trick Nr. 3: Zurückweisen 32 • Trick Nr. 4: Zustimmung und<br>loben 33 • Trick Nr. 5: Aussagen Dritten zuschreiben 33 • Trick<br>Nr. 6: Gegen- und Motivfrage 34 • Trick Nr. 7: Den Philosophen<br>spielen 35 |           |
| <b>2. Mit gutem Erscheinungsbild blenden</b> . . . . .  | <b>36</b> |
| Zählt Inhalt wirklich nur 7 Prozent? 37 • Die täuschende Wir-<br>kung des Halo-Effekts 38 • Souveräne Körpersprache und selbst-<br>bewusste Stimme 40 • Die suggestive Wirkung von Kleidung<br>und Statussymbolen 41 • Sich selbst manipulieren? 42                         |           |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>3. Schnell Sympathie aufbauen</b> .....   | <b>44</b> |
| Was ist Mirroring? 44 • Warum das Mirroring funktioniert 46 •<br>Was tun, um sich selbst gegen das Spiegeln zu schützen? 49  |           |
| <b>4. Geschickt lügen</b> .....  | <b>51</b> |
| Geschickt lügen, Teil 1: Die Unwahrheit als Lüge 51 • Geschickt<br>lügen, Teil 2: Halbwahrheiten 55  |           |
| <b>5. Zustimmung erzwingen</b> .....   | <b>60</b> |
| Zustimmungstrick Nr. 1: Vor vollendete Tatsachen stellen 60 •<br>Zustimmungstrick Nr. 2: Die »Fuß-in-der-Tür-Technik« 62 •<br>Zustimmungstrick Nr. 3: Die »Mit-der-Tür-ins-Haus-fallen-<br>Technik« 64 • Zustimmungstrick Nr. 4: Der »Autoritätstrick« 65 •<br>Zustimmungstrick Nr. 5: Der »Mehrheitstrick« 67   |           |
| <b>6. Mit Fragen lenken</b> .....  | <b>69</b> |
| Fragetyp Nr. 1: Die verdeckte Frage 70 • Fragetyp Nr. 2: Die<br>Alternativfrage 70 • Fragetyp Nr. 3: Die Schmeichelfrage 71 •<br>Fragetyp Nr. 4: Die Angriffsfrage 72 • Fragetyp Nr. 5: Die Gegen-<br>frage 73 • Fragetyp Nr. 6: Die Suggestivfrage 73 • Fragetyp Nr. 7:<br>Die Unterstellungsfrage 74 • Fragetyp Nr. 8: Die Kettenfrage 75<br>• Fragetyp Nr. 9: Die Echofrage 75 • Fragetyp Nr. 10: Die Provo-<br>kationsfrage 76 |           |
| <b>7. Mit Emotionen überwältigen</b> .....   | <b>78</b> |
| Emotionstrick Nr. 1: Der emotionale Ausbruch 79 • Emotions-<br>trick Nr. 2: Der Appell an die Freundschaft 81 • Emotionstrick<br>Nr. 3: Das Mitleidargument 82 • Emotionstrick Nr. 4: Das Angst-<br>argument 83 • Emotionstrick Nr. 5: Der Appell an die Eitel-<br>keit 84   |           |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>8. Inhaltlich angreifen – und geistig entwaffnen. . . . .</b>  | <b>85</b> |
| Widerlegungstrick Nr. 1: Die Angriffsfläche erweitern 86 • Widerlegungstrick Nr. 2: Der Strohmännchen 87 • Widerlegungstrick Nr. 3: Der infinite Regress 89 • Widerlegungstrick Nr. 4: Irrelevanz vorwerfen 90 • Widerlegungstrick Nr. 5: In Widersprüche verstricken 92 • Widerlegungstrick Nr. 6: Die Abwägung 93 • Widerlegungstrick Nr. 7: Das Gerade-weil 93 |           |
| <b>9. Persönlich angreifen – und sprachlos machen! . . . .</b>  | <b>94</b> |
| Warum funktionieren Beleidigungen überhaupt? 97 • Soll man andere nun wirklich beleidigen? 98   |           |
| <b>10. Unliebsamen Diskussionen schnell ein Ende bereiten . . . . .</b>   | <b>99</b> |
| Abbruchtrick Nr. 1: Das Totschlagargument 100 • Abbruchtrick Nr. 2: Bis zum Erbrechen 102 • Abbruchtrick Nr. 3: »Invincible Ignorance« 103 • Abbruchtrick Nr. 4: Relativismus 103 • Abbruchtrick Nr. 5: Mein persönlicher Favorit 104   |           |

## Die drei Trickkisten der dunklen Rhetorik

|   |            |
|---|------------|
| <b>1. Die erste Trickkiste:</b>   |            |
| <b>Kognitive Verzerrungen . . . . .</b>   | <b>111</b> |
| Verzerrung Nr. 1: Die Überdurchschnittlichkeitsillusion 113 • Verzerrung Nr. 2: Der Bestätigungsfehler 119 • Verzerrung Nr. 3: Der Aufmerksamkeitsfehler 125 • Verzerrung Nr. 4: Kognitive Dissonanz 133 • Verzerrung Nr. 5: Der Priming-Effekt 141 • Verzerrung Nr. 6: Der Ankereffekt 148 • Verzerrung Nr. 7: |            |

Social Proof 153 • Verzerrung Nr. 8: Die Optimismusfalle und das Wunschdenken 157 • Verzerrung Nr. 9: Die Verarbeitungsflüssigkeit 160 • Verzerrung Nr. 10: Der Halo-Effekt 165 • Verzerrung Nr. 11: Die Autoritätsfalle 170 • Verzerrung Nr. 12: Die Versunkene-Kosten-Falle 178 • Verzerrung Nr. 13: Die Reziprozitätsfalle 182 • Verzerrung Nr. 14: Die Knappheitsfalle 187

## 2. Die zweite Trickkiste:

### Sprachliche Tricks ..... 192

Trick Nr. 1: Fach- und Fremdwörter 193 • Trick Nr. 2: Ohnmachtssprache und Power-Talking 197 • Trick Nr. 3: Framing 202 • Trick Nr. 4: Metaphern 210 • Trick Nr. 5: Wertende Wörter 216 • Trick Nr. 6: Das Wörtchen »weil« 220 • Trick Nr. 7: Die Stimme – und ihre Finessen 223 • Trick Nr. 8: Zitate 228 • Trick Nr. 9: Das Passiv 231 • Die Top 10 kleiner Sprachtricks 233

## 3. Die dritte Trickkiste:

### Scheinargumentation ..... 237

Scheinargument Nr. 1: Die Irrelevanztechnik 239 • Scheinargument Nr. 2: Das Traditionsargument 242 • Scheinargument Nr. 3: Der Angriff auf persönliche Umstände 245 • Scheinargument Nr. 4: Der Zirkelschluss 248 • Scheinargument Nr. 5: Das Dambruchargument 252 • Scheinargument Nr. 6: Die Evidenztechnik 255 • Scheinargument Nr. 7: Der Gefühlsappell 256 • Scheinargument Nr. 8: Die ständige Wiederholung 259 • Scheinargument Nr. 9: Die falsche Verallgemeinerung 261 • Scheinargument Nr. 10: »Mit diesem, folglich deswegen« 264 • Scheinargument Nr. 11: »Danach, also deswegen« 266 • Scheinargument Nr. 12: Das Nutzenargument 267 • Scheinargument Nr. 13: Das Fehlschlussargument 279

## Zur (Un-)Moralität der Manipulation

|  |            |
|--|------------|
| <b>Was genau ist Moral?</b> .....  | <b>285</b> |
| Sind diese Handlungen unmoralisch? 286 • Die inhaltliche Minimaldefinition der Moral 288   |            |
| <b>Die verschiedenen »Moralitätsstufen«<br/>der Manipulation</b> .....   | <b>290</b> |
| Die absichtliche Manipulation mit Nutzen beim anderen 292 • Die fahrlässige Manipulation mit Nutzen beim anderen 294 • Die »neutrale« Manipulation ohne Schaden und ohne Nutzen beim anderen 295 • Die fahrlässige Manipulation mit Schaden beim anderen 296 • Die bewusst fahrlässige Manipulation mit Schaden beim anderen 297 • Die Manipulation mit Eventualvorsatz mit Schaden beim anderen 297 • Die Manipulation mit direktem Vorsatz mit Schaden beim anderen 298 • Die absichtliche Manipulation mit Schaden beim anderen 298 |            |
| <b>Zum Schluss: Manipulation immer und überall</b> .....   | <b>301</b> |
| <b>Anmerkungen</b> .....   | <b>307</b> |