

**„Du hattest mich schon nach dem Hallo.“  
Warum verhandeln, wenn man überzeugen kann?**

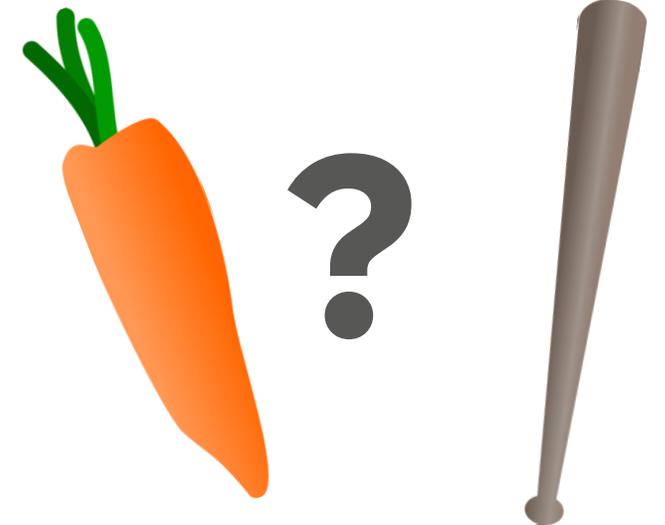
SRH Fernhochschule – The Mobile University  
Alumni Impulse, 17.10.2023  
Prof. Dr. Martin Hörmann

# Die drei Kernfragen

Was ist  
mein ZIEL?

Wer sind die  
ANDEREN?

Was muss ich tun um diese zu  
ÜBERZEUGEN?



# Überzeugen

## BEEINFLUSSEN

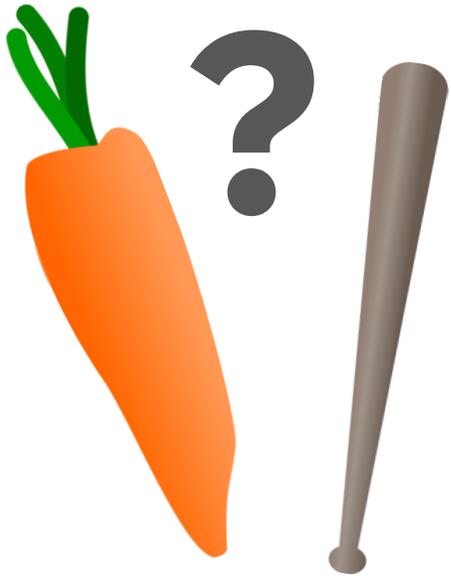
- Manipulation
- Steuerung
- Überzeugen i. e. S.

## VERHANDELN

- Interessen
- Vermitteln

## ZWINGEN

- Recht
- Macht



Ordnungsprinzipien des Gehirns:

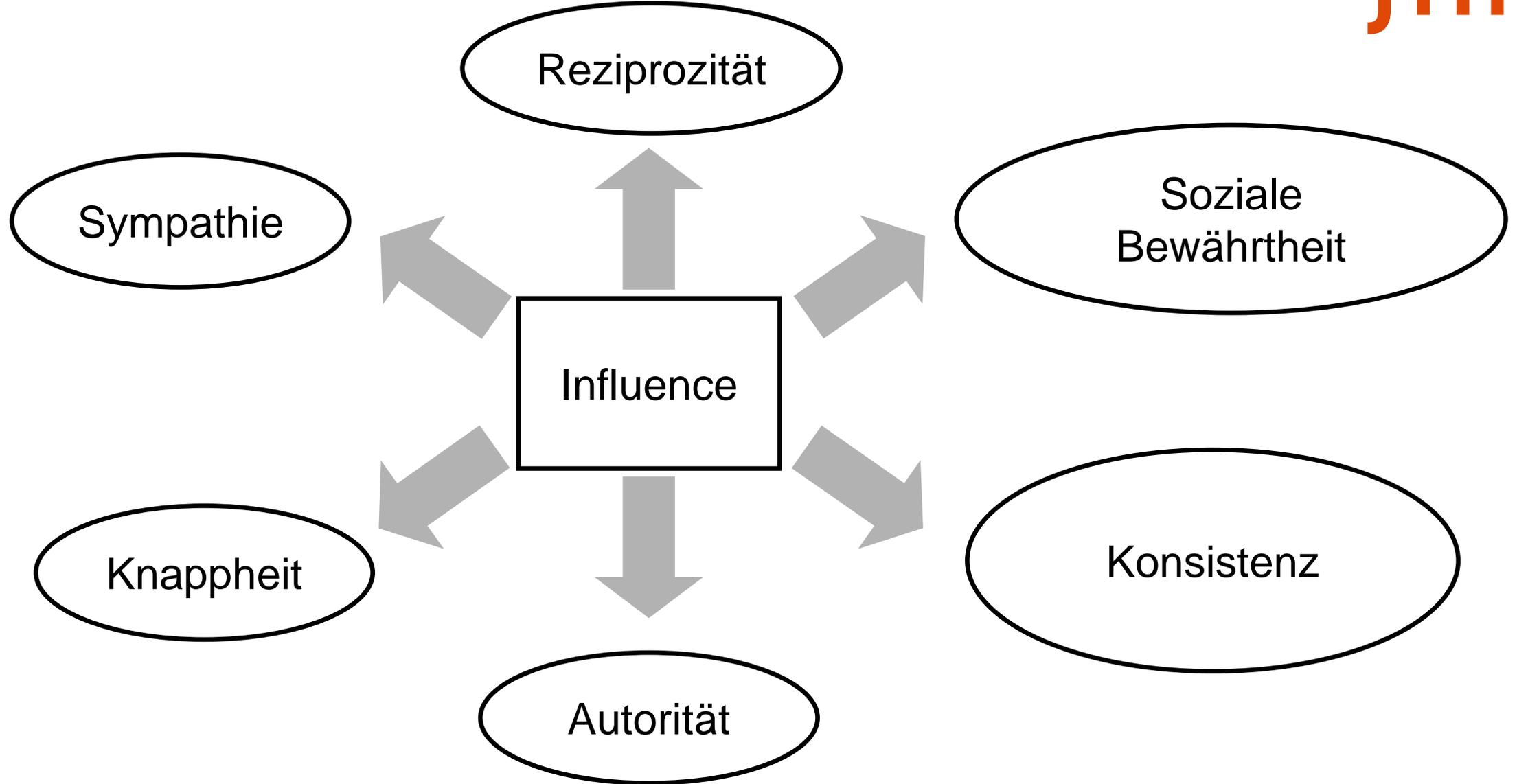
⇒ »Bedrohungen minimieren, Belohnungen maximieren.«

⇒ Strebt nach Belohnungen und meidet Bedrohungen.

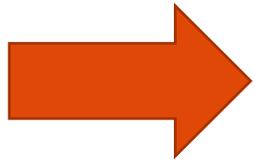
⇒ Reagiert auf negative Erlebnisse stärker als auf vergleichbare positive Erfahrungen.

⇒ Den Abgrund vor Augen führen!

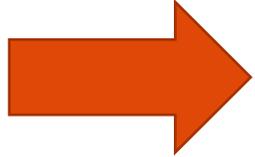
# Die sechs Prinzipien nach Robert Cialdini



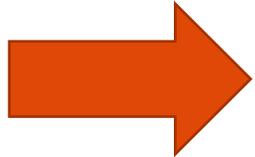
# Die sechs Prinzipien (positiv angewendet)\*



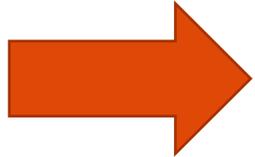
- **Reziprozität:** Menschen zahlen mit gleicher Münze zurück.
- Dem anderen das geben, was man selber bekommen will.



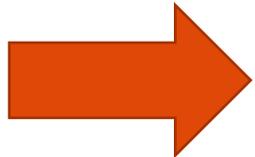
- **Soziale Bewährtheit:** Menschen folgen Ebenbildern.
- Den Einfluss sozial gleichgestellter Gruppen nutzen.



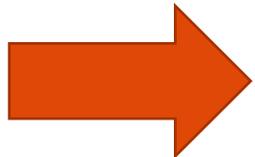
- **Konsistenz:** Menschen orientieren sich an ihren klar abgegebenen Zusagen.
- Darauf achten, dass Zusagen ausdrücklich, öffentlich und freiwillig erfolgen.



- **Autorität:** Menschen beugen sich dem Urteil von Experten.
- Die eigene Fachkompetenz zeigen (nicht annehmen, diese sei offensichtlich)



- **Knappheit:** Menschen möchten mehr von dem, wovon sie nur wenig bekommen können.
- Einzigartige Vorzüge und exklusive Informationen betonen.



- **Sympathie:** Menschen mögen Leute, die sie mögen.
- Echte Gemeinsamkeiten entdecken und aufrichtiges Lob verteilen.

Ist es ethisch vertretbar die oben beschriebenen Methoden anzuwenden, um das Verhalten meines Gegenübers in eine bestimmte Richtung zu beeinflussen?

„Der Wunsch, mit besonderen Tricks andere Menschen zu etwas zu veranlassen, was sie im Grunde gar nicht wollen, war in der Geschichte der Menschheit ebenso allgegenwärtig wie die Erkenntnis, dass solche Manipulationen nicht von langer Dauer sind.“

Wolfgang Salewski,  
Die Kunst des Verhandeln

- Kurzfristiger Gewinn vs. hohe Kosten bei Aufdeckung (Rufschädigung / Reputation)
- Bei unethischen Geschäften hohe Mitarbeiterfluktuation wahrscheinlich (moralischer Stress, da Handeln entgegen eigener Wertvorstellungen)

# Weiterführende Literatur

