



Manipulieren oder Überzeugen? - Interview mit Kishor Sridhar

März 2015

erschieden in der Podcast-Reihe „Führung auf den Punkt gebracht“

von Bernd Geropp

Die Shownotes zu diesem Podcast finden Sie unter

www.mehr-fuehren.de/podcast086

Manipulieren oder Überzeugen?

Interview mit Kishor Sridhar

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast086>



Geropp

Im täglichen Miteinander versuchen wir ständig, andere zu überzeugen. Wir wollen unsere Mitmenschen, unsere Kollegen, unsere Mitarbeiter dazu bewegen, etwas zu tun, und zwar genau das, was wir wollen. Wir wollen überzeugen. Wir wollen überreden oder manipulieren wir? Moment mal. Manipulieren, das ist doch böse oder? Was sagt denn Wikipedia dazu?

Nun bei Wikipedia heißt es: "Von Manipulation eines Menschen spricht man dann, wenn die Annahme eines Identifikationsangebots oder einer Ware und Dienstleistung nicht zu seinem Vorteil, sondern zu seinem Nachteil führt."

Wenn ich also einen Menschen dazu bekomme, etwas zu tun, was in seinem Interesse liegt, dann ist das keine Manipulation. Ich habe das Gefühl, ich bewege mich hier auf dünnem Eis. Und deshalb habe ich mir heute Kishor Sridhar zum Interview eingeladen. Mit ihm habe ich mich schon mal in Podcast-Folge 62 unterhalten, da ging es um die fünf größten Management-Mythen. Heute unterhalte ich mich mit ihm darüber, wie sich Menschen durchschauen und steuern lassen.

Sein neuestes Buch trägt den zugegebenermaßen reißerischen Titel "Wie Sie andere dazu bringen, das zu tun, was Sie wollen." Kishor Sridhar ist Unternehmensberater, Redner, Buchautor und Coach und er kennt sich gut aus mit Verhaltenspsychologie. Hier mein Interview mit Kishor Sridhar.

Ja. Herr Sridhar, Ihr neues Buch heißt "Wie Sie andere dazu bringen, das zu tun, was Sie wollen". Das klingt für mich stark - na ja, nach Manipulation, aber niemand lässt sich ja gerne manipulieren oder ist der Begriff Manipulation in diesem Zusammenhang vielleicht falsch gewählt?

Sridhar

Nun, so viel dazu, ich lasse mich auch ungerne manipulieren und entsprechend schreibe ich auch kein Buch dann, wie man Menschen manipuliert und es ist auch gar nicht Sinn des

Manipulieren oder Überzeugen?

Interview mit Kishor Sridhar

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast086>



Buches. Denn Manipulation ist für mich etwas, wo die Leute dann letzten Endes etwas tun, was ihnen selbst nicht gut tut und was sie gar nicht wollten. Also, dann habe ich zum Beispiel plötzlich zwei Staubsauger gekauft, die ich dann gar nicht wollte, was mir hinterher auffällt. Nein, in meinem Buch geht es darum, Menschen dazu zu verhelfen, auch Dinge zu tun, die sie unter anderen Umständen vielleicht tun würden, aber von denen sie gar nicht wissen, dass sie ihnen gut tun. Ich nehme immer so das Beispiel, ich sage mal, es gibt so charmante Beeinflussung, wie das erste Date. Das ist ja auch EIGENTLICH streng genommen ist es eine Manipulation. Man gibt sich etwas besser, als man ist, man hat so seine kleinen Kniffe und so weiter, aber wenn man dann noch so nach eineinhalb, zwei Jahren zurückschaut und gemeinsam drüber lächelt, wie meine Frau und ich das immer wieder gerne machen, dann weiß man, dass es keine Manipulation war, sondern es waren eben die kleinen Kniffe und Tricks, um das zu erreichen, was beide dann letzten Endes wollten und beide sich hinterher wohlfühlten. Und ich denke, wenn man die Sachen in dem Buch, die in dem Buch beschrieben sind dann auch anwendet und hinterher weiß, dass die Kunden, dass die Geschäftspartner, dass die Kollegen sich dann auch dabei wohlfühlen, vielleicht sogar mit den Augen zwinkern, dann nach einem Jahr drüber lächeln können, dann ist das Ziel erreicht.

Geropp

Wenn ich Sie richtig verstehe, ist es wie mit einem Hammer. Ich kann mit einem Hammer Gutes tun und ich kann Schlechtes tun. Wenn ich also die gute Herangehensweise habe, gute Werte, dann gibt es eine positive Manipulation, weil ich damit eigentlich Gutes tun will und ich kann Manipulation zu etwas Schlechtem einsetzen.

Sridhar

Ja richtig, es gibt auch Handlungsbarrieren, die in uns stecken und in dem Buch geht es darum, diese Handlungsbarrieren aufzulösen, sodass dann die Menschen dann etwas tun. Ich kann natürlich jemanden verdonnern, etwas zu tun oder ich kann ihn um einen Gefallen bitten oder ich kann es dann, wie es in dem Buch beschrieben ist, dann so machen, dass er es mit Freude tut. Und mir hilft, er sich danach besser fühlt, sie sich danach besser fühlt, weil sie

Manipulieren oder Überzeugen?

Interview mit Kishor Sridhar

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast086>



etwas Positives getan hat und ich das dann natürlich irgendwann auch zeitnah wieder zurückgebe.

Geropp

Ich fand ja sehr spannend, dass Sie bei dem menschlichen Handeln und nicht Handeln im Grunde nur auf vier Motivatoren fokussieren, dass Sie sagen, diese vier Motivatoren, die reichen eigentlich aus. Also, wenn ich es richtig in Erinnerung habe, Ego, Bequemlichkeit, Gier und Angst. Es hört sich für mich so ein bisschen zu einfach an. Vielleicht können Sie das mal an ein paar Beispielen besser verdeutlichen. Lässt sich das Handeln tatsächlich nur auf diese vier Motivatoren reduzieren?

Sridhar

Ja, es klingt erstmal einfach, aber der Teufel liegt ja immer im Detail und es ist ja eine Mischung aus den verschiedenen Motivatoren. Nehmen wir doch einfach mal einen Arbeitnehmer, der jeden Tag ins Büro geht. Wieso geht der dahin? Nun Gier ist natürlich etwas überspitzt formuliert, aber es ist natürlich, er möchte Geld verdienen, vielleicht ist ein Bonus-Incentive mit dabei, ABER dann gibt es natürlich auch andere Sachen, wie das Ego, dass da gewertschätzt wird, aber natürlich auch Bequemlichkeit. Ich kenne viele Mitarbeiter die eigentlich sehr unglücklich sind in der Situation, aber nicht wechseln, weil sie bequem sind ODER weil sie eben Angst haben. Auch das Handeln, das Nichthandeln bei Veränderungsprozessen im Unternehmen sind zum Beispiel "ich tue gewisse Dinge nicht, weil ich Angst habe," da kann ich noch so stark incentivieren, die Leute wollen einfach nicht. Aber auch Kunden kaufen oft aus Gier und dann ende ich hinterher mit drei Hemden zum Preis von zweien, obwohl ich nur eins wollte. Das ist klassisch Gier. Aber auch Bequemlichkeit, wir kennen ja diese Preisvergleichsseiten, dann mache ich den ersten Preisvergleich, den zweiten und statistisch gesehen spätestens nach dritten kaufen wir, selbst eine dritte gar nicht billiger war, als der erste, sondern irgendwann setzt die Bequemlichkeit ein oder die Angst, dann kaufe ich doch wieder bei dem, den ich kenne, bei den üblichen Verdächtigen, weil den Namen kenne ich halt und da habe schon mal gekauft. Also das heißt, die interagieren

Manipulieren oder Überzeugen?

Interview mit Kishor Sridhar

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast086>



miteinander und es ist immer eine Frage, welcher Motivator, wie ausgeprägt ist und welcher MIR jetzt persönlich in der Situation am meisten nützt und welchen sollte ich stärken, damit ich das erreiche bei meinem Gegenüber, was ich wirklich will.

Geropp

Haben sie das eigentlich so immer im Kopf, sobald sie mit Leuten zu tun haben oder funktioniert es automatisch, dass sie sagen "ja da ist der Trigger mehr, da ist der Trigger mehr" oder hat sich das schon verselbständigt bei ihnen?

Sridhar

Beides. Beides. Also man hat es natürlich schon im Kopf, aber wir haben heute erst wieder eine einstündige Besprechung gehabt, so meine Kollegen und ich. Und zwar geht es um einen Kunden der, einen Rollout machen möchte. Ich kann natürlich jetzt nicht zu viel erzählen, aber da haben wir natürlich auch überlegt, was sind denn seine emotionalen Trigger. Wovor hat er Angst? Wie können wir sein Ego stärken, dass er gegenüber seinem Vorgesetzten besonders gut da steht, wenn er dieses Projekt dann ausweitet? Was können wir ihm dann noch mitgeben, dass sein Ego eben strahlt. Wie können wir es so machen, dass es möglichst bequem für ihn ist, also die Arbeitsschritte so erklären, dass er merkt, es ist ja eigentlich ein selbst verwirklichendes System. Also das heißt, da überlegen wir schon genau die Trigger und was am meisten dort zieht und so viel kann ich schon mal sagen. Es ist ein Mann, der das entscheidet, der selber Karriere machen möchte, also für ihn ist natürlich Mischung aus Ego und Gier und da haben wir natürlich ihm das dann so aufbereitet, dass er auch wundervoll glänzt, wenn er das einsetzt.

Geropp

Ja. Okay. Sie schreiben in Ihrem Buch, dass Sie davon ausgehen, die Mehrheit der Menschen will gefällig sein und beschreiben, wie es auch in der Politik oder in der Mitarbeiterführung eingesetzt wird als Manipulation. Könnten Sie da ein Beispiel mal für geben, bitte?

Manipulieren oder Überzeugen?

Interview mit Kishor Sridhar

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast086>



Sridhar

Ja, das kann ich mal so ganz platt formulieren. Wir wollen doch irgendwo gemocht werden, wir wollen geliebt werden und deswegen versuchen wir auch Rollen auszufüllen und wenn ein Vorgesetzter zum Beispiel sagt, dass ich besonders gut in einer gewissen Funktion bin, dann schmeichelt mir das und dann probiere ich umso besser darin zu sein. Also ein Klassiker; der Herr Meyer "Herr Meyer sie sind ja SO gut in dem und dem Bereich. Sie machen den andren ja wirklich was vor. Die könnten sich mal ein Beispiel an Ihnen nehmen", umso stärker probiert der Herr Meier diese Rolle auszufüllen. Das Tragische ist dabei und das sieht man oft bei Mitarbeiterführung, es gibt Vorgesetzte, die das sehr gut beherrschen, aber dann natürlich auch andere Sachen liegen lassen, das heißt, tatsächlich sogar die Mitarbeiter ausnutzen, die dann noch eine Überstunde fahren, noch eine Überstunde fahren, um eben dann ja gefällig zu sein, um gut zu wirken. Ein anderes Phänomen der Gefälligkeit ist auch, dass man Dingen zustimmt, weil es Konsens ist. In der Politik wird das gerne gemacht. Man sieht es in Talkshow-Runden. Da sagt der Politiker "sie können doch nicht wollen, dass ein Großteil der Deutschen in Armut lebt, in der Rente." Nein, das kann ich nicht wollen, also müssen wir das und das machen. Das heißt, er bereitet das wunderschön vor, wir wollen ja gefällig sein. Ich stelle mich nicht hin und sage "doch, das möchte ich", aber damit hat er wunderschön sein eigentliches Ziel dann verpackt und dadurch, dass Sie dem einen zustimmen, stimmen wir dem anderen zu. Ein anderes Phänomen der Gefälligkeit ist, dass wir uns auch sehr oft nach der Mehrheit orientieren. Die Mehrheit will das so. Die meisten Kollegen wollen das so. Das ist etwas, was dazu führt, dass wir dann eher zustimmen, denn sich gegen den Strom zu stellen, macht einen schnell auffällig bis hin zu unbeliebt und es gibt nur ganz wenige, die das charakterlich auch wundervoll können und auch wollen, aber die meisten richten sich nach der Mehrheit. Und wenn ich signalisiere, dass ich die Mehrheit auf meiner Seite habe, dann führt es automatisch dazu, dass dann auch die Mehrheit dann mir zustimmt, egal, ob die Mehrheit tatsächlich existiert oder nicht.

Manipulieren oder Überzeugen?

Interview mit Kishor Sridhar

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast086>



Geropp

Wobei, da ist ja schon irgendwo noch so ein Punkt dabei. Es muss jemand schon in einer gewissen Art geschickt machen, damit ich nicht merke, also jetzt schmiert er mir aber Honig ums Maul. Es muss schon so rüberkommen, dass es auch wirklich, dass ich das Gefühl habe, dass er es ehrlich meint oder?

Sridhar

Ja natürlich. Also Ehrlichkeit ist immer ganz wichtig. Ich kann jetzt nicht jemand nicht hoch loben für seine, sage ich mal, für seine Rechtschreibetreue und akkurate Rechtschreibung, wenn er das überhaupt nicht beherrscht. Dann fühlt er sich natürlich lächerlich gemacht und wird deswegen nicht gerade jetzt noch besser schreiben. Es sollte natürlich immer ein Kern Wahrheit da sein und diese Wahrheit kann ich dann entsprechend herausarbeiten. Man ist so ein bisschen wie so ein Bildhauer, der etwas in einem Schein sieht und das dann nur noch eben herausarbeitet. Das setzt natürlich auch voraus, dass ich die Kollegen, die Kunden auch an der richtigen Stelle abhole oder auch richtig positioniere. Das ist ganz wichtig. Gerade so ein Kundengespräch, es gibt den einen, der ist es vielleicht wirklich ein Pfennigfuchser. Jetzt brauche ich nicht sagen, ihnen kommt es ja darauf dann, dass Sie das Beste bekommen, sondern dass sie das beste Preis-Leistungs-Verhältnis bekommen. Das ist mir klar und deswegen, diese Leistung ist am besten, weil das im Preis-Leistungs-Verhältnis optimal ist. Das ist der eine. Es gibt einen anderen Kunden, der legt mehr auf Qualität und Sicherheit wert. Der hat auch vielleicht schlechte Erfahrungen in dem Bereich gemacht. Also soll ich das erkennen und dann lieber auch betonen und ich nenne das die Heldenmethode, denn ich arbeitete ja Egos heraus, ich mache ihn zum Helden der Qualität. Ich sage, "Sie wissen ja, dass Qualität auch durchaus ihren Preis hat, aber dass sich das langfristig auszahlt und dann nickt er und er weiß es halt, weil ich das ja schon erkannt habe bei ihm. Und dann bewege ich mich auf einer ganz anderen Ebene und diskutiere nicht mehr unnötig Preise, die ihn eigentlich auch gar nicht interessieren.

Manipulieren oder Überzeugen?

Interview mit Kishor Sridhar

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast086>



Geropp

Einen anderen Punkt den Sie ansprechen, den ich sehr interessant fand ist, dass die eine beste Methode, um Motivation und Leistungsbereitschaft auf den Tiefpunkt zu bringen und das war oder ist, so schreiben Sie, ein Team zu bilden. Also diese ganze Gruppendynamik, Synergie-Effekte, das sei also alles graue Theorie, sagen Sie. Faulenzen setzt ein, sobald mehr als zwei Personen zusammenarbeiten. Mich würde interessieren, warum ist das prinzipiell so, wenn sie das so sagen und wie bekomme ich es denn hin, ich muss ja manchmal in Teams arbeiten, wie bekomme ich es trotzdem hin, dass eben kein Faulenzen einsetzt und dass ich ein leistungsbereites Team habe?

Sridhar

Ja, also ich bin ja grundsätzlich schon ein Freund von Teams, halte es auch für sehr sinnvoll gerade wegen Synergie-Effekte, aber es ist tatsächlich so, man nennt es das soziale Faulenzen. Das heißt, wenn mehr als zwei Leute zusammenkommen, dann verlässt man sich stark auf den andern, die eigene Leistung wird auch oft gar nicht mehr so gesehen und damit auch die eigenen Fehler, die eigene Versäumnisse nicht. Das kriegen wir instinktiv mit und das führt dazu, dass wir Verantwortung instinktiv auf andere abladen. Es gibt viele psychologische Untersuchungen, die das wundervoll gezeigt haben, dass tatsächlich, sobald zwei und mehr Leute da sind, die persönliche Leistungsbereitschaft sinkt, weil man sich eben auf die anderen Leute verlässt. Also was sollte man tun? Man sollte stets darauf achten, dass man nicht ein Team verantwortlich macht, denn letzten Endes bleibt es dann beim Teamleiter hängen, sondern dass man jedem einzelnen Mitarbeiter einen ganz klaren Verantwortungsbereich überträgt, den er innerhalb des Teams erfüllen muss. Und das ist natürlich etwas schwieriger, als zu sagen "das Team kriegt diesen Happen und soll mal machen, sondern diese - die Amerikaner sagen "Accountability" - also die Messbarkeit, die Verantwortung sollte ganz klar für jeden Aufgabenbereich sein, sodass ich den einzelnen an seiner Leistung messen kann, aber sie in der Summe dann zusammenarbeiten. Damit umgehe ich den Effekt des sozialen Faulenzens. In der Praxis ist das aber leider so, dass man

Manipulieren oder Überzeugen?

Interview mit Kishor Sridhar

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast086>



sagt, "das Team macht das schon" und dann ist der arme Gruppensprecher, der darf dann verantworten, was nicht erreicht wurde und ja das ist nicht gerade sehr zielführend.

Geropp

Ja, ich sage das auch immer, es muss, wenn irgendwas getan werden muss, es muss immer diese drei Ws geben. Wer, macht was, bis wann. Da habe ich dieses "es kann nur Einen geben" bei der Verantwortung.

Sridhar

Richtig, genau, genau.

Geropp

Wenn wir jetzt über Manipulation sprechen, dann gehen wir ja auch sehr schnell, sagen wir mal in Verhandlungen rein. Was sind denn ihre wichtigsten Tipps in Verhandlungen - egal ob jetzt mit Kunden, in kritischen Situationen oder in Mitarbeitergesprächen - was sind da die wichtigsten Tipps, um, ja, erfolgreich zu sein?

Sridhar

Ja, wir sollten uns nicht zu sehr auf die Sachebene konzentrieren. Also Sachebene ist natürlich die eine Geschichte, aber auch auf die emotionale Ebene sich näher hinein zu versetzen. Ich habe es ja vorhin bei dem konkreten Beispiel erwähnt, zu unserem Kunden, wo wir eben über ein Rollout reden. Da geht es ja nicht um den Preis und die Leistung nur, sondern eben was braucht er noch hinsichtlich Ego, Gier, Bequemlichkeit und Angst. Diese Trigger muss ich identifizieren und kann dann die ganze Sache natürlich etwas anders spielen. Dann bei Verhandlung auch ganz wichtig, wir achten zu sehr auf den faktischen Gewinn, aber der faktische Gewinn oder Verlust, den ich selber trage, spielt für den andern auch eine bedingte Rolle. Wir müssen nämlich immer den relativen Gewinn und relativen Verlust betrachten. Also George Löwenstein, ein Psychologe in USA hat das wundervoll

Manipulieren oder Überzeugen?

Interview mit Kishor Sridhar

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast086>



nachgewiesen, dass gerade so bei Gewerkschaftsverband es gar nicht darum geht, dass ich absolut das maximale rausbekomme, sondern ich möchte nicht mehr nachgeben, als der Andere, also immer in der Relation. Wenn der eine 100.000 Euro nachgibt, sage ich mal, dann bin ich auch bereit, nachzugeben. Selbst wenn mir das persönlich dann schadet, aber es geht immer darum, der relative Gewinn. Also sollte ich auch immer herausstellen, welchen Bereich ich nachgebe, ganz klar das Positionieren. Die nächste Geschichte ist der Verhandlungstango. Es gibt einen gewissen Rhythmus, der sich bewahrheitet hat. Das ist "Ja, Ja, Nein, Ja, Ja, Nein" und zwar etwas, Kleinigkeiten geben zwei kleine Dinge geben, dann kriegt man durch den Rezipokaleffekt, also das heißt, wenn ich etwas gebe, bekomme ich etwas zurück und meistens etwas leicht höheres. Also zweimal etwas Kleines geben, dann ist der andere in der Bringschuld und dann das Große einfordern. Oft macht man das Gegenteil. Man gibt etwas Großes und kriegt etwas Kleines dafür. Nein, der Verhandlungstango mit "Ja, Ja, Nein" ist zwei kleine Ja's, dann ist er emotional in der Bringschuld und dann hole ich das Große.

Geropp

Das klingt interessant. Ja. Jetzt gibt es ja dieses Harvard Konzept, wo man von einer Win-Win-Situation ausgeht. Was halten Sie denn davon?

Sridhar

Win-Win-Situationen sind immer relativ. Ich muss sie natürlich auch betonen. Ich muss auch dem Anderen klar machen, wo sein Gewinn tatsächlich ist. Das, was offensichtlich ist und für uns offensichtlich erscheint, muss gerade für den Anderen nicht unbedingt offensichtlich sein. Also bei Verhandlungen, die Win-Win-Situation heißt ja, meistens ist es ja eine Lose-Lose-Situation, de facto, denn ich habe nachgegeben, Sie haben auch nachgegeben und damit haben wir uns getroffen. Aber da muss man natürlich betonen, was ich nachgegeben habe, dass er dann sieht "aha okay, da ist auch was passiert", ABER natürlich auch den Gewinn beider Seiten betonen und durchaus auch betonen, wo mein persönlicher Gewinn ist. Das vergessen wir nämlich auch, gerade bei Verhandlungen, weil sonst wird es

Manipulieren oder Überzeugen?

Interview mit Kishor Sridhar

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast086>



unglaublich. Dann fragt er sich immer, wo ist jetzt sein Gewinn. Ich habe was gewonnen, aber wo ist sein Gewinn und wenn man dieses Krümel hinterlässt, dann wirkt es etwas seltsam. Also durchaus auch ganz offen und ehrlich sein und das ist mein Vorteil, das ist ihr Vorteil. Dann hat man wirklich eine faktische Win-Win-Situation. Ansonsten halte ich von Win-Win-Situationen eine ganze Menge. Das macht das Leben immer etwas schöner und ja beide Seiten fühlen sich halt wohl.

Geropp

Aber irgendwo muss man ja auch auf den jeweiligen anderen treffen, der das auch im Sinne hat. Wenn ICH Win-Win spielen will und der andere will auf Biegen und Brechen, ja, gewinnen, egal, dann wird es schwierig oder sehe ich das falsch?

Sridhar

Nein, auch eine Win-Win-Situation kann für ihn zum Gewinn sein, also zum einseitigen Gewinn. Wenn man ihm erklärt, wo sein Gewinn durch meinen Gewinn liegt. Hört sich jetzt etwas kompliziert an, aber soll es ist relativ einfach. Wenn ich sage "ja wenn ich aber jetzt hier in dem Bereich nicht zurückstecke, sondern Sie das lassen, dann kann ich natürlich dieses Projekt mit mehr Kraft durchsetzen oder ich kann dies Produkt schneller liefern." Damit sieht er eben dann seinen Vorteil und jemand, der NUR auf reines Gewinnen aus ist, interpretiert das für sich selber um und sieht dann "okay, ich habe da nachgegeben oder ich habe ihm diesen Gewinn gelassen, aber ich habe trotzdem mal höheren Vorteil."

Geropp

Also es geht darum, dann demjenigen rüberzubringen, was für einen Gewinn er dann wirklich dass er das Gefühl hat.

Sridhar

Genau, was sein Gewinn ist durch meinen Gewinn ist und das sein Gewinn eigentlich größer

Manipulieren oder Überzeugen?

Interview mit Kishor Sridhar

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast086>



ist. Und dann fühlt er sich wohl.

Geropp

Okay. Meine letzte Frage. Worauf muss ich den achten, damit ich nicht gegen meinen Willen zu was Schlechtem manipuliert werde? Gibt es da einen Trick? Gibt es da irgendwas?

Sridhar

Ich sollte mir selber bewusst sein, was meine Motivatoren sind. Bin ich vielleicht in dem Moment zu bequem ein Gespräch zu führen? Habe ich vielleicht Angst vor dem Gespräch? Und dann sollte ich mir überlegen, wie viel wert ist es mir, dass ich diesem Motivator nachgehe? Und dann sehe ich eben auch, ob die andere Person, die muss ja nicht immer bewusst manipulieren, es kann auch sein, dass sie das unbewusst anspricht, ob sie mich dann eine Ecke lenkt, wo ich gar nicht SEIN MÖCHTE, weil mich meine eigene Motivatoren dazu treiben. Also wenn ich zum Beispiel, wenn ich weiß, ich möchte gut dastehen, ich möchte gut wirken in einem Gehaltsgespräch zum Beispiel und ich werde gelobt und gelobt, muss mir klar sein, dass es hier ein Bedürfnis ist, was gerade erfüllt wird, aber eigentlich will ich ja auch Geld haben, eine Gehaltserhöhung. Also da muss ich mich selber genau kennen und aufpassen, dass ich nicht einmal Motivator überwiegen lasse. Das ist ganz wichtig. Also bevor ich in ein Gespräch reingehe, sollte ich meiner Motivatoren bewusst sein, die immer unterschiedlich sind, je nach Situation oder wenn ich im Alltag herumgehe und dann muss ich eben sehen, spricht jetzt ein Motivator an, aber lässt den anderen komplett aus, das ist ganz wichtig. Es kann ja auch manchmal sein, dass ich einfach nur gut dastehen will, dann ist es ja in Ordnung. Wenn ich aber nicht nur gut dastehen will und ein Verkäufer mich vor meiner Frau lobt, was ich für ein kluger Kopf bin und hinterher bezahle ich dafür 1.000 Euro mehr, muss ich wissen, ob mir das das wirklich wert ist, diese 1.000 Euro zu zahlen, dass ich von meiner Frau gelobt werde.

Manipulieren oder Überzeugen?

Interview mit Kishor Sridhar

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast086>



Geropp

Okay. Ja, das kann ich gut verstehen. Also entscheidend ist, ich muss eigentlich über mich selbst gut Bescheid wissen. Muss wissen, wo meine Trigger sind. Damit sollte ich mich intensiv beschäftigt haben, um nicht gegen meinen Willen manipuliert zu werden.

Sridhar

Richtig und ich muss auch immer daran denken, dass diese Trigger je Situation unterschiedlich sind. Bei der Arbeit, bei jedem Projekt, in der Familie, die sind immer unterschiedlich und vor allem führt es auch dazu, dass ich über mich selber schmunzeln und lachen können muss.

Geropp

Das ist ein guter Satz zum Schluss. Herr Sridhar, ich bedanke mich recht herzlich für das Interview. Hat mir viel Spaß gemacht.

Sridhar

Ich danke Ihnen recht herzlich, Herr Geropp.