

Hans Eicher

Die verblüffende Macht der Sprache

Was Sie mit Worten auslösen
oder verhindern und was Ihr
Sprachverhalten verrät



Springer Gabler

Die verblüffende Macht der Sprache

Hans Eicher

Die verblüffende Macht der Sprache

Was Sie mit Worten auslösen
oder verhindern und was Ihr
Sprachverhalten verrät



Springer Gabler

Hans Eicher
Seeham
Österreich

ISBN 978-3-658-08515-5 ISBN 978-3-658-08516-2 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-08516-2

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2015

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media (www.springer.com)

Für meinen Freund Rolf, der das Manuskript mit großer Geduld mehrmals gelesen hat und mir viele wertvolle Anregungen gab.

Warum Ihnen dieses Buch nützt

Was erwartet Sie in diesem Buch und welchen Nutzen ziehen Sie daraus? Als kleinen Vorgeschmack führe ich einige Beispiele an. Alle Beispiele in diesem Buch – Sie werden sehr viele finden – stammen aus dem realen Leben. Es sind also keine „Max-Mustermann-Beispiele“, die nur in der Theorie funktionieren.

Themenbeispiele aus dem Buch

Worte im Unternehmen und im Beruf: Welche Kommunikation wirkt sich auf die Bilanz positiv aus und was färbt sie rot ein? Welches Wording fördert die Karriere?

Worte in schwierigen Verhandlungssituationen: Mit welchen Worten konnte eine beherzte Stewardess einen Flugzeugentführer von seinem Vorhaben abbringen? Warum tötete ein völlig harmloser Durchschnittsmensch nach zwölf Worten drei Menschen? Durch welche Worte wäre dieser Dreifachmord verhinderbar gewesen?

Verräterische Worte: Wie entschlüsseln Sie die DNA der Persönlichkeit eines Menschen durch seine Sprache? Wie können verbale Tarnkappenträger enttarnt und ihre „Worttrojaner“ rechtzeitig identifiziert und unschädlich gemacht werden?

Worte in der Politik: Welcher Kommunikationsstil führt zu Wahlverlusten und zu einem schleichenden Verlust an Demokratie durch eine sinkende Wahlbeteiligung? Mit welcher Rhetorik könnten Wähler gewonnen werden? Welcher Rhetorikstil untergräbt die Glaubwürdigkeit eines Politikers und ist daher Wählervertreibung?

Worte im Sport: Welche Kommunikation des Trainers mit seinen Spielern ermöglicht die Siegestore? Was hat eine toxische Wirkung auf die Spieler-motivation, sodass der Gegner über den Sieg jubelt?

Worte und Gesundheit: Welche Worte stärken das Abwehrsystem eines Menschen und seine Selbstheilungskräfte? Warum können sie ihn aber auch krank machen oder Krankheiten verstärken?

Worte in der Liebe: Welche Worte können in einer Liebesziehung wie eine kostenlose Wohlfühldroge sein – hergestellt im körpereigenen Labor –, die das Vertrauen festigt? Womit gewinnt man einen Menschen für sich? Was tötet die erotischen Gefühle ab und provoziert Seitensprünge?

Das Gehirn als Alpha und Omega für das Verständnis der Sprachwirkung

Die Sprache eines Menschen ist nicht nur ein wirksames – oder unwirksames – Werkzeug, sondern kann auch ein Heilmittel, eine Waffe oder ein Gift sein. Manchmal wirkt sie sogar Wunder.

Die Beispiele in diesem Buch führen zu sofortigen Aha-Erlebnissen. Sie zeigen, wie machtvoll Worte sind und dass *jeder* Mensch über eine unsichtbare Kraft verfügt, die von seinen Worten ausgeht, auch wenn er sich dessen nicht bewusst ist und daher diese Kraft nicht richtig nutzt. Die Beispiele illustrieren die oft überraschende und verblüffende Wirkung der Worte auf den Empfänger. Im Extremfall können sie für den Absender geradezu gefährlich werden.

Dieses Buch vermittelt Ihnen, wie Sie mit Ihren Worten leichter das auslösen, was Sie eigentlich beabsichtigen – und das etwaige Gegenteil vermeiden. Dazu braucht es weder eine neue Theorie noch einen Rückgriff auf eines der vielen Kommunikationsmodelle. Denn der Dreh- und Angelpunkt für die Wirkung der Sprache ist stets das *Gehirn*. Genauer gesagt: seine Funktionsweise und die Mechanismen bei der Sprachverarbeitung. Darin liegen das Alpha und Omega des Verständnisses dafür, wie Worte wirken und was sie bewirken können.

Im Gehirn wird entschieden, was die jeweiligen Worte beim Empfänger auslösen und welche Reaktionsketten bei ihm in Gang gesetzt werden, die sein Verhalten bestimmen. Das Wissen über diese Mechanismen und seine Anwendung macht jede Kommunikation wirksamer und vor allem einfacher. Daher sind Erkenntnisse aus der Gehirnforschung die unverzichtbare Grundlage dieses Buches.

Menschen und ihre Absichten als Sprachprofiler richtig einschätzen

Unsere Sprache ist verräterischer, als gemeinhin angenommen wird. Im dritten Teil dieses Buches wird ausführlich beschrieben und entschlüsselt, was das sprachliche Verhalten über einen Menschen aussagt: über seine Persönlichkeit, die ihm täglich aus allen Poren „triefte“, wie Sigmund Freud das einmal genannt hat, sowie über die Absichten, die er verfolgt. Sie erfahren dort, wie Sie als „Sprachprofiler“ Ihre

Wahrnehmung schärfen, und warum das Ohr ein besserer Menschenkenner ist als das Auge. So werden Sie in zukünftigen Gesprächen leichter erkennen, was für ein Mensch Ihnen gegenüber sitzt und welche Absichten er tatsächlich verfolgt.

Menschen richtig einschätzen zu können ist nicht nur für jeden Personalmanager bei der Neueinstellung von Mitarbeitern und bei jeder weiteren Personalentscheidung extrem wichtig. Auch in schwierigen Verhandlungen profitieren Sie davon. Darüber hinaus gibt es natürlich viele andere Situationen, in denen es für Sie ein großer Vorteil ist, wenn Sie andere Menschen aufgrund ihrer Äußerungen besser einschätzen können. Wortblender werden mithilfe des Sprachprofilings leichter durchschaut und enttarnt. Finanz- und Beziehungsbetrüger, die immer wieder in die Schlagzeilen geraten, würde ihr Handwerk beträchtlich erschwert, wenn ihre ahnungslosen Opfer rechtzeitig das Wissen anwenden, das Sie im dritten Teil dieses Buches lesen.

Ein mehrgängiges und leichtes Menü

Unsere Reise durch die spannende Welt der Worte und ihre Wirkung beginnt im Basislager: dem ersten Kapitel über den sprachlichen Alltag. Sie führt uns im zweiten Kapitel direkt zum Gipfel, nämlich ins menschliche Gehirn. Dort beobachten wir, was mit den Worten geschieht – wie sie verarbeitet werden und was sie auslösen. In den folgenden Kapiteln erwartet Sie ein mehrgängiges und leichtes Menü mit allen wichtigen Zutaten für eine wirkungsvollere Kommunikation. Ich wünsche Ihnen gute Unterhaltung beim Lesen sowie eine spannende und kurzweilige Sprachreise mit gewinnbringenden Erkenntnissen für die Kommunikation im Beruf und im Alltag.

Seeham, September 2015

Hans Eicher

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im Folgenden die männliche Form (z. B. Sprachkünstler) gewählt. Alle personenbezogenen Aussagen gelten jedoch stets für Frauen und Männer gleichermaßen.

Inhaltsverzeichnis

Teil I Die unsichtbare Kraft der Sprache

| | |
|--|----|
| 1 Das Bewusstsein für die Sprachwirkung schärfen | 3 |
| 1.1 Die Funktion der Sprache | 3 |
| 1.2 Absicht und Wirkung in der Kommunikation | 4 |
| 1.3 Worte als Edelsteine oder als wertloses Geröll | 4 |
| 1.4 Worte als machtvolle Stimmungsauslöser | 5 |
| 1.5 Worte wirken wie ein Medikament – auch mit Nebenwirkungen .. | 6 |
| 1.6 Der Wortschatz ist nicht entscheidend | 7 |
| 1.7 Das Wort-Sortiment und seine Wirkung | 8 |
| Literatur | 10 |
| 2 Was Worte im Gehirn auslösen | 11 |
| 2.1 Jedes Gehirn interpretiert Worte anders | 12 |
| 2.1.1 Die Quelle von Missverständnissen | 12 |
| 2.1.2 Was bezeugen die Zeugen? | 13 |
| 2.1.3 Im Subjektiven kann es kein Richtig geben | 14 |
| 2.1.4 Auf die Vorgeschichte kommt es an | 14 |
| 2.2 Reise ins Gehirn | 15 |
| 2.2.1 Die Hauptaufgabe des Gehirns: Das Überleben sichern ... | 17 |
| 2.2.2 Ohne Sinn kein Spaß | 18 |
| 2.2.3 Besichtigung unseres Gehirns | 19 |
| 2.2.4 Unser Gehirn in (Rekord-) Zahlen | 20 |
| 2.2.5 Führung durch ein interessantes Gebäude | 21 |
| 2.2.6 Das Sprachzentrum – unser Heiligtum | 29 |
| 2.2.7 Das emotionale Elefantengedächtnis | 31 |
| 2.2.8 Die sprachliche „Lieblingsspeise“ des Gehirns | 34 |
| 2.2.9 Gehirnegoismus und Gehirnaltruismus | 37 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.2.10 | Die Aktivierungsausbreitung von Worten | 43 |
| 2.2.11 | Wann schaltet das Gehirn die Scheinwerfer an? | 46 |
| | Literatur | 48 |
| 3 | Wie aus Worten Verhalten entsteht | 49 |
| 3.1 | Das Rätsel der Verhaltensunterschiede | 49 |
| 3.1.1 | Wovon das Verhalten eines Menschen abhängt | 51 |
| 3.2 | Kommunikationsbedürfnisse richtig erkennen | 55 |
| 3.2.1 | Das Bewusstsein über die Erwartungshaltung schärfen ... | 56 |
| 3.2.2 | Die acht Wirkfaktoren in der Kommunikation | 57 |
| 3.3 | Worte bestimmen das Verhalten langfristig | 61 |
| | Literatur | 63 |
| | | |
| Teil II Die erstaunliche Wirkung von Worten | | |
| 4 | Die verhinderte Flugzeugentführung – Umgang mit schwierigen Menschen | 67 |
| 4.1 | Die Flugzeugentführung | 67 |
| 4.1.1 | Analyse der sprachlichen Schlüsselemente | 68 |
| 4.1.2 | Ein Alleinerbe wird enterbt | 71 |
| 4.1.3 | Negative Erlebnisse nicht wiederbeleben | 72 |
| 4.2 | Den „Zug“ des Gesprächspartners erkennen | 73 |
| 4.2.1 | Vom Hauptabteilungsleiter zum Geschäftsführer | 74 |
| 4.2.2 | Die Kommunikation mit schwierigen Menschen | 75 |
| | Literatur | 80 |
| 5 | Wie die Sprache Widerstände produziert oder überwindet | 81 |
| 5.1 | Druck erzeugt stets Gegendruck | 81 |
| 5.2 | Unser persönliches Königreich | 83 |
| 5.3 | Der Umgang mit Ja-aber-Menschen und Bedenkenträgern | 85 |
| 5.4 | Sprachliche Hardliner und verbale Softies | 87 |
| 5.5 | Bessere Gesprächsergebnisse durch Diplomatie | 89 |
| | Empfohlene Literatur | 95 |
| 6 | Die Zunge als Waffe | 97 |
| 6.1 | Jeder Streit löst im Gehirn Alarm aus | 98 |
| 6.2 | Zwölf Worte lösen einen Dreifachmord aus | 101 |
| 6.2.1 | Analyse der Tatauslöser – Umgang mit Konflikten | 103 |
| 6.2.2 | Psychische Dickhäuter, Choleriker und Mimosen | 108 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 6.3 | Nachbarschaftskonflikte | 110 |
| 6.4 | Konfliktverstärkende Worte in der Politik | 113 |
| 6.5 | Das „verletzte“ Wasser | 114 |
| 6.6 | Jammerclubs und Glaspropheten | 115 |
| 6.7 | Gute Worte, schlechte Wirkung – böse Worte, gute Wirkung | 117 |
| 6.7.1 | Gregorianische Choräle im Kuhstall | 119 |
| 6.7.2 | Schubumkehr durch böse Worte | 120 |
| 6.8 | Die Abschiedsworte eines Serienmörders: Aus Mr. Hyde wird Dr. Jekyll? | 121 |
| | Literatur | 122 |
| 7 | Worte im Unternehmen – Gewinnbringer und Gewinnkiller | 123 |
| 7.1 | Gehirngerechte Präsentationen | 124 |
| 7.1.1 | Das richtige Priming bei einer Präsentation | 125 |
| 7.2 | Reden halten: Gebannte Zuhörer statt gähnende Gesichter | 128 |
| 7.2.1 | Spannung erzeugen | 131 |
| 7.2.2 | Wer auf den Mund gefallen ist, sollte wieder aufstehen ... | 134 |
| 7.2.3 | Frei reden, statt sich an das Manuskript klammern | 135 |
| 7.3 | Bei Besprechungen den Gehirnegoismus nutzen | 136 |
| 7.4 | Geld statt anerkennender Worte? | 141 |
| 7.4.1 | Führungskräfte verweigern die Anerkennung | 142 |
| 7.4.2 | Dopamin zwischendurch | 143 |
| 7.4.3 | Eindeutige Zahlen – ein Beispiel aus der Logistikbranche | 144 |
| 7.5 | Das Wording für die Karriere | 146 |
| 7.5.1 | Lösungsmöglichkeiten statt Probleme | 147 |
| 7.5.2 | Das richtige Wording bei Bewerbungsgesprächen | 148 |
| 7.6 | Mobbing: Den Köchen der Gerüchteküche die Suppe versalzen ... | 149 |
| | Literatur | 151 |
| 8 | Worte im Sport entscheiden über Siege und Niederlagen | 153 |
| 8.1 | Hard- und Software des Erfolgs | 154 |
| 8.1.1 | Kraftstoff Motivation | 155 |
| 8.1.2 | Keine Sache der Willensstärke | 156 |
| 8.1.3 | Bedürfniswandel | 157 |
| 8.1.4 | Das emotionale Korsett stärken | 158 |
| 8.1.5 | Falsche Motivation – ein Schuss nach hinten | 160 |
| 8.2 | Leistungsunterschiede trotz ähnlicher Bedingungen | 160 |
| 8.3 | Optimales, nicht maximales Motivationslevel | 162 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 8.4 | Misserfolge im Nacken: „Eigentore“ vermeiden | 164 |
| 8.4.1 | Eigentor Nummer 1: Druckverstärkung | 165 |
| 8.4.2 | Eigentor Nummer 2: Sinkendes Spielervertrauen in den Trainer | 166 |
| 8.4.3 | Eigentor Nummer 3: Die spielerische Lockerheit fehlt | 167 |
| 8.4.4 | Bart ab – Yogamatten her? | 168 |
| 8.5 | Resümee: Positive und negative Stresswirkungen im Fußball | 170 |
| 8.5.1 | Adrenalin, ein Botenstoff mit zwei Seiten | 170 |
| 8.5.2 | Siegestore verhindern – ein Beispiel aus der deutschen Bundesliga | 171 |
| | Empfohlene Literatur | 172 |
| 9 | Die Sprache der Politik: Falsche Rhetorik kostet Wählerstimmen | 173 |
| 9.1 | „Yes-We-Can-Parolen“ sind zu wenig | 174 |
| 9.2 | Das Buddha-Prinzip | 176 |
| 9.2.1 | Die Mutter der Nation gegen die Verbalmachos der SPD | 176 |
| 9.2.2 | Buddha-Prinzip versus kühle Sachlogik | 179 |
| 9.3 | Kooperation oder Konfrontation? | 180 |
| 9.4 | Sonntagsworte und Montagsworte | 182 |
| 9.5 | Dopamin bei Wahlkampfreden | 183 |
| 9.6 | Fehlende Gesprächskultur: politische „Lehrbeispiele“ | 185 |
| 9.7 | Zehn Punkte einer glaubhaften Politrhetorik | 187 |
| 9.8 | Kann der Notar helfen, Wähler zu gewinnen? | 189 |
| | Literatur | 190 |
| 10 | Wie Pädagogen vom Lehrer-Lämpel-Prinzip profitieren | 193 |
| 10.1 | Zu viel Nachhilfeunterricht – woran liegt das? | 194 |
| 10.2 | Die Lernmotivation erhöhen | 196 |
| 10.3 | Wissen richtig verpacken | 197 |
| 10.3.1 | Punkt 1: Das Wissen personalisieren – Einstein trug keine Socken | 198 |
| 10.3.2 | Punkt 2: Den Lernstoff emotionalisieren – mit einem abgeschnittenen Ohr | 199 |
| 10.3.3 | Punkt 3: Direkte Bezüge zum Leben herstellen – Die Schatten in der Höhle | 201 |
| 10.3.4 | Punkt 4: Den Geschichtenhunger stillen – mit Clowns in der Wissenschaft | 203 |
| 10.3.5 | Punkt 5: Einwände überwinden | 207 |
| 10.3.6 | Interaktives Whiteboard, statt Tafel mit Kreide? | 207 |
| 10.4 | Ermutigende Worte der Eltern und Pädagogen | 208 |

| | | |
|-----------|--|-----|
| 10.5 | Hemmnisse durch überfrachtete Lehrpläne | 210 |
| 10.5.1 | Zwölf Regenwurmarten und ein stockender Kartoffelverkauf | 210 |
| 10.5.2 | Ein See und viele falsche Fragen | 211 |
| 10.5.3 | „Privater“ PISA-Test | 212 |
| 10.6 | Verstand und Vergnügen | 214 |
| | Literatur | 215 |
| 11 | Verbales Feintuning für Liebe und Erotik | 217 |
| 11.1 | Legendenbildungen über den Sprachstil von Mann und Frau | 218 |
| 11.1.1 | Legende 1: Männer sprechen nicht über Gefühle | 218 |
| 11.1.2 | Legende 2: Männer sprechen auf visuelle Reize an, Frauen auf akustische | 219 |
| 11.1.3 | Legende 3: Mann und Frau haben unterschiedliche Sprachzentren | 220 |
| 11.2 | Die Hälfte aller Seitensprünge ist verbal provoziert | 223 |
| 11.3 | Körperliche Reaktionen durch Konditionierung | 225 |
| 11.4 | Wirksames erotisches Feintuning | 227 |
| 11.4.1 | Tipp 1: die liebevollen Seiten täglich sehen | 228 |
| 11.4.2 | Tipp 2: das Kopfkino zurückspielen – das emotionale Gedächtnis anzapfen | 230 |
| 11.4.3 | Tipp 3: Bilder im Kopf entstehen lassen – die Kunst der Andeutung | 231 |
| 11.4.4 | Tipp 4: Chili statt Salbei | 232 |
| 11.4.5 | Tipp 5: Routine durchbrechen – spontane Worte haben die stärkste Kraft | 234 |
| | Literatur | 235 |
| 12 | Sprache und Gesundheit: Was der Arzt sagt, hat immer Nebenwirkungen | 237 |
| 12.1 | Lassen sich Körper, Geist und Seele wirklich trennen? | 238 |
| 12.2 | Versetzt der Glaube wirklich Berge? | 240 |
| 12.2.1 | Die Placebo-Wirkung | 241 |
| 12.2.2 | Der böse Bruder vom Placebo | 243 |
| 12.3 | Die sensible Arzt-Patienten Beziehung | 244 |
| 12.3.1 | Übertragungsphänomene | 246 |
| 12.3.2 | Das Gespräch mit dem Patienten | 247 |
| 12.3.3 | Negative Erwartungshaltungen nicht begünstigen, positive fördern | 249 |
| 12.3.4 | Wording-Beispiele für das Patientengespräch | 250 |

| | | |
|--------|--|-----|
| 12.4 | Nocebo-Worte: Was Angehörige von Kranken besser vermeiden . . . | 253 |
| 12.4.1 | Ratschlag 1: nicht zu ausführlich oder im Detail über die Krankheit sprechen. | 253 |
| 12.4.2 | Ratschlag 2: keinen falschen Trost spenden | 254 |
| 12.4.3 | Ratschlag 3: keine negativ besetzten Worte verwenden . . . | 254 |
| 12.4.4 | Ratschlag 4: dem Menschen zuwenden, nicht der Krankheit | 255 |
| 12.4.5 | Ratschlag 5: Schuldgefühle nicht verstärken | 256 |
| | Literatur | 257 |

Teil III Sprachprofiling

| | | |
|-----------|---|------------|
| 13 | Verräterisches aus dem Mund | 261 |
| 13.1 | Ihre Werkzeuge als Sprachprofiler | 261 |
| 13.2 | Was + Wie = Wer | 263 |
| 13.2.1 | Das „Zusätzliche“ als Hinweis auf die Persönlichkeit | 264 |
| 13.2.2 | Vorschnelle Bewertungen vermeiden | 266 |
| 13.3 | Die Sprache als DNA der Senderpersönlichkeit | 269 |
| 13.3.1 | Wie gut kennt man die Menschen, die man gut kennt? | 270 |
| 13.3.2 | Verräterische Sprache | 271 |
| 13.3.3 | Bedürfnisse und innerer Antrieb | 281 |
| 13.3.4 | Was wird aus guten Vorsätzen? | 283 |
| 13.4 | Aufschlussreiche Gedanken- und Fantasiewelten | 284 |
| 13.4.1 | Zutritt zu verbotenen Filmen im Kopfkino | 284 |
| 13.4.2 | Den verbalen Schleier lüften | 285 |
| 13.4.3 | Die „Lieblingszeit“ | 289 |
| 13.4.4 | Täter oder Opfer? | 290 |
| 13.4.5 | Was jemand über seine Eltern sagt, ist vielsagend | 291 |
| | Literatur | 292 |
| 14 | Verbale Tarnkappen erkennen | 293 |
| 14.1 | Ursache und Ziel unterscheiden | 294 |
| 14.2 | Vom Wissen der Vernehmungsspezialisten profitieren | 295 |
| 14.2.1 | Lieber dreimal nachhaken als einmal getäuscht werden . . . | 295 |
| 14.2.2 | Verräterische Signale sind Gold wert | 296 |
| 14.2.3 | Welche Töne schlägt Ihr Gegenüber an? | 297 |
| 14.2.4 | Die dynamische Interpretation der nonverbalen Signale . . . | 299 |
| 14.3 | Einsatz der investigativen Interviewmethode bei der Mitarbeiterauswahl | 302 |

| | | |
|--------|--|------------|
| 14.3.1 | Stufe 1: eine „wahrheitsfördernde“ Atmosphäre schaffen | 302 |
| 14.3.2 | Stufe 2: verhaltensorientierte, investigative Fragen stellen | 303 |
| 14.3.3 | Nicht mit Fragen im Trüben fischen | 304 |
| 14.3.4 | Fallbeispiel: Dunkle Flecken in der Persönlichkeit | 307 |
| 14.3.5 | Einsatzmöglichkeiten der investigativen Interviewtechnik | 310 |
| 14.4 | Die drei gefährlichsten Fallen im eigenen Kopf | 312 |
| 14.4.1 | Dem ersten Eindruck niemals vertrauen | 313 |
| 14.4.2 | Ähnlich ist nicht gleich | 314 |
| 14.4.3 | Sich selbst im anderen sehen: Wer ist wie? | 315 |
| 14.5 | Beziehungs- und Liebesbetrüger: Täuschen mit der verbalen Tarnkappe | 318 |
| | Literatur | 327 |
| | Resümee: Erste Worte, letzte Worte | 329 |