



Interview

VON JENNIFER CORAZZA

Wir werden ständig manipuliert – mal offensichtlich, mal subtil. So lautet die Beobachtung des Kommunikationsprofis und Wirtschaftspsychologen Jürgen Eisserer. In seinem neuen Buch „Die große Verarsche“ enttarnt er, wie und wo der Mensch getäuscht wird. Und was er dagegen tun kann.

* * *

KURIER: Sie sagen: Die Täuschung ist so alltäglich geworden, dass wir sie kaum noch wahrnehmen. Worauf beziehen Sie sich?

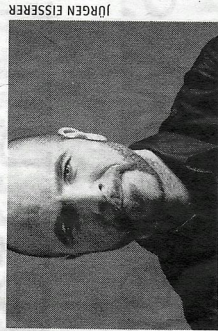
Jürgen Eisserer: Wir leben in einem Zeitalter, wo Scheinwelten, Künstliche Intelligenz und Fakes allgegenwärtig sind. Das zeigt uns ein Bild von der Welt, das perfekt, sehr maßgeschneidert ist.

Was löst das in uns Menschen aus?

Wir folgen immer mehr Idealen, suchen danach, auch in uns selbst. Mit dem fahlen Beigeschmack, dass wir uns manchmal so sehr nach diesen Idealen orientieren, dass wir unser eigenes Ich, die authentische Persönlichkeit verlieren. Weil wir uns zu sehr in diese Scheinwelten hineinmanövrieren lassen.

Online ist das gut zu erkennen: Wir wissen, dass ein wesentlicher Teil der Rezensionen bei Shoppingportalen oder Restaurantkritiken gefälscht sind. Machen unsere Entscheidung trotzdem davon abhängig. Sind wir zu schwach, zu naiv?

Wir vertrauen darauf, weil wir daran glauben, dass der Mensch im Grunde gut ist. Dieser Emotion gehen wir nach – ein logisches Argument zählt also viel weniger als ein emotionales. Auch die Rezensionen sind nicht logisch, sondern immer emotional. Wir lesen nur die, die in uns etwas auslösen. Schöner



Jürgen Eisserer, Autor und Kommunikationsexperte

wäre, die Logik schlägt die Rhetorik. Aber die Rhetorik ist immer stärker, weil sie Emotionen auslösen kann.

Wobei wir uns bei Bewertungen ja nicht nur an den Kommentaren, sondern auch an den vergebenen Sternen orientieren.

Da kommt ein weiteres Phänomen hinzu, das nennt man Social Proof (*soziale Bestätigung, Anm.*). Das ist die Bestätigung, in einer Gruppe gut aufgehoben zu sein. Vertrauen viele Menschen auf ein Produkt, mache ich das auch. Ist ein Würstelstand voll und alle anderen leer, gehe ich na-

türlich auch zum vollen Würstelstand. Weil ich dann keinen Fehler machen kann. Der Mensch ist angstbestimmt in seinen Entscheidungen. Daher geben wir der Angst immer größeren Raum als dem Willen, etwas Neues zu wagen. Aber je mehr wir Menschen, Bewertungen oder anderen Idealen blind folgen, desto eher nehmen wir uns das eigenständige Denken.

Wir lassen uns leiten, statt selbst Entscheidungen zu treffen.

Das ist genau der Kult, den wir jetzt erleben. Mit Experten, Menschen mit großer Anziehungskraft, die von den vielen Menschen, die ihnen folgen, profitieren und immer einflussreicher werden.

Gibt es ganze Branchen, die von Täuschung oder einer besseren Selbstdarstellung leben?

Ja, definitiv. Expertenbranchen, die im Eigenlob ertrinken. Da nehme ich meine

eigene, die Coaching-Branche nicht aus. Weil sie durch ihre Dienstleistung, durch die Personenbezogenheit ein größeres Vertrauen bei den Menschen erzielen.

Inwiefern?

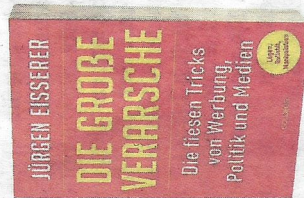
In der Wirtschaftspsychologie sieht man die Entwicklung, dass der Mensch im Vertrauensindex immer mehr an Wert gewinnt. Und auch mehr wert ist als eine Unternehmensmarke, weil die nicht so greifbar ist, keine Ecken und Kanten hat. Daher sind die großen Unternehmensmarken im Vergleich zum einzelnen Menschen am absteigenden Ast. Das ist einer der wesentlichen Gründe, warum CEOs heute prä-

senter sind als früher. Das ist etwas Positives, aber auch eine Gefahr, weil es Branchen gibt, die das ausnutzen.

Wie lässt sich Täuschung enttarnen?

Manipulationen sind so subtil, dass man sie nicht ein-

fach erkennt. Aber: Wenn jemand sagt, dass er die zuge Antwort auf ein Profil hat, ist das schon einmal erste Lüge. Oder wenn man will, dass man sich fort entscheidet, heißt Alarmstufe Rot. Überall wo mit Zeitdruck gearbeitet oder stark auf persönliche Ängste abgezielt wird, gelte nur darum, das eigene Icken zu hindern. Und dort zögere ich. Und übe, wer jetzt in diesem ment profitiert.



Die große Verarsche:

Jürgen Eisserer
Goldleg, 210 Seiten
23 Euro