

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Prolog: Persuasion als Beeinflussung von Handlungssentscheidungen</b> .....	1
1.1 Funkhousers Entscheidungs-Sequenz .....	1
1.2 Die Beeinflussung der Entscheidungs-Sequenz .....	6
1.3 Persuasive Kommunikation: eine Definition .....	8
<b>2 Persuasives Argumentieren</b> .....	13
2.1 Die Handlungsaufforderung .....	14
2.2 Belohnungen: Der Zweck der vorgeschlagenen Handlung .....	20
2.3 „Hebel“ der Persuasion: Wodurch wird Argumentieren wirksamer? .....	34
2.3.1 Soziale Gegenseitigkeit .....	35
2.3.2 Konsistenz .....	40
2.3.3 Anpassung an das Verhalten anderer .....	41
2.3.4 Autorität .....	47
2.3.5 Sympathie .....	50
2.3.6 Identifikation .....	53
2.3.7 Knappheit .....	54
2.3.8 Ersparnis von Zeit und Mühe .....	57
2.4 Glaubwürdigkeit .....	60
2.5 Das ELM .....	70
<b>3 Persuasionsstrategien</b> .....	75
3.1 Das psychodynamische Modell .....	76
3.2 Das soziokulturelle Modell .....	76
3.3 Die „Fuß-in-der-Tür“-Strategie .....	79
3.4 Die „Mit-der-Tür-ins-Haus“-Strategie .....	87

3.5 Die Drohung .....	94
3.6 Konfusion: „disrupt-then-reframe“ .....	100
3.7 Die zweiseitige Argumentation .....	102
<b>4 Kanäle der Persuasion .....</b>	<b>109</b>
<b>5 „Persuasibility“: Wer lässt sich am leichtesten überzeugen? .....</b>	<b>119</b>
<b>6 Werbung: Persuasion unter erschwerten Bedingungen .....</b>	<b>123</b>
6.1 Werbung als „Härtefall“ persuasiver Kommunikation .....	123
6.2 Die acht Rezepte der Werbung .....	126
6.2.1 Werbespezifische Versprechen einsetzen? .....	126
6.2.2 Bescheidenere Ziele .....	133
6.2.3 Auffälligkeit .....	136
6.2.4 Einprägsamkeit .....	148
6.2.5 Kumulation und Konsonanz .....	154
6.2.6 Umfeld .....	160
6.2.7 Den Vorankündigungseffekt umgehen .....	164
6.2.8 Unterschwellig werben – und dafür die Hirnforschung nutzen? .....	169
<b>7 Die theoretischen Fundamente persuasiver Taktiken und Strategien – wie lässt sich ihr Erfolg erklären? .....</b>	<b>175</b>
<b>8 Wissenschaft und Praxis .....</b>	<b>181</b>
<b>9 Zum Umgang mit Persuasionsrezepten .....</b>	<b>187</b>
<b>Literatur .....</b>	<b>191</b>