

INHALT

VORWORT ZUR ZWEITEN AUFLAGE	V
1 ZUM START Das Leben ist kein Ponyhof. Oder: Warum haben wir dieses Buch geschrieben? . . .	1
2 DER KOMPLEXITÄTS-ARGWOHN Einfach = richtig. Oder: Warum mögen wir lieber simple Lösungen, dafür sogar falsche?	5
3 DER ZAHLEN-SCHWURBEL Ein rundes Ergebnis kann nie stimmen. Oder: Warum benutzt man Zahlen, damit wir den Durchblick verlieren?	15
4 DIE EXPERTEN-MASCHE Glauben Sie mir, ich bin Fachmann. Oder: Warum können Experten darauf bauen, dass wir ihnen vertrauen?	25
5 DIE STEREOTYP-FALLE Das sehe ich doch auf den ersten Blick! Oder: Warum stellen wir uns mit unserem Wissen selber ein Bein?	35
6 DAS ORDNUNGS-PARADIGMA He, das gilt auch für Sie! Oder: Warum befolgen wir selbst unsinnige Regeln?	47

- 7 DIE WORTWASCH-METHODE**
Das stimmt schon so.
Oder: Warum wirken manipulierte Begriffe? 55
- 8 DER DUELL-REFLEX**
Ohne Rücksicht auf Verluste.
Oder: Warum bringen oft Worte die Entscheidung? . 63
- 9 DER LEMMING-FAKTOR**
Milliarden Fliegen können nicht irren.
Oder: Warum folgen wir so gerne anderen? 73
- 10 DAS EINDRUCKS-PARADOX**
Schöne Menschen sind klüger.
Warum siegt Auftritt über Aussage? 83
- 11 DIE TUE-GUTES-NUMMER**
Wenn du Geld willst, gib zuerst.
Oder: Warum kann man uns mit Wohltätigkeit
leichter ausnehmen? 93
- 12 DER BEWERBER-NEXUS**
Dynamische(r) kompetente(r) Mitarbeiter(in)
gesucht. Oder: Warum sind manche Kandidaten
erfolgreicher? 101
- 13 DER PROMI-FAKTOR**
Ich wäre gern auch so.
Oder: Warum orientieren wir uns an Stars? 113
- 14 DAS ÜBERREDUNGS-MUSTER**
Eigentlich wollte ich ja nicht.
Oder: Warum lassen wir uns doch immer wieder
überreden? 121

15 DER GEWINNER-BONUS

So sehen Sieger aus.

Oder: Warum wirkt der richtige Anzug so
überzeugend auf uns? 131

16 DAS EMOTIONS-ELEMENT

Das spür ich einfach.

Oder: Warum bewirken Gefühle oft mehr als
Fakten? 143

17 DIE HUMBUG-HOFFNUNG

Heilslehren und Patentrezepte.

Oder: Warum gehen wir Gurus und Geheimwissen
auf den Leim? 155

18 DIE AGGRESSIONS-ATTACKE

Ist ja schon gut.

Oder: Warum geben wir nach, auch wenn wir
im Recht sind? 171

19 DAS EGO-VERSPRECHEN

Der brave Mensch denkt an sich – selbst zuletzt.

Oder: Warum kommen Selbstdarsteller oft weiter
als fachliche Könnner? 185

20 DIE PUBLICITY-FALLE

SPIEGELein an der Wand ...

Oder: Warum kommen Menschen in die Medien –
und nicht wieder heraus? 201

21 DER ROLLEN-TAUSCH

So bin ich nun einmal.

Oder: Warum sind Sie als „Marke“ erfolgreicher? . 213

22 DAS THEORIE-GEBÄUDE

Das sagt die Wissenschaft dazu.

Oder: Warum verhalten sich Menschen so

und nicht anders? 225

DAS AUTOREN-DUO

Wir taten es doch nur für Sie.

Oder: Was wollen Sie noch über uns wissen? 249

DAS LITERATUR-VERZEICHNIS

Viele wissen mehr als zwei.

Welche Quellen haben wir genutzt? 251