

Inhalt

Über dieses Buch	9
Kapitel 1: Die Kunst des Flirtens	13
Flirten – mit gutem Grund	16
Die zwei Rollen im Flirt:	
Werben oder umworben werden	17
Eine Tradition: Männer werben um Frauen	20
Flirten macht glücklich – wenn man es kann	22
Ein Flirt ist kein Small Talk – aber er beginnt damit	25
Gespräche haben Struktur: Der Handlungsplan ..	27
Flirten mit Plan	30
Anmachsprüche: Wozu sie gut sind und wozu nicht ..	33
Mr. Right: Die Passungsüberprüfung	34
Der Liebescode: Hauptsache vage	37
Das soziale Image: Person, Maske und Gesicht ..	40
Höflich flirten – erfolgreich flirten	43
Kapitel 2: Argumentation und Flirt	47
Cooling-out: Nur nicht aufregen	50
Keine Zeit: Cooling-out im Flirt	53
Nützlich sein: Das Nutzargument	55
Nutzargument im Flirt: Vage und unpersönlich ..	57
Jeder Flirt hat ein Ziel – oder auch zwei	59
Erfolgreich flirten:	
Eine Frage gleicher oder verschiedener Ziele	62
Offener Streit: Wenn ein Flirt eskaliert	65
Verschiedene Arten von Nutzen	68
Geld oder Liebe:	
Materieller und immaterieller Nutzen	69

Gebrochene Versprechen:	
Nutzen in der Macht des Werbenden.	72
Wer zahlt? Nutzen zugunsten und zuungunsten ..	74
Flirtstrategien: Wege zum Ziel.	75
Informationen als Nutzen:	
Die schlechteste Flirtstrategie	79
Konkret und exklusiv: Die beste Flirtstrategie	82
Überhaupt eine gute Sache:	
Nicht exklusive Nutzen.	85
Ganz vage: Die Flirtstrategie der Frauen	86
 Kapitel 3: Nutzen und Schaden	 91
Ein gutes Nutzargument und seine fünf Merkmale	94
Immer: Die Regelmäßigkeit von Ursache	
und Wirkung.	99
Ausschließlich: Die Exklusivität	106
Wertvoll: Der Nutzen	110
Selten: Die Konkurrenzfähigkeit	114
Nicht schlecht: Der Schaden	116
Die fünf Merkmale: Ein Vergleich	118
<i>Situation 1</i>	118
<i>Situation 2</i>	119
<i>Situation 3</i>	119
<i>Situation 4</i>	120
<i>Situation 5</i>	120
<i>Situation 6</i>	121
<i>Situation 7</i>	122
<i>Situation 8</i>	122
<i>Situation 9</i>	123
<i>Situation 10</i>	124
Gleichheit: Eine Alternative zum Nutzargument ..	125
Mehr oder minder:	
Eine Ergänzung des Nutzarguments	128
Verquer: Das umgekehrte Nutzargument	130

Angst und Gewalt:	
Der erste emotionale Trugschluss	132
Hilfsbedürftigkeit und Mitleid:	
Der zweite emotionale Trugschluss	135
Beleidigung und mehr:	
Drei weitere emotionale Trugschlüsse	139
 Kapitel 4: Gesprächsführung und Gesprächsstrukturen	 143
Argumentationszwänge:	
Vorteil für den Werbenden	146
Schlicht und einfach:	
Die einschrittige Argumentation.	148
Vage und risikoarm:	
Die zweischrittige Argumentation	152
Der richtige Zeitpunkt – für den Werbenden	156
Small Talk: Basis der Argumentation	158
Ein Ziel haben – und es verbergen	161
Nicht nur im Flirt: Verborgene Ziele in Gesprächen	163
Ein einfaches Gesprächsmuster: Die Blockstruktur	166
Aus dem Gespräch heraus:	
Das komplexe Gesprächsmuster	169
Vertrackt: Die Gesprächsmuster der zweischrittigen Argumentation	175
Vorsicht, Falle:	
Tricksen mit zweischrittiger Argumentation.	179
 Kapitel 5: Frauen und Männer	 183
Traditionell flirten: Die übliche Rollenverteilung .	185
Selbst ist die Frau: Frauen alswerbende.	188
Von Vorteil: Frauen alswerbende haben es einfacher	190
Ganz vorsichtig:	
Weibliche Argumentationsstrategie	193

Höflich bleiben:

Der Umworbene und das Cooling-out.	195
Männer helfen Frauen – auch beim Flirt	197

Kapitel 6: Zehn Regeln für die Argumentation

im Flirt	201
Regel Nr. 1: Befolgen Sie die Regeln	204
Regel Nr. 2: Durchbrechen Sie die Regeln	206
Regel Nr. 3: Verhalten Sie sich höflich und respektvoll	207
Regel Nr. 4: Genießen Sie das Spiel	209
Regel Nr. 5: Zeigen Sie Ihre Wertschätzung	210
Regel Nr. 6: Verkaufen Sie sich	211
Regel Nr. 7: Seien Sie wählerisch	213
Regel Nr. 8: Benutzen Sie Ihren Verstand	214
Regel Nr. 9: Handeln Sie strategisch	216
Regel Nr. 10: Denken Sie weiter	217

Literatur	219
----------------------------	------------

Stichwortverzeichnis	221
---------------------------------------	------------

Über die Autorin	223
-----------------------------------	------------