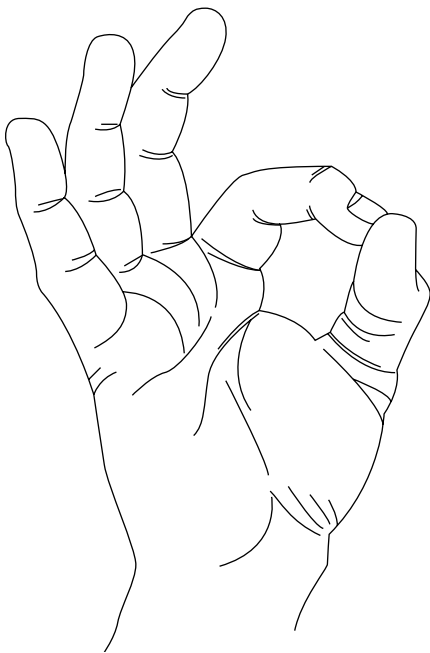


OHNE WORTE

MIMIK, GESTIK, TONFALL – DIE AUSDRUCKSSTARKEN INSTRUMENTE NONVERBALER KOMMUNIKATION SIND VERRÄTERISCH. WER SICH ABER ZU VIELE GEDANKEN ÜBER SEINEN EINDRUCK MACHT, WIRKT NICHT MEHR AUTHENTISCH.



► **Schon mal beobachtet?** Stehempfang, die Atmosphäre noch halb offiziell, halb schon – dank Feierabend und Prosecco – gelöst. Geschäftsleute smalltalken gepflegt, der Typ mit der blauen Krawatte lauscht seinem blondgesträhten Gegenüber im grauen Kostüm. Doch dann durchzuckt es ihn: Hat er doch die Arme vor der Brust verschränkt – wie unkommunikativ. Runter mit den Extremitäten, aber doch bitte nicht in die Hosentasche! Die nächste Viertelstunde lang kann man ihn dabei beobachten, wie er sich höchst ungeniek unsichtbar zu machen versucht, bis der Gedanke glücklicherweise verblasst – und er die Arme wieder verschränkt.

Nonverbale Kommunikation ist nicht nur verräterisch, sondern auch schwer erlernbar. Und für jene, die Kommunikation zum Beruf gemacht haben, ist es natürlich zentral, dass sie ihre Instrumente

mer Coach **Ulrich Sollmann**. „In dem Moment, in dem er sich seiner Beine bewusst wird, stolpert er.“

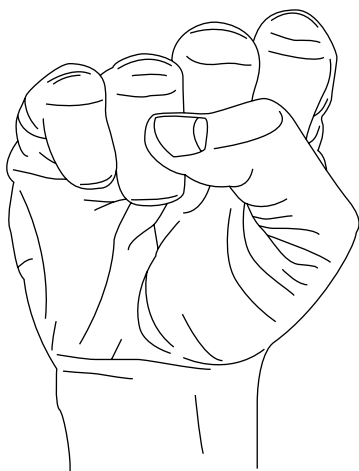
Da geistert eine Zahl durch die Medien, die den Druck noch erhöht: sieben Prozent. So klein soll der gesprochene Anteil eines Gesamteindrucks sein, der Rest laufe über Mimik, Gestik, Geruch und Tonfall. „Der nonverbalen Kommunikation wird zurecht ein hohes Maß an Einfluss auf die Wirkung zugesprochen“, sagt **Werner Dieball**. Aber: „Die Zahl stimmt einfach nicht, sie entstammt einer nicht-repräsentativen Studie und wird seit Jahrzehnten abgeschrieben.“ Der Politologe und Coach hat in dem Buch „Körpersprache und Kommunikation im Bundestagswahlkampf“ Gerhard Schröder und Edmund Stoiber verglichen.

SCHLECHTE SCHAUSPIELER

Das heißt natürlich nicht, dass nonverbale Kommunikation nicht wichtig ist. Sie ist jedoch zu einem Schlagwort geworden, das nicht wenige Leute nervös macht – und nervöse Menschen haben keine ansprechende Körpersprache. Sie wirken nicht authentisch. „Es geht nicht darum, etwas anzutrainieren“, sagt Dieball. „Wenn ich jemandem einfach nur beibringe, nicht so viel zu gestikulieren, dann wirkt er letztendlich nur wie ein schlechter Schauspieler.“ Je mehr man sich kontrolliere, desto verspannter wirke man, sagt auch **Wilhelm Engel**, Gründer der Königsteiner Akademie für Weiter-

„EIN BLOSSES
TRAINING LEHRT
NUR GUTES
BENEHMEN.“

Körper, Gesicht und Stimme perfekt beherrschen. Aber: Wer zu bewusst auf seine Wirkung achtet, erreicht garantiert das Gegenteil. „Das ist wie in der Geschichte vom Tausendfüßler“, sagt der Bochu-



bildung. Daher müsse es als erstes darum gehen, die Selbstwahrnehmung zu schulen, ohne sich unter einen falschen Druck zu setzen.

Durch ein bloßes Training lerne man meist nur „gutes Benehmen“, so formuliert es Sollmann: Das Training könne nur ein Baustein dabei sein, wenn es darum gehe, seine eigenen Reaktions- und Verhaltensmuster aufzubauen.

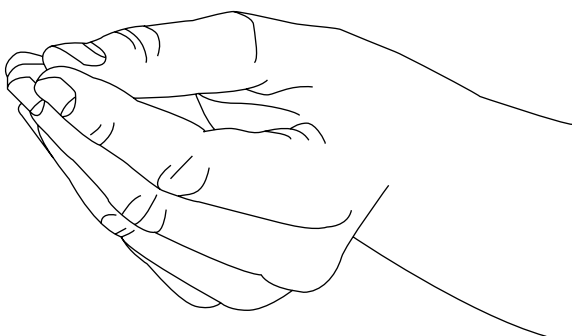
„VIELE WOLLEN IHRE WIRKUNG BEHERRSCHEN.“

SAMY MOLCHO

„Existenz ist immer auch Wirkung, viele wollen das beherrschen oder gar verstecken“, sagt der bekannte Pantomime und Buchautor **Samy Molcho**. Ein bisschen Unsicherheit sei daher für den Anfang gar nicht schlecht. Jeder müsse sich mit seinen Möglichkeiten bekannt machen, das sei wie Autofahren und brauche eine gewisse Zeit.

NICHT DIE GANZE WAHRHEIT

Und was ist, wenn es darum geht, nicht die ganze Wahrheit zu verkünden, Sachverhalte zu verschweigen – eine Situation, die manchem PR-Profi bekannt ist? Wird der eigene Körper zum Verräter? Engel sagt, da bleibe praktisch nur der Selbstbetrug: „Wem es gelingt, sich mental so ins Bild zu setzen, dass die Inhalte Teil der eigenen Wahrheit sind, dem wird man nichts anmerken.“



Denn auch wenn die Worte stimmen mögen, merken Menschen – oft selbst nur unbewusst –, wenn sie nicht ehrlich behandelt werden. Vor kurzem hat eine experimentelle Studie der Universität Wien ergeben, dass Ladenkunden es merken, wenn der Verkäufer ihnen seine Sympathie nur vorgaukelt: Sie entscheiden sich seltener, das gleiche Geschäft noch einmal zu besuchen. Wenn die Botschaft nicht stimme, werde es schwierig, sagt Medientrainer **Jörg-Michael Junginger** von media advice. Sicher könne man Ratschläge erteilen wie: Weisen Sie nicht mit dem spitzen Finger auf Ihr Gegenüber, wenden Sie Ihrem Gesprächspartner das Gesicht zu, wackeln Sie nicht mit dem Kopf. Voraussetzung aber ist: „Die Botschaft muss internalisiert sein.“ Genauso gilt natürlich auch, dass ein ehrliches Anliegen nicht unter die Räder des Lampenfiebers kommen darf. Daher ist es kein Fehler, sich mit der eigenen Außenwahrnehmung auseinanderzusetzen: „Der Auftritt wird um so stimmiger, je deckungsgleicher ein Mensch sein Selbst- und Fremdbild wahrnimmt.“

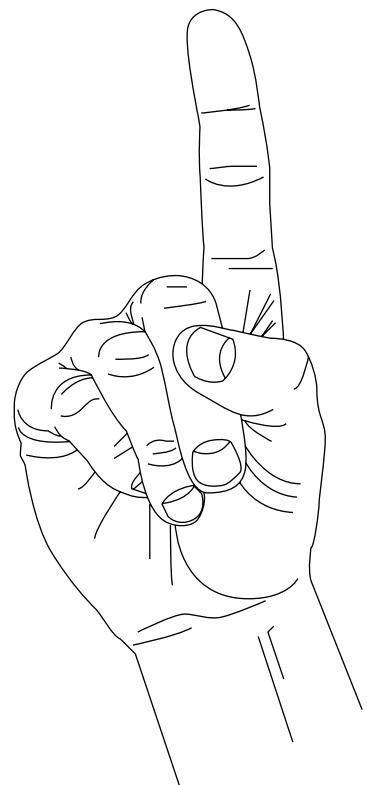
Dabei sollte sich auch ein Pressesprecher, den sein Beruf dazu prädestiniert, möglichst überall gut anzukommen, nicht alle Ecken und Kanten abschleifen lassen. „Die Erinnerungsforschung lehrt uns: Jemand mit Macken bleibt eher in Erinnerung als ein aalglatter Typ“, sagt Sollmann. Und auch Menschen, die eine Botschaft transportieren, müssen sich im Gedächtnis der anderen verankern: „Sonst könnten sie ja gleich nur einen Zettel abgeben.“ ■



KARRIERE

TEXT
CAROLYN BRAUN

THEMA
Wenn die Botschaft nicht authentisch ist, kann der eigene Körper zum Verräter werden. Wer auch nonverbal überzeugen will, muss sich intensiv mit seiner Eigen- und Fremdwahrnehmung auseinandersetzen.



Anzeige

Wo finden Sie die besten PR-Mitarbeiter?

Wir bieten über 10 Jahre Erfahrung in der Direktsuche von PR-Mitarbeitern - branchenübergreifend, auf allen Ebenen und zu allen Themen, z.B.

- Pressesprecher
- Referenten
- Leiter Unternehmens- o. Produktkommunikation, Investor Relations

Ihre Vorteile als Unternehmen:

- Sie sehen nur die Besten – kompetent beurteilt
- Keine aufwändigen administrativen Prozesse
- Unsere Honorare sind fair, mit Erfolgsgarantie
- Wir sind flexibel, arbeiten schnell und kompetent

Somit sparen Sie Zeit und Kosten und Ihr Erfolg ist garantiert. Fordern Sie uns, wir freuen uns darauf.

SCHUHMANN  PERSONALBERATUNG
Executive Search

Industriestraße 131c • D - 50996 Köln
Tel. +49 (0)2 21 / 1 69 01 09
Fax +49 (0)2 21 / 1 69 01 08
www.schuhmann - pb.de