ISSN-Nr. 2199-2827

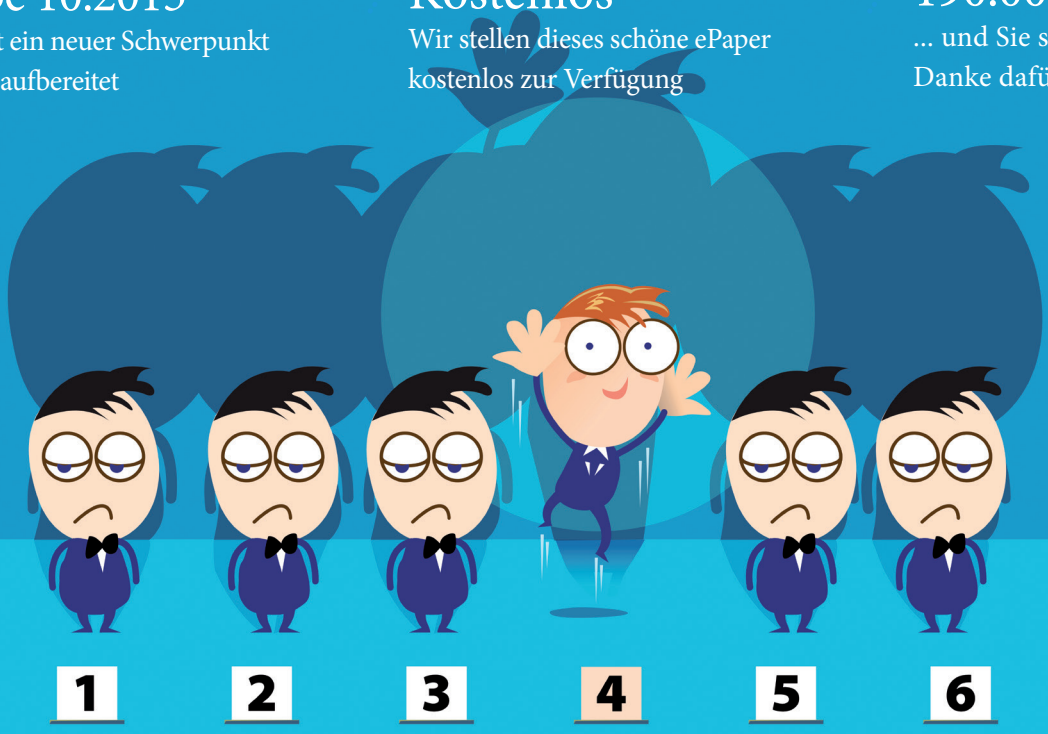
unternehmer.de

Das ePaper für Gründer, Selbständige & KMU

Ausgabe 10.2015
Jeden Monat ein neuer Schwerpunkt redaktionell aufbereitet

Kostenlos
Wir stellen dieses schöne ePaper kostenlos zur Verfügung

190.000 Leser
... und Sie sind einer davon! Danke dafür.



Präsentation & Körpersprache

Diese Ausgabe beantwortet konkret 8 Fragen für Sie:

- **Grundkurs Körpersprache:** Was vermitteln unbewusste Gesten?
- **Erfolgreiche Teamführung:** Wie kann Körpersprache Konflikte lösen?
- **Gute Präsentationen:** Worauf kommt es hauptsächlich an?
- **Kundenpräsentationen:** Wie bleibt man als Verkäufer im Gedächtnis?
- **Gelassenheit bei Vorträgen:** Welche Übungen helfen mir dabei?
- **Kleider machen Leute:** Wie beeinflusst Kleidung unseren Job?
- **Small Talk im Beruf:** Mit welchen Themen klappt's zukünftig besser?
- **Feedback-Regeln:** Was muss ein Feedback-Geber beachten?

JETZT UMBLÄTTERN >>>

GRUNDKURS KÖRPERSPRACHE 4
Signale richtig deuten

ERFOLGREICHE TEAMFÜHRUNG 9
Mit Körpersprache Konflikte lösen

BEGEISTERUNG VON INNEN 12
Wie die perfekte Präsentation klappt

KUNDENPRÄSENTATION 16
Wie Sie Kunden in Erinnerung bleiben

HIER & JETZT PRÄSENTIEREN 19
4 Praxisübungen für Ihren Alltag

KLEIDER MACHEN MENSCHEN 21
Was ist an dieser Aussage dran?

SMALLTALK-TIPPS 24
So klappt's zukünftig ganz einfach!

FEEDBACK-REGELN 26
Was unbedingt beachtet werden muss

BUCHTIPPS 30
Zu den Themen Körpersprache & Präsentation

VERANSTALTUNGSTIPPS 32

VORSCHAU & IMPRESSUM 34

LAAAAAANGWEILIIIG!

Die Präsentation will einfach nicht enden, die Power-Point Folien hätten ein frischeres Layout verdient und die Gesichter des Publikums vermitteln Desinteresse und Langeweile. Wenn das Handy der Zuhörer interessanter ist als der Vortrag, erreicht man den Höhepunkt der Präsentation.

Doch wie bewahren Sie Ihre Kollegen bei einer Präsentation zukünftig WIRKLICH vor dem Einschlafen? Wie erkennen Sie allein durch Körpersprache, was Ihr Gegenüber von Ihnen hält? Und haben Sie sich auch schon immer gefragt, mit welchen Themen Small Talk besser klappt oder ob man überhaupt Smalltalk betreiben muss?

Unsere Autoren erklären es Ihnen und liefern weitere interessante Fakten zu den Themen Präsentation und Körpersprache in unserer Oktober-Ausgabe.

https://plus.google.com/+UnternehmerDe

www.facebook.com/unternehmer.wissen

www.twitter.com/unternehmer_de

www.pinterest.com/unternehmer

www.instagram.com/unternehmer.de

www.unternehmer.de/feeds

Viel Spaß beim Lesen,

Patricia Scholz, Projektleitung

Grundkurs Körpersprache

Eindruck machen und Signale deuten

Fraglos gibt es Menschen, die allein durch die Art, wie sie sich geben, Erfolg auszustrahlen scheinen. Auch in der Berufswelt ist dieses Phänomen täglich zu beobachten, und besonders deutlich wird es, wenn ein wichtiges Kräftemessen ansteht.

Sei es, dass ein wichtiges Meeting mit Geschäftspartnern bevorsteht oder sich durch eine Präsentation entscheiden wird, wem das ersehnte Projekt zugeteilt wird und wem nicht. Und oftmals entsteht regelrecht der Eindruck, dass der Sieger bereits feststeht, bevor das erste Wort fällt und die erste Seite des PowerPoint-Dokuments ihren Weg durch den Beamer findet. Und Hand aufs Herz: Welchem Bewerber würden Sie bei einem Vorstellungsgespräch den Vorzug geben – der souveränen Persönlichkeit, die den Raum mit einem Erfolgslächeln auf den Lippen betritt, oder dem eher zurückhaltenden Gemüt, dessen Persönlichkeit nur zaghaft nach außen zu dringen scheint?

Nicht nur der Ton macht die Musik

All diese Beispiele haben eines gemein: In Situationen, in denen es darauf ankommt, dass wir uns vor anderen beweisen, ist eine positive, prägnante Ausstrahlung, die einen bleibenden Eindruck hinterlässt, mindestens genauso wichtig wie Kompetenz und Know-how. Sehen Sie es am besten so: Fraglos geht es in erster Linie um den Inhalt Ihrer Botschaft, die vermittelt werden soll. Schließlich soll demjenigen, der die Entscheidungsgewalt besitzt, mitgeteilt werden: „Unsere Firma ist die richtige für diese Kooperation“, oder: „Ich bin der Richtige für den Job“. Genauso wichtig ist es allerdings, sicherzustellen, dass die →

» Nonverbale Verhaltensweisen machen 60 bis 65 Prozent der gesamten zwischenmenschlichen Kommunikation aus.«

wertvolle Botschaft den Empfänger auch wunschgemäß erreicht.

Haltung, Bewegungen, Signale – Ihre Körpersprache verrät mehr über Sie, als Sie glauben. In Expertenkreisen wird diesbezüglich von sogenannter nonverbaler Kommunikation gesprochen. Untersuchungen zufolge machen nonverbale Verhaltensweisen 60 bis 65 Prozent der gesamten zwischenmenschlichen Kommunikation aus.

Diese äußern sich in unbewusst ablaufenden Bewegungen, Gesten und Signalen, die aus unserer täglichen Verständigung schlicht nicht wegzudenken sind. Sie sind sogar so essenziell, dass wir im Laufe unseres Lebens gelernt haben, sie gleichermaßen spontan zu interpretieren wie wir sie zur Verständigung einsetzen.

Eindruck hinterlassen – Nur wie klappt's?

Genau aus diesem Grund kann nur richtig überzeugen, wer es beherrscht, starke Worte auch mit starker nonverbaler Kommunikation zu begleiten. Das mag für Einsteiger möglicherweise einschüchternd klingen, doch bereits mit einer guten Beobachtungsgabe und einem kompakten Fundus an Grundwissen steht Ihnen die Möglichkeit offen, in praktisch jeder Situation effektiv Eindruck zu machen und in Erinnerung zu bleiben.

Souveränität ist leicht vom Körper „abzulesen"

In Situationen, in denen Ihre Mitmenschen – egal ob es ihnen explizit bewusst ist oder nicht – erwarten, dass Sie sich konsequent öffentlichkeitswirksam verhalten, sollten Sie anhand Ihrer nonverbalen Kommunikationssignale (auch „Tells" genannt) primär zwei Gemütsregungen nach außen kehren: innere Sicherheit und Wohlbefinden.

Die Körperhaltung:

✓ Hierzu können Sie bereits mithilfe einer soliden, souveränen Körperhaltung beitragen. Grundvoraussetzungen sind eine aufrechte Statur und gerade Schultern, eine gesunde Spannung im Körper und ein breiter, sicherer Stand.

✗ Wer stets auf und ab tritt, bringt das Fundament seines Körpers schnell ins Wanken und drückt Nervosität aus.

Die Kopfhaltung:

✓ Jemandem, der niedergeschlagen wirkt, raten wir nicht umsonst „Kopf hoch!". Denn wer das Kinn demonstrativ nach vorn streckt und die Nase oben trägt, kann bereits ein unübersehbares Signal, das Selbstvertrauen ausstrahlt, auf seiner Habenseite verbuchen.

Der Blick:

✓ Und auch „Augen auf!" lautet die Devise.

✗ Wer alles und jeden eines Blickes würdigt, nur nicht denjenigen, der gerade spricht, wird schnell als desinteressiert und im schlimmsten Fall respektlos wahrgenommen.

Der Oberkörper:

✓ Auch die Position des Oberkörpers spielt eine wichtige Rolle. Die Tatsache, dass wir uns Dingen, die wir positiv bewerten, und Menschen, die uns sympathisch sind, instinktiv zuneigen, können Sie sich auch hier zunutze machen, um mit einer positiven Ausstrahlung zu punkten.

Das Lächeln:

✓ Und nicht vergessen: Ein „echtes" Lächeln liegt nur vor, wenn dabei auch die Augenpartie in Bewegung kommt und die berühmten „Lachfältchen" entstehen. Wer diese Faktoren berücksichtigt, hat bereits für eine gesunde Ausgangsbasis gesorgt, mit der er sich in so gut

wie jeder Situation positiv in Szene setzen kann.

Welche Gesten sollten Sie allerdings vermeiden?

„Sagen Sie mir nicht, was ich nicht tun kann" – dieser Spruch fällt in einer bekannten US-amerikanischen Fernsehserie bemerkenswert oft. Zugestandenermaßen handelt es sich hierbei allerdings um einen nachvollziehbaren Einwand – über den sich diese Passage dennoch hinwegsetzen muss.

Denn genauso flugs, wie Sie sich durch die im vorangegangenen Abschnitt erläuterten Faktoren als souveräner Herr der Lage inszenieren können, können auch kleinste „Störsignale" das Gegenteil bewirken und auch die stärksten Gesten zur Fassade degradieren. Denn auch das Vokabular an „Tells", die wir als unmissverständlichen Ausdruck von Unwohlsein deuten, ist extrem umfangreich.

Der Oberkörper:

Und auch hier kann die Haltung des Oberkörpers Bände sprechen. Wer sich beispielsweise instinktiv in die seinem Gesprächspartner entgegengesetzte Richtung beugt, drückt ganz ohne Worte, aber unzweifelhaft aus, dass er angesichts seines Gegenübers nichts Gutes empfindet. Ein sofortiger „Punktabzug" ist die Folge.

Und wer instinktiv Arme und Hände – oder auch in Reichweite befindliche Gegenstände wie etwa einen Notizblock – dazu gebraucht, um seinen Oberkörper abzuschirmen, erweckt in der Regel den Eindruck, als ziehe er es vor, so weit wie möglich auf „Tauchstation" zu gehen, anstatt angeregt an der Diskussion teilzunehmen.

Das Gesicht:

Einige der größten „Störfaktoren" lassen sich direkt vom menschlichen Gesicht ablesen. Hierzu gehören die Vermeidung des Blickkontakts, angespannte Lippen und zusammengekniffene Augen.

Und auch die Stellung der Füße kann mehr verraten, als Ihnen lieb ist. Wer mit seinem Gesprächspartner einerseits in ein angeregtes Gespräch verwickelt ist, aber mit den Fußspitzen in Richtung Ausgang zeigt, spricht ganz ohne Worte eine deutliche Sprache.

> » Gemeinhin gelten unsere Füße als unsere "ehrlichsten" Extremitäten. «

Die Füße:

Gemeinhin gelten unsere Füße als unsere „ehrlichsten" Extremitäten. Denn die Fähigkeit zur Kontrolle der eigenen Mimik zur Verhinderung des Auftretens unerwünschter Signale oder „Tells" gehört Experten zufolge schon recht lange zur „Trickkiste" der Menschheit.

Dass allerdings auch unsere Füße Bände sprechen können, scheint dagegen noch nicht zum Status menschlichen Allgemeinwissens durchgedrungen zu sein. Und egal, wie unangenehm die sich bietende Situation auch sein mag – vermeiden Sie nach Kräften die berühmte „Schockstarre". Sprich: Hüten Sie sich vor dem ebenso abrupten wie auffälligen Innehalten, das glasklar beweist, dass Ihnen gerade eben ein bestimmtes Ereignis besonders nahegegangen ist. Nicht ganz einfach – aber mit etwas Konzentration ist es durchaus zu schaffen.

Achtung vor unbewussten Gesten

Aus der Tatsache, dass es eine wahrhaft unüberschaubare Palette an Umständen gibt, die Unwohlsein und Stress hervorrufen können, hat der menschliche Körper im Laufe der Jahrtausende anscheinend Konsequenzen gezogen.

Demzufolge besitzen wir einen reichen Fundus an Gesten, die wir gezielt – und gleichermaßen unbewusst – anwenden, um im Alleingang unsere inneren Wogen zu glätten, wenn uns Stresssituationen zu schaffen machen. Das mag vorerst erfreulich klingen, doch leider ist bei einer Beleuchtung aus unserer aktuellen Perspektive eher das Gegenteil der Fall. Beruhigungsgesten sprechen nämlich genauso Bände und das besonders, wenn sie in Kombination mit Gesten des Unbehagens auftreten. Wenn Sie auf eine Geste, die Ihnen Unwohl-

sein bescheinigt, gleich ein Signal folgen lassen, das offensichtlich Beruhigungszwecken dient, wird von „Multiple Tells“ gesprochen. Ihr sorgsam aufgebautes souveränes Erscheinungsbild kann so schneller einstürzen als ein Kartenhaus.

Beruhigungsgesten:

„Tells“, auf die Sie hier achten sollten, sind das Berühren der Wangen oder von Nacken und Hals, das Reiben der Stirn oder das Bedecken der sogenannten „Drosselgrube“ zwischen Kehlkopf und Brustbein – was auch gerne leicht verdeckt durch das Richten der Krawatte vorgenommen wird. Auch jede Art der Berührung des Gesichts kann hier verräterisch sein.

So mancher unbewusste Stressabbau vollzieht sich auch dadurch, dass der angespannte Körper sich selbst „Streicheleinheiten“ verordnet. Dies geschieht häufig durch das Abstreichen der Beine mit den Handflächen. Da konventionelle Bürotische hier idealen Sichtschutz bieten, bleibt besagte durchaus verräterische Geste häufig unbemerkt – hier lohnt es sich, aufmerksam zu beobachten.

Wohin mit den Händen?

Kein Zweifel – unsere Hände können sich als ernst zu nehmende „Störenfriede“ erweisen, wenn wir gerne den Eindruck erwecken möchten, besonders souverän und gelassen zu sein – und es im Inneren eigentlich nicht sind. Wie schwierig unsere beiden Greiforgane zu bändigen sind, dürfte jeder bereits am eigenen Leib erfahren haben, der jemals Theaterluft schnuppern durfte und vom Regisseur postwendend ein „Spielzeug“ wie einen Regenschirm oder einen Golfschläger ausgehändigt bekam, um natürlicher und gelassener zu wirken.

Optimalerweise sollten unsere Hände für ruhige, unterstützende Gesten zum Einsatz kommen, mit denen Sie mit etwas Übung beträchtlich zu einem souveränen Erscheinungsbild beitragen können. Generell gilt: Je deutlicher Sie Ihre Hände „zur Schau stellen“, desto besser.

Die Hände:

Hier gibt es übrigens eine zusätzliche „Daumenregel“, und das im wahrsten Sinne des Wortes. Deutlich sichtbar nach oben weisende Daumen machen stets einen guten Eindruck. Als perfektes „Einsteigermaterial“ eignet sich hier das Einstecken der Hände in die Jacken- oder Hosentasche, wobei der Daumen noch deutlich zu sehen ist. So profitieren Sie von dem Sicherheitsgefühl, das die vertraute Jacken- oder Hosentasche bietet, und dem „Daumeneffekt“ gleichermaßen.

Auch das Berühren der eigenen Fingerspitzen bei gespreizten Fingern ähnlich wie beim Falten der Hände, wobei beide Hände ein Dach bilden, ist als gleichsam effektive wie einfach durchzuführende Geste empfehlenswert, die in so gut wie jeder Situation positive Resonanz finden wird.

Das Verschränken der Hände dagegen kann problematisch sein – besonders wenn Ihre Daumen nicht zu sehen sind. Auch die Hände vollends in den Taschen verschwinden zu lassen, sollten Sie tunlichst vermeiden.

Körpersprache als „Lügendetektor“?

Und nun folgt der Teil, auf den Sie mit großer Wahrscheinlichkeit bereits seit dem Lesen der Überschrift gewartet haben. Um es vorwegzunehmen: Ja, die Analyse der Körpersprache kann beim Entlarven von Lügnern wertvolle Dienste leisten. Praktisch, nicht wahr? Auch nüchtern juristisch hätten Sie somit (theoretisch) einige Chancen. Im Privatrecht kann durch eine Lüge der Tatbestand der arglistigen Täuschung erfüllt sein, im Strafrecht kann Lügen dazu führen, dass ein Betrugsdelikt vorliegt, und gegenüber der Polizei und vor Gericht können für Falschaussagen durchaus harte Strafen drohen.

Die Königsklasse der Körperspracheanalyse

Allerdings haben wir es hier in jeder Hinsicht mit der Königsklasse der Körperspracheanalyse zu tun, die selbst Profis mit jahrzehntelanger Erfahrung Schwierigkeiten bereitet. Um es drastisch auszudrücken: Egal wie nützlich all die weiter oben zusammengetragenen Erkenntnisse sein mögen – ohne den „Normalzustand“ des Verdächtigen (sprich, den Zustand, in dem er/sie nicht lügt) zu kennen, können auch die offensichtlichsten „Tells“ keine hundertprozentig sicheren Ergebnisse liefern.

Denn nicht jedes der oben erwähnten Signale kommt im „Körpersprachevokabular“ jedes Menschen vor und auch jede noch so gebräuchliche „verräterische“ Geste läuft nicht bei jedem „Kandidaten“ exakt

gleich ab. Jemanden zuverlässig der Lüge zu überführen, wenn Sie die betreffende Person nicht gut kennen, dürfte somit in bestimmten Fällen ans Unmögliche grenzen. Deswegen ist hier absolute Vorsicht geboten, wenn Sie darauf verzichten möchten, folgenschwere falsche Entscheidungen zu riskieren.

Auch bei der Beurteilung eines Kandidaten beim Vorstellungsgespräch sollten Sie mit Bedacht vorgehen. Denn hier existiert in der juristischen Praxis der Begriff des „Rechts auf Lüge". Als Antwort auf in einem Bewerbungsgespräch im Grunde unzulässige Fragen, wie etwa nach einer möglichen Schwangerschaft, der Religionszugehörigkeit oder der wirtschaftlichen Situation, darf der Kandidat sehr wohl lügen. Wer hier überreagiert, stellt sich womöglich selbst ein Bein und riskiert unangenehme Konsequenzen.

Vorsicht ist besser als Nachsicht

Fraglos können bereits Grundkenntnisse bezüglich der Feinheiten unseres alltäglichen „Körpervokabulars" einen hilfreichen Einblick ins menschliche Innenleben ermöglichen. Und nicht nur das: Sie können Ihnen auch effektiv dabei helfen, vor allem in herausfordernden Situationen so verstanden zu werden, wie Sie es möchten. Doch vergessen Sie nicht: Sie betreten hier ein sprichwörtliches „weites Feld", in dem sich noch einiges mehr entdecken und erforschen lässt. Die schwierigste Disziplin bleibt weiterhin das „Lesen" der nonverbalen Signale oder „Tells" anderer. Wie so oft gilt auch hier folgende Devise: Je weniger Intuition und desto mehr Kalkulation im Spiel ist, umso wahrscheinlicher ist die Möglichkeit eines Irrtums. Und zu guter Letzt: Wie vor Gericht gilt deswegen auch hier der Leitsatz: „Im Zweifel für den Angeklagten". ■

Autor: Johannes Schaack

Redakteur – Juristische Redaktion anwalt.de services AG
www.anwalt.de, www.steuerberater.net
Sie suchen einen passenden Anwalt für Ihr Unternehmen?
Das anwalt.de-Serviceteam unterstützt Sie gerne bei der Suche unter 0800 / 40 40 520 (gebührenfrei).

Bei uns gibt's günstige Fachbücher!

BÜCHER ZU DEN THEMEN:

- Kundengewinnung
- Umsatzsteigerung
- Online-Marketing
- Management & Führung
- uvm.

Jetzt stöbern!

Kennen Sie Ihr Team?

Durch Körpersprache erfolgreicher führen

Manfred D. tippt mit dem Finger gegen den Bildschirm seines Laptops. „Was ist mit dem Müller? Hat er den Vertrag jetzt endlich unterschrieben? Langsam drängt die Zeit, außerdem ist es ihr größter Kunde." Ohne aufzusehen scrollt der Verkaufsleiter durch die Kundendatei, während sein Mitarbeiter tief durchatmet, sich die Krawatte richtet und dabei gleichzeitig auf dem Bürostuhl ein Stück nach hinten rutscht. „Alles in Ordnung, der Vertrag soll demnächst retour geschickt werden."

Manfred nickt gelassen, genau das wollte er hören. Eine knappe halbe Stunde später verabschiedet er seinen Vertriebsmitarbeiter. Zufrieden sieht er aus dem Bürofenster. Dieses Mitarbeitergespräch lief ganz nach seinem Geschmack, schließlich ist im umsatzstärksten Verkaufsgebiet alles in Ordnung, befindet er.

Hätte sich Manfred D. mehr auf seinen Mitarbeiter konzentriert, statt ständig auf den Laptop zu starren, wäre er sicherlich anderer Meinung. Dann hätte er erkennen können, dass mit dem Vertrag „überhaupt nichts in Ordnung" ist. Dann wäre ihm der massive Konflikt aufgefallen, den sein Vertriebsmann erlebte, als er seinen Chef zu beruhigen versuchte. Sämtliche körpersprachlichen Signale waren nämlich auf Flucht ausgerichtet. Das Ausatmen, der Griff zum Krawattenknopf, um sich Luft zu verschaffen, selbst das kurze Aufrichten vom Stuhl sind allesamt unbewusste Fluchtsignale, die wir versenden, wenn wir eine Situation als Konflikt erleben. ➜

Signale erkennen

An diesem Beispiel erkennen wir bereits die hohe Bedeutung der körpersprachlichen Signale für die Führungsarbeit. Schließlich liefern uns die Gesten, Mimiken und Reaktionen unserer Mitarbeiter wertvolle Hinweise, welche Gedanken ihnen tatsächlich gerade durch den Kopf gehen und was sie in diesem Moment empfinden. Führungskräfte können anhand nonverbaler Signale feststellen, ob sich ihr Gesprächspartner überfordert oder unterfordert, ob er sich motivierend behandelt fühlt oder ob er das Gespräch sogar als eine Bedrohung empfindet. Mit dem nötigen Wissen ausgestattet können Führungskräfte zudem erkennen, ob der Mitarbeiter dem Unternehmen gegenüber motiviert und loyal eingestellt ist oder bereits innerlich gekündigt hat.

Mythos Körpersprache?

Die Frage nach der korrekten Interpretation unseres nonverbalen Verhaltens sorgt gerne für gehörigen Zündstoff. Während in diversen Frauen- wie Männerzeitschriften häufig aus einer einzigen Kopfhaltung ein komplettes Psychogramm erstellt wird, sorgen die Kommentare von Körpersprache-Experten im Fernsehen, beispielsweise im Rahmen von Politdiskussionen, häufig für einige Verwirrung. Also was jetzt? Darf man nun die Arme vor dem Körper verschränken oder nicht? Wohin mit den Beinen im Gespräch? Doch so kompliziert ist die korrekte Interpretation nicht, sofern man versteht, auf welche Bereiche man achten sollte.

Die Steinzeit lässt grüßen

Die meisten unserer nonverbalen Ausdrucksformen stammen aus den Anfängen der Menschheit. Damals, als uns noch die Sprache als Kommunikationsmittel fehlte, verständigten wir uns hauptsächlich durch unseren Körper. Zu dieser Zeit hing unser Überleben von der Fähigkeit ab, die Zeichen unserer Mitmenschen richtig zu interpretieren. Wir sind beispielsweise in der Lage, die Signale von Angst innerhalb von 17 Millisekunden zu erkennen und als Bedrohung zu identifizieren. Eine Reaktionszeit, die in etwa der Geschwindigkeit eines Wimpernschlages entspricht! Eine überlebenswichtige Entwicklung unserer Vorfahren. Wenn unser Gegenüber plötzlich die Augen aufriss, dann überlebten diejenigen von uns, die sofort davonliefen. Jene, die diese Geste langatmig hinterfragten, wurden höchstwahrscheinlich von dem Raubtier hinter ihnen umgebracht. Doch nicht alle Körpersignale stammen aus der Steinzeit, daher unterscheiden wir evolutionär entwickelte körpersprachliche Zeichen von den relativ jungen nonverbalen Entwicklungen, die noch dazu regional und kulturell höchst unterschiedlich ausfallen können, wie beispielsweise das Händeschütteln.

Was Führungskräfte wissen sollten

Die häufigste körpersprachliche Reaktion, die gleichzeitig für Teamleiter und Unternehmer die wohl wichtigste Bedeutung besitzt, ist die Art und Weise, wie wir auf Konflikte reagieren. Konflikte treten bei uns immer dann auf, sobald wir eine Situation oder das Verhalten unseres Gesprächspartners nicht eindeutig als friedlich einschätzen können.

Wenn Sie als Führungskraft Ihrem Mitarbeiter die Frage stellen, ob dieser letzte Woche den Kunden Maier besucht hat, laufen bei diesem beinahe gleichzeitig unzählige Gedanken durch den Kopf.

- „Wieso fragt er mich das?“,
- „Misstraut er mir?“,
- „Welche Antwort erwartet er jetzt?“,
- „Was kommt denn nun?“

Wir erleben diese Frage als Konflikt, den unser Gehirn sogar als lebensbedrohlich empfindet, auch wenn es überhaupt nicht der Fall ist.

Wie reagiert der Mensch auf Konflikte?

Auf Konflikte reagieren wir immer gleich: Entweder durch Erstarren, durch Angriff oder wir ergreifen die Flucht. Doch statt davonzulaufen, reagieren wir heute weit subtiler: beispielsweise durch einen kleinen Schritt nach hinten. Oder wir neigen den Oberkörper zurück.

Bei Erstarren halten wir sprichwörtlich die Luft an, verharren einen Moment lang in Regungslosigkeit, reißen eventuell die Augen dabei auf. Angriffsverhalten zeigen wir häufig, indem wir die Distanz zum Gegenüber verringern, unsere Augen auf ihn fokussieren und den ungeschützten Oberkörper präsentieren.

Solange Ihre Mitarbeiter einen Konflikt erleben, sind diese nicht

in der Lage, auf Ihre Fragen inhaltlich zu reagieren. Auch schaffen Konflikte Distanz und verhindern jeglichen Aufbau einer Beziehungsebene. Wenn Sie als Führungskraft einen Konflikt im Mitarbeitergespräch feststellen, sollten sie zuerst dazu beitragen, diesen wieder aufzulösen, bevor sie mit Ihrer Agenda weitermachen. Permanente Konfliktsituationen können außerdem den Mitarbeiter so unter Druck zu setzen, dass sich dieser innerlich von Ihnen verabschiedet. Ein Phänomen, das wir in deutschen Unternehmen nur allzu häufig vorfinden.

Konflikte lösen

Konflikte entstehen, wenn wir uns bedroht fühlen. Wenn Sie diese Bedrohung entschärfen, löst sich somit auch der Konflikt. Manchmal hilft bereits ein Lächeln und in den meisten Fällen ist ein kurzes Briefing, das den Hintergrund oder den Sinn einer Frage erklärt, ausreichend, damit sich Ihr Mitarbeiter wieder innerlich entspannt. Es macht also für Unternehmer und Führungskräfte durchaus Sinn, sich intensiver mit Körpersprache auseinanderzusetzen, um die Mitarbeiter an der richtigen Stelle abzuholen und auf diese Weise für hohe Motivation und Loyalität zu sorgen. ■

Autor: Markus Miksch

Der Buchautor und Keynote Speaker Markus Miksch, Jahrgang 1971, berät und trainiert Führungskräfte sowie Unternehmer in Mitarbeiterführung und Leadership. Außerdem entwickelt der Körpersprache-Profi die Außenwirkung und die richtige Positionierung für Top-Manager, um diese für künftige Aufgaben optimal vorzubereiten.

Weitere Informationen über den Führungsexperten erfahren Sie unter www.markusmiksch.com

Der unternehmer.de-Newsletter

Ihre Vorteile:

- die besten Fachartikel
- Zugriff auf alle ePaper seit 2008
- alle zwei Wochen für Sie erstellt
- kostenlos
- jederzeit abbestellbar

Jetzt anmelden!

Begeisterung beginnt im Innern

So gelingt Ihnen die perfekte Präsentation

Sicher haben Sie schon mal bei Amazon den Suchbegriff „Präsentation“ eingegeben, oder? Ich finde es unglaublich, was für eine Flut an Büchern dann über den Bildschirm schwappt. Und nochmal genauso viele, wenn Sie nach „Kommunikation“ suchen. Oder „Medientraining“. Zum großen Teil haben diese Titel alle eins gemeinsam: Sie setzen außen an.

„Gehen Sie auf und ab“, „auf keinen Fall die Arme verschränken“, „30 Prozent lauter sprechen“ oder „maximal 20 PowerPoint-Slides verwenden“ – so lauten nur vier der Ratschläge, die Sie in solchen Titeln in Hülle und Fülle finden. Sie stellen Regeln auf, geben Verhalten vor und überschütten uns mit Dos und Don‘ts für die scheinbar perfekte Präsentation. An sich sind das natürlich keine schlechten Tipps. Doch sie erfassen nicht das Wesentliche. Eine Präsentation beginnt nicht erst, wenn Sie auf der Bühne stehen. Und sie ist auch nicht bloß ein schlichtes Herunterrattern von Inhalten – Begeisterung kann so nämlich nicht aufkommen.

Inszenierung ist die halbe Miete

Präsentationen leben nicht von ihren Inhalten. Tut mir leid, wenn ich Ihre Illusionen zerstören muss. Es ist primär die Inszenierung, die darüber entscheidet, ob Ihre Zuhörer gebannt an Ihren Lippen hängen – oder sich schlüpfrigen Tagträumen hingeben. Sie können das nicht wirklich nachvollziehen? Dann schauen Sie sich einmal um, welche große Rolle Inszenierungen in unserem Alltag spielen. Wir merken es oft gar nicht mehr. Angenommen, es ist Freitagabend und Sie gehen in eine angesagte Cocktailbar. Schickes Interieur, angenehme Lounge- →

Musik und exzellenter Service. Sie bestellen einen „Sex on the Beach“ für 12 Euro. Stopp! Merken Sie es? Eigentlich sollte sich an dieser Stelle unser gesunder Menschenverstand melden. Sind wir noch ganz dicht, dass wir so viel Geld für ein paar Zentiliter Wodka und Pfirsichlikör zahlen, gemischt mit etwas Orangen- und Cranberrysaft und Eiswürfeln aus Leitungswasser? Keine Sorge, Sie haben deswegen nicht den Verstand verloren. Denn es geht gar nicht um die nackten Zutaten, sondern um das Drumherum. Dafür sind wir gerne bereit, verhältnismäßig viel Geld hinzulegen.

Was heißt das jetzt für Ihre Präsentation?

Sie müssen die Zuschauer in eine andere Welt entführen, sie von Ihrem Thema begeistern und in Ihren Bann ziehen. Das funktioniert jedoch nur, wenn Sie alles bis aufs kleinste Detail genau abgestimmt haben. Inszenieren Sie Ihren Vortrag genauso liebevoll wie die angesagte Bar ihre Cocktails. Musik in der richtigen Lautstärke, Cocktail-Servietten, ein Schirmchen …

» Wenn sich hinter allem Pomp nur ein allzu dürftiger Inhalt verbirgt, werden Sie sich auf Dauer nicht durchsetzen können.«

Sie wissen, worauf ich hinaus will. Knallen Sie Ihrem Publikum nicht einfach lieblos Ihre Botschaft um die Ohren. Inszenieren Sie sie bewusst und hingebungsvoll mit Beispielen und Anekdoten. Hier gilt es vor allem, das richtige Maß zu treffen. Auch wenn Sie gerne „dekorieren“, übertreiben Sie es nicht! Es kommt trotzdem noch auf eine starke Botschaft an. Denn wenn sich hinter allem Pomp nur ein allzu dürftiger Inhalt verbirgt, werden Sie sich auf Dauer nicht durchsetzen können.

Entdecken Sie Ihr wahres Ich

Entscheidend ist auch, dass Sie sich authentisch geben. Mir sind in meinen Präsentationstrainings schon viele Menschen begegnet, die zu einer seltsamen Karikatur ihrer Selbst wurden, sobald sie auf der Bühne standen. Authentisch ist das definitiv nicht. Viele von ihnen haben auf Anraten von Freunden und Kollegen Seminare zu Rhetorik und Körpersprache besucht, um an ihrem schwachen Auftreten zu arbeiten.

Mach doch kein Theater!

Ich vergleiche diese Seminare gerne mit „One Size fits all“-Produkten. Jeder kann sie sich überstreifen, richtig gut und gleichzeitig bequem sitzen die Sachen aber nur an den allerwenigsten Menschen. Und genauso ist es mit den Tipps und Tricks, die in solchen Seminaren vermittelt werden. Die Teilnehmer pauken die Techniken ehrfürchtig und glauben, damit die binomischen Formeln des Präsentierens gelernt zu haben. Wenn es nur so einfach wäre. Leider wirken die meisten von ihnen dann wie ferngesteuert und bedienen sich Ausdrucksweisen und Bewegungen, die überhaupt nicht zu ihrer Persönlichkeit passen. Ich erinnere mich noch an ein Laientheaterstück, das ich vor kurzem gesehen habe. Da wollte ich ständig „Mach doch nicht so ein Theater!“ rufen. Natürlich ist Theater immer eine Inszenierung, aber sie war einfach zu „spürbar“. Da stand jemand auf der Bühne, der so tat, als wäre er traurig – und ich erkannte das. Ein professioneller Schauspieler tut auch so. Der Unterschied besteht jedoch darin, dass er sich nicht verstellt, sondern darstellt.

» Auf Dauer können Sie sich nicht verstellen, ohne aufzufliegen und als „unecht“ empfunden zu werden. «

Sie können etwas darstellen. Aber nur etwas, dass Sie auch in sich tragen. Nur, wenn Sie beispielsweise von sich aus ein empathischer Mensch sind, sind Sie auch in der Lage, in Ihrem Vortrag Empathie zu transportieren. Auf Dauer können Sie sich nicht verstellen, ohne aufzufliegen und als „unecht“ empfunden zu werden. Versuchen Sie daher nicht, jemand zu sein, der Sie gar nicht sind. Natürlich ist das verlockend.

Seien Sie einfach Sie selbst!

Es gibt immer Menschen, die wir auf Grund bestimmter Eigenschaften bewundern. Doch anstatt Idolen nachzueifern, sollten Sie Ihre Energie besser auf das konzentrieren, was Sie bereits haben: Ihre eigene Persönlichkeit. Jeder von uns hat die Chance, charismatisch zu werden und mit einem authentischen Auftritt zu begeistern – vor-

Übung: Reflektieren Sie sich eine Woche lang

Um herauszufinden, was Sie wirklich authentisch macht, bedarf es ein wenig Übung. Beobachten Sie sich eine Woche lang und beantworten Sie folgende Fragen:

- Wie sind Sie, wenn Sie begeistert mit jemandem reden?
- Wie verhalten Sie sich dann?
- Wie verhalten Sie sich in anderen Situationen?
- Und wann haben Sie das Gefühl, wirklich „bei sich" zu sein?

Verinnerlichen Sie diese Eindrücke und vor allem das Gefühl, und bringen Sie diese Variante Ihrer Selbst bei Ihrer nächsten Präsentation auf die Bühne. Damit haben Sie eine entscheidende Grundlage für einen charismatischen Auftritt gelegt.

→ ausgesetzt, wir nehmen die Herausforderung an und arbeiten an uns.

Worum geht es Ihnen bei Ihrer Präsentation wirklich?

Das ist eine Frage, die ich meinen Seminarteilnehmern immer wieder stelle. Denn der Weg zu einer perfekten Rede beginnt in Ihrem Innern. Sie können noch so viel an Ihrer Rhetorik gefeilt haben und hunderte von Euros in das perfekte Outfit investiert haben – wenn Sie nicht wissen, wieso Sie das eigentlich machen, ist auch das vergeudete Liebesmüh gewesen. Oft höre ich an dieser Stelle die Antwort „Mein Chef will, dass ich die Präsentation halte", oder „Als Geschäftsführer ist es nun mal meine Aufgabe, die Jahreszahlen vorzustellen". Schon klar. Doch Pflichtgefühl allein macht noch keinen charismatischen Redner.

Welchen Standpunkt vertreten Sie? Raus damit!

Ich behaupte, dass jeder von uns immer auch eine eigene Meinung und Verbindung zu dem Thema hat, über das er spricht beziehungsweise sprechen soll. Na dann raus damit! Werden Sie sich bewusst, welchen Standpunkt Sie vertreten und was genau Sie zum Ausdruck bringen wollen. Welche Botschaft möchten Sie Ihren Zuhörern mit auf den Weg geben? Wenn es Ihnen gelingt, diesen Kern in Ihrem Innern freizulegen, sind Sie dem perfekten Vortrag schon ein großes Stück näher gekommen.

»Gehen Sie nicht so verkopft an die Sache ran, hören Sie stattdessen auf Ihren Bauch.«

Eine hilfreiche Übung ist es, wenn Sie Ihr Anliegen in einem einzigen Satz zum Ausdruck bringen. Häufig bekomme ich an dieser Stelle etwas wie „aber das geht doch nicht, ich brauche mindestens fünf Sätze!" zu hören. Nein, brauchen Sie nicht. Gehen Sie nicht so verkopft an die Sache ran, hören Sie stattdessen auf Ihren Bauch. Nehmen Sie sich ein Beispiel an den besten Storytellern Hollywoods. Die schaffen es sogar, den Inhalt ihres nächsten Films auf ein einziges Wort herunter zu brechen! Sie sagen es ganz am Anfang. „In meinem Film geht es um Liebe. Oder Gerechtigkeit. Krieg. Rache…" Dann erst kommt der ganze Satz. So weit also lässt sich eine Story reduzieren. Was wäre denn Ihr Wort?

Hauchen Sie Ihrem Vortrag Leben ein!

Erinnern Sie sich, was ich ganz zu Beginn zum Thema Inszenierung geschrieben habe? Wenn Ihre Botschaft klar ist, geht es als Nächstes daran, sie auszustaffieren. Ich bin ein großer Fan von Inhalt, bitte verstehen Sie mich nicht falsch. Aber ohne ein paar Rüschen und Schminke geht es einfach nicht. Überlegen Sie sich daher, mit welchen Beispielen, Anekdoten und Geschichten Sie Ihre Message greifbar machen können. Bauen Sie ruhig kleine Anekdoten aus Ihrem Alltag ein oder ziehen Sie passende Vergleiche heran. Damit langweilen Sie Ihre Zuhörer nicht, sondern las- →

sen sie stattdessen einen Blick hinter die Kulissen werfen und geben ihnen so die Möglichkeit, sich in Sie und Ihr Anliegen hineinzufühlen.

Falls es Ihnen schwerfällt, passendes „Dekomaterial" zu finden, sollten Sie sich einen „Geschichtenspeicher" zulegen, den Sie kontinuierlich befüllen. Wenn Sie mit offenen Ohren und Augen durch den Alltag gehen, werden Ihnen immer wieder Stories und Begebenheiten auffallen, die zu Ihrem Thema oder Fachgebiet passen. Schreiben Sie sie auf, sammeln Sie diese Erlebnisse in einem Notizbuch.

Wenn Sie dann das nächste Mal eine Präsentation vorbereiten, werden Sie plötzlich einen reichen Schatz an Geschichten haben. Dieser Speicher ist in Zukunft Ihre größte Ressource.

»Sie sind der Scheinwerfer, der Ihre Inszenierung ins rechte Licht rückt und Sie strahlen lässt.«

Präsentationen sollen bitte rational und sachlich sein? Ich sehe schon, wie Ihre Zuhörer langsam ins Wachkoma gleiten. Damit der Funke überspringt, brauchen Sie Emotionen! Sie sind der Scheinwerfer, der Ihre Inszenierung erst ins rechte Licht rückt und Sie strahlen lässt. Wenn Sie auf die Bühne treten, haben Sie nicht viel Zeit. Sie müssen Ihr Publikum mit den ersten Sätzen für sich gewinnen, sonst war es das. Legen Sie daher direkt mit einer Emotion oder Ihrer Kernbotschaft los. Sie brauchen einen Knaller direkt zum Einstieg.

Die Zuhörer endlich erreichen!

So können Sie Ihre Zuhörer direkt in den ersten Sekunden packen, um sie dann nach und nach mit ihren anschaulichen Argumenten zu fesseln und mit Ihrer Inszenierung zu berühren. Überwinden Sie so die intellektuelle und emotionale Barriere zum Publikum. Ihre Botschaft landet dann direkt im Herzen der Zuhörer. ■

Autor: Georg Wawschinek

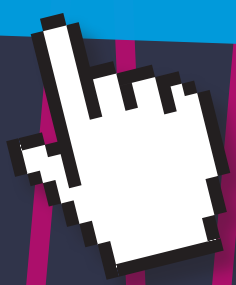
Georg Wawschinek hat in über 2.500 Keynotes, Trainings und Workshops zehntausende Teilnehmer weltweit begeistert. Er ist Kommunikationsprofi und Experte für charismatische Auftritte. Er begleitet das Top-Management internationaler Konzerne, Politiker und all jene, die ihr Charisma und ihre Wirkung verbessern wollen. Georg Wawschinek entwickelte die Methode des CoreTelling®, mit der er drei notwendige Kernelemente erarbeitet hat, die begeisternde Auftritte brauchen. Sein erklärtes Ziel ist es, so viele Menschen wie möglich dazu zu motivieren, ihre Stimme zu erheben, ihr Charisma aus der Begeisterung strahlen zu lassen und dadurch erfolgreicher zu werden. Mehr Informationen unter: www.wawschinek.at

Smart-Rechner

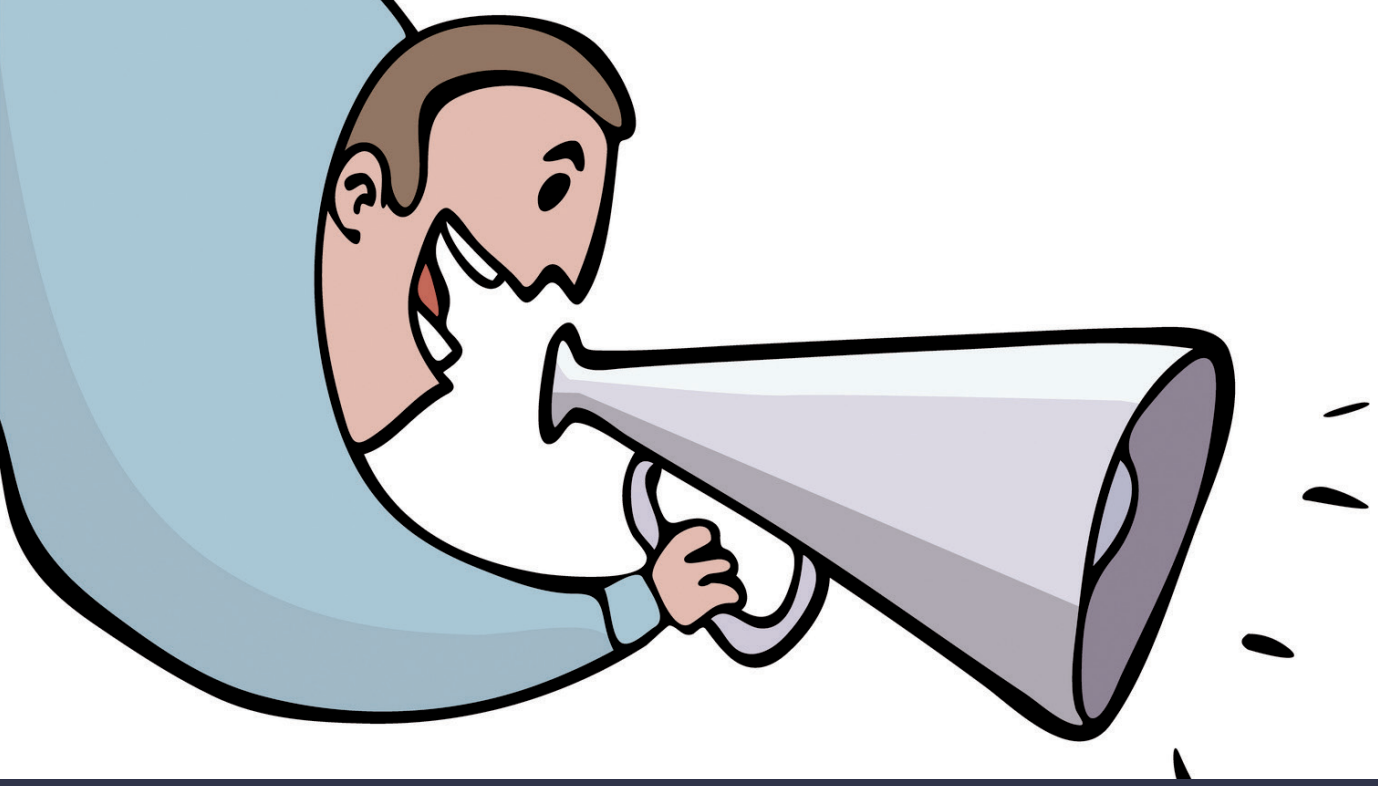
Mit nur wenigen Mausklicks berechnet:

- Steuerklasse
- Gewerbesteuer
- Schenkungssteuer

Jetzt berechnen!



unternehmer.de



Kundenpräsentationen

So hört jeder Kunde gerne zu!

Präsentationen beim Kunden gehören im Vertrieb zum Alltag. Sich gegenüber der Konkurrenz erfolgreich und überzeugend „in Szene zu setzen", ist die beste Voraussetzung dafür, dass ein Verkaufsprozess überhaupt in Gang kommt. Unternehmenspräsentationen sollten daher nicht aus der Schublade kommen, sondern vor jeder Situation neu durchdacht und zielgerichtet vorbereitet werden.

Der beste Weg zur Verbesserung: Seien Sie selbstkritisch und versetzen Sie sich in die Rolle Ihrer Zuhörer! Dann wird es Ihnen leichter fallen, diese zu fesseln, statt sie zu langweilen. Hier ein paar Tipps:

Einen sicheren Rahmen schaffen

Nicht vergessen: Auch wer „nur" zuhört, hat ein Bedürfnis nach Sicherheit. Er möchte wissen: Warum sitze ich hier, warum sollte ich zuhören, worum geht es dabei? Das lässt sich in ein bis zwei Sätzen zu Beginn leicht klären. Planen Sie also am Anfang einen allgemeinen Überblick über den Aufbau und die Zielsetzung Ihrer Präsentation ein und klären Sie dabei in aller Kürze auch die organisatorischen Rahmenbedingungen, z.B. wann es Raum für Fragen gibt, wie lange Sie sprechen werden etc. Indem Sie so mit dem Einfachen beginnen, können Sie auch Ihr eigenes Lampenfieber kanalisieren und abbauen.

Aufmerksamkeit und Sympathie gewinnen

Eine wichtige Herausforderung gerade im Vertrieb: Wie lässt sich die Aufnahmebereitschaft für Themen schaffen, die (noch) nicht unmittelbar relevant erscheinen? Schielt der gestresste Geschäftsführer schon von Anfang an auf sein Smartphone und ist insgeheim schon beim nächsten Meeting? Gerade zu Beginn heißt es also Land gewinnen, was die Aufmerksamkeit →

angeht. Entlocken Sie Ihren Zuhörern ein überraschtes Schmunzeln indem Sie zum Beispiel

- konkrete, persönliche Erfahrungen schildern,
- Zitate,
- Studienergebnisse oder
- Anekdoten

in origineller Weise als Aufhänger nutzen.

Gut vorbereitet sein und im Geist die Seiten wechseln

Befassen Sie sich schon vorab, aber auch dann, wenn Sie bereits mitten im Vortrag sind, mit Ihren Gesprächspartnern bzw. Zuhörern.

1. Wie ist die Stimmung im Raum, wer sind diese Personen, was ist ihr Hintergrund und ihr Interesse, was erwarten sie wohl von Ihnen?

2. Welche ihrer möglichen Fragen können Sie vielleicht antizipieren und damit zeigen, wie intensiv Sie bereit sind, sich mit ihren individuellen Anliegen auseinanderzusetzen?

Je besser Sie schon vorab wissen, wie die Fäden im Buying Center verlaufen und wie das Marktumfeld und aktuelle Herausforderungen des Kunden und der einzelnen Ansprechpartner aussehen, desto weniger Zeit brauchen Sie auf Selbstbespiegelung á la „Wer sind wir und was können wir alles?“ zu verwenden.

Konzentrieren Sie sich lieber von Anfang an auf mögliche Schnittpunkte mit dem Kunden, aus denen sich möglicherweise Projektideen ableiten ließen:

3. In welcher aktuellen Situation kann Ihre Dienstleistung das Geschäft des Kunden unterstützen? Befassen Sie sich schon vorab intensiv mit der Zukunftsstrategie und der Vision des Kunden (z.B. über den Geschäftsbericht), entwickeln Sie daraus einen individuell auf ihn abgestimmten Business Case und stellen Sie ihn in Ihrer Präsentation vor.

4. Zu welchem Thema würden Sie sich gerne näher unterhalten?

Seien Sie sich auch dessen bewusst, dass der überwiegende Teil des weiteren Verkaufsprozesses, wenn er denn erfolgreich sein soll, nicht im one-way-Präsentationsmodus verlaufen wird. Auch deshalb ist es wichtig, dass Sie schon bei der ersten Präsentation zeigen, dass Sie nicht nur ein guter „Showmaster“ sind, sondern auch kompetent auf Ihre Zuhörer, ihre Fragen und Stimmungen eingehen können.

Nonverbale Signale auffangen und senden

Gute Redner fesseln ihr Publikum auch deshalb, weil sie bei aller Konzentration auf die vorbereiteten Inhalte niemals aus den Augen verlieren, wie sie selbst als Person von außen gesehen werden, wo sie sich befinden und vor wem sie sprechen.

Um Dinge wie Gestik und Mimik gekonnt einzusetzen, braucht es kein besonderes schauspielerisches Talent, sondern oft nur die Bereitschaft, den Vortrag einmal allein vor dem Spiegel zu proben. Vor lauter Aufregung und der Anstrengung für eine gute „Performance“ die Zuhörerschaft und deren Stimmungslage auszublenden, kann fatale Folgen haben. Halten und suchen Sie den Blickkontakt zu so vielen Personen wie möglich, versprühen Sie Charme, zeigen Sie Humor, wenden Sie sich dem Publikum zu – und Sie werden eher begeistern als langweilen, und das ziemlich unabhängig von Ihren Inhalten.

Ein Trick dabei: Wenn Sie sich neben Ihren eigentlichen Inhalten auch das Ziel setzen, gerade den besonders skeptischen oder gelangweilten Gesichtern während Ihres Vortrags ein Lächeln zu entlocken, suchen Sie auch ganz automatisch häufiger den Blickkontakt zu den „schwierigen“ Adressaten und gewinnen, menschlich gesehen, Land.

„Noch Fragen?“– So vermeiden Sie Schweigen im Walde

Im Theater würde man proben, sich richtig zu verbeugen und Applaus einzuholen – auch als Präsentator gilt es, einen runden und gefälligen Abschluss zu finden, mit dem man im Gedächtnis bleibt. Das klassische „Noch Fragen?“ ist dafür nicht immer die beste Lösung – denn oft gibt es so spontan keine. Oder es gibt welche, sie werden aber nicht geäußert, zum Beispiel aus Angst vor Blamage oder schlichter Faulheit.

Besser, Sie fassen an dieser Stelle erst einmal alles noch einmal kurz zusammen und greifen dabei z.B.

→ noch einmal auf Ihr Einstiegsbild bzw. Ihre Einstiegsanekdote zurück. Versuchen Sie herauszubekommen:

5 Was hat sich durch Ihre Präsentation nun tatsächlich für die Zuhörer verändert? Was ist angekommen?

Und fordern Sie ihr Publikum lieber gleich aktiv zur „Mithilfe" auf, damit Worten auch Taten folgen können:

6 Was sind die nächsten Schritte der Zusammenarbeit?

7 Wie können Aufgaben verteilt bzw. formuliert werden, was steht als Nächstes von Ihrer bzw. der Kundenseite an Entscheidungen, Diskussionen etc. an?

Dieses aktive Einholen einer Art produktiver Gegenleistung für Ihre Präsentation beugt dem klassischen Schweigen im Walde vor, indem Sie sich aus der Position des Vortragenden wieder auf Augenhöhe mit Ihren Ansprechpartnern bringen. Nichts ist wichtiger als zu zeigen: Es geht Ihnen vor allem darum, deren Herausforderungen zu verstehen und gemeinsam Ideen für die weitere Zusammenarbeit zu entwickeln.

So bleiben Sie im Gedächtnis: Protokoll erstellen und teilen

Auch wenn alles gut gelaufen und scheinbar keine Fragen offen geblieben sind, muss man davon ausgehen, dass sich das Gehörte erst nach Abschluss Ihres Kundentermins zu setzen beginnt und Fragen bzw. Unklarheiten auftreten. Möglicherweise schließt sich an Ihren Termin sogar der Termin eines Wettbewerbers an.

Bewusstes Kundenmanagement

Damit die Erinnerung an Sie nicht verblasst, ist ein listenartiges Protokoll mit den Ergebnissen des Meetings baldmöglichst nach dem Termin sinnvoll. Indem Sie dieses Ihren Teilnehmern zukommen lassen, rufen Sie sich noch einmal in Erinnerung, schaffen eine Grundlage für die weitere Kommunikation und demonstrieren schon an dieser Stelle die Qualität Ihrer Vorgehensweise im Hinblick auf das Kundenmanagement. ■

Autor: Walter Kapp

Walter Kapp ist Geschäftsführer der upDATE Gesellschaft für Beratung und Training mbH. Er ist Mitautor des im Signum Verlag erschienenen Ratgebers „Strategisch Verkaufen im Team". In seine Seminare und Trainingsprogramme fließen fast 30 Jahre praktische Erfahrung und das Erfolgsrezept seines eigenen Unternehmens ein: „Vertrieb leben!" Seit 15 Jahren unterstützt upDATE ihre Kunden europaweit durch Leistungen wie Strategieentwicklung, Training, Consulting und Vertrieb. Zum Portfolio gehören klassische und webbasierte Trainings und Traineeprogramme für erfahrene Vertriebsmitarbeiter und Einsteiger.

ANZEIGE

VORLAGEN.DE

Profi-Vorlagen & Software zum Sofort-Download

Ihr Download-Portal für Verträge, Muster, Vorlagen und Software - seit 2002!

TRUSTED SHOPS GUARANTEE

Endlich im Hier & Jetzt präsentieren!

Viel wurde zum Thema Präsentation und Körpersprache erzählt, geschrieben und geschult. Einige Tipps haben geholfen, manche verunsichert, viele wurden schlichtweg vergessen. Gibt es eine Möglichkeit, sich zu präsentieren, ohne ständig darauf achten zu müssen, ob das richtig ist, was ich mache, während ich es mache?

Es gibt so viele Tipps, die in Workshops „verkauft" werden, die so gut wie gar nichts bewirken - außer Verunsicherung. In dem Moment, wo ein Vortragender darauf achtet, wie er sich zu bewegen hat, und sein Augenmerk während der Präsentation auf seine Haltung lenkt, verliert er die Konzentration. Er ist nicht mehr mit seiner Präsentation verbunden, spürt sich nicht mehr und verliert den Faden. Die Folgen sind hastiges Sprechen, Atemlosigkeit und mangelnde Konzentration.

Wurde Ihnen auch schon eingebläut, dass Sie während des Sprechens über die Köpfe der Zuhörer blicken sollen, eine bestimmte Person fixieren, oder sich Zuschauer nackt vorstellen sollen?

Wovor fürchten Sie sich?

Warum soll ich mir Menschen, die an mir interessiert sind, nackt vorstellen und sie gedanklich erniedrigen oder ignorieren, um mich sicher zu fühlen?

Dabei liegt doch die Kunst einer gelungenen Präsentation darin, interessierten Menschen mit Freude, Humor und Esprit spannende Inhalte zu vermitteln, Ihre Inhalte.

Sie wissen doch, was Sie tun

Die große Kunst einer authentischen Kommunikation liegt darin, sich die Bühne zu seiner Heimat zu machen, die Menschen, die Ihnen zuhören, zu lieben, sie zu begeistern. Laden Sie Ihre Zuhörerinnen & Zuhörer auf eine spannende Reise ein. Das sind interessierte Menschen, die wegen Ihnen gekommen sind. Belohnen Sie sie mit einer gelungenen Performance. Authentizität entsteht in dem Moment, wo Sie geerdet und locker sind, atmen, Ihre Zuhörer atmen lassen und mit Leidenschaft Ihre Geschichte erzählen.

Nutzen Sie Ihren Körper!

Ich möchte Sie nun einladen, bewusst an Ihre letzte Präsentation zu denken.

- Was war gut daran, wo haben Sie sich wohl gefühlt?

→

➜ ▸ Wann waren Sie locker?

Genau in diesen Momenten waren Sie bei sich und mit den Inhalten verbunden, von denen Sie erzählten.

Alles ist in Ihnen, greifen Sie zu!

Darf ich Ihnen eine Übung vorstellen, die Sie ab heute mühelos in Ihr Leben einbauen und die sie sich jederzeit abrufen können? Ihr Körper merkt sich das. Ich beschäftige mich schon lange mit den Zusammenhängen von Gehen und Handeln. Wie Sie durchs Leben gehen, so sieht dann auch Ihre Präsentation aus. Bereits der Gang auf die Bühne entscheidet, wie heiter, gelassen oder hektisch Sie Ihre Inhalte vermitteln.

Stehen Sie sicher?

Achten Sie mal darauf, wie Sie stehen. Stehen Sie sicher, wackelig, verlassen Sie mit der Ferse den Boden oder knicken Sie seitlich weg? Dies ist bereits der erste Impuls, der erfolgt, bevor Sie Handlungen setzen.

4 Übungen für Ihren Alltag

1. Ihre Balance entdecken

Stellen Sie sich in Hüftbreite hin, Fußspitzen nach vorne gerichtet. Ideal ist es, auf folgenden drei Punkten zu stehen: Ferse Mitte, Ballen innen und außen. Das erreichen Sie, indem Sie mit dem ganzen Körper nach links kreisen und anschließend nach rechts. Dann kehren Sie wieder in die Mitte zurück. So sucht sich der Körper die Mitte. Nun spüren Sie bewusst den Bodenkontakt. Achten Sie darauf, dass die Knie leicht gebeugt sind und das Becken locker ist.

2. Oberkörper aufrichten

Der Oberkörper ist aufgerichtet und die Schultern lockern Sie, indem Sie sie einmal bis zu den Ohren überdrehen und dann mit einem Seufzer fallen lassen.

3. Richtige Kopfhaltung finden

Die ideale Kopfposition erreichen Sie, indem Sie nicken, von groß bis klein. Danach sucht sich der Kopf die optimale Aufrichtung. Anschließend stampfen Sie ein paar Mal in den Boden.

Praxisübungen umsetzen & Veränderungen spüren

Gewöhnen Sie sich daran, diese Übungen täglich mehrmals zu machen, dann sind sie im Körper gespeichert. Das erfordert 2-3 Minuten täglich. Dies wirkt sich auf Ihre Ausstrahlung, Stimme und Handlungsweise aus, im Moment.
Nachdem Sie gut geerdet stehen, zeige ich Ihnen eine herrlich einfache Übung, die Sie sofort locker werden lässt.

4. Das Lippenflattern

Flattern Sie mit den Lippen wie ein Pferd, bbbbbbbbbbbbbbb. Hier lassen Sie überflüssige Spannungen los und der Körper signalisiert Ihrer Psyche und Ihrem Gehirn, dass Sie locker sind. Das Gehirn reagiert im Moment und entspannt Ihre Muskulatur.

Diese Übung wirkt wunderbar im täglichen Leben, auch vor Präsentationen. Nachdem Sie sich Ihre Balance zurückerobert haben, wischen Sie alle negativen Gedanken weg. Sie streichen mit Ihrer Hand alles Unangenehme vom Körper und richten sich wieder auf.

Gehen sie auf die Bühne mit dem Impuls "Ich gehe"!

Gehen Sie mit einem Impuls los, das heißt, Sie sagen sich innerlich „Ich gehe" und rollen Sie Ihre Füße bewusst ab, Schritt für Schritt. Aktivieren Sie Ihre Arme, indem Sie sie bewusst mitnehmen und während des Gehens aktiv mitbewegen. Dies stärkt den Mut und bewirkt, dass Sie auch auf der Bühne wissen, wie Sie Ihre Arme verwenden. Gehen Sie auf die Bühne, kommen Sie an, erden Sie sich, atmen Sie aus, schauen Sie Ihre Zuhörer an und starten Sie mit einem Impuls. Machen Sie Pausen, erzählen Sie und genießen Sie die Reaktionen Ihrer ZuhörerInnen. ■

Autorin: Andrea Latritsch-Karlbauer

Andrea Latritsch-Karlbauer ist Expertin für Haltung und authentische Kommunikation. Sie ist gefragte Vortragende und schult als Trainerin für Haltung und Authentizität in ihren Seminaren Menschen aus den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur. Mit dem professionellen Blick der Schauspielerin erkennt die Autorin die Botschaften der Körperhaltung und hilft Menschen dabei, selbstbewusster und mutiger zu werden und ihr Leben in Fluss zu bringen. Ihr aktuelles Buch heißt „Wer geht gewinnt – Wie Ihr Gehen Ihr Handeln bestimmt". Sie lebt in Kärnten in Österreich und arbeitet im gesamten deutschsprachigen Raum.
http://www.latritsch-karlbauer.com/

Kleider machen Menschen & Erfolg

Wieviel ist an dieser Aussage dran?

Wir fällen in Windeseile Urteile. Beurteilen Menschen nach ihrem Äußeren. Und das, was wir sehen, entscheidet darüber, ob dem ersten Blick ein zweiter folgt. Ob wir wollen oder nicht: Wir beurteilen und verurteilen Personen aufgrund ihres Kleidungsstils.

→

Genauso verhält es sich mit der Verpackung von Produkten. Wir kaufen, wenn die Verpackung suggeriert: „Das will ich." Daher investieren Unternehmen Unsummen in den „Kleidungsstil" ihrer Produkte. Wenn die Verpackung zum „Kauf mich" anregt, ist der Dresscode perfekt. Perfekt für ein Produkt und erst recht für MitarbeiterInnen eines Unternehmens.

Die Verpackung muss stimmen

Dieser Markenstrategie für Verpackungsdesign könnte man sich bedienen, wenn Frau oder Mann am Morgen vor dem Kleiderschrank steht. Stimmt die „Verpackung" mit der Botschaft: „Vertrau mir, ich bin kompetent" und meiner Persönlichkeit überein, dann hat man gewonnen. Wenn nicht, ist aufgrund des Erscheinungsbildes unnötige Überzeugungsarbeit zu leisten - und das kostet Kraft.

Kleidung kommuniziert – immer und überall

Kleidung erzählt viel über die Trägerin und den Träger. Kleidung vermittelt subtil

- Ideologien,
- Normen,
- Individualität und
- Privatheit,
- drückt beruflichen und gesellschaftlichen Status aus

und wird als Code für bestimmte Einstellungen interpretiert. Mit Kleidung zeigen Menschen, wie sie sich selbst sehen, wie sie gesehen und behandelt werden möchten:

- hierarchisch,
- respektvoll,
- distanziert,
- extrovertiert,
- relaxt oder gar
- nachlässig.

Mit Outfits können wir verschiedenste Facetten unserer Persönlichkeit ausdrücken und uns je nach Anlass „ver"-kleiden, mit Kleidung spielerisch umgehen oder gewollte (und auch ungewollte) Ziele erreichen. Untersuchungen zufolge fühlen wir uns in formeller Kleidung gewissenhafter, hingegen lockerer und offener für Neues im Casual Look (zwanglos), fitter in Fitnesskleidung und Frauen erotischer mit großem Dekolleté.

Farben haben Signalwirkung

Nicht umsonst tragen Menschen im Geschäftsleben dunkle, gedeckte Farben, wie Schwarz, Dunkelblau oder Dunkelgrau, die für

- Seriosität und
- Vertrauen

stehen.

Je bunter die Farben - strahlendes Rot, frisches Apfelgrün - umso mehr stehen sie für

- Energie und
- Dynamik.

Anziehend wirken diese Farben für flexible Menschen in Kreativberufen. Im Gegensatz dazu wird zarten Pastelltönen u.a. geringerer Durchsetzungswille zugeordnet. Diese Farben etwa sind in Sozialberufen von Vorteil, weil sie eine gute Kommunikationsbasis unterstützen.

Die „Ich bin jemand"-Botschaft

Wer Markenkleidung bestimmter Hersteller trägt, zeigt seinen sozialen Status, demonstriert ein gewisses Maß an Exklusivität. Er vermittelt, sich Luxus leisten zu können. Nur wenige Symbole zeigen Gruppenzugehörigkeit so stark wie Kleidung. Das kann eine enorme Herausforderung für Menschen sein, die zu einer Gruppe gehören wollen, die sich über bestimmte Marken identifiziert.

Kleidung unterstützt Haltung

Wir fühlen uns in besonders schöner Kleidung, wie einer Abendrobe, attraktiver und selbstsicherer und übersetzen dieses Plus an Selbstwertgefühl in eine würdevolle Haltung; die Trägerinnen und Träger strahlen von innen heraus. Kleidung wird zur Attitüde. Den gegenteiligen Effekt erreichen wir mit dem Jogginganzug im Homeoffice. Es ist nachgewiesen: Gemäß unserer

➜ Garderobe strahlen wir entweder Mädchenhaftigkeit, Leichtigkeit, Schwere oder etwa Femme Fatale ... aus. Zu meinen, unser Gegenüber kann uns am Telefon nicht sehen, ist zwar richtig. Mit unserer Telefonstimme transportieren wir allerdings entweder Schlabberlook oder sitzen aufrechter und zielorientierter am Schreibtisch im branchenüblichen Business-Outfit.

Weshalb haben viele Unternehmen den Casual Friday (Gepflogenheit, freitags von der strengen Kleiderordnung abzurücken) wieder abgeschafft? Der gelockerte Dresscode führte dazu, dass MitarbeiterInnen, weil schon in Wochenendstimmung, nachweislich weniger produktiv waren.

Kommt der Business-Anzug wirklich besser an?

Tatsächlich, Menschen, die den smarten Business-Anzug tragen, werden für erfolgreicher gehalten als Jeansträger. Anzugträgern werden Attribute wie zuverlässig, zielstrebig und selbstbewusst zugeschrieben - das ist eine Seite der Medaille. Die andere: Es kommt selbstverständlich auf das soziale Umfeld an, in dem sich jemand bewegt, in welchem Business er arbeitet und welcher Dresscode von ihm erwartet wird.

Wenn ich Joggingschuhe kaufe, fühle ich mich besser aufgehoben, wenn die Verkäuferin oder der Verkäufer sportlich gekleidet in Sportschuhen berät. Er vermittelt mir so ein kompetentes Gefühl. In diesem Kontext wären Anzug und Krawatte eher fehl am Platz.

Wohlfühlgefühl versus Dresscode

Wer sich in seinem Outfit wohl fühlt, kann überzeugen. Klingt plausibel, ist aber nicht ganz so einfach. Steve Jobs kleidete sich ausschließlich in Jeans und schwarzem Rolli und fühlte sich offenbar darin pudelwohl. Sein Stil war untrennbar mit seiner Marke, Apple, verbunden und in seiner Branche vollkommen in Ordnung. In Unternehmen, in denen Business-Dresscode erwartet wird, kann so ein „Wohlfühloutfit“ den Auftrag oder den Job kosten: Jemand anderes ist möglicherweise angemessener und demgemäß passender gekleidet. Mit adäquater Garderobe öffnen sich Türen müheloser, werden Ziele schneller erreicht.

Den Berufswunsch mit dem persönlichen Kleidungsstil vereinbaren

Studenten oder Studentinnen, die ihre Studienzeit in Jeans verbracht haben, und sich nach Studium-Ende in Unternehmen bewerben, in denen ein formeller Dresscode herrscht, müssen ihren Stil anpassen oder sich einen Job in einem Umfeld suchen, das ihren lockeren Bekleidungs-Wünschen entspricht. Es bleibt abzuwägen:

- Was ist mir wichtig?
- Welche Ziele will ich erreichen?
- Kann ich für die Karriere eine Kleidervorgabe akzeptieren?

Nutzen Sie Kleidung gezielt für Ihre Selbstvermarktung

Kleidung ist ein Kommunikationsmittel und es macht gute Stimmung, wenn wir uns wohlfühlen und dem Anlass entsprechend gekleidet sind. Wer sich der unterschiedlichen Codes bewusst ist, kann Kleidung erfolgreich als Marketinginstrument nutzen. Denn Ihre zweite Haut - die Kleidung - legt Ihnen den roten Teppich für Ihre Inhalte. ■

Autorin: Elisabeth Motsch

Elisabeth Motsch ist Stil- und Image-Expertin und berät Wirtschaftsunternehmen in Dresscode und Auftritt der Mitarbeiter, passend zur Position und Marke. Ihr fundiertes Know-how verbindet Elisabeth Motsch mit typisch österreichischem Charme und weiblichem Fingerspitzengefühl. Sie gibt ihr Wissen auch als Dozentin an der Berliner Steinbeis-Universität weiter und ist mehrfache Buchautorin.

Small Talk: Reden Sie noch oder hören Sie schon zu?

Über welche Themen man beim Small Talk mit Fremden sprechen kann und welche Themen man besser meiden sollte, ist für viele Menschen eine zentrale Frage. Doch das vermeintlich richtige Thema macht allein noch keinen guten Small Talk aus. Ob ein Gespräch als angenehm oder unangenehm wahrgenommen wird, hängt von weitaus mehr ab.

Gerade beim Small Talk ist es wichtig, den kurzen Moment wirkungsvoll zu nutzen und als ein angenehmer Zeitgenosse in Erinnerung zu bleiben. Deshalb lohnt es sich, darüber nachzudenken, was einen angenehmen Gesprächspartner ausmacht.

Gute Umgangsformen erschöpfen sich heute für viele Menschen in dem korrekten Gebrauch von Messer, Gabel und Trinkgefäß und in der richtigen Reihenfolge des gegenseitigen Vorstellens. Dabei wird übersehen, dass das Wort Konversation bedeutet, ein Gespräch nach den Regeln der aktuellen Etikette zu führen, bei dem natürlich ebenfalls Umgangsformen zu beachten sind.

Emotionale Intelligenz: Talent zur Empathie

Hier ist das gefragt, was wir unter dem Begriff EQ – Emotionale Intelligenz – verstehen, die Fähigkeit, sich in den anderen hineinzuversetzen und seine Gefühle und Bedürfnisse im Blick zu behalten, um so dem Gesprächspartner Achtsamkeit und Wertschätzung entgegen zu bringen.

Sind Sie ein angenehmer Gesprächspartner?

Es ist daher sinnvoll, bei nächster Gelegenheit das eigene Verhalten selbstkritisch zu beobachten:

1. Interessiert es Sie, was die anderen sagen, oder möchten Sie lieber Anekdoten aus Ihrem eigenen Leben zum Besten geben?

2. Was haben Sie davon? Die Geschichten kennen Sie doch schon und erzählen Sie nicht zum ersten Mal. Oder hören Sie sie immer wieder gern? →

3. Lassen Sie andere ausreden oder unterbrechen Sie Ihre Gesprächspartner?

- Sie empfinden es bestimmt auch als störend, wenn Sie bereits nach dem ersten Stichwort eines Satzes unterbrochen werden.

4. Schauen Sie die Menschen an, wenn Sie mit ihnen sprechen?

- Das ist sinnvoll, denn dann merken Sie an deren Körpersprache, ob man Ihnen noch zuhört oder ob Sie thematisch bereits auf ein Nebengleis geraten sind, auf dem nur noch Sie selbst Spaß an Ihrem Vortrag haben.

5. Achten Sie in einer Gruppe immer darauf, ob alle Anwesenden sich am Gespräch beteiligen können und wollen, oder sprechen Sie gern über Ihre Lieblingsthemen und einige müssen dann einfach mal zuhören?

6. Oder gehören Sie auch zu den Witzeerzählern?

- Das kann für eine kurze Zeit tatsächlich lustig sein. Häufig animiert es aber andere der Runde, ebenfalls nur noch Witze zu erzählen und sich dabei gegenseitig zu übertreffen. Sie vergeben somit die Gelegenheit, das Zusammentreffen für den Austausch von Informationen zu nutzen.

Was muss bei Small Talk vermittelt werden?

Eine wichtige Voraussetzung für guten Small Talk ist demnach, dem Gesprächspartner Wertschätzung und Achtsamkeit entgegen zu bringen. Widerstehen Sie außerdem der Versuchung, sich selbst in den Mittelpunkt zu stellen, hören Sie stattdessen zu und lassen Sie auch andere reden.

Wenn Sie dann Themen wählen, die Sie mit Ihrem Gesprächspartner gemeinsam haben, wie das Wetter, die Räumlichkeiten, das Programm der Veranstaltung, das Buffet, die Anreise, den Bezug zum Gastgeber und im weiteren Verlauf des Gesprächs über

- Hobbies,
- Sport,
- Beruf,
- kulturelle Ereignisse,
- den Urlaub oder generell
- das aktuelle Tagesgeschehen

reden, sind Sie auf dem richtigen Weg.

Strahlen Sie eine positive Einstellung aus

Ein wichtiger Grundsatz ist auch, sich in einer positiven Art und Weise zu äußern. Denn theoretisch kann jedes Thema auch zum Tabuthema werden: Sie können über das Wetter reden, aber auch darüber jammern.

Sie kennen die Einstellungen und Überzeugungen Ihres Gegenübers noch nicht. Deshalb bergen Themen, die Werte, Moralvorstellungen oder religiöse und politische Überzeugungen betreffen, Konfliktpotential. Ein Small Talk ist keine Debattier- oder Diskussionsrunde. Vielmehr geht es darum, Gemeinsamkeiten zwischen den Beteiligten zu finden.

Ihr Fingerspitzengefühl ist gefragt

Zeigen Sie also etwas Fingerspitzengefühl beim Umgang mit Ihren Gesprächspartnern, dann werden Sie als ein angenehmer Zeitgenosse, der zuhören kann und auch mal andere reden lässt, in Erinnerung bleiben. ■

Autorin: Dr. Ilona Quick

Nach dem Lehramtsstudium in Kassel und der Promotion an der Queens University of Belfast entschied sich Ilona Quick für eine Laufbahn mit Schwerpunkt Kundenkommunikation, Akquise und Vertrieb. Ihre Erfahrungen, wie man mit Kunden ins Gespräch kommt, die sie im Außendienst eines großen Pharmaunternehmens, im Innen- und Außendienst eines wissenschaftlichen Verlages sowie in der Immobilienbranche gemacht hat, gibt sie heute in Seminaren und Vorträgen weiter. Ihr aktuelles Buch "Mit Small Talk zum Big Talk" (ISBN 978-3-869802-75-6) ist 2015 beim BusinessVillage Verlag erschienen.

Feedback-Regeln:
Was muss beachtet werden?

Feedback ist ein zweischneidiges Schwert. Wird es konstruktiv erteilt, kann es die persönliche Entwicklung sehr fördern – vorausgesetzt der Betroffene nimmt es auch an. Falsch hervorgebrachtes Feedback jedoch, das nicht fachlich bleibt und persönlich wird, erschüttert das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten – und in die Arbeitsbeziehung. Es spielt also eine große Rolle, wie Feedback formuliert wird, auf welchen Kanälen es uns erreicht und auf was es sich bezieht.

→

Was genau ist Feedback? Eine wissenschaftliche Antwort

Sowohl Sozial- als auch Kommunikationswissenschaftler beschäftigen sich mit dieser Frage, denn richtiges Feedback ist der Schlüssel zur Weiterentwicklung des Menschen. Und wie es in der Wissenschaft üblich ist, gibt es keine einfache Erklärung. Kurz gesagt: Feedback ist eine eigene Kommunikationsform. Aber das reicht lange nicht aus, denn man kommuniziert sowohl verbal als auch nonverbal, zu zweit oder innerhalb der Gruppe. Wichtig bei dieser Art der Kommunikation ist das Ziel. Es soll eine Verhaltensänderung eines Individuums innerhalb einer Gruppe erreicht werden.

Feedback dabei als reine Kritik am Selbst zu verstehen, wäre jedoch falsch, denn es geht nicht um Ursachen und Wirkungen, sondern um Wechselwirkungen zwischen den beiden Gesprächsteilnehmern. Das Gespräch funktioniert nicht ohne die Selbstmitteilung und eine konkrete Antwort darauf, wie das Feedback wahrgenommen wurde.

Um deshalb Missverständnisse und Fehlinterpretationen zu verhindern, sollte ein solches Gespräch nie zwischen Tür und Angel durchgeführt werden. Befolgt man hingegen gewisse Regeln, egal, ob man Rückmeldung gibt oder diese erhält, entsteht eine offene und sehr fruchtbare Debatte, aus der jede Partei viel mitnehmen kann. Kurz gesagt: Feedback ist wichtig. Für Sie selbst und für Ihr Unternehmen.

Regeln für den Feedback-Geber

Die Feedback-Regeln sind sehr umfassend und nahezu universell einsetzbar. Manch einer könnte behaupten, dass sich solche Regeln einfach aus dem gesunden Menschenverstand ergeben und dass Profis und Erwachsene solche Rahmenbedingungen nicht nötig hätten. Aber weit gefehlt, denn hier kann man viel falsch machen. Schließlich handelt es sich um ein sensibles Thema: Um einen direkten Vergleich des Selbstbildes mit dem Fremdbild. Schließlich wird niemand gerne mit Fehlverhalten oder Schwächen konfrontiert – auch nicht auf professioneller Ebene. Deshalb sollte man diese Regeln sehr ernst nehmen.

7 Regeln für Feedback-Geber

1. Die wohl wichtigste Regel ist: Feedback muss konstruktiv sein. Es soll Perspektiven für die Zukunft bieten und dem Empfänger helfen, Klarheit über sein Verhalten zu erlangen.
2. Fangen Sie mit Positivem an und leiten Sie zur Kritik mit „und“ über. Ein „aber“ wird den positiven Aspekten einen Grauschleier verpassen.
3. Feedback sollte erbeten sein. Jemandem ungefragt Feedback in bestimmten Situationen aufzuzwängen, ist nicht hilfreich, sondern eher schädlich.
4. Feedback ist beschreibend. Lassen Sie Interpretationen und Bewertungen außen vor. Auch Gefühlsausbrüche wie Meckern und Schimpfen sind in dieser Situation nicht angebracht.
5. Formulieren Sie subjektiv. Ihre eigenen Erfahrungen anzuerkennen, wird dem Empfänger leichter fallen.
6. Feedback muss konkret formuliert sein. Schwammige Verallgemeinerungen lassen den Empfänger nur verwirrt zurück.
7. Feedback sollte zeitnah erfolgen.

Regeln für den Feedback-Empfänger

Auch der Feedback-Empfänger sollte sich bestimmte Regeln zu Herzen nehmen. Seine Situation ist ja nicht gerade einfach: Er sieht sich „Vorwürfen" passiv ausgesetzt und muss sie „über sich ergehen lassen". Sind Sie in dieser Rolle, kann es Ihnen helfen, sich folgende Regeln vor Augen zu halten, ruhig zu atmen und keine körperliche Abwehrhaltung einzunehmen:

3 Regeln für Feedback-Empfänger

1. Lassen Sie den Feedbackgeber ausreden.
2. Verteidigen oder rechtfertigen Sie sich nicht! Es handelt sich hier nicht um einen persönlichen Angriff, sondern um eine Beschreibung Ihres Verhaltens. Nehmen Sie das Gesagte hin, aber stellen Sie bei Unklarheiten Verständnisfragen.
3. Das mag in manchen Situationen schwierig sein, aber seien Sie für Feedback dankbar. Es wird Sie in Ihrer Entwicklung weiterbringen und für Ihr Auftreten förderlich sein.

Dennoch sollten Sie als Empfänger nicht alles unkritisch akzeptieren, was Ihnen salopp gesagt „vor den Latz geknallt" wird. Prüfen Sie Ihr eigenes Verhalten in ähnlichen Situationen nach.

- Bestätigt sich das Feedback?
- Wurde Ihnen vielleicht schon einmal Ähnliches gesagt? Und bleiben Sie sich selbst gegenüber auch kritisch.
- Vielleicht neigen Sie zu Widersprüchen oder sind geneigt, Angriff als beste Verteidigung zu sehen?

Egal, wie das Feedback ausfällt, wenn Sie Veränderung gegenüber offen bleiben, dann werden Sie gestärkt daraus hervorgehen.

Formen des Feedbacks: Gruppendynamik

Bei der gruppendynamischen Methode handelt es sich um eine besondere Form des Feedbacks. Dabei bitten Sie bei der Gruppe gezielt um Rückmeldung über Ihr Verhalten. Das vollzieht sich manchmal sehr spontan. Möchten Sie aber bewusst an Ihrem Verhalten arbeiten und Ihre eigene Wahrnehmung mit der Wahrnehmung anderer vergleichen, um aktiven Nutzen daraus zu ziehen, dann sollten Sie einen geeigneten Rahmen für das Feedback schaffen.

Am besten in einem Besprechungszimmer, aber nie nur nebenbei und schnell durchgezogen, denn sonst geschieht das, was gezielte Rückmeldung eigentlich verhindern soll: Es kommt zu Missverständnissen und unnötigem Ärger. Das Schöne an einem gruppendynamischen Feedback ist, dass es als Methode nicht nur in Arbeitssituationen wie Coachings oder im Managementtraining angewendet werden kann, sondern auch in privaten zwischenmenschlichen Bereichen wie der eigenen Beziehung.

Schriftliches Feedback

Feedback in schriftlicher Form ist immer mit Tücken verbunden, da man dabei nicht aus Mimik, Gestik oder Intonation Rückschlüsse auf das Geschriebene ziehen kann. Die Frage, wie man damit umgehen soll, hängt daher auch ganz eng mit der Frage zusammen, woher das schriftliche Feedback stammt. Kommt es aus dem beruflichen Arbeitsumfeld oder dem Bekanntenkreis, suchen Sie am besten das persönliche Gespräch und beginnen einen konstruktiven Dialog.

Im Internet hingegen ist dies schwieriger. Hinter der Anonymität des WWW versteckt, vergessen viele Menschen ihre Erziehung und geben sich verletzenden Kommentaren hin. Auf der anderen Seite kann das Feedback in Form von Bewertungen oder Kommentaren einem Unternehmen helfen, nicht am Kunden vorbei zu agieren. Deshalb sollten Sie beim schriftlichen →

Feedback genau reflektieren und „die Spreu vom Weizen trennen". Auch hier gilt es ruhig zu bleiben und das Selbstbild mit dem Bild der Kommentatoren zu vergleichen.

Den persönlichen Vorteil aus Feedback ziehen

Wenn alle Regeln eingehalten werden und Sie die destruktive von der konstruktiven Kritik trennen konnten, dann ziehen Sie viele Vorteile aus dem Feedback Ihrer Umgebung. Machen Sie sich ehrliche Gedanken über das Gesagte oder Geschriebene und zähmen Sie Ihr Ego. Bedenken Sie, dass Feedback nicht dafür gedacht ist, Sie als Person zu diffamieren, sondern um Sie in Ihrer Weiterentwicklung zu unterstützen. Bevor Sie also wütend oder hitzig werden, nehmen Sie sich lieber Zeit für eine durchdachte Antwort – auch im persönlichen Gespräch.

Dort haben Sie darüber hinaus den Vorteil, in der Körpersprache des Feedback-Gebers lesen und Mimik sowie Gestik interpretieren zu können. So kann Feedback schnell eingeordnet werden und man kann entsprechend schnell darauf reagieren. Lassen Sie sich auf keinen Fall dazu herab, „zickig" zu werden. Das wirkt Ihrem Vorhaben eher entgegen. Immerhin gehen wir davon aus, dass der Feedback-Geber die oben beschriebenen Regeln eingehalten hat. Bleiben Sie ruhig und professionell und bewerten Sie das Feedback immer positiv. Immerhin wissen Sie dann um einen Fehler oder einen Mangel und können diesen beheben. Ohne Feedback würde Ihnen das so vermutlich nicht gelingen. ■

Autor: Steve Mattuschka

ist Gründer von Billomat.com, dem einfachen OnlineDienst für Angebote, Rechnungen, Mahnungen und Kundenverwaltung.

www.billomat.com

Unsere Buchtipps

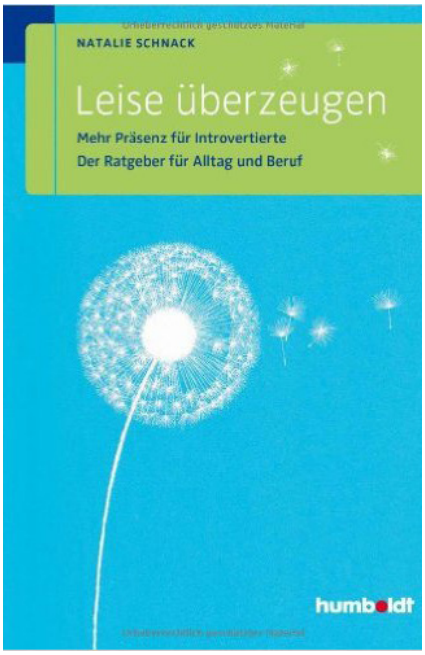
Körpersprache im Beruf: Wie Sie andere überzeugen und begeistern

Ein wichtiger Bestandteil jeder gelungenen Karriere ist ein fundiertes Know-how in Sachen Körpersprache. Ist man in der Lage, nicht nur verbal, sondern auch auf nonverbaler Ebene gelungen zu kommunizieren, hat man gute Chancen, eines Tages ganz oben auf der Leiter anzukommen. Wer seine Meinung, seine Vorschläge und auch Kritikpunkte mit den richtigen Gesten zu unterstreichen weiß, wirkt kompetent, überzeugend und mitreißend zugleich. Eine unschlagbare Kombination, um beruflich voranzukommen.

Broschiert: 192 Seiten
Verlag: GRÄFE UND UNZER Verlag GmbH; Auflage: 2. (8. September 2012)
Sprache: Deutsch
ISBN-10: 383382381X
ISBN-13: 978-3833823817
19,99 €

▷▷ bei Amazon kaufen

Leise überzeugen: Mehr Präsenz für Introvertierte. Der Ratgeber für Alltag und Beruf



Klappern gehört zum Handwerk, aber nicht jeder ist zum Klappern gemacht. Zum einen, weil es häufig mit Selbstbeweihräucherung verbunden wird, zum anderen, weil fast die Hälfte aller Menschen eher introvertiert ist. Dieser Ratgeber hilft den leisen Menschen dabei, mehr Sichtbarkeit zu finden, ohne sich verstellen zu müssen. Mit Kompetenz und Einfühlungsvermögen bringt die Autorin die Leser dazu, eigene Qualitäten und Erfolge auf eine zu ihnen passende Art nach außen zu transportieren. Das perfekte Buch für alle Leisen unter uns, die ihren Weg zu mehr Präsenz finden möchten.

Broschiert: 208 Seiten
Verlag: Humboldt (26. Februar 2014)
Sprache: Deutsch
ISBN-10: 3869105003
ISBN-13: 978-3869105000
19,99€

▷▷ bei Amazon kaufen

Die Rhetorikfalle: Warum Rhetoriktipps in die Irre führen und wie Sie wirklich überzeugen

Niemals die Arme verschränken! Immer lächeln! Bauch rein, Brust raus! – Täglich werden in Charisma- und Rhetorikseminaren solch stereotype Haltungen als rhetorische Patentrezepte propagiert, die angeblich Souveränität und hohe Präsenz ausdrücken sollen. Vergessen Sie's! Wer andere Menschen überzeugen will, tut sich mit antrainierten Standardgesten keinen Gefallen. Im vorliegenden Buch wird jeder der 12 Rhetorikfallen ein wirksamer Übungsansatz gegenübergestellt.

Gebundene Ausgabe: 152 Seiten
Verlag: GABAL (12. August 2015)
Sprache: Deutsch
ISBN-10: 3869366710
ISBN-13: 978-3869366715
19,90€

▷▷ bei Amazon kaufen

Körpersprache und Rhetorik: Ihr souveräner Auftritt

Nur wenn Gedanken, Stimme und Körpersprache miteinander in Einklang stehen, gelingt es, souverän aufzutreten. Dieses Buch verrät Ihnen, wie Sie Körpersprache und Rhetorik verbinden, um durch die gelungene Kombination aus Mimik, Gestik, Haltung und der richtigen Wortwahl in jeder Situation zu überzeugen.

Broschiert: 351 Seiten
Verlag: Haufe-Lexware; Auflage: 2., 2. Auflage 2014 (17. Februar 2014)
Sprache: Deutsch
ISBN-10: 3648052314
ISBN-13: 978-3648052310
14,95€

▷▷ bei Amazon kaufen

Sie wollen Ihr Buch hier bewerben?
Senden Sie uns eine unverbindliche
Anfrage an: werbung@unternehmer.de

Unsere Veranstaltungstipps

Messe: QS World MBA Tour

ANZEIGE

Führende Business Schools präsentieren Ihre MBA-Programme, von Vollzeit- über Fernstudium bis zum Executive MBA. Erfahren Sie, welche Vorteile der MBA für Ihre Karriere haben kann und lassen Sie sich ausgiebig zu diesem Managementstudium beraten.

Inhalte

- Aussteller sind u.a. Mannheim BS, WHU, INSEAD, Frankfurt School, IE
- Forumsdiskussionen zur Bewerbung und zum GMAT
- CV-Check und Karriereberatung
- Exklusive Stipendien nur für Messebesucher

Termine

- 22.10.2015 in München
- 24.10.2015 in Frankfurt
- 27.10.2015 in Zürich

Weitere Informationen & Anmeldung:

www.topmba.com

Messe: QS World Grad School Tour

ANZEIGE

Internationale Universitäten beraten zum weiterführenden Masterstudium. Im direkten Gespräch mit den Zulassungsbeauftragten sowie in Forumsdiskussionen erhalten Besucher alle Informationen zur Studienwahl und -Bewerbung.

Inhalte

- Aussteller sind u.a. HEC Paris, Uni. Melbourne, Uni. Oxford, Cass, Hult
- Studienberatung und Vorträge
- Exklusive Stipendien nur für Messebesucher

Termine

- 24.10.2015 in Frankfurt
- 26.10.2015 in Köln
- 27.10.2015 in Zürich

Eintritt frei - Anmeldung unter:

www.topuniversities.com

Seminar: Auftritt vor großem Publikum

Sie wollen bei einem größeren Meeting Ihre neuen Ideen und Strategien präsentieren oder Sie wollen einen Fachvortrag vor vielen Zuhörern halten.Ihre Souveränität und Ihre Ausstrahlung entscheiden, ob Sie die Menschen auch wirklich mit Ihrer Botschaft erreichen. Lernen Sie, wie Sie auch vor großem Publikum erfolgreich und gelassen agieren.

Inhalte

- Ihre Rolle als Präsentator und Moderator
- Erfolgskriterien für Ihren Auftritt
- Vorbereitung von Inhalt und Setting
- Der erste und letzte Eindruck

Termine

- 25.01.-26.01.2016 in Stuttgart
- 08.03.-09.03.2016 in Berlin

Weitere Informationen & Anmeldung:

www.haufe-akademie.de

Seminar: Stimme und Körpersprache

Der größte Teil Ihrer Wirkung auf andere hängt von Ihrer Stimme und Ihrer Körpersprache ab. Nur wenn Gesagtes und körpersprachliche Signale zusammenpassen, sind Sie mit Ihrer Botschaft wirklich überzeugend. Lernen Sie in diesem praxisorientierten Training, Ihre nonverbalen rhetorischen Ressourcen bewusst zu steuern und gezielt einzusetzen.

Inhalte

- Die Säulen Ihres nonverbalen Kommunikationserfolgs
- Körpersprache verstehen und gezielt einsetzen
- Körpersprache als rhetorisches Mittel
- Tipps für Ihren beruflichen Einsatz

Termine

- 12.11.-13.11.2015 in Hamburg
- 09.03.-10.03.2016 in München
- 13.04.-14.04.2014 in Berlin

Weitere Informationen & Anmeldung:

www.haufe-akademie.de

Vorschau 11/15

Thema: E-Mail-Marketing

Wie lässt sich E-Mail-Marketing mit Social Media verknüpfen? Welche Fehler dürfen Sie beim Versenden von Ihren Mails auf gar keinen Fall machen? Und weshalb E-Mails ein oftmals unterschätztes Gut sind? All das und mehr beantwortet unsere November ePaper Ausgabe.

Sind Sie schon Fan?

Nein? Dann aber schnell! Jetzt Fan werden!

Bleiben Sie informiert!

Täglich neue Fachartikel zu den Themen Marketing, Kundengewinnung, Management und Selbständigkeit finden Sie auf unternehmer.de.

Bildnachweis:

In dieser Zeitschrift wurden Bilder von Fotolia.com von folgenden Urhebern verwendet:

© digitmk (1), © faberrink (4) , © Jane Kelly (8), © Yuri Schipakin (9), © dacianlogan (11), © alphaspirit (12) , © Albert Ziganshin (16), © Gstudio Group (19), © sumkinn (21), © denis_pc (24), © Jane Kelly (26), © All Vectors (34)

IMPRESSUM & KONTAKT

„unternehmer WISSEN kompakt“ ist ein Produkt der Marktplatz Mittelstand GmbH & Co. KG

Herausgeber: Marktplatz Mittelstand GmbH & Co. KG
Pretzfelder Str. 7-11, 90425 Nürnberg
info@marktplatz-mittelstand.de
www.marktplatz-mittelstand.de
Kommanditgesellschaft: Sitz Nürnberg, AG Nürnberg HRA 14717, Pers. haftende Gesellschafterin: Marktplatz Mittelstand Verwaltungs GmbH, Nürnberg (Amtsgericht Nürnberg HRB 25961), Geschäftsführer: Michael Amtmann

Redaktion & Layout: Carina Macaluso, redaktion@unternehmer.de
Layoutkonzept: Stefanie Eger . Grafik Design, www.stefanie-eger.de
Erscheinungsweise: monatlich, jeweils zur Monatsmitte
Anmeldung zum kostenfreien Bezug des PDF-Magazins unter www.unternehmer.de/abo
Archiv: www.unternehmer.de/magazin

Anzeigenleitung:
Andreas Scholz
Marktplatz Mittelstand GmbH & Co. KG
Tel.: 0911/37750-254, Telefax: 0911/37750-299
andreas.scholz@marktplatz-mittelstand.de

Urheberrechte: Der gesamte Inhalt sowie die Struktur unterliegen dem Urheberrecht.

Abmeldung: abmelden@marktplatz-mittelstand.de