



Körpersprache: Wirkung macht den Meister

Die Körpersprache verrät Kunden und anderen Mitmenschen mehr, als wir denken. Mimik und Gestik sind der Schlüssel der Kommunikation, und wer überzeugend wirkt, ist automatisch erfolgreicher. Daher lohnt es sich, an der eigenen Wirkung zu arbeiten. Monika Matschnig erklärt, worauf es zu achten gilt.

Mein Bruder ist Unternehmer und Verkäufer. Nicht irgendeiner, sondern für mich einer der besten. Böden, Teppiche, Küchen, Versicherungen, Seminare, Handwerksdienstleistungen für den Innen- und Außenbereich – das alles hat er schon an den Mann bzw. die Frau gebraucht. Ein Naturtalent? Ein Schaumschläger? Nichts von alledem. Er wirkt einfach überzeugend – dadurch verkauft er mehr. Unsere Wirkung auf andere ist nämlich nichts anderes als Kommunikation. Menschen deuten sie und ziehen ihre Schlüsse daraus. Was ist das für ein Mensch? Kann ich ihm vertrauen? Welche Absichten hegt er? Unbewusst vertrauen wir mehr der Körpersprache als den Worten. Unser Körper ist ein Verräter, könnte man salopp sagen.

In jeder Branche ist heutzutage eine gute Wirkung gefragt. Schläffer Händedruck, brummiger Tonfall, null Augenkontakt?

Klar, so sollte kein Makler oder Finanzexperte mehr dem Kunden gegenüber treten. Wer seine Leistungen verkaufen will, muss kompetent,

souverän und überzeugend wirken. Wie wirken Sie? Vielleicht ist Ihre Körpersprache die Ursache dafür, dass Ihr Kunde in einer bestimmten Art und Weise reagiert? Allgemein gilt: Nur wenn Sie richtig wirken, werden Sie optimal gehört, gesehen und verstanden.

Regeln für eine überzeugende Wirkung

Der berühmte erste Eindruck

Beim ersten Aufeinandertreffen mit dem Kunden entscheidet sich in 150 Millisekunden, ob Ihr Gegenüber Sie sympathisch findet oder nicht. Wer sympathisch wirkt, wird für kompetent gehalten. Man nennt das auch den „Halo-Effekt“. Halo ist Englisch und bedeutet „Heiligenschein“. Nimmt der Kunde ein Merkmal wahr, das er nicht sympathisch findet, zum

Beispiel einen strengen Blick oder schmutzige Arbeitskleidung, sucht sein Gehirn automatisch nach weiteren Indizien, die seine Erwartungshaltung bestätigen. Er wird immer etwas finden, das ihm missfällt. Natürlich funktioniert das auch anders herum: Bei Sympathie sucht der Kunde nach positiven Dingen, die seinen guten ersten Eindruck bestätigen.

Echte Begeisterung ausstrahlen

Damit der Funke im Kundenkontakt überspringt, zählt die richtige Einstellung. Denn: Was Sie denken, strahlen Sie auch aus. Kunden haben sensible Antennen, ob jemand das Gespräch als Pflichtübung herunter rattert oder mit ganzem Herzen bei der Sache ist. Sie reagieren auf Ihre Wirkung, positiv wie negativ. Bekommen Sie zum hundertsten Mal die gleiche Frage gestellt, sollten Sie sie daher beantworten, als wäre sie die spannendste Frage dieser Welt. So fühlt sich der Kunde ernst genommen und geschätzt. Ziel ist es, dem Kunden glaubhaft zu vermitteln, dass Ihr Angebot das richtige für ihn ist.

Kleine Gesten, große Wirkung

Die richtige Gestik ist nicht nur wichtig, um das Gesagte zu unterstreichen. Wenn Sie Ihre Hände beim Sprechen einsetzen, dann wird Ihre Stimme dynamischer und Sie erzeugen mehr Aufmerksamkeit. Auch das Denken fällt Ihnen ein Stück leichter. Auf ein paar Dinge sollten Sie beim Gestikulieren achten:

Wer seine Leistungen verkaufen will, muss kompetent, souverän und überzeugend wirken. Allgemein gilt: Nur wenn Sie richtig wirken, werden Sie optimal gehört, gesehen und verstanden.

- Um besonders überzeugend und kraftvoll zu wirken, nutzen Sie die Kraft der Pause und lassen Sie Ihre Gesten einen Moment lang „stehen“.
- Gesten wirken besonders stark, wenn sie vor der gesprochenen Aussage erfolgen.
- Achten Sie darauf, nie die Arme an den Körper zu pressen, sonst wirken Sie schnell unsicher und unterwürfig.
- Ihre Handgelenke sollten möglichst fest bleiben, damit Ihre Gesten eine kraftvolle Wirkung erzielen.

Selbstbeobachtung hilft weiter

Sie sind unsicher, wie Sie auf andere wirken? Das geht vielen Menschen so. Am besten ist es, Sie beobachten sich selbst in einer Videoaufzeichnung. Sie werden Gewohnheiten entdecken, die Ihnen bislang nicht bewusst waren. Vielleicht erkennen Sie so, dass Sie im Gespräch mit dem Zeigefinger herumfuchtelten. Oder Sie stellen die Angewohnheit fest, dass Sie beim Sprechen in sich zusammensinken und den Kunden von unten nach oben anschauen. Beides wirkt nicht gerade vertrauensfördernd. So viel Selbstkritik mag Ihnen anfangs schwerfallen. Aber: Selbstbeobachtung ist der erste Schritt zur besseren Wirkung.

Glaubwürdig auftreten

Sei authentisch und werde glücklich! Überall liest und hört man diesen Spruch. Doch leider ist er großer Quatsch. Das Motto sollte eher lauten: Wirke glaubhaft und werde glücklich! In vielen Situationen können wir es uns gar nicht erlauben, absolut authentisch, echt und wahrhaftig zu sein. Vieles würde in eine Krise ausarten, wenn wir immer das sagen, was wir denken, und zeigen, was wir fühlen. Contenance ist angesagt. Wir müssen in eine Rolle schlüpfen und Erwartungen erfüllen. Warum sollte der Kunde unter der schlechten Stimmung von Ihnen leiden? Als Dienstleister müssen Sie dem Kunden Sicherheit geben und Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung mit Hingabe anpreisen. Selbst wenn etwas schief läuft: Sie müssen eine selbstsichere Miene machen. Natürlich sollten Sie sich mit der jeweiligen Rolle identifizieren können. Ihr Auftreten muss zur Situation passen und Ihre Botschaft unterstützen. Dann wird man Sie ganz automatisch für glaubwürdig und damit für authentisch halten.

Mehr Mut zum Gefühl

Sie wollen Kundenherzen erobern? Wie wäre es dann mit etwas mehr Emotion? Das Pokerface hat ausgedient. Wer mit seinen Stimmungen immer hinter dem Berg hält, wirkt auf Dauer unglaublich und langweilig. Gefühle zeigen ist menschlicher. Lachen Sie doch einmal mit Ihren Mitarbeitern, Kollegen und Kunden. Und wenn Ihnen eine Laus über die Leber gelaufen ist, dann zwingen Sie

sich kein Lächeln auf, sondern teilen Sie dem anderen mit, was Sie bewegt – und dass es nicht persönlich gemeint ist. Zeigen Sie aber auch Mitgefühl. Ein Klaps auf die Schulter, ein langer Händedruck, ein Blick in die Augen – mehr braucht es oft nicht, um Einfühlungsvermögen zu beweisen.

Im Alltag mag es hektisch zugehen. Der nächste Termin drängt, das Handy klingelt. Umso schwerer ist es da, sich auf den Augenblick, die Situation und das Gegenüber zu konzentrieren. Mit voller Präsenz signalisiert man seinem Gegenüber: Ich bin gerade nur für dich da, konzentriere mich voll auf das Hier und Jetzt. Blickkontakt, ein Lächeln, ein kurzes Hochziehen der Augenbrauen – diese Art von Präsenz verlangt eine gelassene Konzentration auf den Augenblick. Es gilt, Augen, Ohren und sein Herz zu öffnen, um andere besser wahrzunehmen. Und sei es auch nur für ein paar Sekunden.

Übung macht den Meister

Es ist noch kein Wirkungsmeister vom Himmel gefallen. Jeder kann seine Körpersprache verbessern und damit seine Wirkungskompetenz gezielt steigern. Bereits kleine Optimierungen können viel bewirken. Ein selbstsicherer Stand, gezielte Gesten, ein fokussierter Blick – schon werden Sie als Handwerker kompetenter und sympathischer wahrgenommen. In kleinen Schritten, durch tägliche Übung, werden Sie immer besser. Denken Sie dran: Ihre positive Ausstrahlung überträgt sich nicht nur auf das gesamte Team, sondern auch auf die Kunden. Viel Erfolg! ■

Mit voller Präsenz signalisiert man seinem Gegenüber: Ich bin gerade nur für dich da, konzentriere mich voll auf das Hier und Jetzt. Es gilt, Augen, Ohren und sein Herz zu öffnen, um andere besser wahrzunehmen.

Von Monika Matschnig

Die Dipl.-Psychologin und Expertin für Körpersprache und Wirkungskompetenz wird als Referentin beim DKM-Kongress Vertrieb, der bereits zum siebten Mal inhaltlich von der Buhr & Team Akademie für Führung und Vertrieb AG gestaltet wird, zu hören sein. Der Kongress findet am 25.10.2018 in Halle 3B Raum 11 statt.

