



STICHWORT KÖRPERSPRACHE: SICHER KOMMUNIZIEREN



Dipl.-Kfm. Andreas Erbenich,
Personalberater

Auch im Zeitalter der digitalen Kommunikation werden noch „alte“ Sprachen gepflegt: Latein, Altgriechisch, und da ist dann noch die Körpersprache. Die Körpersprache ist eine Form der nonverbalen Kommunikation, die sich in Form von Gestik, Mimik, Habitus, also Auftreten und Umgangsformen, und anderen bewussten oder unbewussten Äußerungen des menschlichen Körpers ausdrückt. Die Körpersprache hat einen entscheidenden Einfluss auf die Verständlichkeit der gesprochenen Worte bzw. die eigentliche Botschaft.

Eine Studie des US-amerikanischen Psychologieprofessors Albert Mehrabian kam zu dem Ergebnis, dass Worte nur zu 7 % für den Gesamteindruck verantwortlich sind, den ein Mensch auf seinen Gesprächspartner macht. Zu 38 % zählt der Tonfall der Stimme und zu 55 % die Körpersprache. Kommunikation also als Einheit von Wort, Stimme und Körper.

Eine Situation, in der Körpersprache von weitreichender Bedeutung ist, ist sicherlich das persönliche Bewerbungsgespräch. Neben dem gesprochenen Wort und dem Tonfall (hier verweise ich gerne auf meinen in der „möbel kultur“ Ausgabe 09/2009 veröffentlichten Artikel „Der Ton macht die Musik“) möchte ich in diesem Kontext im folgenden Körpersprache, Mimik und Gestik als wesentliche Teile der Kommunikation beispielhaft beschreiben.

Die richtige Körperhaltung
Die Körperhaltung ist für die Ge-

sprächspartner ein wichtiges Signal. Sie hat einen großen Anteil an der Wirkung einer Person auf ihre Mitmenschen. Das beginnt bereits beim Betreten eines Raumes. Ist der Kopf gesenkt, wirkt das wenig selbstsicher. Tritt man mit stolz geschwellter Brust auf, könnte man sogleich für arrogant gehalten werden. Ein aufrechter Gang zeugt in der Wahrnehmung der Mitmenschen von Selbstvertrauen und Kompetenz. Die Körperhaltung darf aber nicht angestrengt oder unnatürlich wirken, denn dann wirkt sie nicht überzeugend.

Die Körperhaltung steht in enger Verbindung mit der Ausstrahlung und dem gesamten Erscheinungsbild einer Person. So hieß es schon früher in der Schule und zu Hause, dass man gerade sitzen soll. Ein Mensch, der aufrecht geht oder sitzt, präsentiert seinen gesamten Oberkörper und wirkt dadurch selbstbewusster und offener. Eine aufrechte Körperhaltung gilt von jeher als Zeichen der Würde und Anmut. Nicht umsonst heißt es „Haltung bewahren“ oder ein „aufrechter Mann“.

Beim Sitzen sollte man dann möglichst die ganze Sitzfläche des Stuhls benutzen, um sich optimal positionieren zu können. Wenn man ständig auf dem Stuhl hin und her rutscht oder permanent die Beine übereinander schlägt, zeugt das von Nervosität. Seien Sie locker, aber nicht zu lässig. Ein Arbeitgeber erwartet von seinen Mitarbeitern, dass sie z.B. im Kundengespräch auch im Sitzen eine gute Figur machen und Kompetenz, Interesse sowie Offenheit ausstrahlen.

Die Körperhaltung im Sitzen und Stehen ist nicht nur für die direkte Kommunikation wichtig. Auch bei einem Telefoninterview sollte man auf seine Körperhaltung achten, denn die Sitzhaltung beeinflusst die Atmung und damit auch die Stimme.

Mimik und Gestik

Mit seiner Mimik drückt ein Mensch mehr aus, als er es mit Worten allein könnte. Die Mimik ist gemeinsam mit der Gestik ein wichtiger Bestandteil der nonverbalen Kommunikation.

Weniger ist mehr – das gilt für alle mimischen Ausdrücke. Verwenden Sie in einer Rede oder einer Präsentation nicht zu viele oder übertriebene emotionale Gesichtsausdrücke, sondern setzen Sie sie bewusst ein, wenn etwas besonders hervorgehoben wer-

den soll. Das Gesicht sollte zwar lebendig sein und den Redebeitrag unterstützen, der Ausdruck darf aber nicht aufgesetzt wirken.

Ein Lächeln wirkt freundlich und offen, es kann über Angst oder Nervosität hinwegtäuschen und die Zuhörer positiv auf ein Gespräch oder eine Rede einstimmen. Auch wenn ein Lächeln grundsätzlich ein positives mimisches Element ist, sollte man es nicht ständig einsetzen. Es gibt keinen Menschen, der immer lächelt. Deshalb wirkt ein „Dauergrinsen“ schnell unnatürlich und gequält.

Mit der Gestik sendet jeder Mensch Signale aus, die die verbale Kommunikation ersetzen oder zumindest unterstützen können. Schon ein Kopfnicken oder das Verschränken der Arme können über den Verlauf und den Ausgang eines Gesprächs entscheiden. Das Geschick, die Gestik anderer Menschen zu deuten und eigene Gesten gezielt einzusetzen, bringt viele Vorteile.

Blickkontakt und Händedruck

Die Verabschiedung wird bei Tipps zu Bewerbungsgesprächen oft vernachlässigt. Häufig wird mehr Wert auf die richtige Begrüßung gelegt. Der Ausgang des Gesprächs und die Verabschiedung prägen jedoch mindestens ebenso stark das Bild, das der zukünftige Arbeitgeber im Gedächtnis behält. Körperhaltung, Blickkontakt und Mimik sollten bis zum Schluss mit den vorherigen Körpersignalen übereinstimmen.

Auch wenn das eigentliche Vorstellungsgespräch (fast) vorbei ist, sollte man Gesten vermeiden, die signalisieren, dass man erleichtert ist, das Bewerbungsgespräch hinter sich zu haben. Dazu gehören etwa ein lautes Aufatmen oder der Verlust der Körperspannung, womit der Oberkörper förmlich in sich zusammensackt. Auf gar keinen Fall ist der Raum überstürzt zu verlassen. Händedruck, Blickkontakt und Verabschiedung möglichst gleichzeitig. Ein freundliches Lächeln hinterlässt einen bleibenden, positiven Eindruck.

So gilt einmal mehr die Aussage von dem Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick: „Man kann nicht nicht kommunizieren!“

Ihr Andreas Erbenich
www.andreaserbernich.de



Die Jobs des Monats

Für unser motiviertes Team suchen wir zum 01.11.2014, mit Standort in Stuttgart oder München, für die Region Süd eine engagierte

GEBIETSVERKAUFSLEITUNG (M/W)

... mehr auf Seite 176

Für unseren Kundendienst suchen wir zum schnellstmöglichen Zeitpunkt eine/n

KUNDENDIENSTLEITER/IN

Wir bieten Ihnen einen hochinteressanten und sicheren Arbeitsplatz ...

... mehr auf Seite 178

BUCHTIPP

Erfolgreich durch Spezialisierung von Kerstin Friedrich



Die Natur macht es vor: Viele Lebewesen haben sich mit ausgefeilten Strategien an ihre jeweiligen Nischen angepasst – und sind damit überaus erfolgreich. In der Spezialisierung

können auch Unternehmer ein wirkungsvolles Geschäftsmodell finden, um ihren Betrieb zukunftssicher aufzustellen. Denn wer auf seinem Gebiet anders und besser ist als die Konkurrenz, entgeht der Gefahr der Austauschbarkeit. In der überarbeiteten Neuauflage ihres Buches entwirft die Strategie-Expertin Kerstin Friedrich anhand von neuen Unternehmensbeispielen konkrete Strategieanleitungen („Primärspezialisierung“, „Engpass-Spezialisierung“ und „Zielgruppenspezialisierung“), um sich am Markt zu behaupten.

Redline Verlag, 224 Seiten, 19,99 Euro, ISBN: 978-3-86881-544-3