

KOMMUNIKATION UND KÖRPERSPRACHE

Mimik und Gestik können mehr sagen als tausend Worte

„Wenn ich wollte, könnte ich sofort mit dem Rauchen aufhören.“ „Ich komme in letzter Zeit zu nichts mehr.“ „Entschuldigung, ich habe es wahnsinnig eilig.“ – Was haben diese drei Aussagen gemeinsam? Einer Studie zufolge zählen sie zu den häufigst gebrauchten Unwahrheiten im beruflichen und privaten Alltag. Unser Autor, Dr. Thomas Angerer, zeigt, was der Körper alles über den Menschen verrät und wie sich Körpersprache richtig deuten und nutzen lässt.



Foto: forolia

➔ Körpersprache ist für den Erfolg von Gesprächen von höchster Bedeutung. Psychologische Untersuchungen zeigen, dass Mimik, Körperhaltung und Gestik 55 Prozent des Einflusses einer Botschaft ausmachen. 38 Prozent sind auf die Aussprache, also z. B. Stimmlage oder Lautstärke zurückzuführen und nur sieben Prozent auf den Inhalt der gesprochenen Wörter selber.

Angesichts dieser Zahlen ist es schon verwunderlich, wie viel Zeit Mitarbeiter auch heute noch in Schulungen verbringen, in denen das „Was?“ der Kommunikation im Vordergrund steht – und nicht das „Wie?“. Das „Was?“ bezieht sich auf Fakten und Daten und damit auf den In-

halt der Kommunikation. Produktschulungen sind der übliche Rahmen dafür. Das „Wie?“ betrifft aber vielmehr die Art der Kommunikation.

Die Körpersprache sendet viele Botschaften

Lassen sich Lügen entlarven?

Mehrere zusammenfassende Analysen von Untersuchungen haben ergeben, dass aufgrund nonverbaler Hinweise durchaus auch Täuschungen entdeckt werden können. Mit anderen Worten: Die Körpersprache kann auch darauf hinweisen, dass das Gegenüber die Unwahrheit spricht. Als „entlarvende Indizien“ dafür haben

sich in Untersuchungen eindeutige Hinweise herauskristallisiert:

in der Kopfregion: sehr starke Zunahme der Ausdehnung der Pupillen, Abnahme des Blickkontaktes, starke Zunahme der Lidschlagfrequenz, Abnahme des Lächelns, Abnahme der Kopfbewegungen

in der Körperregion: Abnahme von Gestik, Bein- und Fußbewegungen, Zunahme von Achselzucken sowie Abnahme der Veränderungen der Körperhaltung

extralinguistisches Verhalten: Abnahme der Reaktionslatenz, Abnahme der Antwortlänge, Abnahme der Sprechrate, Zunahme von Sprechfehlern, starke Zunahme von Verzögerungen und starke Zunahme der Tonhöhe.

Wer viel Erfahrung im Umgang mit Kunden hat, kann deren Körpersprache durchaus einschätzen – und gezielt darauf reagieren.



Grob gesprochen zeigt sich, dass die „entlarvenden Indizien“ häufig mit einer körperlichen Erstarrung der Person zu tun haben, die von einer automatisierten und reflexartigen Kommunikation begleitet wird. Doch Lügen und Unwahrheiten auf die Spur zu kommen, ist nicht so einfach. Es wäre ein Irrglaube zu meinen, auf Basis eines einzelnen Indizes (wie z. B. einer Blickrichtung) jemanden verlässlich entlarven zu können. Vielmehr sind es eine ganze Reihe von Indizien, die einen erst auf die richtige Spur bringen.

Diese Verhaltensindizien werden durch Stressfaktoren ausgelöst und sind Anzeichen für mangelhafte Wahrhaftigkeit der Aussagen. Derartige Signale nutzen heute bereits zum Beispiel Versicherungen, um herauszufinden, ob ein Anrufer bei der Schadensmeldung die Wahrheit sagt oder nicht. Falls ausreichend viele Indizien darauf hindeuten, erscheint auf dem Bildschirm des Versicherungsmitarbeiters ein Alarmsignal, das auf einen möglichen Versicherungsbetrug hinweist.

Liebe auf dem Prüfstand

Es gibt aber auch umgekehrte Anwendungen. So untersucht z. B. ein Unternehmen die „Ehrlichkeit in Herzensfragen“. Die Basis für die Analyse stellt die Antwort auf die Frage „Liebst Du mich?“ dar. Als Ergebnis erscheint am Bildschirm eine erblühende Blume oder eine welkende Knospe. Das Computerprogramm analysiert Stimme und Sprechverhalten. Die Verliebtheit wird hier gerade auf Basis von erkennbaren Stresssymptomen ermittelt: Je verlegener eine Person ist und je mehr weitere Stressindizien sie zeigt, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie wirklich verliebt ist.

Geflunkert wird mit Worten

Über welche Kanäle bzw. Medien wird am meisten geflunkert? Ist es das Telefon, das persönliche Gespräch, das Online-Forum oder die E-Mail? Eine Studie fand heraus, dass das Telefon die Liste anführt, gefolgt von persönlichem Kontakt, Online-Foren und E-Mails. Kurzum: In Medien, in denen Mimik und Gestik keine verräterischen Signale senden können und wo man nichts „schwarz-auf-weiß“ vorliegen hat, wird am meisten geflunkert.

Lügen und Unwahrheiten müssen jedoch nicht per se negativ sein, denn eine Unwahrheit kann auch dazu beitragen, einen anderen Menschen zu schonen oder zu schützen, ihm zu schmeicheln oder einfach ein Umgangsritual zu vollziehen. Je größer dabei die Angst des Schwindlers ist, erwischt zu werden, desto größer ist die Chance, ihm auf die Spur zu kommen.

Allerdings zeigen Untersuchungen speziell im Verkauf, dass man erfahrenen Verkäufern nicht so leicht auf die Schliche kommt, wenn sie einmal ein Produkt über Gebühr anpreisen. Dafür verantwortlich sind Übungseffekte, das fehlende schlechte Gewissen, der unbeirrbare Glaube an die eigene Fähigkeit, jemand anderen täuschen zu können oder – im Extremfall – auch persönlichkeitsbezogene Defizite. Studien zufolge lügt übrigens jeder Mensch durchschnittlich zwei Mal pro Tag, wobei allerdings 80 Prozent aller Lügen von der „unschuldigen“ Art sind.

Verräterische Körpersprache?

Die Körpersprache hilft uns in vielen Situationen. Sie gibt uns erste Anhaltspunkte, wie wir eine Person einschätzen können, die wir gar nicht kennen. Ver-

suchen Sie es einmal anhand einzelner Bilder, die Sie verschiedenen Personen vorlegen und spielen Sie „Was bin ich?“. Verblüffenderweise gelingt es häufig, eine Person relativ gut einzuschätzen – und dies nur auf Basis des „ersten Eindrucks“. Dafür verantwortlich sind bestimmte Schlüsselreize, die wir bewusst und auch unbewusst wahrnehmen, sei es durch die Kleidung, das Verhalten, das Aussehen oder andere Dinge. Wir gleichen das Gesehene unbewusst mit gespeicherten Schemata aus unserer Erfahrung ab. So vermuten wir, dass der junge Mann im dunklen Anzug, mit Laptop und Business-Handy ein Berater sein wird.

Auch wenn hier die Grenze zu Stereotypen zu verschwimmen beginnt, ist diese unbewusste Ersteinschätzung auf Basis abgespeicherter Schemata dennoch eine wesentliche Funktion der Körpersprache. Sie kann darüber hinaus Gesagtes untermauern – oder auch abschwächen oder vollkommen unglaubwürdig erscheinen lassen. Nicht selten ist es in Gesprächen so, dass man als Kunde unmittelbar danach ein vages, aber deutlich ungutes Gefühl verspürt. „Irgendetwas“ stört den positiven Eindruck, und die Ursache dafür manifestiert sich meist erst im Laufe der Zeit. Gerade dieses „Bauchgefühl“ hat häufig seine Wurzeln in wahrgenommenen Störungen zwischen dem Gesagten und dem Beobachteten.

Lernen zu verstehen, was der Körper sagen will

Die Körpersprache hat viele Kanäle, über die sie sendet: Blickrichtung, Berührung, Körperneigung und Körperorientierung,



Körpersprache ist facettenreich und läuft über viele Kanäle – in hohem Maße auch über die Gestik.

Distanz zwischen den Sprechern, Gesichtsausdruck, Körperhaltung und -veränderung, Gebärden und Handbewegungen, Fuß- und Beinbewegungen, Streicheln, Selbst- und Objektmanipulationen wie z. B. sich kratzen, die Krawatte zurechtrücken, mit Ringen und Schlüsseln spielen, aber auch Sprechpausen, Sprechdauer sowie die Pupillenerweiterung und -verengung.

Vokale und non-vokale Elemente prägen die Botschaften

Gerade diese Vielzahl möglicher Sendekanäle und Botschaften macht die Körpersprache so anfällig dafür, dass die einzelnen Verhaltensweisen plötzlich nicht mehr zusammenpassen. Wenn man die verschiedenen körpersprachlichen Kanäle und Botschaften ordnen möchte, kann man zwischen vokalen Elementen (wie z. B. Lautstärke, Stimmfrequenz, Sprechgeschwindigkeit, Intonation) und non-vokalen Elementen unterscheiden. Diese wiederum können materielle Ausprägungen aufweisen und zum körperlichen Erscheinen gehören (z. B. Bekleidung, Schmuck etc.) und körperlich-statisch (z. B. Körperbau, Gesichtsform, Haarfarbe) oder körperlich-dynamisch sein (z. B. Mimik, Gestik, Blickkontakt, Körperbewegung). Doch selbst diese Einteilung hilft noch wenig weiter, wenn man die Körpersprache in der Praxis für sich nutzen möchte. Sie sensibilisiert bestenfalls für die Vielzahl der Einflussfaktoren auf die möglichen Botschaften, die wir über unsere Körpersprache senden können.

Sichtet man die Literatur zum Thema Körpersprache, sind zwei typische Zugänge zu beobachten. So versprechen einzelne Autoren, über singuläre Indizien

die Körpersprache verlässlich entziffern zu können. Ein Beispiel: Stellen Sie sich eine junge Dame vor, die eine Zigarette raucht und den Rauch in die Luft nach oben bläst. Dies wird dann als „steigende Tendenz“ etwa so interpretiert: Wenn es aufwärts geht mit dem Zigarettenrauch, dann können Gespräche auch zu Höhenflügen ansetzen. Wer aufwärts bläst, fühlt sich angenehm berührt und sieht alles in den schönsten Farben. Rauch, der zur Decke schwebt, verrät Hochstimmung.

Dass eine solche „Deutung“ der Situation problematisch ist, liegt auf der Hand. Denn vielleicht ist die junge Dame nur höflich und möchte niemandem den Rauch ins Gesicht pusten, oder sie raucht aus Gewohnheit schon immer so. Das Beispiel verdeutlicht, wie leicht es durch Deutung singulärer Signale zu gravierenden Fehleinschätzungen kommen kann. Umgekehrt lassen aber gerade die Vielzahl der möglichen Kanäle der Körpersprache und die damit verbundenen unzähligen Detailspekte befürchten, dass man diese wohl nie ganz „erlernen“ wird.

Gerade forschungsbasierte Literatur setzt den Schwerpunkt häufig auf sehr spezifische Details, deren praktische Verwertbarkeit auf den ersten Blick nicht ins Auge sticht. Es gibt allerdings Ansätze, mit denen man sich relativ schnell ein praktisches, aber zugleich fundiertes Rüstzeug für Körpersprache aneignen kann.

Die „Wörter“ des Körpers

Die Körpersprache besitzt ähnlich wie andere Sprachen „Wörter“, die aber noch keine sinnvollen Sätze und Geschichten ergeben. Als „Wörter“ können in diesem Zusammenhang einzelne Indizien angesehen werden. Verlagert man daher die

Analyse der Körpersprache von einzelnen Indizien (den „Wörtern“) hin zu zusammengehörigen Ausdrucksqualitäten, so wird Körpersprache besser analysier-, versteh- und gestaltbar – und letztlich praktikabler einsetzbar. Im so genannten „Funktionsmodell“ der Transaktionsanalyse werden verschiedene Indizien in die Kategorien „Verwendete Worte/Vokabular“, „Artikulation“, „Mimik“, „Gestik“ und „Allgemeines Verhalten“ zusammengefasst. Häufig zu beobachtende und damit „typische“ Kombinationen werden in einem weiteren Schritt nochmal zusammengefasst – und zwar im Rahmen so genannter „funktionaler Ich-Zustände“. Dabei werden die folgenden Ich-Zustände unterschieden:

- das kritische Eltern-Ich, das sich in kritischen bis überkritischen Verhaltensweisen zeigt
- das fürsorgliche Eltern-Ich, das sich in fürsorglichen bis überfürsorglichen Verhaltensweisen zeigt
- das Erwachsenen-Ich, das an sachlich klaren, beobachtenden und analysierenden Verhaltensweisen erkennbar ist
- das freie Kind-Ich, das sich in gefühlvollen, lustigen oder rücksichtslosen, gefährdenden Verhaltensweisen ausdrückt
- das angepasste Kind-Ich, das sich in sinnvollem sozial angepassten Verhalten oder in Überanpassung zeigt sowie
- das rebellische Kind-Ich, das an mutigem und angemessenem Widerstand sowie unangemessenem Protest erkennbar ist.

Allein die Bezeichnung der Ich-Zustände (also z. B. als kritisches Eltern-Ich, als angepasstes Kind-Ich etc.) lässt schon vermuten, wie sich diese Ausdrucksqualitäten in der Praxis konkret zeigen



Download-Service

Auf unserer Website unter www.apotheke-und-marketing.de/extras finden Sie zu diesem Thema weitere Informationen, die die verschiedenen Ich-Zustände anhand von Beispielen anschaulich beschreiben.

Unter www.apotheke-und-marketing.de/selbsttest können Sie darüber hinaus im Selbsttest online herausfinden, ob Sie Situationen und Reaktionen im beruflichen Alltag beurteilen und dem jeweiligen Ich-Zustand zuordnen können.

könnten. In dieser „intuitiven Verstehbarkeit“ liegt zugleich auch eine große Stärke des Funktionsmodells bzw. der gesamten Transaktionsanalyse. Welche konkreten Indizien auf einzelne Ich-Zustände hinweisen, zeigt auch der Download-Service unter www.apotheke-und-marketing.de/extras. Die Arbeit mit Ich-Zuständen hat sich in der Praxis vielfach bewährt, weil damit einerseits der Schwerpunkt darauf gelegt wird, WIE die Gesprächspartner miteinander kommunizieren, ohne allerdings ganz außer Acht zu lassen, WAS sie kommunizieren.

Die „Geschichten“ des Körpers

Gerade die Art, wie Menschen miteinander kommunizieren, lässt Rückschlüsse darauf zu, wie sie ihre Beziehung zueinander definieren. Ähnlich einem Drehbuch kann das Gespräch dann als vorhersehbare „Geschichte“ ablaufen. Ein sich beschwerender Kunde wird z. B. häufig dem kritischen Eltern-Ich entsprechend skeptisch kommunizieren und erwarten, dass ihr Gegenüber in die Rolle des angepassten Kindes schlüpft – und sich unterordnet. Wer sich darauf einlässt, gerät in eine Verfolger-Opfer-Geschichte.

Gerade das Bewusstsein um diese sich typischerweise ergänzenden Ich-Zustände (z. B. Eltern-Kind) zeigt allerdings neue Handlungsalternativen auf. So ist es nicht nötig, diese „Einladung“ zu einer „Beziehungsgeschichte“ à la Eltern-Kind (Über-/Unterordnung) anzunehmen. Vielmehr lässt sich mit dem Kunden sachlich und gleichberechtigt auf der Eltern-Ich-Ebene kommunizieren.

Umgekehrt kann man aber einem Kunden, der sich entsprechend einem eher hilflosen, angepassten Kind-Ich ver-

hält, durch Fürsorglichkeit (fürsorgliches Eltern-Ich) entgegenkommen und ihn allmählich in seiner Selbstkompetenz stärken. Damit wird eine Opfer-Retter-Geschichte verhindert. Dies gelingt, indem das Erwachsenen-Ich des Kunden angesprochen und versucht wird, gemeinsam auf der Erwachsenen-Ebene zu kommunizieren. Ebenfalls ergänzende Ich-Zustände können auf der Ebene des kritischen Eltern-Ichs (z. B. „die heutige Jugend“) oder des rebellischen Kind-Ichs liegen (z. B. gemeinsames Klagen über ungerechte, falsche Schiedsrichterentscheidungen), oder auf der Ebene des freien Kind-Ichs (z. B. spontane gemeinsame Scherze und Witze).

Untersuchungen wie auch die Praxis haben gezeigt, was erfolgreiche Gespräche kennzeichnet: Kommunikation ist auf mehreren Ebenen möglich und wird auch tatsächlich gelebt. Auf diese Weise erzählt der Körper abwechslungsreiche „Geschichten“, die die Beziehung letztlich interessant halten. So sollten sich in einem erfolgreichen Beratungsgespräch neben der sachlichen Seite (Erwachsenen-Ich) auch emotionale Seiten zeigen (wie z. B. freies Kind-Ich, fürsorgliches Eltern-Ich, kritisches Eltern-Ich, angepasstes Kind-Ich). Gerade die Fähigkeit, dass sich zwei Gesprächspartner auf verschiedenen Ebenen verstehen, gehört zu den Geheimnissen erfolgreicher Gespräche und „guter Beziehungen“.

Dabei ist es allerdings wichtig, dass die jeweiligen Ich-Zustände in ihrer konstruktiven Weise gelebt werden. Sich gemeinsam über etwas zu beklagen (z. B. kritisches Eltern-Ich), kann ein Gefühl der Übereinstimmung erzeugen; handelt es sich dabei um eine Beleidigung des Gesprächspart-

ners (z. B. Beschimpfung), wird dieser Effekt ins Gegenteil umgekehrt. Auch andere Ich-Zustände haben positive (konstruktive) und negative (destruktive) Ausprägungsformen. Letztere, also die negativen und destruktiven, sollte man im Sinne eines guten Gesprächsklimas eher meiden, weil sie mit einer Abwertung des Gesprächspartners in Verbindung stehen. Dazu zählen überkritische Verhaltensweisen („alles besser wissen“), überfürsorgliche Verhaltensweisen („du schaffst das ja eh nie, ich mach das für dich“), rücksichtslose Verhaltensweisen, überangepasste Verhaltensweisen („was soll ich da schon machen“) ebenso wie unangemessener Protest (Rebellion à la Hans Moser).

Körpersprache bei sich selbst und bei Kunden zu verstehen sowie im nächsten Schritt entsprechend professionell zu agieren, bedarf einiger Übung. Auch wenn dies mit einigem Aufwand und laufender Übung verbunden ist, ist der mögliche Gewinn doch sehr verlockend: Er bringt mehr Erfolg in jeder Beziehung. +

Dr. Thomas Angerer | Der Autor ist Geschäftsführer des IRM – Institut für Relationship Marketing, Forschungs- und Beratungs GmbH, Dozent, Referent und gerichtlicher Sachverständiger | Kontakt: angerer@das-irm.at