Strahlende Menschen haben es leichter im Leben, denn von allen emotionalen Signalen ist ein – ehrlich gemeintes – Lächeln das ansteckendste.

Wie man seinen Sympathiefaktor erhöht

Kunden „kaufen" erst den Menschen, dann die Ware. Wer einem Kunden sympathisch ist, hat es leichter mit dem Verkaufen. Marketingexpertin Anne M. Schüller erklärt, wie man Sympathie lernen kann.

Sympathie spielt im Geschäftsleben eine wichtige Rolle. Denn Kunden „kaufen" immer zuerst den Menschen und dann erst die Sache.

Anne M. Schüller ist Expertin für Loyalitätsmarketing und erfolgreiche Autorin. In ihrem Buch „Erfolgreich verhandeln – Erfolgreich verkaufen" (siehe Kasten Seite 47) erklärt sie, wie man seinen Sympathiefaktor erhöht. Im Folgenden liefert Schüller einen ersten Einblick:

„Sympathie und Antipathie entwickeln sich in den ersten Sekunden eines Zusammentreffens. Dabei werden zunächst vollautomatisch und völlig unbewusst emotional markierte Vorerfahrungen abgerufen und auf Ähnlichkeiten mit der neuen Bekanntschaft abgeglichen. Positive Vorerfahrungen erbringen einen Sympathiebonus, negative mahnen zur Vorsicht. Die Person ist uns dann unsympathisch. Da ist es günstig, die Prinzipien zu kennen, die uns helfen, schon im Moment des Kennenlernens seinen Sympathiefaktor zu erhöhen. Es sind fünf:

1. Der rituelle Augenkontakt

Wenn uns ein sympathischer Mensch in die Augen schaut,

© Archiv, Anne M. Schüller

wird in unserem Hirn die Wohlfühl-Substanz Dopamin ausgeschüttet. Dies ist übrigens besonders dann zu messen, wenn Verliebte sich anblicken. Auch im Business spielt der Blickkontakt als erstes Zeichen einer positiven Gesinnung eine wichtige Rolle. Hierbei sollten wir uns gleich mit dem Begriff ‚Augenkontakt' anfreunden. Denn ein Blickkontakt ist meist flüchtig und wirkt damit weniger wertschätzend.

Der ‚rituelle' Augenkontakt, den wir Menschen als angenehm empfinden, dauert etwa ein bis zwei Sekunden. Wer uns kaum in die Augen schaut, sammelt genauso wenig Sympathiepunkte wie der, der uns anstarrt. Letzteres wird als Aggressionssignal gedeutet. Männer machen übrigens ihre Rangordnung unter anderem über den Augenkontakt aus. Beim Zusammentreffen von Profi-Boxern vor dem Kampf hat sich dieses Ritual noch erhalten.

2. Die Wirkung eines echten Lächelns

‚Wenn du jemanden ohne Lächeln siehst, so schenke ihm deines', sagt ein Sinnspruch. Von allen emotionalen Signalen ist ein Lächeln das ansteckendste. Fast so zuverlässig wie ein Echo kommt es zurück. Es kostet nichts und bringt doch viel, wenn man es teilt. Es öffnet Kundentüren und Mitarbeiterherzen. Es baut Hemmschwellen ab und lässt Vertrauen entstehen. Es ist ein Friedensangebot und signalisiert: ‚Ich meine es gut! Ich bin dein Freund!'

Strahlende Menschen haben es leichter im Leben, denn sie verschenken Momente des Glücks. Und wir vergelten es ihnen mit guter Mitarbeit oder mit Kaufen.

Allerdings: Jedes ‚Muss-Lächeln' wird von unserem Unterbewusstsein als solches enttarnt. Es wird übrigens in einer ganz anderen Hirnregion erzeugt als das wahre Lächeln. Erst beim echten Lächeln lachen die Augen mit. Nur dieses ist dann mit einem guten Gefühl verbunden: Bei dem, der es gibt, und bei dem, dem es gilt. Es ist übrigens unmöglich, an etwas Böses zu denken und gleichzeitig mit den Augen zu lachen. Versuchen Sie's mal!

3. Die schützenden Distanzzonen

Nähe ist uns nicht bei jedem angenehm, und das ist ganz normal. Denn Menschen haben drei zu respektierende Distanzzonen: die Vier-Meter-Fluchtpunkt-Zone, die ‚öffentliche' Ein-Meter-Zone und die ‚intime' 50-Zentimeter-Zone.

> Wer uns kaum in die Augen schaut, sammelt genauso wenig Sympathiepunkte wie der, der uns anstarrt

Wir reagieren mit Aggression, Starre oder Rückzug auf jeden, der die als angemessen erachtete Distanzzone nicht einhält. Leider bewegen sich, wenn auch meist unbewusst, Führungskräfte oft in die Ein-Meter-Zone ihrer Mitarbeiter hinein, oder sie fassen diese wie einen Besitz sogar an.

Da kann ich nur raten: Finger weg! Respektieren Sie als Chef unbedingt die Distanzzonen und das Revier Ihrer Mitarbeiter. Greifen Sie nicht über deren Schulter in den PC, nehmen Sie ungefragt nichts von ihrem Schreibtisch, wühlen Sie nie in deren Sachen rum. Und wenn es am jeweiligen Arbeitsplatz einmal eng werden sollte: Bitten Sie um Erlaubnis und Entschuldigung, wenn zu viel Nähe unvermeidlich ist.

Beim ersten Kennenlernen bewegt man sich immer außerhalb der Ein-Meter-Zone. Nur die eigene Familie, enge Freunde oder Menschen, denen wir sehr viel Vertrauen entgegenbringen, dürfen näher kommen. Bei einem (betrieblichen) Anlass tritt man nicht zu einer Gruppe, deren Mitglieder eng beieinanderstehen. Denn das signalisiert Vertraulichkeit, und da haben Fremde nichts zu suchen. Im öffentlichen Raum hält man, insbesondere dann, wenn wenig Menschen zugegen sind, den größtmöglichen Abstand.

Wir Menschen sind Fluchttiere. Und Abstand gibt uns Sicherheit – vor allem dann, wenn niemand da ist, der uns im Ernstfall helfen kann.

4. Vertrauen weckendes Händeschütteln

Auch das Händeschütteln ist ein Relikt aus alten Zeiten und will heißen: Schau her und komm fühlen, ich bin dein Freund, ich trage keine Waffen! Der ideale Händedruck ist nicht der überfeste, sondern der, bei dem sich beide Hände in der Mitte zwischen beiden Personen senkrecht treffen, und bei dem die Handinnenflächen sich vollständig berühren. Denn das signalisiert: Nichts in der hohlen Hand versteckt. Wir wollen immer die offenen Hände unseres Gegenübers sehen.

Bei Gesprächen im Sitzen sind sie auf dem Tisch, im Stehen auf Gürtelhöhe – und nicht in der Hosentasche.

5. Die Stimme und das erste Wort

Die Stimme ist verantwortlich für die Stimmung, die Sie verbreiten: Klingt sie fest und zuversichtlich? Zeugt sie von guter Laune und einer wertschätzenden Gesinnung? Beim ersten ausgesprochenen Wort, in aller Regel ist das eine Grußformel, verbunden mit dem Namen des Gesprächspartners, geht es vor allem um eins: eine angenehme, freundliche, ruhige und eher tiefe Tonlage. Dies signalisiert die friedvolle Absicht. Ist Adrenalin im Blut, klingt die Stimme nämlich meist ein wenig schrill, gepresst oder schneidend. Dies lässt auf Angst oder Aggressivität schließen. Und beides mögen wir nicht.

Verändern Sie einmal Ihre Stimmlage in einer gegebenen Situation und schauen Sie, was passiert. Im Brustton der Überzeugung gesagt, kommen Ihre Worte ganz anders an. Gerade Frauen sprechen oft mit einer zu hohen Kopfstimme, das wirkt piepsig und damit schwach. Nicht zuletzt wird über die Stimmlage determiniert, wer ‚oben' und wer ‚unten' ist. Der Rangniedere geht mit seiner Stimme automatisch nach oben. Wer hingegen als Experte gelten will, geht mit der Stimme nach unten. Das lässt sich üben." *red*

Das Buch zum Thema

Anne M. Schüller
Erfolgreich verhandeln – Erfolgreich verkaufen
Wie Sie Menschen und Märkte gewinnen

BusinessVillage 2009
224 Seiten
24,80 Euro
ISBN-13: 978-3-938358-95-5