

Sympathie lässt sich nicht mailen

Text: Gero Teufert

Die Arbeitsanweisung an die Mitarbeiter wird schnell per E-Mail verschickt. Teamarbeiten überwiegend bei Trello, Slack und Meistertask abgestimmt. Kundenanfragen kommen über das Kontaktformular und werden auch elektronisch beantwortet. Insbesondere Gründer und Start-ups surfen oft ganz oben auf dem Kamm der Digitalisierungswelle. Auf den ersten Blick erscheint das effizient, innovativ und beguem. Ein wesentlicher Faktor für den Ausbau zwischenmenschlicher Beziehungen, und somit letztlich für den Unternehmenserfolg, bleibt so aber garantiert auf der Strecke.

Persönliche interne und externe Kommunikation darf nicht einfach wegdigitalisiert werden. Zumindest nicht, wenn Sie Sympathien aufbauen, Verbindlichkeit vermitteln und Geschäftsabschlüsse anpeilen wollen. Im Face-to-Face-Gespräch können Sie bereits mit wenigen Tricks eine Beziehung zu Ihrem Gegenüber aufbauen, die in E-Mails und Chats mit allen Emoticons der Welt nicht zu erreichen ist.

Konzentration auf das Unwesentliche

Eine im Businessumfeld häufig unterschätzte Gesprächsform ist der Small Talk. "Da hab ich keine Zeit für" oder "Ich beschränke mich gerne auf das Wesentliche": Das sind Aussagen, die in dem Zusammenhang oft fallen - und häufig meint man, sogar einen gewissen Stolz aus diesen Äußerungen herauszuhören. Stolz worauf? Verpasste Chancen? Small Talk ist das Kommunikationstool Nummer eins, wenn es um Beziehungsaufbau und -pflege geht - die elektronische Kommunikation im Unternehmen kann ihm nicht das Wasser reichen. Niemand schreibt eine absichtslose E-Mail oder startet einen reinen "Plauder-Chat".

Small Talk ist die leichte Variante der Kommunikation, dazu gedacht, Brücken zum Gegenüber zu schlagen, Beziehungen zu knüpfen, das Eis zu brechen oder eine angenehme Atmosphäre zu schaffen, bevor die "hard facts" folgen. Es braucht keinen Anlass für Small Talk und gerade deshalb funktioniert er. 30 Sekunden reichen schon aus, um ein Fundament zu legen, das vielfältig trägt. Also: Nutzen Sie demnächst die Fahrstuhlfahrt oder die halbe Minute vor dem Kopierer. Mitarbeiter, zu denen Sie eine persönliche Verbindung haben, arbeiten motivierter und lieber für Sie. Kunden, zu denen Sie einen Draht haben, werden mit hoher Wahrscheinlichkeit erneut bei Ihnen kaufen.

Schaffen Sie Verbindungen durch Verbindendes

Wissenschaftliche Studien belegen: Wir mögen Menschen, die uns selbst ähnlich sind. Zum Beispiel einen vergleichbaren Werdegang haben, ähnliche Hobbies, Interessen und Wertevorstellungen. Suchen Sie danach. Sobald wir eine Gemeinsamkeit zwischen uns selbst und dem Gegenüber entdecken, fällt der Einstieg in ein Gespräch leicht. Das liegt insbesondere daran, dass wir Menschen mit ähnlichen Erfahrungen und Interessenlagen besser und schneller verstehen und uns in ihre Handlungen einfühlen können. Die Sympathiewerte steigen, und wir legen eine Basis für gute Kommunikation oder das Fundament für eine dauerhaft gute Beziehung.

Nutzen Sie die "Spezial"- Effekte

Manche psychologischen Effekte lassen sich gezielt nutzen, um Sympathien zu erzeugen. Einen besonders prominenten, den Spiegeleffekt, können wir im Alltag häufig beobachten: Ein Gähnen steckt an, ein Lächeln wird gern erwidert, Ihre Körperhaltung passt sich bei intensiven Gesprächen der Ihres Gegenübers wie von selbst an. Scheinbar grundlos - doch zeigt das Phänomen eine wichtige intuitive Fähigkeit von Menschen. Die sogenannten Spiegelneuronen in unserem Gehirn werden durch das Verhalten anderer Menschen stimuliert und führen zu einer Art Nachahmungseffekt. Die äußere Haltung beeinflusst die innere Haltung. Emotionen und Stimmungen werden übertragen - wir können uns besser in die Befindlichkeiten anderer einfühlen. Die Spiegelneuronen "feuern" - und ein Gefühl der Verbundenheit zum anderen stellt sich ein. Wann immer wir also unser Gegenüber behutsam imitieren (Achtung, nicht einfach "nachäffen"!), tun wir dieser zwischenmenschlichen Beziehung etwas Gutes.

Besonderen Wert sollten Sie dabei auf Haltung, Tonfall und Mimik Ihres Gesprächspartners legen. Spricht er eher langsam und gehoben, tun Sie das auch. Steht er aufrecht da, überprüfen auch Sie Ihre Haltung. Hier die wichtigsten Punkte, die Sie "spiegeln" können:

- Steht Ihr Gegenüber aufrecht oder eher gekrümmt?
- Gibt er/sie sich leger oder eher etwas steif?
- Spricht er/sie schnell oder langsam?
- Bildet er/sie lange oder kurze Sätze?
- Redet er/sie moduliert oder eher monoton?

Der "Halo"-Effekt

Eine weitere psychologische Finesse, die Sie sich für Ihre Mitarbeiter- und insbesondere Ihre Verkaufsgespräche zunutze machen können, ist der Halo-Effekt (von "halos" griechisch "Lichthof"). Dieser Wahrnehmungseffekt ist quasi ein "pars pro toto". Wir nehmen eine Eigenschaft bei einer Person wahr und übertragen sie unbewusst auf das Gesamtbild dieses Menschen. Ist eine Person beispielsweise besonders attraktiv, wird ihr oftmals auch überdurchschnittliche Intelligenz zugesprochen - völlig unabhängig davon, ob es dafür Anhaltspunkte gibt. Eine Eigenschaft "überstrahlt" alle anderen. Das können Sie nutzen. Setzen Sie sich direkt zu Anfang eines Verkaufsgesprächs bestmöglich in Szene, lächeln Sie, spiegeln Sie, smalltalken Sie - eine Person, der Sie sympathisch sind, wird Ihnen automatisch weitere positive Eigenschaften zuschreiben.





