

S

ympathische Menschen haben es leichter im Leben, – privat wie beruflich. Genau aus diesem Grund sind sie mit größter Wahrscheinlichkeit auch erfolgreicher, glücklicher und gesünder. „Was hat denn das eine mit dem anderen zu tun?“, werden Sie sich jetzt vielleicht fragen – und am Ende des Artikels werden Sie darüber Klarheit haben.

DER ERSTE EINDRUCK

Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck, das haben Sie sicher schon gehört.

Doch stimmt das auch? Die Antwort ist ein klares „Ja“. Natürlich haben Sie die Möglichkeit, beim zweiten Zusammentreffen zu versuchen, die selbsterschaffene Schlucht des ersten Treffens zu überbrücken. Fakt ist aber,



Sympathie ist POSITIV BEEINDRUCKEN kein Zufall

dass Sie doppelt so hart dafür arbeiten werden müssen, verloren gegangenes Vertrauen wiederherzustellen. Und wer weiß, ob es überhaupt gelingt. Das hätten Sie einfacher haben können: Ob wir jemanden sympathisch oder unsympathisch finden, mit ihm auf „einer Wellenlänge“ schwimmen und ihm Kompetenz und Redlichkeit zugestehen, sind zwar drei scheinbar unabhängige Eigenschaften, deren Ursachen allerdings untrennbar miteinander ver-

Manche Menschen wirken auf ihr Umfeld unwiderstehlich und anziehend, andere wiederum schaffen es nicht, einen so guten Eindruck zu hinterlassen. Doch woran liegt das – und vor allem: Kann man es lernen?

TEXT: MAG. PHARM. HEIDI GREGOR

Wir haben immer die Wahl zu lernen, ungünstige Gewohnheiten abzulegen und neue anzunehmen – und unserer Persönlichkeit so den letzten Schliff zu geben, der uns noch erfolgreicher im Umgang mit anderen Menschen macht.



knüpft. Doch lassen Sie mich Licht ins psychologische Dickicht bringen und daraus Handlungsempfehlungen und Tipps für Sie ableiten.

FALSCHER EINDRUCK

In Sekundenbruchteilen schätzen wir unser Gegenüber ein, das passiert vollkommen unbewusst. Dennoch bestimmt diese Einschätzung unsere Vorannahme über unser Gegenüber und damit auch, wie wir ihm entgegenzutreten, mit ihm sprechen, was wir erwarten und ob wir vertrauen. Ich sehe das entweder als Falle, in die man treten kann, wenn man sich der Tatsache nicht bewusst ist, oder als Chance, die man nutzen kann, um erfolgreichere, zufriedenstellende Gespräche zu führen. Ich möchte Ihnen ein Beispiel nennen:

Vor einigen Jahren war ich Trainerin und Coach für ein arbeitsmedizinisches Zentrum – eine Organisation, die Ärzte beschäftigt und diese in verschiedene Unternehmen entsendet. Die Mediziner haben neben den Routineuntersuchungen dabei die Aufgabe, auch Zusatzleistungen zu verkaufen, z. B. Seminare zu Stressmanagement etc. Die Ärzte taten sich teilweise sehr schwer damit, die diesbezüglichen Gespräche mit den Personalverantwortlichen und Geschäftsführern zu führen, weil sie sich nicht ernst genommen fühlten. Das ist erstaunlich, nicht wahr? Warum sollte ein gut ausgebildeter Arzt nicht ernst genommen werden? Die Antwort lag im Erscheinungsbild und im ersten Eindruck, die meilenweit von jenen entfernt waren, die in vielen Unternehmen erwartet werden. Als Arzt muss man sich selten Gedanken über adäquate Arbeitskleidung machen. Entweder man trägt weiße Arbeitskleidung in Praxis oder Krankenhaus oder eben Freizeitkleidung. Und genau das war hier der Fall. Die Ärzte hatten diesem bedeutenden Umstand aus Unwissenheit keine Aufmerksamkeit geschenkt und scheiterten. Die Kluft zwischen einem Geschäftsführer in Nadelstreif und einer jungen Ärztin in Gesundheitsschuhen und individuell geschmacklich ausgerichtetem Freizeitoutfit war einfach zu groß für eine gute Gesprächs- und Verhandlungsbasis.

GOLDENE MITTE

Das wäre jedoch leicht zu verhindern gewesen. Ich empfahl damals einen Mittelweg: Mit der Kleidung sollte auf

der einen Seite Hygiene und Gesundheit verkörpert werden, auf der anderen Seite aber auch der notwendige Touch „Business“. In diesem Fall z. B. eine einheitliche weiß-grüne Kombination: weißer Blazer, grüner Rock (nicht zu kurz) oder Hose, nach persönlichem Geschmack, aber ohne Extreme. Dabei geschlossene Schuhe, einheitliche Arbeitsmaterialien, dezentes Make-up, Businessfrisur. Mit einer für den Businesskontext angemessenen Kleidung würden sich die engagierten Ärzte sicherer fühlen, und eine entsprechende, daraus resultierende Körpersprache würde am Ende des Tages bessere Ergebnisse erzielen.

Doch woraus setzt sich der erste Eindruck nun zusammen? Auf folgende Punkte sollten Sie achten:

- Stil und Art der Kleidung
- Gepflegtheit (Haare, Rasur, Nägel, Zähne)
- Körpersprache (Mimik, Gestik, Körperhaltung)
- Stimme, Tonalität
- Umgangsformen

Daraus schließt das Gegenüber auf:

- Kompetenz
- Rolle im Unternehmen
- Persönlichkeit
- gesellschaftlicher Status bzw. gesellschaftliche Gruppierung
- Vertrauenswürdigkeit
- Gefühlslage

Außerdem entscheidet das Gegenüber (also auch Sie), ob wir den Menschen vor uns sympathisch finden oder nicht. Um diese Einschätzung treffen zu können, erleben wir ihn gerne in Aktion. →



7 TIPPS

FÜR KUNDEN UNWIDERSTEHLICH WERDEN

- 1 Achten Sie bei Ihrer Kleidung darauf, die Werte der Apotheke zu repräsentieren: z. B. Kompetenz, Hygiene, Ordnung, Gesundheit.
- 2 Achten Sie auf dezente Gepflegtheit.
- 3 Achten Sie auf offene, willkommen heißende Körpersprache, Blickkontakt und Lächeln.
- 4 Begegnen Sie Ihrem Kunden auf seiner Ebene, versuchen Sie ihn zu verstehen und seine Gedankenwelt und Gefühle zu erspüren.
- 5 Seien Sie höflich und respektvoll.
- 6 Haben Sie den Fokus auf dem halbvollen Glas.
- 7 Behalten Sie Möglichkeiten und Lösungen im Blick (statt Probleme und Begrenzungen).

→ Es kann aber schon reichen, wenn ein Kunde sieht, wie Sie den Kunden vor ihm behandeln und mit ihm gesprochen haben. Im Idealfall war das freundlich, offen und zugewandt. Dann wird sich der Nächste nämlich schon auf das Gespräch mit Ihnen freuen.

Sympathisch finden wir nämlich:

- Offenheit (offener Blickkontakt, offene Körpersprache)
- positive Lebenseinstellung
- Freundlichkeit und Herzlichkeit (ein Lächeln nimmt Angst, über unangenehme Themen zu sprechen)
- Akzeptanz (der Kunde wird nicht dafür verurteilt, dass er z. B. ein bestimmtes Problem, mangelndes Wissen etc. hat)
- Menschlichkeit (Fehler machen ist erlaubt, entscheidend ist, wie damit umgegangen wird)
- Ähnliches (Geschlecht, Alter, sozialer Background, kultureller Background und eben auch Kleidung)

Wer bei mir schon einmal ein Seminar gebucht hat, dem wird auch der Zusammenhang zwischen erstem Eindruck und Sympathie bekannt vorkommen. Denn unsere Gefühle drücken sich 1:1 in unserer Körpersprache, unseren Worten und Facetten der Stimme aus, das heißt, was wir versuchen zu verbergen, wird für das Gegenüber unbewusst erkenn- und spür-

Ein männlicher Kunde spricht oft lieber mit dem Herrn Apotheker, die ältere Frau mit der erfahrenen Apothekerin, das junge Mädchen mit der PKA.

bar. Weil uns Ähnliches oft vertrauter ist, kann jeder Mitarbeiter im Unternehmen seine eigene Fangemeinde haben. So spricht ein männlicher Kunde oft lieber mit dem Herrn Apotheker, die ältere Frau mit der erfahrenen Apothekerin, das junge Mädchen mit der PKA, die vielleicht auch noch aufgrund des kulturellen Hintergrundes und des äußeren Erscheinungsbildes auf größeres Verständnis und ähnliche Sprache hoffen lässt. Diese Kombinationen sind natürlich beispielhaft zu verstehen. Die meisten anderen

Faktoren hingegen sind immer gleich und erzeugen die Schnittmenge, für ein breiteres Publikum die richtige Ansprechperson sein zu können.

DAS RICHTIGE MINDSET

Und nun zum letzten Geheimnis ansprechender Persönlichkeiten: die Ausstrahlung.

Es ist ein extrem komplexes Thema, das ich hier nur anschnitten kann. Um, wie oben beschrieben, empathisch, offen und freundlich zu wirken, bedarf es der entsprechenden zugrunde liegenden Gefühle und eines unterstützenden Mindsets (Summe aller bewussten und unbewussten Gedanken, Glaubenssätze und Einstellungen). Bei Ausstrahlung, also der Strahlung, die von uns ausgeht (unsichtbar, aber messbar wie WLAN), kann man nicht schummeln, sie ist einfach die Gesamtheit dessen, was innen leuchtet und nach außen strahlt. Wenn nichts leuchtet, kann leider auch nichts strahlen. Gefühle, die besonders hell und angenehm strahlen, sind Freundlichkeit, Mitgefühl, Dankbarkeit, Friedlichkeit, Freude und Lachen. Ein Apotheker und seine PKA, die ihren Beruf lieben, sich für Gesundheitsthemen interessieren, gerne Menschen helfen und grundsätzlich das Gute und Schöne im Leben im Fokus haben, könnten eben dieses Mindset haben, das die entsprechende Ausstrahlung unterstützt. Menschen, die ein positives, unterstützendes Mindset haben und viele positive Gefühle, sind auf lange Sicht auch gesünder. Diese Erkenntnis konnte man aus der Psychoneuroimmunologie gewinnen. Und so schließt sich der Kreis ...

ALLES KANN MAN ÄNDERN

Zuletzt möchte ich betonen, dass keiner der Faktoren, aus denen sich Sympathie, ein ansprechender erster Eindruck oder eine angenehme Ausstrahlung zusammensetzen, in Stein gemeißelt oder unveränderbar ist. Wir haben immer die Wahl zu wachsen und zu lernen, ungünstige Gewohnheiten abzulegen und neue anzunehmen – und unserer Persönlichkeit so den letzten Schliff zu geben, der uns noch erfolgreicher im Umgang mit anderen Menschen macht.