



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

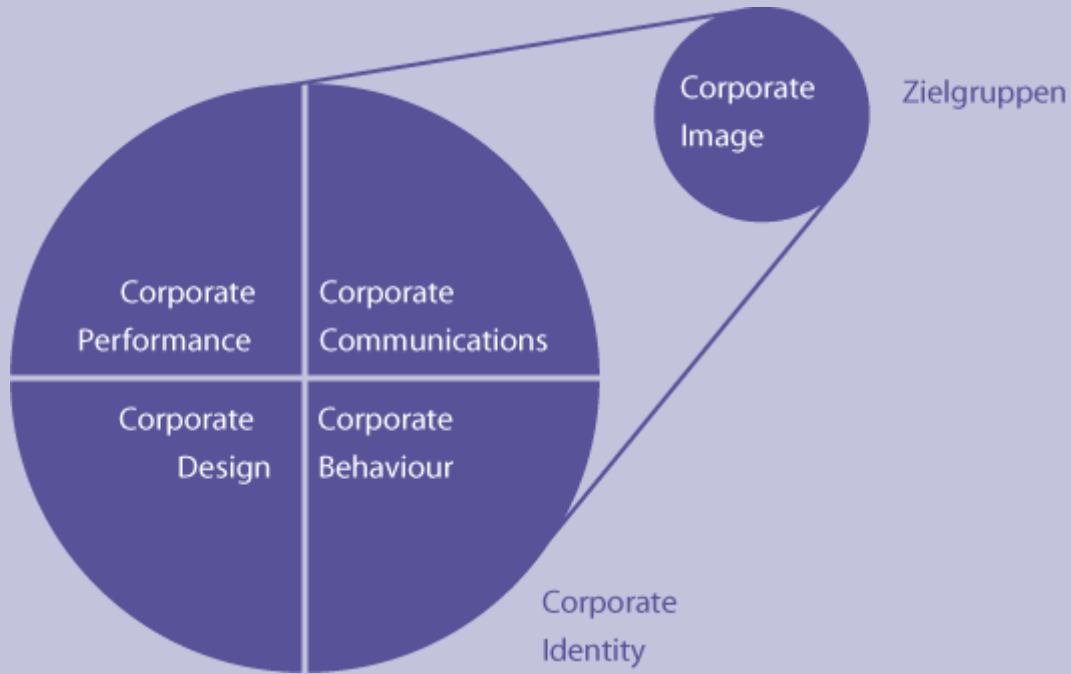
Körpersprache im Beruf

10.08.2006

Christina van Hasselt

COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Corporate Identity





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

**Nicht nur WAS man sagt ist wichtig,
sondern auch das WIE ist entscheidend**

... denn der Großteil eines Gesprächs findet
über die nonverbale Ebene statt.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Unser Eindruck von anderen Menschen bildet sich zu

7 % über das gesprochene Wort

38 % über die Stimme und den Tonfall

55 % über die Körpersprache



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Folgende Vorteile ergeben sich, wenn wir die Körpersprache beherrschen und verstehen:

- ❏ Verminderung von Missverständnissen.
- ❏ Gibt uns wichtige Infos über die innere Einstellung und Haltung unserer Mitmenschen.
- ➔ Begegnungen und Gespräche können leichter und erfolgreicher verlaufen.
- ➔ Verbesserung des Firmenimages.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

„Der erste Eindruck prägt,
der letzte Eindruck bleibt.“



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

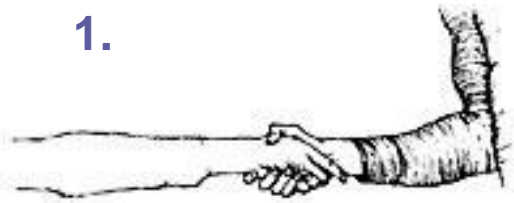
Begrüßung



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Praktisches Beispiel

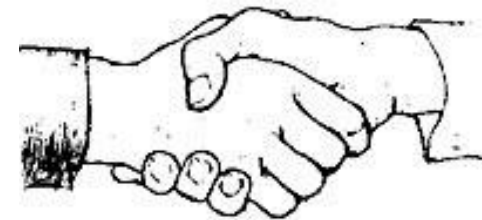
1.



2.



3.

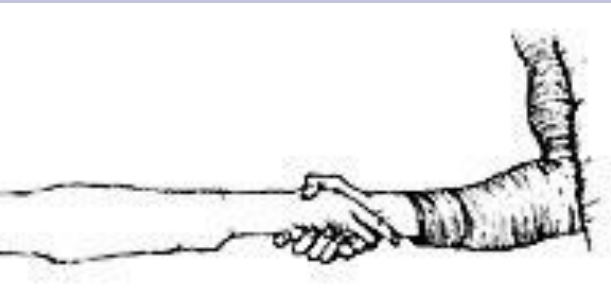


Wie haben diese Begrüßungen auf euch/Sie gewirkt und welchen Eindruck haben sie geweckt?

Gerne auch selber mit dem Kollegen/der Kollegin testen!

COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Auflösung „Begrüßung“



Ziehender Arm

Diese Dynamik des Händedrucks wirkt sofort Besitz ergreifend und dominant. Die Person will die gegenüberliegende Person auf ihre Seite ziehen.



Der steife Arm

Die Person möchte den Abstand beibehalten und die eigene Distanzzone betonen.

COMMUNICATIONS TO SUCCESS

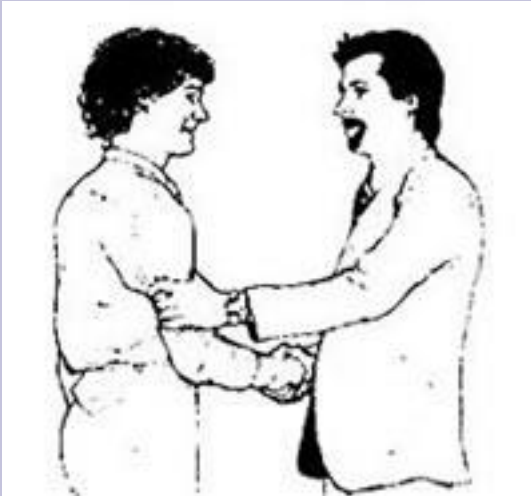
Zweihänder

Diese Person hat ein starkes Bedürfnis nach Nähe und will den Eindruck der Nähe vermitteln.



Einbruch in Intimzone

Dieser Griff an den Oberarm (auch wenn er nur ganz leicht ist) provoziert Nähe. Er eignet sich daher nur für Menschen, die sich emotional sehr nahe stehen.



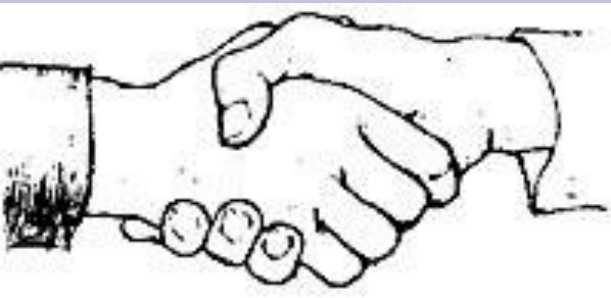


COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Fester Händedruck

Die Kraft im Händedruck ist der jeweiligen Person und der Situation angepasst.

Das wirkt angenehm, vertrauensvoll, und wir nehmen unser Gegenüber als kompetent wahr.





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Zonen





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Der Abstand zwischen zwei Menschen ist ein klassisches Ausdrucksmittel. Natürlich gibt es auch hier große Unterschiede in der Toleranz von körperlicher Nähe zwischen verschiedenen Kulturen.

Für Mitteleuropäer gelten folgende Zonen:

Intime Zone

weniger als 35 cm bis max. 60 cm

Diese Person hat ein starkes Bedürfnis nach Nähe und will den Eindruck der Nähe vermitteln.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Persönliche Zone

Distanz min. 35 cm bis 120 cm

Das ist der Abstand den gute Freunde und Bekannte zueinander einnehmen (z. B. bei Gesprächen).

Soziale Zone

Distanz min. 120 cm bis 360 cm

In dieser Zone bewegen sich z. B. Chef und Angestellter. Dieser Abstand kann kurzfristig, z.B. beim gemeinsamen Arbeiten am PC unterschritten werden.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Öffentliche Zone

Distanz ca. 4 Meter

Bei fremden Personen in der Öffentlichkeit, beträgt die Wohlfühl-Distanz ca. 4 Meter. Die große Entfernung macht eine Kommunikation nur schwer möglich.

Wer im Gespräch ständig am Gesprächspartner vorbei schaut und sich mit anderen Dingen beschäftigt, signalisiert, dass man ihn missachtet.

➡ Leute glauben dann, dass sie als Person ignoriert werden.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Was sonst noch? Bumerang-Effekt meiden



Den Gesprächspartner nicht durch Aggressionsgesten attackieren, denn sonst wird dieser ebenfalls auf Angriff umschalten.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Mimik





COMMUNICATIONS TO SUCCESS





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Manchmal wirkt ein Lächeln Wunder.





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Gestik





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Zur Gestik gehören alle kommunikativen Bewegungen mit Armen und Händen.

Gesten werden eingesetzt um Worte zu unterstützen, zu begleiten oder sogar auch zu ersetzen.

Grundsätzlich sollte man wissen, dass ein schlechter Redner dem Zuhörer keine Chance gibt, sich auf den Inhalt zu konzentrieren.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Wer engagiert ist setzt gerne seine Hände ein und steigert somit die Natürlichkeit und seine Lebendigkeit.



Dagegen setzen Menschen, die eher unsicher und/oder schüchtern sind, meist auch weniger Gesten ein.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Wirkung der Gestik

- ❏ Alle Gesten die sich unterhalb der Taille abspielen, werden als negative Aussage gewertet.
- ❏ Gesten in Höhe der Taille werden als neutral gewertet.
- ❏ Gesten oberhalb der Taille werden als positiv gewertet.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

- ❏ Versteckte Hände (etwa in den Hosentaschen oder hinter dem Rücken) werden als negativ empfunden.
- ❏ Sind die Hände sichtbar, so ist es wichtig, diese durch offene Gesten zu benutzen.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Schlusswort

- ❏ Körpersprache ist immer kontextabhängig
- ❏ Körpersprache muss immer authentisch und situationsangemessen sein.

Weitere Faktoren wie z. B.:

das Aussehen, der Geruch und paraverbale Signale wie z. B. die Tonhöhe der Stimme usw.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Wir können nicht nicht kommunizieren!

COMMUNICATIONS TO SUCCESS



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Vielen Dank.

Quellen: www.isl.uni-karlsruhe.de; www.focus.de; www.rita-misteli.ch