

BUSINESS:

Ihre Stimme wirkt - immer und überall



„SIE KREISCHEN, MRS THATCHER!“ Haben Sie den Film „Die eiserne Lady“ gesehen? In dem die Schauspielerin Meryl Streep die britische Premierministerin Margaret Thatcher spielt?

TEXT: DR. MAGDA BLECKMANN

Dieser Satz „Sie kreischen, Mrs Thatcher!“ ist eine Schlüsselstelle in dem Streifen, denn Thatcher hatte Probleme, sich als Abgeordnete im Unterhaus durchzusetzen – mit ihrer hohen Stimme, in einem männlich dominierten Umfeld, Ende der 1970er-Jahre. Ich weiß nicht, ob es tatsächlich stimmt, aber der legendäre Sir Laurence Olivier soll ihr zu einem Stimmcoaching geraten haben, das ihre Stimme innerhalb von zwei Jahren um mehrere Halbtöne senkte. Das Ergebnis war die berühmte Thatcher-Stimme mit dem warmen, angenehmen Timbre. Und sie wurde Premierministerin des Vereinigten Königreichs – für viele, viele Jahre. Das Timbre, der Duktus und die Klangfarbe der Stimme Thatchers waren also antrainiert – alles nur eine Frage von Unterricht, Ausbildung und Übung!

„DIE STIMME - DER UNGEPFLEGTESTE AUSDRUCKSKANAL DES MENSCHEN.“

Arno Fischbacher

Wie kann es sein, dass wir alle nur damit beschäftigt sind, zu überlegen, was wir sagen? Die Stimme ist ein zentraler Bestandteil unseres Auftretts, sie stellt die ersten Weichen, sie kann unsere Wirkung verstärken oder schwächen. Ein Mensch mit wohlklingender Stimme strahlt mehr Kompetenz, Glaubwürdigkeit und Vertrauen aus. Wer sein Gegenüber also überzeugen will – ob beim Smalltalk, im Bewerbungsgespräch, bei der

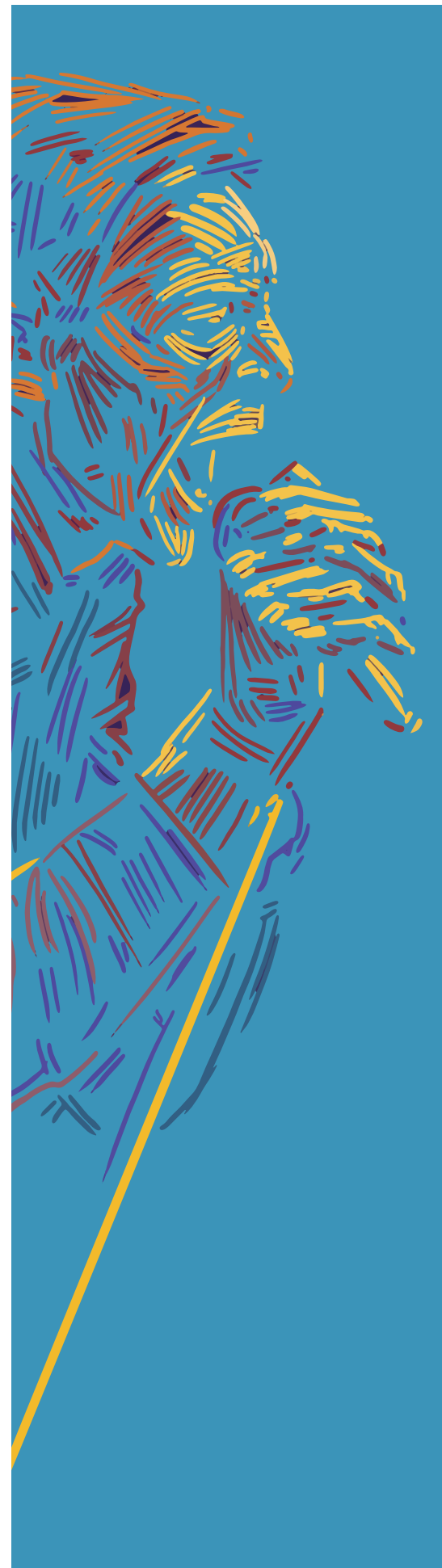
Gehaltsverhandlung oder in der Teambesprechung, sollte darauf achten, im Brustton der Überzeugung zu sprechen und eine „stimmige“ Ausstrahlung zu besitzen. Und das lernt man nicht in der Schule!

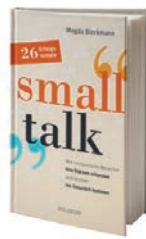
Sprachbilder bestimmen unser Leben

Auch wenn die Stimme eines Menschen, wie eben gehört, ein einzigartiges und machtvolles Instrument ist, so geht sie doch Hand in Hand mit unserer Sprache. Zusammen bilden Stimme und Sprache die Visitenkarte unserer Persönlichkeit, sind Teil unserer Identität und wesentliche Komponenten unserer Ausstrahlung. Entscheidend sind Sprechfluss, Sprechtempo, Betonung und auch Pausen. Sprechen Sie lebendig und melodisch, interessant, pointiert, flüssig und dennoch verständlich? Denn wen interessiert schon eine monotone Sprechweise?

Auch das Gesprochene, unsere Sprach- und Redemuster sind relevant. Eigentlich eigenartig, dass Rhetorik seit mehr als 100 Jahren kein Schulfach mehr ist. Gerade in einer Zeit, in der große Redner zeigen, wie machtvoll die Sprache sein kann. Denken Sie nur an Barack Obama oder Steve Jobs.

Wie dem auch sei: Sprachforscher sind sich darüber einig, dass Sprache einen wesentlichen Einfluss auf unser Denken hat, dass Wörter manipulieren können und dass es von unserer Muttersprache abhängt, wie wir die Welt sehen. Der US-Amerikaner George Lakoff ist Linguist und Experte für Metaphern, für Sprachbilder. In seinem Buch „Leben in Metaphern“ vertritt er die These, dass wir den Einfluss der Worte oft gar nicht mitbekommen und man uns deshalb so gut manipulieren kann – mit Marketing zum Beispiel.





BUCHTIPP

Smalltalk

Wie introvertierte Menschen Ihre Stärken erkennen und leichter Gespräche führen

240 Seiten, Hardcover

Goldegg Verlag, November 2018

Buch bestellbar unter:

<https://www.magdableckmann.at/smalltalk-buch/>

Studien haben ergeben, dass unsere Wahrnehmung äußerst subjektiv ist, denn sie lässt sich von Begriffen leiten: Gebäck schmeckt uns besser, wenn es laut Speisekarte nach einem „Rezept der Großmutter“ oder „traditionell“ gebacken wurde. Oder: Ein exotischer Name verleiht Getränken ein frischeres Aroma. In puncto Politik zum Beispiel ist Lakoff überzeugt: „Metaphern können Wahlen entscheiden.“

Demgemäß brauchen wir Vergleiche und Sprachbilder, um neue Situationen oder schwierige Konzepte zu verstehen – sie sind also unsere wichtigsten Denkwerkzeuge. Deshalb ist es notwendig, dass wir uns einen Schatz an Analogien und Metaphern zulegen, damit wir bewusster und verständlicher kommunizieren können. Wenn Sie zum Beispiel bei der Kurzvorstellung, und zwar auf die Frage »Was machen Sie beruflich«, für Ihre Tätigkeit eine eindrucksvolle positive Metapher finden, können Sie sich in den Köpfen Ihrer Gesprächspartner verankern. Einer meiner Kunden stellt sich zum Beispiel so vor: »Ich arbeite im Rotlichtmilieu.« Was geht Ihnen dabei durch den Kopf? Viele werden neugierig und wollen es genauer wissen und fragen nach. Somit hat er das Ziel erreicht, Interesse geweckt und sich in den Kopf seines Gegenübers verankert, denn er löst seine Beschreibung anschließend auf und sagt: „Ich stelle Infrarotkabinen her und bin Geschäftsführer der Firma Physiotherm.“

Durch Sprache zu mehr Kompetenz und Wirkung

Alles in allem beweist: Wir müssen auf unsere Sprache achten. Oft sind es Kleinigkeiten, die große Wirkung erzeugen. Verwenden Sie Wörter wie „bewirkt, zwingt, führt zu, ermöglicht, hilft, unterstützt, beweist, wenn ... dann“. Streichen Sie Wörter wie „eigentlich“ und „vielleicht“ aus Ihrem Wortschatz, wenn Sie überzeugen wollen.

Oder was denken Sie, wenn jemand zu Ihnen sagt: „Eigentlich geht es mir ganz gut, aber vielleicht sollte ich etwas verändern.“

Das ist keine klare Botschaft. Besser dagegen klingt: „Mir geht es sehr gut, trotzdem werde ich Folgendes verändern.“

Dazu gibt es eine ganz einfache Übung: Nehmen Sie sich auf Band auf und achten Sie darauf. Oder tippen Sie ein paar Sätze – genau so, wie Sie sie sprechen würden – schnell am Computer ein. Wenn Sie den Text lesen, werden Ihnen diese Füllwörter sofort auffallen. Wenn wir überzeugend sein wollen, müssen wir uns deutlich statt schwammig ausdrücken, korrekt und betont sprechen. Verzichten Sie auch auf zu viele Fremdwörter.

Stellen Sie Fragen!

Eine effektive Strategie, gerade beim Smalltalk, ist Fragen zu stellen. Über die Eisbrecherfragen, die einen lockeren Einstieg in ein Gespräch garantieren, wurde schon in den letzten Artikeln geschrieben. Aber auch im weiteren Verlauf ist es wichtig, durch Fragen echtes Interesse zu zeigen: Wer viel fragt, erfährt auch viel.

- Achtsames Fragen hilft, mehr über die Umstände zu erfahren, über das, was Ihr Gegenüber (z. B. Ihr Kunde), wirklich will.
- Achtsames Fragen ist ein erstes Investment in den Aufbau einer vertrauensvollen Beziehung.

- Durch achtsames Fragen zeigt man Interesse – beruflich wie privat.
- Achtsames Fragen ist ein Zeichen von Wertschätzung.

Wenn Sie sich nun fragen, warum an dieser Stelle von „achtsamem Fragen“ gesprochen wird, lautet die Antwort: Achtung, Falle! Denn auch in diesem Fall gilt: Stellen Sie offene Fragen, damit das Ganze nicht in einen Monolog ausartet und Ihr Gesprächspartner sich ausgefragt fühlt.

Das Beste kommt zum Schluss

Sie müssen nicht gleich – wie Margaret Thatcher – Ihre Stimmlage komplett verändern oder wie Barack Obama eine rhetorisch geschliffene Rede, aufgebaut wie aus einem Lehrbuch von Cicero, halten. Aber einer Sache sollten Sie sich bewusst sein: Stimme und Sprache bestimmen wesentlich, wie Sie beim anderen ankommen: charismatisch und charmant, geistreich und genial oder langweilig, mittelmäßig und nichtssagend. Beides sind Ausdruckskanäle Ihrer Authentizität, Gradmesser für Ihre Kompetenz, Ihr Wissen, Ihre Überzeugungskraft. Wenn Ihre Stimme, Sprache und Ihre Körpersprache in Einklang stehen, können Sie nur gewinnen – an Attraktivität und Präsenz. ■



DR. MAGDA BLECKMANN

ist Betriebswirtin und hat über 15 Jahre Erfahrung in der österreichischen Spitzenpolitik. Heute ist sie erfolgreiche Unternehmerin, Businesscoach, Autorin und Experte für Erfolgsnetzwerke.

OFFICE@MAGDABLECKMANN.AT

WWW.MAGDABLECKMANN.AT