

Rezenzeffekt und Primäreffekt – wichtig für überzeugendes Auftreten

Woran liegt es, dass Menschen andere Menschen sehr schnell in eine „Schublade legen“? Und was hat es damit auf sich, dass zuletzt Kommuniziertes oftmals so herausragend wirkt?

Es gibt mehrere wissenschaftliche Untersuchungen, die sich diesen Phänomenen gewidmet haben. Im Kern geht es um die Frage, wie unser menschliches Gehirn mit Informationen umgeht.

Stellen Sie sich beispielsweise **folgende Situationen** vor:

- Sie sprechen mit Kunden oder präsentieren Ihre Unterlagen. Was glauben Sie, woran sich Ihre Kunden am nächsten Tag noch am ehesten erinnern werden?
- Sie sitzen vor dem Fernseher und warten auf den Beginn einer Sendung. Zuvor läuft Werbung. Welchen Werbeblock werden Sie am Ende der Sendung noch präsent haben, wenn keines der beworbenen Produkte Sie besonders interessiert?
- Sie argumentieren als Verkäufer für ein Produkt oder als Führungskraft für eine neue Strategie. Wie gestalten Sie am effektivsten die Reihenfolge Ihrer Argumente?

Solche und ähnliche Fragen stellen sich tagtäglich im Arbeitsleben – für Führungskräfte, für Verkäufer, für Marketingstrategien und für alle, die im Umgang mit anderen Menschen überzeugen wollen oder müssen.

Die Antworten auf solche Fragen haben **neben dem emotionalen Anreichern von Fachinformationen insbesondere auch mit dem Rezenzeffekt und dem Primäreffekt** zu tun. Bis heute gibt es Vertreter in der Wissenschaft, die den einen oder den anderen der beiden Effekte stärker einschätzen. Festzuhalten für die Praxis bleibt, dass beide Effekte offensichtlich realistisch und wichtig sind. Sie lassen sich in dem Satz zusammenfassen: „Der erste Eindruck ist entscheidend, und der letzte bleibt.“

Das entsprechende Wissen können und sollten Sie unbedingt für Ihren Alltag nutzen. Und: **Beobachten Sie sich selbst**, wie stark Sie von diesen beiden Effekten in Ihrem Tun, Beurteilen und Entscheiden beeinflusst werden. Wie oft passiert es, dass der berühmte erste Eindruck den weiteren Verlauf von Gesprächen und Verhandlungen prägt. **Um in der „falschen“ Schublade zu landen, reichen oft schon an sich unwichtige Kleinigkeiten aus:** die Krawatte sitzt schief, beim Begrüßen wird die korrekte Etikette-Reihenfolge verletzt und und und ...

Vordergründig rational ausgerichtete Menschen verneinen manchmal solche Zusammenhänge. Doch bereits in einfachen Rollenspielen erlebe ich es in meinen Seminaren immer wieder, dass beispielsweise ein Vorstandsmitglied doch negativ berührt ist, wenn es nicht zuerst begrüßt wird. Wer dies versäumt hat, wird von ihm im weiteren Verlauf verhältnismäßig unfreundlich oder unkooperativ behandelt. Doch im Alltag handelt es sich um kein Rollenspiel, sondern um wichtige Geschäftssituationen, die von Verkaufsgesprächen bis hin zu Fusionsverhandlungen reichen.

Wie stets, wenn es um Fragen des überzeugenden Auftretens geht, bieten sich Ihnen **zwei Aspekte zum Anwenden**: erstens können Sie die Erkenntnisse für den eigenen Auftritt nutzen, und zweitens fragen Sie sich, was Sie am Auftreten anderer Menschen erkennen und wie Sie darauf reagieren (z.B.: Will mich jemand unbewusst lenken und lasse ich es zu?).

Bezogen auf den Rezenzeffekt wie auf den Primäreffekt kann das für Sie im Berufsalltag bedeuten, dass Sie in Zukunft

- bei Ihren Argumentationen verstärkt darauf achten, **zu welchem Zeitpunkt Sie welches Argument bringen**.
- besonderes Augenmerk darauf legen, **wie Sie eine Präsentation eröffnen und wie Sie sie beenden**.
- vor dem direkten Kontakt mit Kunden und Gesprächspartnern **bewusst überlegen, wie Sie den ersten Eindruck gestalten wollen**, den Sie hinterlassen (z.B. vor potenziellen Neukunden), und **wie Sie sich am Ende des Gesprächs verabschieden**.

Gerne zitiere ich in diesem Zusammenhang aus der vorangegangenen Ausgabe der „Gedanken für die Praxis“:

„Überzeugendes Auftreten“ ist wie eine Fremdsprache – es kommt auf die Vokabeln und die Grammatik an. Es ist nämlich zu kurz gedacht, beim Auftreten nur auf Etikette oder nur auf Rhetorik oder nur auf Körpersprache zu achten. Die Grammatik ist hier das Zusammenspiel von Rhetorik, Etikette, Kleidung und Körpersprache. Die Vokabeln sind die einzelnen Facetten dieser Grammatikbausteine, zum Beispiel die Wortwahl und insbesondere das Wissen, was bestimmte Worte und Körpersignale bei den Gesprächspartnern auslösen. Und selbstverständlich gibt es beim Erlernen von überzeugendem Auftreten einen passiven und einen aktiven „Wortschatz“. **Was Ihnen beim Lesen oder Hören logisch und selbstverständlich erscheint, muss im täglichen Umsetzen noch lange nicht funktionieren. Testen Sie sich selbst**, zusammen mit einer vertrauten Person oder im Rahmen von Videoschulungen, wie Sie sie bei Stilwelt maßgeschneidert auf Ihre Bedürfnisse erhalten. Achten Sie dabei darauf, ob Sie das Bild abgeben, das Sie anderen Menschen gerne von Ihnen und Ihrer Persönlichkeit vermitteln möchten. Durch ausdauerndes Üben in unkritischen Situationen gelingt es Ihnen, Ihr Selbstbewusstsein und Ihre Sicherheit für schwierige Situationen zu steigern und immer und überall überzeugend aufzutreten.

Es geht letztendlich darum, dass Sie durch Ihr Auftreten das **Unterbewusstsein Ihrer Kunden und Gesprächspartner entsprechend Ihrer (Gesprächs-)Ziele fair positiv konditionieren**.

Ich wünsche Ihnen dabei und beim Nutzen des Rezenzeffekts und des Primäreffekts viel Erfolg.

Mit herzlichen Grüßen,
Ihr Peter A. Worel

Seit Oktober 2011 im Buchhandel
und im Internet für Sie erhältlich:



Firmeninterne Seminare, Individualtrainings und Coachings sowie Vorträge stimmen Sie gerne terminlich und inhaltlich mit uns ab. Dabei zählen Ihre Bedürfnisse.

Die nächsten offenen Seminare finden für Sie statt (Sie können sie auch firmenintern buchen):

„Türöffner zum Erfolg I“ (Das Start-Seminar zum Buch von Peter A. Worel)
– neue Termine für 2014 finden Sie demnächst auf der Stilwelt-Homepage

„Etikette – ein Türöffner zum Erfolg“ (Grundseminar)
– neue Termine für 2014 finden Sie demnächst auf der Stilwelt-Homepage

„Rhetorik und Körpersprache I – Intensivseminar mit zahlreichen Videoübungen“
– neue Termine für 2014 finden Sie demnächst auf der Stilwelt-Homepage

Daten zum Buch „Türöffner zum Erfolg – Wie Sie bei Gesprächspartnern und Kunden überzeugend auftreten“ (empfohlen u.a. von *managementbuch.de* und *Handelsblatt*):

Gebundene Ausgabe: 363 Seiten
Verlag: Wiley-VCH Verlag
ISBN-13: 978-3527506262
Preis: 19,90 Euro

Stilwelt – mehr Nutzen als üblich.