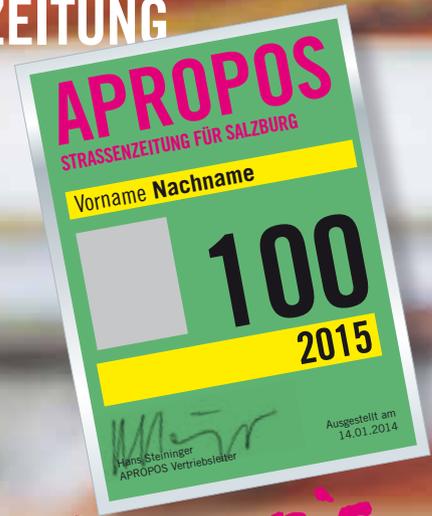


Den VerkäuferInnen bleibt EUR 1,25
Nr. 141

2,50
Euro

APROPOS

DIE SALZBURGER STRASSENZEITUNG



*Ausweis
gesehen?*

VERFÜHRUNG

(VER)FÜHRERIN STIMME Titelinterview mit Arno Fischbacher

GELÜSTE auf Essen, Drogen & Poledance

JUNI 2015

Titelinterview

„WERTSCHÄTZUNG IST
DER GRÖSSTE VERFÜHRER“

Eine Stimme führt und verführt. Das kann sie allerdings nur, wenn sie bewusst eingesetzt wird. Stimmcoach Arno Fischbacher erzählt im Apropos-Interview, warum die Stimme verräterisch ist, wie ein gelungenes Gespräch funktioniert und warum Zuhören noch immer die machtvollste Kraft ist.

Titelinterview mit Arno Fischbacher

von Chefredakteurin Michaela Gründler

Sind Sie ein Verführer?

(lacht schallend) Meine Energie ist weniger darauf gerichtet, Menschen zu verführen, sondern als Coach andere dazu zu ermuntern, sich Gedanken darüber zu machen, wie dieser Prozess eigentlich funktioniert. Wobei ich bei meiner Arbeit weniger von Verführung spreche, sondern von der Kunst, Menschen zu überzeugen und Türen zu öffnen.

Was bedeutet für Sie Verführung?

Das Wort ist sehr zwiespältig. Im negativen Sinne lockt man Menschen auf einen Pfad, auf den diejenigen nicht hinwollten. Im positiven Sinne hat es etwas Spielerisches: Zwischen zwei Menschen läuft etwas ab, was beide unter Umständen maximal ahnen, wo aber ganz viele tiefe, unbewusste Prozesse ablaufen. Es ist ein Tanz um etwas, wo man Schritt um Schritt mit jemandem von dem Punkt, wo man sich zuerst befunden hat, gemeinsam woanders hinget. Gerade wenn man beruflich kommuniziert, hat jeder Gesprächspartner Ziele oder eine Vorstellung. Um zu einem nachhaltigen Ergebnis zu kommen, ist es nötig, dass die Beziehung gehalten wird.

Wie gelingt dieses In-Beziehung-Treten und In-Beziehung-Bleiben?

Durch Zuhören und eine wahrnehmende, innere Haltung. Mein Gegenüber merkt an meiner Stimme sofort, ob ich etwas von ihm auf Biegen und Brechen will oder ob ich bereit bin, mich auf einen Dialog einzulassen – denn die Stimme verrät in jeder Lebenslage vier Kardinalkriterien. 1. Spreche ich diesen Menschen als Mensch an oder sehe ich in ihm nur einen potentiellen Kunden? 2. Will ich, dass sich Gedanken ändern, bin ich immer mit Bewegung konfrontiert. Wenn ich immobil bin oder ohne Spannkraft dasitze, werde ich den anderen zu wenig Beweglichkeit aktivieren können. 3. Woher komme ich und wohin habe ich mich hinentwickelt – geographisch wie sozial? 4. Wie viel Empathie empfinde ich für den anderen im Gespräch?

Als Coach schaue ich mir vorwiegend diese vier Aspekte an und überlege: Wo lohnt es sich, anzusetzen? Dann kann ich mir überlegen, für welche Situation, für welchen Beruf, für welche Herausforderung ich was wie trainiere.

Das heißt, Sie trainieren nicht einfach nur das Instrument Stimme, sondern gehen vielmehr auf die Kommunikationsebene?

Meine Klienten kommen zu mir und sagen etwa: „In einer Woche habe ich einen Vortrag vor internationalem Publikum. Wie schaffe ich es, mein Publikum so zu elektrisieren, damit ich Geschäfte

machen kann? Ich bin allerdings Techniker ...“ Dann ist es meine Aufgabe, meine Erfahrung für den schlanksten Weg einzusetzen – für eine bestmögliche Präsentation in der gegebenen Zeit.

Wie elektrisiert man ein großes Publikum?

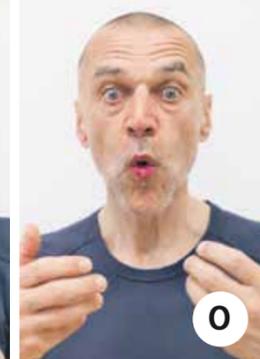
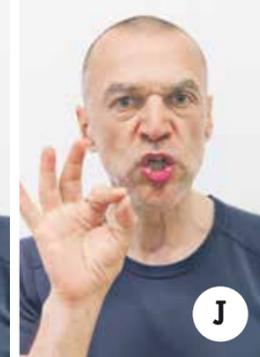
Sprache hat Macht. Überzeugendes Auftreten geht ganz stark über die Sprache, denn diese bestimmt die Beziehung. Im Vortrag geht es darum: Weg von einer sachorientierten Sprache, hin zu einer dialogorientierten Sprache. Wenn ich mich auf Argumente konzentrieren muss, stresst mich das, weil ich mich aufs richtige Formulieren konzentrieren muss.

Wie spreche ich dialogorientiert?

Erst wenn ich mein Gegenüber mit „Sie“ anspreche, ist mein Gehirn in Beziehung mit dem Gegenüber. Ich muss mir vorher überlegen, was die Lebenswelt meines Gegenübers ist und was den anderen elektrisieren könnte. Ich beginne also mit einer offenen Frage, die mein Publikum in eine Vorstellung, in eine Erinnerung oder in ein Gefühl hineinführt: „Angenommen, Sie haben ...“ Das verführt mich in einem gewissen Ausmaß zur Beschäftigung mit dem anderen, zur Empathie und führt mich in den Dialog, wodurch meine Stimme anders klingt. Meine Haltung und meine Stimme sind meinen Zuhörern zugewandt, es gibt Sprechpausen und als Resultat habe ich eine andere Sprechweise. Dadurch verführe ich als Redner die Menschen zum Mitdenken und Schmunzeln, zum Sich-selbst-wo-Wiederfinden, was wiederum mich dazu verführt, mich selbst empathisch zu verhalten und mehr Souveränität auf der Bühne zu haben.

Welcher Stimm-Tipp funktioniert bei jedem Menschen?

Jeder durchschnittliche Erwachsene verspürt Verspannungen im Oberkörper und im Schulter- und Nackenbereich. Das ist hörbar. Daher empfehle ich jedem Menschen, der seine Stimme beruflich nutzt, kleine Routinen einzubauen. Wenn man vor dem Zähneputzen am Stand mit hängenden Schultern läuft und einen einfachen Ton von sich gibt, lockert man die Stimme. Es ist auch immer wieder gut, zu überprüfen, wie ich gehe oder stehe – das nimmt nur ein paar Sekunden in Anspruch. Das Gehirn lernt nur, wenn kein Stress vorhanden und kein Kortisol im Blut ist. Man lernt lustbezogen, neugierbezogen, aber nicht stressbezogen. Dann ist die Chance, dass ich das Gelernte in der Präsentation dann wirklich abrufen kann, sehr groß. Sportler sagen immer: „Übe nie im Wettkampf.“ Unter Leistungsbedingungen greift das Gehirn immer auf die besser trainierten Mechanismen zurück. >>




STECKBRIEF

NAME Arno Fischbacher
ARBEITET als Wirtschaftsstimmcoach
SPRICHT in Coachings, Workshops und Vorträgen
HÖRT gerne inspirierenden Menschen zu

VERFÜHRT dazu, Kommunikation sportlich zu betrachten
FREUT SICH über herzliche Begegnungen im Alltag
ÄRGERT SICH über Unachtsamkeit

Daher rate ich, den ganz normalen Alltag zu nutzen und sich ein paar Situationsanker zu setzen und nicht erst kurz vor einer Herausforderung unter Druck zu üben.

Mit Stimme kann man verführen und auch führen – worin liegt der Unterschied?

Bestenfalls ist es deckungsgleich. Es gilt, die Aufmerksamkeit, die Gedanken, die inneren Prozesse des anderen so zu führen, dass der andere überhaupt im Gespräch bleibt und nicht abdriftet. Ein guter Gesprächserfolg ist es, wenn mein Gegenüber von der Meinung, die er am Anfang hatte, „Nein, das machen wir immer schon so ...“, vielleicht im Laufe einer halben Stunde zur eigenen Erkenntnis kommt: „Stimmt. Das wäre eigentlich die Idee ...“

Kein leichtes Unterfangen ...

Dafür braucht es im Vorfeld eine klare Gesprächsstrategie: „Wohin will ich den anderen am Ende des Gesprächs hingeführt haben – und wie realistisch ist das? Warum soll mir der andere den Gefallen tun? Was könnte ihn bewegen, von A nach B zu denken?“ Bei den inneren Prozessen gibt es entweder ein „Weg von“ oder ein „Hin zu“ etwas. In der Regel ist das „Hin zu etwas“ noch schwer vorstellbar. Da ist es eher tauglich, sich zu überlegen, von was will denn der andere wahrscheinlich weg. Wenn ich das geklärt habe, kann ich über meine Sprache nachdenken. Ich werde bei einem Gespräch also versuchen, an seine Erfahrungswelt anzudocken und sagen: „Erinnerst du dich, vorige Woche, als ... Was war da eigentlich die Ursache?“ Mir scheint es wichtig, dass man sich selbst die Frage stellt: Was kann ich vertreten? Zu was bewege ich jemanden? Passt das? Und passt das auch mit den Wünschen, Bedürfnissen und Möglichkeiten des anderen überein?

Was kann die Stimme in der Kommunikation nicht leisten?

Die Stimme kann zum Zuhören verführen, eine schöne Atmosphäre schaffen, aber wenn ich jetzt nicht nur am Lagerfeuer Geschichten erzähle, sondern im Job kommunizieren muss, dann muss ich mir einfach Gedanken machen, wie der andere tickt und mich auf das präzise einstellen. Die Stimme alleine kann nicht überzeugen.

Gibt es Menschen, die man nicht verführen kann?

Ich glaube, dass jeder Mensch irgendwo verführbar ist.

Womit lassen sich Menschen am besten verführen?

Im Unternehmensalltag lassen sich Menschen mit Zuwendung am stärksten verführen, mit der persönlichen Wahrnehmung des anderen, mit empathischer Kommunikation, mit Anteilnahme, mit dem Gefühl, wahrgenommen zu sein. Die größte Krise bricht aus, wenn dies nicht der Fall ist. Dann gibt es ganz viele Ausgleichsbewegungen, um die Gefüge aufrechtzuerhalten. In jedem Unternehmen, in dem Wertschätzung fehlt, gibt es ganz viele leere Kilometer. Mitarbeiter verlassen nicht die Firma, sondern den Chef. Wertschätzung ist der größte Verführer.

Wann sollte man Verführung sein lassen?

(denkt nach) Am besten, wenn man schon weiß, dass das, wozu man den anderen verführen will, dem anderen nicht guttut. Dann sollte man die Finger davon lassen. Und von solchen Verführern wimmelt die Welt.

Wie erkennt man die falschen Verführer?

Die haben immer irgendeine Art von Charisma – und das, was sie tun, ist vordergründig anziehend. Der Islamische Staat beispielsweise arbeitet mit Kalkül: Wie spricht man Menschen an, wie erzeugt man die Sogwirkung, wie kompensiert man genau das, was dort fehlt? Wie füllt man ein Vakuum, das Menschen empfinden, um sie dorthin zu bewegen, wo man sie hinhaben will? Es ist kein Zufall, dass gerade der Islamische Staat mit modernen Kommunikationskanälen arbeitet, um einen solchen Sog zu erzeugen.

Kommunikation läuft vielfach unbewusst ab ...

Alle Themen, die mit dem Hören zu tun haben, sind eher in den unbewussten Bereich gedrängt. Aus dem resultiert auch die große Kraft der Beschäftigung mit diesem Aspekt der menschlichen Kommunikation. Im Alltag achtet im Gespräch oder am Telefon kaum jemand auf die unbewussten Prozesse. Man könnte daher auch sagen, dass die Stimme der ungepflegteste Ausdruckskanal ist. Wir reden, wie wir reden. Wir sagen, was wir sagen. Und wenn wir das so sagen, meinen wir, wir seien authentisch – was aber nicht >>

„Sprache hat Macht, sie bestimmt die Beziehung.“



stimmt. Der Autopilot bestimmt unser Verhalten. Deshalb werden das Potential und die Bereicherung, die in der Beschäftigung mit der Stimme liegen, kaum wahrgenommen.

Was ist denn die größte Bereicherung, wenn man die Stimme pflegt?

Wenn man sich der eigenen Stimme überhaupt mal bewusst wird, trainiert man die Körperwahrnehmung, das Gehör und die Empathie. Man beginnt, auf sich selbst anders zu achten. Das hat im weitesten Sinn ganz große gesundheitliche Folgen. Das betrifft jetzt nicht nur die Stimme, sondern auch die Körperempfindung. Die Beschäftigung mit der Stimme ist immer ein faszinierendes Wahrnehmungstraining.

Wer sich mit seiner Stimme beschäftigt, richtet sich innerlich und äußerlich auf?

Wer sich mit seiner Stimme beschäftigt, erfährt viel über sich. Wenn sich jemand in der Früh in den Spiegel schaut, tut er alles dafür, um sagen zu können: „Wow, schaut gut aus.“ Wie ist es mit der Stimme? Kann ich das zu meiner Stimme sagen? „Wow, du klingst aber heute toll!“ Ist mir das überhaupt bewusst? Wenn man beginnt, seine Stimme bewusst wahrzunehmen, hört man früher, wenn sie nicht gut klingt und überlegt sich: Was muss ich tun, an welcher Schraube kann ich drehen?“ Wenn ich schlecht aufgelegt bin und monoton rede, geht es mir nicht besser. In dem Moment jedoch, wo ich mich anders hinsetze und anders klinge, bin ich fünf Minuten später etwas anders drauf. Diese Mechanismen wirken ganz stark zurück, nicht nur über das Körperempfinden, sondern auch akustisch über die Stimme. Insofern kann ich nur sagen: Je mehr ich meine Stimme bewusst wahrnehme, umso besser geht es mir – mit mir und mit anderen. <<



Chefredakteurin Michaela Gründler besuchte Arno Fischbacher in seinem Büro in der Franz-Josef-Straße.

INFO


Stimm-Reise

Arno Fischbacher ist Mitorganisator der Reise „Innere Stimme und ihr Ausdruck“ nach Peru und in den Amazonas von 13. Juli bis 2. August 2015.

Infos: www.arno-fischbacher.com
 Mail: arno.fischbacher@stimme.at
 Tel.: 0699/11000002

BUCHTIPPS


VOICE SELLS!

Die Macht der Stimme im Business

Arno Fischbacher

Gabal Verlag, 2014
24,90 Euro



GEHEIMER VERFÜHRER STIMME.

77 Antworten zur unbewussten Macht in der Kommunikation

Arno Fischbacher

Junfermann, 3. Auflage 2013
10,30 Euro