

Der Primacy-Recency-Effekt

Woher stammt dieses Modell:

i Der **Primacy-Effekt** wurde erstmals von Hermann Ebbinghaus, einem deutschen Psychologen, untersucht. Er stellte fest, dass Menschen dazu neigen, sich an die ersten Informationen zu erinnern, die sie erhalten, besser zu erinnern.

Der **Recency-Effekt** wurde später von anderen Forschern hinzugefügt, um zu erklären, dass Menschen sich auch gut an die zuletzt erhaltenen Informationen erinnern.

Storytelling:

Du befindest Dich in einer Gerichtsverhandlung und nach langen Vorträgen der Anklage und der Verteidigungen ist der große Showdown gekommen:

Der Richter fällt sein Urteil:

Anstatt mit einer ausführlichen Erklärung oder Argumentation zu beginnen, verkünden sie das Urteil direkt zu Beginn.

Im Namen des Volkes erlasse ich folgendes Urteil „Der Angeklagte wird zu einer Freiheitsstrafe von zwei Jahren ohne Bewährung verurteilt.“

Erst nach dieser klaren Aussage folgt die Begründung des Urteils.

i Diese Art der Kommunikation wird als „Top-Down-Kommunikation“ bezeichnet und ist besonders in Führungspositionen oder im Management eine geschätzte Technik. Die wichtigste Information – in diesem Fall das Urteil – wird sofort mitgeteilt, was den stärksten Eindruck bei den Zuhörern hinterlässt.

Wie kann ich diese Effekte nutzen:

Der **Primacy-Effekt** darauf ab, einen **starken ersten Eindruck** zu hinterlassen. In Bewerbungs-Texten bedeutet das, **dass die Anfangssätze besonders überzeugend und ansprechend sein sollten**.

Der **Recency-Effekt** darauf ab, einen **bleibenden Eindruck** zu hinterlassen. In Bewerbungs-Texten trägt dieser Effekt, im Bereich der Schlusssätze, dazu bei, besonders gut im Gedächtnis zu bleiben.

Deshalb ist das so wichtig:

Nutze den Primacy-Effekt, um die Aufmerksamkeit der Person, die Deine Bewerbung liest, sofort zu gewinnen. Verfasse eine starke Einleitung, die Dein Interesse an der Stelle und Deine Qualifikationen betont.

Verwende den Recency-Effekt, um die Bewerbung zu einem starken Abschluss zu bringen. Fasse Deine Qualifikationen und Motivation zusammen und betone erneut, warum Du die perfekte Wahl für die Position bist.

Praxisbeispiel aus Deinem Alltag:

Stell Dir vor, Du hältst eine Präsentation über Web-Entwicklung vor einem potenziellen Arbeitgeber. Du beginnst mit einer starken Einleitung, die Deine wichtigsten Qualifikationen und Erfahrungen hervorhebt. Dann gehst Du durch den technischen Teil und schließt mit einem überzeugenden Fazit ab, das Deine Schlüsselkompetenzen und Leistungen noch einmal zusammenfasst.

Überlege Dir vorab folgende Punkte:

Primacy-Effekt

- Was ist meine wichtigste Botschaft?
- Als was (in welcher Position) möchte ich wahrgenommen werden?
- Welche Punkte zählen auf das Konto dieser Botschaft ein?

Recency-Effekt

- Auf welcher Botschaft soll der Fokus gelenkt werden?
- Weckt dies weiteres Interesse an Deiner Person?
- Verkörpert diese Botschaft eine positive Haltung

- Steigert die Botschaft den Sympathiefaktor (habt ihr die gleichen Ziele?)



Denke aus der Sicht Deines Gegenübers! Was sind

relevante Inhalte, die eine Antwort auf dessen Bedürfnisse liefern!

Die Zielgruppe fragt: „What is in it for me?“

Alltags-Situation: Verfasse starke Texte

Nicht nur bei der Erstellung von Bewerbungs-Texten können Dir der Primacy-/Recency-Effekt nutzen. Du kannst sie immer wieder verwenden.

- Verfasse bessere Mails
- Erstelle wirkungsvolle Berichte und Reports
- Schreibe ansprechende Texte auf Webseiten
- Verwende sie für bessere Posts oder Kommentare auf Social Media

Was bedeutet das für Dich:


Du kannst Deine wahrgenommene Kompetenz steigern, egal, ob in Wort oder Text. Du schaffst es Dein Gegenüber schneller abholen, auf wichtige Inhalte vorbereiten und Deiner Aussage nachhaltig Gewicht verleihen.

Fazit: Worauf es ankommt:

- Die Platzierung der Informationen ist entscheidend. Nutzen Sie den Primacy-Recency-Effekt, um die Aufmerksamkeit auf die Schlüsselaspekte Ihrer Präsentation oder Bewerbung zu lenken.



TIPP: Besuche unsere Karriere-Calls und lerne diese Inhalte professionell umzusetzen

 **Best Practice:** Überlege Dir vor einem Gespräch oder bevor Du einen Text schreibst: Was ist meine wichtigste Botschaft (Positive Nachricht). Im zweiten Schritt überlegst Du ein Bild oder eine Botschaft, die nachhaltig in Erinnerung bleiben soll.

Die Kernaussagen dieses Dokuments sind:

Wiederholung der wichtigsten Inhalte:

1. **Primacy-Effekt:** Der erste Eindruck zählt. Die Informationen, die wir zu Beginn eines Gesprächs oder einer Präsentation teilen, bleiben am stärksten im Gedächtnis des Zuhörers. Es ist daher wichtig, sich zu Beginn positiv zu präsentieren und die relevantesten und stärksten Punkte zuerst zu kommunizieren, insbesondere in einem Kontext wie einem Vorstellungsgespräch.
2. **Recency-Effekt:** Das Letzte, was wir sagen, bleibt ebenfalls gut im Gedächtnis. Der Abschluss eines Gesprächs oder einer Präsentation sollte positiv gestaltet werden, um einen nachhaltigen Eindruck zu hinterlassen. Positive Emotionen oder „Vibes“ am Ende eines Gesprächs sind besonders wirkungsvoll und bleiben haften.
3. **Positive Kommunikation:** Beide Effekte können durch die Kunst und Weise verstärkt werden, wie wir kommunizieren. Es ist wichtig, beim Sprechen positive Emotionen zu vermitteln, Forderungen oder negative Informationen zu vermeiden und mit einem Lächeln oder einer anderen Form der positiven Bestätigung abzuschließen.
4. **Anpassung an die Zuhörer:** Die Kommunikation sollte auf die Bedürfnisse und Interessen des Zuhörers zugeschnitten sein. Dies bedeutet, wichtige Informationen, die für die Zuhörer von Interesse sind, zu Beginn hervorzuheben und eine positive Nachricht zu vermitteln, die mit ihren Erwartungen und Bedürfnissen resoniert.
5. **Praktische Anwendung:** Die bewusste Anwendung dieser Prinzipien in alltäglichen Interaktionen, nicht nur in Interviews oder formellen Präsentationen, kann die allgemeine Kommunikationsfähigkeit verbessern und zu positiven sozialen und beruflichen Ergebnissen führen.