

Facharbeit zum Thema betriebliche Kommunikation

Von: Chris Stümpges, Kemal Öztürk, Justin Müller

Klasse: FiSi – 92 Fachleiterin: Frau Kean Lürtzener

18.11.2019

1 INHALTSVERZEICHNIS

1	Inhaltsverzeichnis.....	1
2	Was ist Körpersprache?	3
3	Die fünf Axiome - Paul Watzlawick.....	4
3.1	Paul Watzlawick – Allgemein	4
3.2	Man kann nicht nicht kommunizieren.	4
3.3	Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt.	5
3.4	Kommunikation beruht auf Ursache und Wirkung	6
3.5	Kommunikation bedient sich Analoger und Digitaler Modalitäten	7
3.6	Kommunikation ist entweder Symmetrisch oder Komplementär	8
3.7	Fazit der 5 Axiome für Betriebliche Kommunikation	8
4	Mimik und Gestik.....	10
4.1	Computervermittelte nonverbale Kommunikation	10
4.2	Definitiorische Bestimmung des Begriffs Mimik.....	10
4.3	Mimik im beruflichen Kontext.....	11
4.4	Gestik.....	12
4.5	Gestik im Beruf	13
4.6	Erfahrungen: Mimik und Gestik in der Ausbildung zum Fachinformatiker.....	13
5	Erscheinungsbild	14
5.1	Kleidung.....	14
5.2	Accessoires	16
5.2.1	Körpermodifikationen	17
5.3	Kosmetik und Körperpflege.....	18
5.4	Fazit	18
6	Schlussenteil.....	19
7	Quellenverzeichnis	20

2 WAS IST KÖRPERSPRACHE?

Körpersprache umfasst alles, was Sie an anderen sehen und was Ihnen Informationen über diese Person bietet.

Verschränkte Arme und ein abgewandtes Gesicht könnten bedeuten, dass diese Person kein Interesse an etwas hat. Ein Mann im Anzug und Krawatte ist sehr seriös und höchst professionell gekleidet, sowie die Frau im weißen Kittel, welche vielleicht eine Ärztin ist.

Keine dieser Beispielpersonen sagen etwas direkt, jedoch drückt ihre Körpersprache vieles aus, was uns vielleicht auch nur unterbewusst beeinflusst. Das ist die Körpersprache, dass was jemand aussagt, ohne etwas zu sagen.

Im Folgenden können Sie Genaueres über die Körpersprache lesen und lernen.

Es ist grob in folgende Bereiche unterteilt:

- Beispiel - Die fünf Axiome von Paul Watzlawick
- Kleidung
- Gestik und Mimik

3 DIE FÜNF AXIOME - PAUL WATZLAWICK

3.1 Paul Watzlawick – Allgemein

Paul Watzlawick war ein Psychoanalytiker und ein Kommunikationswissenschaftler, der 1921 bis 2007 lebte. In seinen Lebzeiten, war er einer der Bedeutendsten Kommunikationswissenschaftler seiner Zeit, in dieser definierte er die bekannten 5 Axiome, welche heutzutage immer noch in der Lehre verwendet und weiter gelehrt werden.

Im Folgenden werden die fünf Axiome benannt und erklärt im Hinblick auf betriebliche Auswirkungen:

3.2 Man kann nicht nicht kommunizieren.

Watzlawick definiert Kommunikation als immer und allgegenwärtig. Alles was man macht, kann von einem anderen Individuum gedeutet und verstanden werden, daher ist alles was wir bewusst oder unbewusst machen eine, wenn auch unscheinbare, Art der Kommunikation. Dieses Axiom beschreibt daher ziemlich genau die Körpersprache, Gestik und Mimik, den alles kann immer und zu jeder Zeit gedeutet werden und damit Informationen vermitteln.

Beispiel:

Weißt man sich von jemandem ab und verschränkt die Arme, so zeigt man ein Desinteresse oder eine defensive Einstellung auf eine Frage oder Aktion des Gegenübers und dies könnte als Unhöflich gelten.

Besonders Wichtig ist dies wenn man sich in ein Gespräch mit einem Vorgesetzten oder einem Kunden befindet. Auch diese Unscheinbaren Kommunikationsmöglichkeiten sind wichtig für den Betrieb und sein Erscheinungsbild. Hier ist es Wichtig, dass gerade Kaufleute oder Mitarbeiter, die Präsenz für den Betrieb zeigen müssen, wissen wie sie gesehen werden und wie sie gesehen werden sollten, natürlich sollte man sich natürlich zeigen, doch ist dies vielleicht nicht immer angebracht.

3.3 *Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt.*

Paul Watzlawick definiert weiterhin, dass Kommunikation immer zwei Ebenen hat. Eine wäre die einfache Information, die einem Gegenüber mitgeteilt wird und eine wäre die sogenannte Beziehungsebene. Daher ist jede Kommunikation in sich einzigartig und unterschiedlich von Mensch zu Mensch, da eine Beziehung zwischen zwei Individuen sich ähneln kann, aber niemals bis in den Kern gleich ist.

So kann die Frage nach einem Glass Wasser folgendermaßen aussehen:

1. „Würdest du mir bitte ein Glass Wasser mitnehmen?“

Oder so:

2. „Nimm mir ein Glass Wasser mit.“

Inhaltlich sind beide Sätze gleich in ihrem Kern, jedoch ist einer weitaus freundlicher als der andere. Dies liegt an der Beziehungsebene die in Satz 1. eine Respektabel bitte ist, während Satz 2. eher wie ein Befehl wirkt, aufgrund der minimal ausgeprägten Beziehungsebene.

Allerdings müssen wir nicht den Satzbau verändern um andere Gefühle zu vermitteln, meistens reicht es auch schon aus die Tonlage oder die Sprachmelodie zu ändern. Mimik und Körperhaltung verändert die Aufnahme eine Emotion auch. Daher ist es immer gut Feedback von anderen anzunehmen und anzufordern, denn nur so kann man sich selbst Reflektieren und seine eigene Kommunikation verbessern.

In einem großen Betrieb kennen sich nicht immer alle untereinander, daher ist immer ein respektabler Umgang miteinander geboten, da ihr Gegenüber ihnen Übergeordnet sein könnte.

Da die Kunden das höchste Gut der meisten Unternehmen ist, ist hier natürlich auch Vorsicht mit ihrem Erscheinungsbild geraten, da sie immer respektvoll und professionell aufgenommen werden sollten um die Firma bestmöglich zu vertreten und dem Kunden das Gefühl vermitteln sollten, das ihr Unternehmen für die gefragte Aufgabe bestens geeignet ist.

3.4 *Kommunikation beruht auf Ursache und Wirkung*

Kommunikation findet ja immer statt nach dem ersten Axiom, also wann war die allererste Kommunikation? Ein Anfang ist schwer zu definieren, da es der erste Blickkontakt sein könnte, oder die Schritte, die man hört. Dies ist einer Gründe warum Wazlawik von einem Regelkreis spricht, Kommunikation hat kein Ende und keinen Anfang. Also basiert unsere Kommunikation immer auf einer Ursache.

Die Person, die sie ansprechen, schien ihnen freundlich, sie sprachen sie daher aus einem Grund an. So gab es eine Ursache, die sie zu dieser Handlung bewegte. Unsere Kommunikation ist ein ewiges Wechselspiel von Ursachen, welche eine Wirkung haben, und einer folgend zu einer Ursache werden.

Dieses hin und her kann leicht in eine negativ Spirale abrutschen, indem eine Partei eine Wirkung negativ auffasst, welche vielleicht nicht negativ gemeint war, dies als unhöflich aufgenommen wird und daher die neue Wirkung daraus auch negativ ist. Und die andere Partei sich angegriffen fühlt und negativ antwortet. Und schon entsteht eine negative Spirale aus der es auszubrechen gilt. Dies kann häufig mit sachlicher und offener Kommunikation geschehen.

Diese Negativspirale ist oft zu sehen in menschlichen Beziehungen, aber auch auf internationaler Ebene ist so etwas zu beobachten. Als Beispiel könnte man ein Wettrüsten beobachten. Im Grunde senden beide Parteien eher negative Botschaften, anstelle zu versuchen deeskalierend auf den Gegenüber zuzugehen und die Differenzen zu bearbeiten.

Daher ist es stets wichtig Kommunikation zu führen, welche vom gegenüber verstanden werden kann und nicht zu Fehlkommunikation führt. Da sich sonst eine solche Spirale einschleichen kann, welche das Arbeitsklima gefährden kann.

In einem Betrieb ist immer ein Arbeitsklima erwünscht, welches stets sachlich bleiben sollte und nicht eine negative spirale, welche beide Parteien nur gegeneinander auflehnt. Daher gilt es Differenzen sachlich aufzuarbeiten und nicht das Arbeitsklima zu gefährden. Gerade bei Kundenumgang sollte eine solche Spirale um jeden Preis vermieden werden, da es sonst gravierende Folgen für das Unternehmen geben könnte.

3.5 *Kommunikation bedient sich Analoger und Digitaler Modalitäten*

Paul Watzlawick beobachtet, dass die Kommunikation auf verschiedene Arten passieren kann, und alle Aspekte miteinander eine meist verständliche Aussage liefern.

Mit Digitaler Kommunikation ist hier jedoch nicht ein Computer oder ähnliches gemeint sondern eine Inhaltsaussage, die meistens Verbal vermittelt wird, jedoch alleine oft nur schwer in vollem Umfang zu verstehen ist.

Analoge Kommunikation ist das was der Digitalen Kommunikation Farbe verleiht, hier findet sich häufig Non-Verbale und Para-Verbale Kommunikation, sie kann einzeln Existieren, und ist alles was man in Axiom 1 (Man kann nicht nicht Kommunizieren) sieht.

Ein Kollege könnte ihnen sagen „Schönes Wetter haben wir!“, mit nur dieser digitalen Aussage können Wissen wir nur, dass Draußen schönes Wetter sein könnte. Ist unser Gegenüber jedoch völlig durchnässt vom Regen, können wir den wahren sarkastischen Sinn der Nachricht, mithilfe der Analogen Kommunikation, verstehen. Jedoch könnte auch schon ein Sarkastischer Unterton in der Stimme ein Hinweis auf die eigentliche Aussage der Person sein. Je mehr Analoge Kommunikation stattfindet, desto genauer kann man sein Gegenüber verstehen.

Allerdings kann es auch hier zu Fehlschlägen in der Kommunikation kommen, wenn man den Kollegen nicht sieht, und somit nicht weiß das er Nass ist und selbst den sarkastischen Unterton nicht versteht, ist die Kommunikation Fehlgeschlagen und es kann sehr leicht zu Missverständnissen und sogar zum Streit kommen.

Daher ist bei der Kommunikation in einer Firma besonders darauf zu achten wie und mit wem man spricht, damit Fehlkommunikation so oft wie möglich vermieden werden kann. Vor allem mit Kunden sollte man möglichst direkt reden und nicht zu viel Platz für Interpretation von non- und para-Verbaler Kommunikation lassen.

3.6 *Kommunikation ist entweder Symmetrisch oder Komplementär*

Hier formuliert Paul Watzlawick, dass zwischenmenschliche Kommunikation beeinflusst wird von der Beziehung der Kommunikationspartner.

In einer symmetrischen Beziehung sind die Menschen gleichgestellt, zum Beispiel, sind Schüler untereinander auf einer Ebene, kein Schüler ist besser als der andere, sie sind in einer symmetrischen Beziehung zu einander. Da ihre Beziehung auf Gleichheit basiert suchen sie das gleiche ineinander und versuchen gleichen Sachen in sich zu finden und sich gegenseitig als Spiegel wiederzufinden.

Hier ist jedoch nicht gemeint, dass alle Schüler sich genauestens ähneln wollen, sondern, dass sie zum Beispiel andere Schüler fragen ob sie die Stunde auch so langweilig fanden.

In einer komplementären Beziehung formuliert Watzlawick einen sogenannten Superior (den Übergeordneten) und einen Inferior (den Untergeordneten), diese Beziehung beruht auf dem Hierarchischen Unterschied, den die beiden Kommunikationspartner haben. Als Beispiel ist ein Chef einem Angestellten übergeordnet und muss sich auch als solche Person verhalten um seine Stellung zu wahren.

So kann die Frage nach einem Glas Wasser folgendermaßen aussehen:

1. „Würdest du mir bitte ein Glas Wasser mitnehmen?“ (Symmetrisch)

Oder so:

2. „Nimm mir bitte ein Glas Wasser mit.“ (Komplementär)

Natürlich sollte eine Übergeordnete Person ihre Stellung nicht ausnutzen, allerdings sollte eine Bitte einer Übergeordneten Person sollte schon eine gewisse Gewichtung bewahren.

Watzlawick formulierte diese Axiome um die Kommunikation der Gesellschaft zu beschreiben. Diese können sich, im Laufe der Geschichte, wandeln; zum Beispiel war im älteren Bild einer Ehe der Mann ein klarer Superior und die Frau ein Inferior, jedoch ist diese Beziehung heutzutage, in den meisten Kulturen, eher zu einer Symmetrischen Beziehung gewandelt.

Einem Kunden sollten sie sich niemals Übergeordnet verhalten, da im Endeffekt dieser derjenige ist, den sie auf ihrer Seite haben wollen. Wirken sie daher möglichst professionell, aber nicht zu Arrogant.

3.7 *Fazit der 5 Axiome für Betriebliche Kommunikation*

Die 5 Axiome beschreiben die Kommunikation in ihrem Kern, wie sie ist und was sie ausmacht. Eine der 5 Definierten Wahrheiten beruht darauf das Kommunikation niemals nicht stattfindet. Daher lässt sich schließen das sie auch immer in einem Betrieb stattfindet.

Sie sind allerdings keine Regeln der Kommunikation, sondern vielmehr versuchen sie Kommunikation als solches zu beschreiben. Daher ist es nützlich sie zu kennen uns sich stets vor Augen zu führen, sodass die Kommunikation eines jeden zu jeder Zeit auf einem guten Niveau ist und jeder stets bemüht ist sich selbst möglichst genau zu kommunizieren, denn nur so kann gewährleistet werden, dass ein jeder seine Aufgabenbereiche genaustens versteht und bei keinem Kommunikationsversuch Informationen verloren gehen.

4 MIMIK UND GESTIK

4.1 Computervermittelte nonverbale Kommunikation

An dieser Stelle soll nur in Kürze notiert werden, dass nonverbale Kommunikation ebenso in digitalen Kommunikationsmedien stattfinden kann. 1963 wurde von Hervey Ball der Smiley erfunden, 1982 folgten die Emoticons von Scott Fahlman. In den späten 90er Jahren begann die Nutzung von Emojis. Diese wurden von Shigetaka Kurita erfunden. Jeder, der digitale oder soziale Medien nutzt, kennt und verwendet diese Kommunikationsmittel. Teilweise wird ein Post in sozialen Netzwerken wie Instagram oder Facebook nur mit einem Emoji kommentiert und Gefühlsmileys der Freude, Liebe, Wut, des Erstaunens oder der Trauer dienen auch als Reaktionsmöglichkeit auf Kommentare von anderen Nutzern.

4.2 Definitiorische Bestimmung des Begriffs Mimik

Der Begriff Mimik bezieht sich auf die wahrnehmbaren Bewegungen des Gesichtes, das heißt Bewegungen im Bereich der Stirn, der Augenbrauen, der Augen, der Nase, des Munds und Kinns. Die Augen und der Mund sind als beweglichste Teile die wichtigsten Bestandteile der Gesichtsoberfläche, die für die Mimik des Menschen verantwortlich sind. Sowie Körpersprache im Allgemeinen, kann auch Mimik sich spontan und unbewusst äußern, aber auch gezielt und kontrolliert eingesetzt werden. Die Mimik eines Menschen ist Ausdruck von Emotionen, hat aber auch Ausdrucks- und Appellfunktion (zum Beispiel als erste Möglichkeit der Mitteilung zwischen Eltern und Kind) und kann Rückschlüsse auf die individuellen Eigenschaften einer Person aufgrund seiner mimischen Ausdrucksweise geben.

Zu unterscheiden ist zwischen Makro- und Mikroexpressionen sowie subtilen Ausdrücken. Während Makroexpressionen nach außen deutlich zu erkennen sind, da sie über 500 Millisekunden andauern, handelt Mikroexpressionen um minimale Gesichtsbewegungen (vgl. Bernhardt 2019, S. 38), die nur für den Bruchteil einer Sekunde auftreten (40 bis 500 Millisekunden). Subtile Expressionen sind Ausdrücke abgeschwächter Emotionen, die nur sehr schwer zu deuten sind (vgl. ebd., S. 262). Wie bereits im vorherigen Abschnitt erwähnt drücken sich laut Untersuchungen von Paul Ekman und Wallace Friesen Emotionen bei jedem Menschen mimisch auf ähnliche Weise aus. Auf Basis dieser Annahme haben sie 1978 ein Face Action Coding System (FACS) entwickelt, welches nahezu jede sichtbare Bewegung der

mimischen Muskulatur eine „Bewegungseinheit“ (Action Unit) zuordnet (vgl. ebd. S. 228). Diese Klassifikation der Gesichtsausdrücke wird unter anderem zur Ausbildung von Polizisten oder Sicherheitskräften an Flughäfen verwendet oder wird in Animationsfilmen für die Darstellung von Gefühlen bei den Charakteren verwendet (vgl. ebd.). Dies sind die sieben Grundemotionen.

4.3 *Mimik im beruflichen Kontext*

Es können an dieser Stelle nicht alle Grundlagen der Mimik-Forschung ausführlich besprochen werden, es sollen stattdessen einige Beispiele aufgezeigt werden, die die mimischen Expressionen im Berufsalltag betreffen. Im beruflichen Feld spielt die Mimik die man seinem Gegenüber entgegenbringt eine wichtige Rolle, weil das Gesicht im Gespräch als Fixpunkt dient. So signalisiert ein freundlicher sowie offener Gesichtsausdruck und Blickkontakt, dass man dem Gesprächspartner aufmerksam zuhört. In seinem Buch „Nonverbale Kommunikation im Recruiting“ schreibt Christian Bernhardt, dass während Haltung und Bewegungen zwar den ersten Eindruck und unser Erscheinungsbild bestimmen, „entscheidet im direkten Gespräch überwiegend die Mimik, ob wir einer verbalen Aussage glauben oder sie anzweifeln“ (2019, S. 228). Auch wenn manche mimische Elemente, besonders solche physiologischer Natur wie Erröten oder Erblassen, unwillkürlich sind, haben wir doch zu einem gewissen Grad Kontrolle über den Einsatz unserer Mimik:

Während der Kommunikation haben wir die Mimik unseres Gesprächspartners stets im Blick und sind gleichzeitig ständig in dessen Sichtfeld. Dadurch nehmen wir mimische Ausdrücke bewusster wahr als andere nonverbale Ausdrücke, haben aber auch über ihre Signale eine höhere Kontrolle entwickelt und nutzen sie intuitiver beim Täuschen, beispielsweise um unsere Meinung hinter einem eingeübten sozialen Lächeln zu verbergen. (Bernhardt 2019, S. 229)

In Berufsalltag ist es daher vor allem wichtig, eine Wahrnehmungskompetenz zu entwickeln gegenüber den mimischen Expressionen des Gesprächspartners. Passen Gesagtes und Gesichtsausdruck zusammen? Man sollte sich nicht von den Worten ablenken lassen, sondern trotzdem stets die Mimik im Blick behalten. Gegebenenfalls kann man dann, wenn man eine Unstimmigkeit zwischen Gesagtem und der Mimik bemerkt an der Stelle nachhaken. Auch hilft es sich in Konfliktsituationen durch die Nachföhlung von Emotionsausdröcken (wie sie im FACS dargestellt sind) eines Gesprächspartners in dessen Lage zu versetzen und so das Empathie-Vermögen zu steigern. Die Nachahmung der Mimik und auch der Gestik des Gegenöbers signalisiert gegenseitiges Verstehen, dieser Prozess – genannt Spiegeltechnik – geschieht sogar meist unbewusst und automatisch im Gespräch, kann aber auch gezielt genutzt werden, um Gesprächsharmonie zu erzielen (vgl. Honarfar/Ulah 2017, S. 72). All diese Kompetenzen können geschult werden und in Teamarbeiten oder in Zusammenarbeit mit Geschäftskunden von Nutzen sein.

Auch kann man selbst reflektieren, welche mimischen Expressionen man vermittelt. Ein positiv besetzter mimischer Ausdruck ist - wie bereits erwähnt - ein freundliches, offenes Lächeln.

Eine kritisch gerunzelte Stirn, eine gerümpfte Nase oder abschätzig hochgezogene Augenbrauen wiederum sind negativ für die Gesprächstaktik. Mit einem „Pokerface“, also unbewegten Gesichtsmuskeln, kann das Gegenüber verunsichert werden – dies kann in Verhandlungssituationen eventuell vorteilhaft sein. In Präsentationen sollte keine übertriebene Mimik eingesetzt werden, da diese sonst aufgesetzt und unnatürlich wirkt. Längerer direkter Augenkontakt, der bei der Face-to-Face Kommunikation unangenehm sein könnte – ist bei Reden oder Präsentationen hilfreich um Ruhe zu vermitteln (vgl. Schott 2019, S. 16ff).

Es hilft im Berufsleben also einerseits das eigene mimische Verhalten zu reflektieren und gezielt einzusetzen, als auch die Mimik anderer zu analysieren und dementsprechend damit umzugehen.

4.4 Gestik

Michael Tomasello gehört zu den Autoren, die die bereits in der antiken Philosophie geäußerte These, der Mensch unterscheide sich vom Tier durch den Besitz einer Sprache, zurückgewiesen hat. Tatsächlich findet die Differenzierung laut ihm schon früher statt, und zwar in der Synchronisierung von Aufmerksamkeit (auch »shared intentionality« genannt) und der darauf aufbauenden Fähigkeit von Kindern, sich in die Perspektive eines anderen hineinversetzen zu können. In seinen Ausführungen (2011), in denen es verkürzt gesagt darum geht, was den Menschen vom Affen unterscheidet, ist die Fähigkeit über Zeigegesten die Aufmerksamkeit anderer zu synchronisieren zentral. Diese Fähigkeit schafft für ihn wiederum die Grundlage für Menschen zusammenzuarbeiten, gemeinsam zu planen und zu teilen. Diese kooperativen Prozesse haben laut Tomasello, evolutionstechnisch die Entstehung von Sprache erst möglich gemacht. Somit sieht er Gesten als Ursprung aller menschlichen Kommunikation, da die gestische Kommunikation ein Verstehen der Intentionen des Anderen voraussetzt.

Neben Mimik ist Gestik der wichtigste Teilbereich der nonverbalen Kommunikation (vgl. Bernhardt 2019, S. 269). Gestik umfasst alle Körperbewegungen, die von den Extremitäten unseres Körpers (insbesondere unsere Hände) ausgehen und kann weite und große sowie kleine und enge Bewegungen umfassen (vgl. ebd. S. 271). Wie für die Mimik gilt, dass wir Gestik gezielt steuern können. Sie tritt jedoch auch unbewusst und passiv auf (vgl. ebd. S. 269), denn wir begleiten ganz intuitiv Gesagtes mit Bewegungen unserer Arme und Hände. Gestik kann ebenfalls als Ausdruck von Emotionen dienen, allerdings ist die Gestik eines Menschen vor allem soziokulturell geprägt und kann sich in verschiedenen Ländern stark unterscheiden.

Man kann Gestik unterschiedlich kategorisieren (vgl. u.a. Burgoon et. al. 2010, S. 118ff). Michael Maurer (2016, S. 20) unterteilt unterschiedliche Arten von Gesten wie folgt:

[...] Gesten, die helfen ein Gespräch zu steuern (Regulatoren, z. B. Blickkontakt), Gesten, die die verbale Kommunikation unterstreichen (Illustratoren, z. B. rhythmische Handbewegungen beim Sprechen), Gesten, die Ausdruck von Emotionen sind (z. B. Zittern vor Aufregung) und Gesten, die verbale Kommunikation ersetzen (Symbole, z. B. das aus Mittel- und Zeigefinger gebildete V als Siegeszeichen).

Mit dieser Differenzierung lassen sich die verschiedenen Ebenen der Gestik, die die Kommunikation beeinflussen, gut in den Blick nehmen.

4.5 *Gestik im Beruf*

Im Berufsleben spielt Gestik bei der zwischenmenschlichen Interaktion mit Kollegen, Vorgesetzten oder Kunden eine wichtige Rolle. Ähnlich wie ein freundliches Lächeln, wirkt beispielsweise eine Geste mit offenen Handflächen einladend. Wenn in einem Gespräch der gehobene Zeigefinger oder geballte Fäuste eingesetzt werden kann dies – je nach Kontext – aggressiv wirken. Zentral ist, dass die Gestik das Gesagte unterstützt und nicht dazu im Kontrast steht. Im Job ist eine geübte, gezielte Gestik vor allem bei Reden und Präsentation von enormer Relevanz. Bei Präsentationen zieht Schott (2019, S. 24-35) folgende Schlüsse nach der Auseinandersetzung der Frage, wo man seine Hände platzieren sollte beim Präsentieren und wie man mit Rednerpulten umgehen sollte (ebd. 35):

- Die Hände dürfen alles – außer sich aneinander festhalten.
- Hände hängen lassen ist die Parkposition für Profis.
- Gezielte Gestik ist dosiert und abwechslungsreich.
- Rednerpulte sind eine Gestik-Falle – Abstand halten!

Außerdem sollte auch hier beachtet werden, dass Gestik kulturell unterschiedlich ist und somit kulturspezifisch angepasst werden sollte (vgl. ebd. S. 34). Wie bei der Mimik gilt: die eigene Gestik reflektieren und die des Gegenübers zu analysieren.

4.6 *Erfahrungen: Mimik und Gestik in der Ausbildung zum Fachinformatiker*

In der Ausbildung zum Fachinformatiker für Systemintegration ist der Computer das zentrale Werkzeug der alltäglichen Arbeit. Trotzdem findet zwischenmenschliche Interaktion mit Kollegen/-innen, Ausbildern/-innen und Benutzern/-innen des unternehmensinternen Systems täglich statt. Zu den Aufgaben eines Fachinformatikers für Systemintegration bei der Compagnie de St. Gobain gehört unter anderem die Umsetzung von kundenspezifischen Informations- und Kommunikationslösungen. Hierfür werden Hardware und Softwarekomponenten zu komplexen Systemen vernetzt. Außerdem werden Benutzer beraten und geschult.

Erfahrungen: keine Unsicherheit ausstrahlen, Kompetenz vermitteln, souverän wirken beim Problemlösen von IT Fragen, in Präsentationen, einfühlsam gegenüber wenig Affinität der Leute, nicht verunsichern, offene Gestik, freundliches Auftreten, Konfliktmanagement (krasse IT Probleme, aber wenig direkten Kontakt), Team-Meetings, Skype, Bewegungen steuern beim helfen für andere nachvollziehbar machen, auch einbringen wie Kollegen dinge einbringen

5 ERSCHEINUNGSBILD

5.1 Kleidung

In der Berufswelt angemessen gekleidet zu sein ist genauso wichtig wie die richtige Körpersprache.

Je nach Branche, Berufsbild und Unternehmen gibt es teils sehr strikte, aber auch weniger strikte Dresscodes, an die sich Arbeitnehmer halten müssen.

Diese Dresscodes existieren aufgrund von nötiger Seriosität, wie z.B. bei Bankkaufleuten, Versicherungskaufleuten etc. oder aufgrund von Arbeitssicherheitsvorschriften bei hauptsächlich handwerklichen Berufen.

Allgemein lässt sich zu Dresscodes sagen, dass sie häufig sehr offen zur Interpretation stehen und in den letzten Jahrzehnten immer lockerer wurden. Sie stehen in keiner Quelle festgeschrieben, deshalb verstehen teils Unternehmen derselben Branche die verschiedenen Dresscodes anders.

Und obwohl diese Dresscodes nur sehr unbestimmt und individuell erscheinen, gibt es einige Dresscodes, welche im normalen Business-Sprachgebrauch üblich sind und oft zum Einsatz kommen. Im Folgenden werden diese 5 bekannten Dresscodes genauer erläutert:

Casual

Wörtlich übersetzt bedeutet Casual lediglich 'Freizeitkleidung', jedoch erlaubt Casual auch nicht alle Outfits. Grundsätzlich gilt hier, dass das Outfit entspannt, aber vorzeigbar sein soll. Für Männer heißt es, dass ein Polohemd/offenes Hemd oder Pullover, Jeans oder Baumwollhose und auch gepflegte Sneaker ausreichend sind. Je nach Interpretation zählt man hier auch T-Shirts oder Khaki-Hosen dazu.

Für Frauen kann man hier Jeans oder Stoffhosen, sowie Kleider, Röcke und Blusen tragen. Sneaker und offene Schuhe sind ebenfalls akzeptiert. Jedoch sollte nicht zu viel Haut gezeigt werden, daher muss man auf kurze Hosen sowie Tops verzichten.

Business Casual

Ein etwas lockerer Dresscode, der aber nicht so locker wie Casual ist. Business Casual ist die richtige Wahl bei internen Meetings, Geschäftsreisen und sonstigen eher informellen Anlässen. Grundsätzlich gilt hier das Motto: "No jeans, no tie!" (Keine Jeans, keine Krawatte, also halbformell). Zudem ist dieser Dresscode ein guter Mittelwert, da man hier genug Spielraum für Individualität hat, aber trotzdem noch eine gewisse Seriosität mit ausstrahlt wird. Männer können hierbei Polohemden oder Strickpullover mit einer farblich passenden Stoffhose tragen. Loafer und Slipper sind für diesen Code ebenfalls in Ordnung. Frauen haben bei Business Casual einen großen Spielraum. Stylistische Blusen, Pullover, Stoffhosen so wie Röcke können sogar in Kombination mit offenen Schuhen frei kombiniert werden.

Business Attire

Dieser Dresscode bedeutet auf Deutsch 'Geschäftskleidung' und wird oft mit der Arbeitswelt assoziiert.

Für Männer ist der Dresscode etwas strikter, da der Anzug hier ein Muss ist. Akzeptierte Farben sind schwarz, grau und blau. Unter dem Anzug trägt man ein monotones, helles Hemd. Zudem gehören schicke Schuhe sowie eine Krawatte zum Outfit. Sofern Socken sichtbar sind ist es absolut notwendig, dass sie ebenfalls monoton und im besten Fall dunkel/schwarz sind, da bunte oder bedruckte Socken nicht zum Outfit passen.

Frauen haben hingegen wieder etwas mehr Wahl bei der Kleidung. Sie haben hier die Wahl zwischen einer Stoffhose in Kombination mit einer Bluse oder auch einem Hosenanzug. Die Schuhe sollten geschlossen sein und keine allzu hohen Absätze haben.

Semi-formal

Dieser Dresscode wird gern genutzt, wenn Kontakt zur Chefetage oder zu Kunden ansteht. Hier zählt also Eleganz und Repräsentativität.

Männer sollten einen dunkelfarbenen Anzug mit Krawatte tragen, oder auch einen Smoking, wenn der Anlass eine Abendveranstaltung ist. Dazu gehören selbstverständlich edle, gepflegte Schuhe, farblich abgestimmt mit dem Rest des Outfits.

Für Frauen gilt es, ein Kleid oder einen Hosenanzug/Rock mit Bluse zu tragen, vorzugsweise auch etwas dunkler. Das Kleid bzw. der Rock sollte mindestens eine italienische Länge haben. Zudem muss man bei Outfits mit Rock/Kleid beachten, dass darunter eine Strumpfhose (hautfarben, anthrazit oder schwarz) angebracht ist, da nackte Haut ungern gesehen wird (dies lässt sich auch auf vorherige Dresscodes beziehen, jedoch wird es erst bei hoher Formalität essenziell).

Ein solches Outfit kann man dann mit halbhohen Pumps kombinieren.

Business formal

Der formellste Dresscode der 5 bekannten findet Einsatz bei Führungsebenen, Angestellten mit direktem Kundenkontakt so wie in gehobenen Branchen/Unternehmen, beispielsweise Banken, der Autoindustrie etc.

Von Männern wird hier ebenfalls ein dunkler Anzug (schwarz, anthrazit, dunkelblau) mit Hemd und Krawatte erwartet. Dazu trägt man Lederschuhe, wie z.B. Oxfords oder Brogues. Zudem muss man beachten, dass nicht mehr als 2 Kleidungsstücke ein Muster besitzen.

Frauen müssen auf ein edles Kleid oder Hosenanzug zurückgreifen. Wie auch bei Semi-Formal sind Röcke mit mindestens italienischer Länge Pflicht, gefolgt von Strumpfhose und (vorne) geschlossenen Schuhen. Für höhere Temperaturen empfiehlt sich ein Etui-Kleid mit Jacke.

Dresscode-übergreifend gibt es auch allgemein anerkannte No-Gos, welche mit steigender Formalität immer strenger werden.

Die stärksten No-Gos beim Bürooutfit sind wie folgt:

- *Tiefe Ausschnitte, durchsichtige Oberteile, zu kurze Hosen/Röcke, bauchfreie Oberteile, oder allgemein gesagt: Zu viel nackte Haut.*
- *Extraordinäre Kleidung, also sehr bunte Kleidung mit auffälligen oder unangebrachten Mustern.*
- *Zerrissene Jeans, beziehungsweise zerrissene Kleidung generell, da sie ungepflegt und unseriös aussieht.*
- *Das falsche Schuhwerk: Flip-Flops, Badeschuhe und Crocs sind ein No-Go bei Unternehmen mit Kundenkontakten usw.*
- *Ungewaschene oder zerknitterte Kleidung*
- *Alle Kleidungsstücke, welche politische oder religiöse Symbole beinhalten, da man so mit der eigenen Meinung das Unternehmen repräsentiert, was sich negativ auf das Unternehmen auswirken kann.*

5.2 Accessoires

Auch relevant für das richtige Business-Outfit sind Accessoires. Wie es auch bei Dresscodes der Fall war, haben Frauen hier einen größeren Spielraum, jedoch zählt für beide Geschlechter, dass, vor allem bei zunehmender Formalität, weniger mehr ist.

Folgende Accessoires werden oft mit Outfits kombiniert:

Schals und Halstücher

Ein Schal/Halstuch kann mit den meisten Looks kombiniert werden. Zu beachten ist, dass ein Schal keine schrillen Muster hat und farblich zum Outfit passt. Die richtige Wahl ist also immer ein monotoner Schal. Zudem sollte er nicht zu groß sein, da er sonst zu locker wirkt

Handtaschen

Für Männer zwar irrelevant, aber trotzdem können Frauen mit der richtigen Handtasche viel ausmachen. Wichtige Faktoren beim Wahl der Handtasche ist das Design, die Art (der Tasche), die Farbe (sollte laut Tradition mit der Farbe der Schuhe und ggf. des Gürtels abgestimmt sein) und das Material.

Wenn man Tasche generell betrachtet, dann muss der Mann ähnliches bei der Wahl einer Umhänge- oder Aktentasche beachten.

Schmuck

Hier ist es ganz wichtig, dass der Schmuck dezent gehalten wird. Zudem sollte der Schmuck in Maßen gehalten werden, da man sonst an Seriosität verliert.

Frauen können zwischen Accessoires wie z.B. edle Armbanduhren, Ketten (wenn sie dezent genug sind) oder Armbändern wählen. Man sollte aber darauf achten, dass man das Outfit nicht mit Silber oder Gold kombiniert, da es zu protzig wirkt.

Männer hingegen sollten sich auf das Minimum beschränken – eine modische Herrenuhr, Manschettenknöpfe und eventuell eine Krawattennadel.

Jedoch gibt es bei der Uhr sehr viel zu beachten. Zum einen sollte die Uhr farblich abgestimmt sein. Außerdem zählt die Uhr eines Mannes als eine Art Statussymbol, deswegen sollte die Qualität/Hochwertigkeit der Uhr kongruent mit der sozialen/hierarchischen Stellung sein (Beispiel: Eine Rolex für einen CEO, eine generische, billige Uhr für den Auszubildenden)

5.2.1 Körpermodifikationen

Unter Körpermodifikationen versteht man Veränderungen des menschlichen Körpers aufgrund von Ästhetik, Individualität oder sexueller Stimulation. Die bekanntesten und verbreitetsten Körpermodifikationen weltweit sind Tätowierungen und Piercings. Zusätzlich gewinnen eher seltene Modifikationen wie Skarifizierung (das künstliche Erschaffen von Narben), Zungenspaltung, Transdermals (Metallplatten unter der Haut, die außerhalb mit Schmuck verziert sind) oder auch Branding (das künstliche Erschaffen von Brandnarben) an Popularität bei jüngeren Menschen.

In Bezug auf das geforderte Erscheinungsbild in der Arbeitswelt ist es je nach Branche ein absolutes No-Go, solche Modifikationen zu zeigen (der reine Besitz ist in Ordnung, solange man es nicht öffentlich sieht). Das bezieht sich auf Branchen, die ohnehin einen formellen Dresscode haben.

Aber wie auch bei der Kleidung weichen die Regeln in den letzten Jahren immer mehr ab. In Berufen, wo man ohnehin im Casual-Look zur Arbeit kann, ist es meistens in Ordnung, wenn man offene Tattoos (solange sie sich nicht am Hals oder im Gesicht befinden) oder dezente/wenige Piercings hat. Doch für exotischere Modifikationen ist die Toleranz noch nicht ganz so hoch, zumindest in der Geschäftswelt. In der artistischen Welt trifft man oft auf Menschen mit allen mögliche Körpermodifikationen)

5.3 Kosmetik und Körperpflege

Selbstverständlich ist es klar, dass man für die Arbeit stets gepflegt erscheinen soll. Das bedeutet, dass man keinen üblen Geruch haben sollte, gepflegte Fingernägel, Hände zu haben, ein gepflegtes Gesicht zu haben sowie gepflegte Haare zu haben. Es ist aber zu beachten, dass man es vor allem bei dem Körpergeruch mit Deodorant und Parfum nicht übertreibt, da ein zu starker künstlicher Geruch ebenfalls negativ auffällt.

Sofern man gefärbte Haare hat, sollte man im Hinterkopf behalten, dass manche Farben nicht sehr viel Seriosität ausstrahlen, daher ist es eine eher schlechte Idee, seine Haare knallig zu färben. Dezente oder dunkle Farben sind in den meisten Fällen akzeptiert.

Die Regeln für Kosmetika sind ähnlich wie die für Accessoires – weniger ist mehr – je dezenter desto besser.

Es ist definitiv wichtig, dass Frauen nicht zu viel Make-Up auftragen, da es sonst zu unnatürlich wirkt. Zudem sollte die Wahl der Farbpalette angemessen sein. Ein Nude-Look ist grundsätzlich die richtige Wahl.

Auch bei der Maniküre gilt es, vorsichtig zu sein. Nägel sollten nicht zu lang sein, nicht unbedingt mit Steinen oder Ähnlichem besetzt sein und keine knalligen Farben haben.

5.4 Fazit

Abschließend lässt sich zu Kleiderordnungen sagen, dass es sehr viel zu beachten gibt, und umso formeller das Outfit, umso mehr steigen die Anforderungen. In kreativen Berufen so wie Berufen mit geringem Kundenkontakt sind die Dresscodes meistens recht locker, vor allem in den letzten Jahren, und der Begriff "Casual" wurde immer mehr wie ein originaler Freizeitlook. Aber egal welcher Beruf, der Dresscode sollte immer unter Berücksichtigung des Anlasses gewählt werden, und es schadet nie, sich seriöser zu kleiden als man eigentlich muss.

6 SCHLUSSTEIL

Zusammengefasst ist die Körpersprache ein elementarer Teil der Kommunikation und bildet die Grundlage jeder menschlichen Interaktion und sollte jedem bekannt sein.

Wie und wann Kommunikation stattfindet erläutert Paul Watzlawick in den 5 Axiomen, während es im Bereich Mimik und Gestik viele interessante Beispiele zur Kommunikation gerade im Berufsfeld gibt. Aber auch das Erscheinungsbild, mit dem wir täglich bei der Arbeit auftreten, ist von äußerster Relevanz und gibt schon eine Aussage über uns, bevor die eigentliche Konversation stattfindet.

Wir haben viel gelernt über die „Do’s and Dont’s“ der Körpersprache und sind froh, uns damit auseinandergesetzt zu haben. Die Art der Zusammenarbeit hat uns gelehrt, mit Quellen kritisch umzugehen und uns geholfen, angeeignete Inhalte zielgerichtet anderen beizubringen.

7 QUELLENVERZEICHNIS

5 Axiome:

Peter Kovacs; Keine Angabe zur Erscheinung, 5 Axiome – nach Paul Watzlawick, Freie Informationsseite, <https://emotionen-lesen-lernen.de/paul-watzlawick-5-axiome/>, Stand: 10.10.2019

S.Bender, Letzte Aktualisierung: Juni 2014, Die Axiome von Paul Watzlawick, Freie Informationsseite, <https://www.paulwatzlawick.de/axiome.html>, Stand: 10.10.2019

Mimik & Gestik:

Atkinson, Quentin (2011): Phonemic Diversity Supports a Serial Founder Effect Model of Language Expansion from Africa. In: Science Magazine, Nr. 332, S. 346–349.

Argyle, Michael (2013): Körpersprache und Kommunikation. Nonverbaler Ausdruck und soziale Interaktion, 10. Auflage. Paderborn: Junfermann Verlag

Bernhardt, Christian (2019) Nonverbale Kommunikation im Recruiting. Wie Sie passende Bewerber erkennen und für Ihr Unternehmen gewinnen. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Burgoon, J. K./Guerrero, L. K./Floyd, K. (2010): Nonverbal communication. New York: Allyn & Bacon.

Colavita, Francis B. (1974): Human sensory dominance. In: Perception & Psychophysics, 16, S. 409–412.

Darwin, Charles (1872): The expression of the emotions in man and animals. London: John Murray.

Ekman, Paul (2010): Gefühle lesen. Wie Sie Emotionen erkennen und richtig interpretieren. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.

Honarfar, Jubin/ Ullah, Robindro (2017): Bewerben mit Videos und Videochat. Freiburg: Haufe Gruppe.

Luhmann, Niklas (2009): Soziologische Aufklärung 3. Soziales System, Gesellschaft, Organisation, 5. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Maurer, Marcus (2016): Nonverbale politische Kommunikation. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

McGurk, H./McDonald, J. (1976). Hearing Lips and seeing voices. In: Nature, 264, 746–748.

Perreault, Charles/Mathew Sarah (2012): Dating the origin of language using phonemic diversity. In: PLoS ONE. Band 4, Nr. 7.

Schott, Dominik Umberto (2019): Souverän präsentieren – Die erste Botschaft bist Du. Wie Sie Körpersprache authentisch und wirkungsvoll einsetzen. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Tomasello, Michael (2011): Die Ursprünge menschlicher Kommunikation. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Watzlawick, Paul/Beavin, Janet H./Jackson, Don D. (1969): Menschliche Kommunikation: Formen Störungen, Paradoxien. Bern: Huber Verlag.

Erscheinungsbild:

Jochen Mai (13.09.2018): Dresscodes: Von Casual bis White Tie; Abgerufen 07.11.2019, von <https://karrierebibel.de/dresscodes/>

Benedikt Sauer, A. Jäger, aja, wanted.de (08.09.2016): Den Dresscode richtig entschlüsseln;

1 Laura Lammel (18.03.2017): Die 7 No-Gos beim Outfit im Büro;

Abgerufen 08.11.2019, von <https://women-at.work/die-7-no-gos-beim-outfit-im-job-mit-eterna/>

BUNTE.de Redaktion (05.07.2017) : Absolute No-Gos fürs Büro-Outfit im Sommer;

Abgerufen 08.11.2019, von <https://www.bunte.de/fashion/looks-fuer-jeden-anlass/business-looks/business-kleidung-absolute-no-gos-fuers-buero-outfit-im-sommer.html>

Paradisi-Redaktion (06.01.2011): Bürokleidung – Passende Outfits und Accessoires für den Büroalltag sowie die Geschäftsreise; Abgerufen 08.11.2019, von http://www.paradisi.de/Freizeit_und_Erholung/Arbeit_und_Beruf/Arbeitskleidung/Artikel/12347.php

Nils Warkentin (07.06.2013): Accessoires-Knigge : Die richtige Armbanduhr;

Abgerufen 08.11.2019, von <https://karrierebibel.de/accessoires-knigge-armbanduhr/>

Abgerufen 08.11.2019, von <https://de.wikipedia.org/wiki/Körpermodifikation>

Heike Le Ker (21.08.2009): Body Modification – Lust am Horrorkörper;

Abgerufen 08.11.2019, von <https://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/body-modification-lust-am-horror-koerper-a-630922.html>