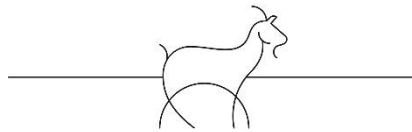


HANSER

Reiner Neumann

Die Kunst des Einfachen



Weniger
ist mehr

HANSER

Leseprobe

zu

Die Kunst des Einfachen

von Reiner Neumann

Print-ISBN: 978-3-446-47038-5

E-Book-ISBN: 978-3-446-47138-2

ePub-ISBN: 978-3-446-47268-6

Weitere Informationen und Bestellungen unter

<https://www.hanser-kundencenter.de/fachbuch/artikel/9783446470385>

sowie im Buchhandel

© Carl Hanser Verlag, München

Vorwort

Die meisten Menschen mögen nichts Kompliziertes – lange Sätze mit mehr als 15 Wörtern versteht kaum jemand auf Anhieb. Umständliche Erklärungen wirken weniger glaubwürdig als kurze prägnante Aussagen. Von Politikern erwarten wir Soundbites, keine stundenlangen Ausführungen. Bewertungen auf Amazon (1 oder 5 Sterne?) wirken, weil sie einfach sind.

Picasso zeichnete mit wenigen Strichen eine Ziege – das Bild versteht jeder sofort. Alles Wesentliche ist enthalten. Gut ist es dann, wenn man nichts mehr hinzutun muss und nichts mehr weglassen kann. Reduce to the max. Einfach ist einfach besser. Einfach ist nicht "einfach". Einfach ist harte Arbeit. Es bedeutet, alles Überflüssige zu entfernen. Die Wirkung ist dafür deutlich stärker. Darum lohnt sich die Konzentration auf das Wesentliche. Unterstützt durch den richtigen Auftritt erzielen Sie nachhaltig Wirkung!

In diesem Sinne habe ich in diesem Buch die einfachen und wichtigen Methoden zusammengestellt, mit denen Sie erfolgreich(er) werden – im Privatleben genauso wie im Beruf.

Viel Spaß und viel Erfolg!

Inhalt

Vorwort	V
1 Einfach emotional – so funktionieren wir	3
Emotional macht aufmerksam	4
Denken als Dreingabe	5
Unbewusst + irrational = gute Entscheidung	7
Bauch über Kopf ist oft besser	10
Komplexe Systeme überfordern unsere Intelligenz ...	11
Intuition dominiert unser Miteinander	15
Einfach überzeugt emotional	18
Helden und Heldenreisen	19
Literatur	23
2 Einfach cool – damit Sie „richtig“ Eindruck machen	27
Von Beginn an punkten – der erste Eindruck	28
Das Auge hört mit – Körpersprache von Haltung bis Dresscode	32
Schau mir in die Augen – Blickkontakt und Mimik ..	38
Unsere soziale Haut – Kleidung und Accessoires	47
Literatur	51

3	Einfach mit Sprache – mündlich und schriftlich auf den Punkt	55
	Hörbar – Stimme und Sprechen	55
	„Die Sprache ist eine Waffe – haltet sie scharf“	62
	Leser:Innen, Leser_Innen oder Lesende?	
	Lust und Last des Genders	66
	Gute Sprache – Wortwahl und mehr	68
	Literatur	74
4	Einfach gut reden und präsentieren – auf das Publikum kommt es an	77
	Rhetorik – so geht eine gute Rede	78
	Das Manuskript	83
	Eine besondere Form der Rede – die Präsentation ...	91
	Mensch und Technik	100
	Literatur	102
5	Einfach überzeugen – die besten Argumente	105
	Wie überzeugen wir andere Menschen?	105
	Überzeugen – überreden: so geht das	110
	Sympathie und Nähe	111
	Menge und Mehrheit	114
	Besonderes und Seltenes	116
	Konsistenz und Verbindlichkeit	119
	Expertise – Autorität	122
	Reziprozität – so kriegen Sie jeden	126
	Recht hat, wer eine Geschichte erzählt	128
	Literatur	131

6	Einfach beeindrucken – authentisch mit Charisma	135
	Authentisch – damit Sie „richtig“ Eindruck machen	136
	Punkten Sie mit Charisma – das können Sie lernen	137
	Habe ich jetzt Charisma – oder doch nicht?	142
	Self-Branding – „Ich“, Marke Eigenbau	143
	Literatur	151
7	Einfach mit Zahlen, Daten, Fakten – Sachargumente „richtig“ verpacken	155
	Der Zahlenzauber – damit wir den Durchblick behalten	156
	Zahlenland – oft unbekannt	157
	Zufällig oder weil? Korrelation oder Kausalität?	161
	Zahlen als Begründung – nicht immer gut	165
	Richtig messen – ist wie dicke Bretter zuschneiden	167
	70 Prozent Sicherheit bedeutet nicht, dass 30 Prozent krank werden	169
	Eins zu sechs oder doch eine Serie?	171
	Literatur	175
8	Einfach mit anderen – erfolgreich(er) im Miteinander	179
	Andere Menschen einschätzen	180
	Einfach kommunizieren	184
	Das kleine Gespräch – Small Talk leicht gemacht	188
	Investieren Sie in den Top-Karrierefaktor	194

Einfach beeinflussen – in die richtige
Richtung schubsen 197

Literatur 201

9 Der Autor 205

10 Index 209

Intuition dominiert unser Miteinander

Denken Sie an die Besetzung einer offenen Stelle. Natürlich müssen die in die engere Auswahl genommenen Bewerber bestimmte fachliche Anforderungen erfüllen und im Idealfall auch eines dieser Assessment-Center mit Präsentation und Interview erfolgreich absolvieren. Das sollte bei grundsätzlicher Eignung und ausreichender Vorbereitung für die meisten Kandidaten zu schaffen sein. Am Ende entscheiden wir uns dann doch wieder für die eine Person, bei der wir „ein gutes Gefühl“ haben. Vielleicht war es sogar die Person, von der wir gleich am Anfang den besten Eindruck hatten. Der betreffende Mensch wird auf der Stelle dann auch vermutlich erfolgreicher agieren als jemand, den wir nur aufgrund sachlich-fachlicher Kriterien eingestellt haben.

- *Im Kontakt mit Menschen spielen Intuition und Bauchgefühl eine entscheidende Rolle.*

Das gilt gleichermaßen für unser intimstes Handeln. Das Internet bietet viele Möglichkeiten, den perfekten Partner kennenzulernen – von Tinder bis eDarling. Agenturen wie Parship oder ElitePartner setzen auf – wissenschaftlich entwickelte – Fragebogen, um die eine oder den einen Richtigen aus geschätzt sieben Millionen Singles für uns zu finden. Wenn wir allerdings eine Heirat als den „Erfolg“ einer Partnerbörse definieren, sind die Agenturen erschreckend erfolglos. Maximal jeder Dritte ist von dem ausgewählten Partner ausreichend überzeugt. Obwohl es doch wissenschaftlich gesehen in jedem Fall ein perfekter Match war. Irgendetwas scheint zu fehlen. Vielleicht das „Kribbeln im Bauch“? Das kann der Fragebogen nicht erfassen.

- *Wenn wir auf unser Bauchgefühl hören, können wir uns in den meisten sozialen Situationen recht sicher bewegen.*

Intuitive, also vom Bauchgefühl getriebene Entschlüsse sind oft ökonomischer, schneller und besser als diejenigen, die nach intensivem Nachdenken getroffen werden. Menschen treffen an einem durchschnittlichen Tag bis zu 10 000 Entscheidungen. Das sind einfache wie die Frage nach dem Getränk zur Mahlzeit, aber auch so komplexe wie die Entscheidung für ein neues Auto. Wir können mit der chaotischen Vielfalt um uns herum nur halbwegs erfolgreich umgehen, weil wir in den meisten Fällen unbewusst entscheiden. Wir nutzen dazu Gewohnheiten und Gefühle, Erfahrungen aus anderen Situationen, Beispiele – kurzum, wir entscheiden meist irrational, ohne nachzudenken, und liegen damit meist ziemlich richtig.

- *Nur anhand unserer Gefühle und Gewohnheiten können wir im Alltag überhaupt entscheiden.*
- *Die wahren Ursachen für Bauchentscheidungen sind uns oft nicht bewusst.*
- *Das Gefühl ist allerdings meist stark genug, um danach zu handeln.*

Ohnehin bewegen wir uns in aller Regel in hochkomplexen Situationen, denen wir nicht vollständig gerecht werden können. Unsere Erwartungen an zukünftige Entwicklungen sind Postulate aus vergangenen – eigenen oder gelernten – Erfahrungen, die wir in die Zukunft fortschreiben. Solche Zuschreibungen sind meist linear und damit zu einfach für den tatsächlichen Handlungsraum, in dem wir uns bewegen. Statistische und lineare Probleme können wir bei ausreichendem Wissen gut und sicher lösen – die Mehrheit ist allerdings zu

komplex. Da wir nicht exponentiell denken können, machen wir – objektiv betrachtet – in den meisten Fällen Fehler. Uns fehlen Informationen, wir unterschätzen die Dynamik von Entwicklungen oder die Vernetzung von Parametern.



Unserer Intuition vertrauen

Andrew Campbell, Jo Whitehead und Sydney Finkelstein¹⁴ haben untersucht, wann wir unserer Intuition trauen können. Die Autoren empfehlen vier Tests, um uns abzusichern:

- 1. Bekanntheit: Waren wir schon einmal in einer vergleichbaren Situation? Wenn ja, dürfen wir unserem Gefühl trauen.*
- 2. Feedback: Haben wir die Güte vergangener Entscheidungen überprüft? Am besten unabhängig. Lagen wir bisher (meist) richtig? Weiter so!*
- 3. Emotionen: Sind wir durch – gute oder schlechte – Erinnerungen an ähnliche Situationen „vorbelastet“? Vorsicht! Euphorie und Trauma verzerren die Wahrnehmung.*
- 4. Unabhängigkeit: Haben wir persönliche Interessen? Lassen Sie andere entscheiden oder holen Sie zumindest Rat ein.*

- *Unsere Stimme ist maßgeblich für unsere Wirkung auf andere – „volle“ Stimmen finden wir angenehm.*
- *Sprechen Sie klar artikuliert, achten Sie auf Sprechpausen.*
- *Wenn Sie das richtig machen, machen Sie einen guten Eindruck – garantiert.*

Das Auge hört mit – Körpersprache von Haltung bis Dresscode

- *Körpersprache spielt eine wichtige Rolle.*
- *Gute (!) Körpersprache können Sie trainieren.*
- *Wenn Sie richtig verstanden werden wollen – senden Sie klare Botschaften.*

Mit einem sommerlichen Schnappschuss begeistert Nova Meierhenrich⁷ ihre über 55 000 Abonnenten bei Instagram. Die Moderatorin teilt ein Bild von sich, das ihre knackige Kehrseite im Bikini in Szene setzt. Zu dem Bild schreibt die Ü-40-Schönheit: „Ich geh meinen Weg“ und setzt mit einigen Hashtags noch ein Zeichen für „#Bodypositivity“.

Der äußere Schein ist zentral dafür, wie wir andere Menschen einschätzen. Wir achten immer zuerst auf visuelle Signale. Körpersprache ist all das, was wir an anderen Menschen sehen können – das Aussehen, der Blickkontakt oder die Gestik.

Spieglein, Spieglein ... – Schönheit macht sich bezahlt

Sehen Sie gut aus? Glückwunsch! Dann sind Sie klar im Vorteil! Andere müssen nachhelfen: Im Jahr 2019 gab es Deutschland knapp 400 000 Schönheitsoperationen⁸ – von Brustvergrößerungen durch Implantate über den Hals-Stirn-Facelift oder den Mommy Makeover bis zum Brazilian Butt Lift, der nicht selten lebensgefährlichen Po-Vergrößerung mittels Eigenfett.

Schöne Menschen haben es im Leben einfacher. Sie werden für intelligenter gehalten und auch für sozial kompetenter. Immer gemessen am durchschnittlich aussehenden Durchschnitt. Etwas größer ist auch gut, und man sollte heutzutage fit und sportlich aussehen.

Die meisten Menschen sind sich einig, wen sie für schön halten. Männer und Frauen finden symmetrisch gebaute Körper schöner. Männlich attraktiv finden Frauen größere Männer mit breiten Schultern und schmaler Taille. Die Gesichtszüge dürfen gerne ein wenig „markant“ sein, beispielsweise mit einem kantigen Kinn. Trotz aller Emanzipation mögen es die meisten Frauen lieber, wenn der Mann sie überragt. Brad Pitt und Hugh Jackman werden von vielen Frauen als solche „Musterexemplare“ bewertet. Männer finden an Frauen schmalere Schultern und längere Beine schön. Sie „fliegen“ auf ein harmonisches Gesicht mit großen Augen und vollen Lippen. Beispiele sind Penélope Cruz oder Sophie Marceau.⁹ Ein symmetrischer Körperbau weist bei beiden Geschlechtern „rein biologisch“ auf gute Gesundheit und dementsprechend gute Möglichkeiten zur Fortpflanzung hin. Biologie schlägt Bewusstsein.

- *Es gibt universelle Kriterien für Schönheit.*

In einer umfangreichen Studie mit dem schönen Titel *Beauty Pays* weist Daniel S. Hamermesh¹⁰ nach, dass attraktive(re) Menschen bei Einstellungen bevorzugt werden, dass sie bessere Arbeitsergebnisse bescheinigt bekommen und auch besser bezahlt werden. Wenn jemand kompetent und überlegen aussieht, hat er den größten Teil des Wegs zum Ziel schon zurückgelegt.

Das beginnt früh im Leben: Eltern beschäftigen sich weniger mit ihrem Baby, wenn es weniger „süß“ aussieht. Kinder, die stärker dem Kindchenschema entsprechen, steigern die Bereitschaft zu fürsorglichem Verhalten.¹¹ Je mehr Kindchenschema, desto mehr „süß“. Große runde Augen („Kuller-
augen“), eine kleine Nase und ein rundes Kinn sind solche Schlüsselreize. Das funktioniert im Übrigen auch bei Tieren und sogar bei gezeichneten fiktiven Charakteren, zum Beispiel in Mangas. Hübschere Kinder bekommen in der Schule bessere Noten und bei Fehlverhalten geringere Strafen.

- *Gutes Aussehen verschafft (auch) berufliche Vorteile.*

Glückwunsch, wenn Sie von Natur aus schön sind. Damit Sie es bleiben, achten Sie auf sich: Gesunde Ernährung, Sport und Körperpflege sind für jeden gute Möglichkeiten, am Aussehen zu arbeiten. Ran an den Speck! Meist fühlt man sich dann auch einfach besser – und das wiederum strahlen Sie in Ihre Umgebung ab!

Ihr Standpunkt ist gefragt – Haltung und mehr

„Die Staats- und Regierungschefs der G7 posieren zum Start des Gipfels im britischen Cornwall“¹² so (oder ähnlich) lautete die Unterschrift zu einem in vielen Medien veröffentlichten Foto. Doch einfaches „In-der-Gegend-Rumstehen“ will

„Die Sprache ist eine Waffe – haltet sie scharf“⁵

So weit Kurt Tucholsky. „Der Unterschied zwischen dem beinahe richtigen Wort und richtigen ist derselbe Unterschied wie zwischen dem Glühwürmchen (lightning bug) und dem Blitz (lightning).“ Mark Twain⁶

Wörter müssen verstanden werden

„Agile Audit Intro Training“, „Hüllfläche-Volumen-Verhältnis“ oder eine hohe „Melt-Flow-Rate“ – hätten Sie es gewusst? Wollen Sie verstanden werden, drücken Sie sich verständlich aus. Unnötige Fremd- und Fachwörter schrecken eher ab. Unter Experten sind Fachausdrücke selbstverständlich der beste Weg. Für ein weniger kundiges Publikum ist es von Vorteil, wenn Sie Fachausdrücke erläutern.

Hinter dem Begriff NABEG verbirgt sich das Netzausbaubeschleunigungsgesetz und BHKW steht für Blockheizkraftwerk. AMNOG bezeichnet das Arzneimittelmarkt-Neuordnungsgesetz. Eigentlich klar, aber nicht für jeden. Abkürzungen sind ähnlich tückisch wie Fachausdrücke oder Fremdwörter. Bleiben Sie vorsichtig, wenn Sie Abkürzungen verwenden, oder erklären Sie, was sich dahinter verbirgt.

„Hartman verbindet in ihren Arbeiten Strategien des zivilen Ungehorsams mit situationistischer Praxis und lenkt so auf subtile Weise die Aufmerksamkeit auf das Feld des Politischen. Als ‚blinder Passagier‘ macht sie auf die weltweiten Migrationsströme der sans papiers und auf die jahrhundertealte Dialektik von staatlicher Überwachung und klandestinem Reisen aufmerksam.“⁷ So formuliert könnte das die Beschreibung eines Kunstprojekts sein. Immerhin hat

Marvin Turpin⁸ herausgefunden, dass die Bewunderung für Kunstwerke signifikant wächst, wenn moderne Kunst von möglichst esoterischen und nichtssagenden Beschreibungen begleitet wird. Ganz im Sinne von Harry Frankfurts *On Bullshit*⁹: Wer Unsinn verbreiten möchte, soll sich des imponierenden Stilmittels des Tiefsinns bedienen.

Was verbirgt sich nun tatsächlich hinter dem „Kunstprojekt“? Es ist die seltsam traurig anmutende Geschichte von Marilyn Hartman. Sie ist eine ältere Wohnungslose aus den USA, mit der Neigung, sich ohne Ticket oder Pass an Bord eines Flugzeugs zu schmuggeln. In den letzten Jahren ist ihr das gut 30-mal gelungen. Auch auf interkontinentalen Flügen. Die Presse in den USA hat ihr darum den Spitznamen „serial stowaway“¹⁰ verpasst.

- *Wählen Sie Wörter, die Ihre Zuhörer verstehen.*
- *Vorsicht bei Abkürzungen.*

Sind Sie woke¹¹? Und kennen Sie PoCs¹²? Ich hoffe ja, dass ich Ihnen in diesem Text einige spannende Lifehacks¹³ anbieten kann. Oder glauben Sie, dass sich diese Begriffe über kurz oder lang ghosten¹⁴? Zu viel „Denglish“ verhunzt den besten „Input“. Auch ist der sichere Umgang mit Begriffen aus der englischen – oder einer anderen – Sprache eben nicht immer sicher. Selbst bei Begriffen wie „Stakeholder“ und „Shareholder“ kommen manche schon mal ins Schleudern. Denken Sie noch einmal über einen besser passenden Begriff nach. Ihr Beitrag soll ja schließlich A-Game¹⁵ bleiben. In der deutschen Sprache gibt es auch eine Reihe scheinbar englischer Wörter, die aber letztendlich deutsche Schöpfungen sind: Handy, Homeoffice, Beamer – in der englischen Sprache wird mit Letzterem ein Auto eines Münchener Herstellers bezeichnet.

Keine Sorge – trotz aller Fremdwörter und trotz Denglish lebt die deutsche Sprache noch. Es geht ihr allerdings nicht richtig gut. Nach Medienberichten haben mehr als ein Viertel aller Lehramtsstudenten nicht die ausreichenden sprachlichen Mittel für das Studium.¹⁶ Universitäten bieten darum zusätzliche Rechtschreib- und Grammatikkurse an. Für Abiturienten. Achten wir also bitte auf den korrekten Gebrauch unserer und jeder anderen Sprache. So seltsame Menschen wie Personaler reagieren nämlich schon bei der Bewerbung empfindlich, wenn sie zu viele Fehler entdecken.

- *Fremdwörter werden nicht von jedem verstanden.*
- *Zu viele fremdsprachige Begriffe wirken sprachlich eher unbeholfen.*

„Diskriminierungssensibel“, „altbundesrepublikanisch“, „Miesmuschelfischereigenossenschaft“ oder die „Warenwirtschaftssystemlandschaft“ – auf Anhieb sind solche Wörter nicht leicht auszusprechen, geschweige denn zu verstehen. Aus dem „Werbemittleinsatzplan“ kann man einen „Plan zum Einsatz der Werbemittel“ machen. Einfacher, für Ihre Gesprächspartner auf Anhieb besser zu verstehen. Eindeutig die bessere Wahl.

- *Lange Wörter sind schwer zu verstehen.*
- *Sie wirken umständlich.*

Waschen Wörter Wirklichkeit? – Framing und Co

„Konkurrenten“ kennen wir nicht, höchstens „Mitbewerber“. Die Presse schreibt von „Stars“ und meint weitgehend unbegabte Darsteller in einer billig produzierten Vorabendserie.

4

Einfach gut reden und präsentieren – auf das Publikum kommt es an



- *Gute Reden sind möglich.*
- *Mit Emotion und Inhalt können Sie begeistern.*
- *Bilder und Beispiele bleiben in Erinnerung.*

„Ich möchte Ihnen heute ein paar Geschichten aus meinem Leben erzählen. Das ist alles. Nichts Besonderes. Nur drei Geschichten.“... „Bleiben Sie hungrig. Bleiben Sie verrückt. Ich danke Ihnen.“ mit diesen schlichten und doch eindrucksvollen Worten beginnt und endet die berühmte Rede von Steve Jobs vor der Abschlussklasse in Stanford.¹

„Durch Deutschland muss ein Ruck gehen. Wir müssen Abschied nehmen von lieb gewordenen Besitzständen ... Wir müssen jetzt an die Arbeit gehen. Ich rufe auf zu mehr Selbstverantwortung. Ich setze auf erneuerten Mut. Und ich vertraue auf unsere Gestaltungskraft. Glauben wir wieder an uns selber. Die besten Jahre liegen noch vor uns.“ Diese Worte sind der Abschluss von Roman Herzogs berühmter „Ruckrede“.²