

Knigge für Fortgeschrittene

Vom Wert guter Umgangsformen in der Wirtschaft – Vortrag bei Wirtschaftsunioren

ROBIN DANIEL FROMMER
PFORZHEIM

Mit dem Einstieg „Gefühle wecken, heißt Umsatz wecken – Imagepflege lohnt sich“, stellt Angelika Resch-Ebinger gleich mal die Verbindung zwischen den von uns unbewusst transportierten Signalen und dem geschäftlichen Resultat unserer Business-Kontakte her. Die routinierte Referentin aus Tübingen erreicht die gut 100 Zuhörer aus dem Wirtschaftsleben in Pforzheim und Enzkreis sofort. Mit Bezug auf den mitunter entscheidenden ersten Eindruck gibt sie zu bedenken: „Die äußere Erscheinung bleibt zu 93 Prozent im Gedächtnis. Für den von uns transportierten Inhalt bleiben leider nur die restlichen sieben Prozent – und die werden erst wichtig, wenn man bei der Optik richtig abschmiert!“

Wirkung und Wahrnehmung der eigenen Persönlichkeit, zeitgemäße Umgangsformen im Geschäftsleben und gekonnter Small Talk sind die Themen an diesem Abend, den Karlheinz Thumm, der Vorsitzende des Freundeskreises der Wirtschaftsunioren in den neu gestalteten Räumlichkeiten der Industrie- und Handelskammer Nordschwarzwald organisiert hat. Fast alle Sitze sind belegt.

Angelika Resch-Ebinger zählt zu den bodenständigen, professionellen Vortragsrednern, die sich mit leiser Selbstironie und etwas



Referentin Resch-Ebinger kennt sich aus mit Benimm. FOTO: FROMMER

”

„Je mehr nackte Haut,
desto mehr
Angriffsfläche.“

Angelika Resch-Ebinger

Denglisch „Sieben Schwaben Speaker“ nennen – und zweimal im Jahr ehrenamtlich auftreten. In Pforzheim demonstriert sie erfolgreich, welche Kraft von souveränem und sympathischem Auftreten ausgeht. Mit Hilfe eines simplen Fragebogens bringt sie Bewegung ins Publikum. Ziel der Übung: Jeder muss 14 andere Zuhörer finden, die Fragen beantworten können wie beispielsweise: „Was versteht man unter einem toten Fisch?“ Im Handumdrehen

steht der Saal, jeder scheint mit jedem in Dialog zu treten. Bei der anschließenden Auswertung geht Angelika Resch-Ebinger auf Stil-sünden im Allgemeinen, auf den „Halo“-Effekt (ein Merkmal überstrahlt alle anderen) im Besonderen ein: „Je unaufgerechter Ihre Kleidung ist, umso mehr treten Sie als Person in den Vordergrund“, ist eine ihrer Botschaften – und eine klare Absage an zu viele Muster, Streifen, Karos.

Kleine Farbenlehre

Breiten Raum widmet sie der Farbe von Kleidung: „Braun ist eine behäbige Farbe. Cord gehört überhaupt nicht ins Business“, lässt sie den Saal wissen. „Weiß gehört in die Freizeit. Schwarz geht immer, ist aber nicht die ‚Farbe des Vertrauens‘ und grenzt ab. Mit Rosa wirken sie, meine Damen, besonders mädchenhaft – aber wer will im Geschäftsleben schon Mädchen sein?“ Und an die in Designer-Mode Verliebten unter den Herren gewandt: „Edelverknitterte Leinenkleidung wirkt nicht kompetent!“

Die Knigge-Expertin rät außerdem „Begrüßungs-Küsschen im Business“ wegzulassen und löst schließlich auch das Rätsel um den „toten Fisch“ auf: Darunter versteht sie einen kraftlos-welken Händedruck. Abschließend macht sie den Zuhörern Mut: „Fehler machen uns sympathisch. Man sollte nur wissen, dass man selbst welche hat!“