

Über dieses Buch

Was hat das Flirten mit dem Überzeugen zu tun? Auf den ersten Blick möchte man meinen: gar nichts. Flirten ist doch ein Spiel der Gefühle. Sympathie entscheidet über den Erfolg und darüber, ob man sich nach dem Gespräch wiedersieht. Ganz richtig – doch wie entsteht diese Sympathie? Wie präsentiert man sich im Flirt als jemand, den der andere gern noch einmal treffen möchte? Woran erkennt man, ob einen der andere gut leiden kann oder nicht?

Auf diese Fragen gibt es viele Antworten aus den verschiedensten Disziplinen, und der Schlüssel zum Erfolg liegt wahrscheinlich in ihnen allen zusammen. Nonverbales Verhalten und äußere Erscheinung mögen wichtige Faktoren bei der Partnerwahl sein, aber sie sind nicht entscheidend. Ausschlaggebend ist das sprachliche Verhalten im Flirt, ist die Fähigkeit des Einzelnen, im Flirtgespräch zu bestehen und dort diejenigen Eigenschaften zum Vorschein zu bringen, die der andere attraktiv findet.

Flirtgespräche folgen immer einem relativ einfachen Muster: der Nutzargumentation. Jede Phase des Flirts ist mit einer konkreten Aufgabe der beiden Gesprächspartner verbunden, die letztlich zu der Frage nach einem weiteren Treffen führt. Dieses Treffen, das eigentliche Ziel eines jeden Flirtgesprächs, muss begründet werden – und zwar im Rahmen bestehender Höflichkeitsregeln unpersönlich. Die Einladung zum Kaffee oder zum Besichtigen der Briefmarkensammlung sind beliebte Formen solcher unpersönlichen Gründe.

Diese beiden wegen ihrer Häufigkeit jedoch wenig kreativen Beispiele zeigen bereits, dass nicht jedes Nutzargument auch ein gutes Nutzargument ist. Anhand weniger Merkmale lässt sich die Qualität leicht beurteilen und damit der Wert und der mögliche Erfolg des Arguments bestimmen. Diese Merkmale stellen gleichzeitig Möglichkeiten dar, einen Flirt höflich abzulehnen – Kenntnisse, die wichtig werden, wenn man selbst in der Position des Umworbenen ist. Das Wissen um gute Argumente, mögliche Tricks und verschiedene Strategien des Flirts machen den intelligenten Flirt aus, in dem man das Gegenüber clever und charmant von der eigenen Person überzeugt.

- Das erste Kapitel, „Die Kunst des Flirtens“, beschäftigt sich allgemein mit dem Phänomen Flirt. Flirten dient letztlich dazu, den bestmöglichen Partner für die Fortpflanzung zu finden. Vor diesem Hintergrund lassen sich die zwei Rollen im Flirt erklären: Traditionell wirbt der Mann um die Frau. Dieses Werben verläuft in verschiedenen Etappen, von denen der Flirt selbst nur eine ist, und auch der Flirt selbst hat einzelne Phasen. Der Small Talk, mit dem der Flirt beginnt, schafft die Grundlage für die Nutzargumentation, die beim Gesprächsende wichtig wird und die – genauso wie einige weitere Regeln im Flirt – dazu dient, das soziale Image der Gesprächspartner zu schützen.
- Nutzargumente mindern das Risiko eines Gesichtsverlusts, weil durch sie der Flirt auch bei einem möglichen Scheitern höflich bleibt. Das zweite Kapitel, „Argumentation und Flirt“, erklärt, warum der Flirt durch die Angabe von unpersönlichen Gründen vage bleiben muss. Der Begriff des „Cooling-out“

umfasst die Möglichkeiten, diese Gründe für eine höfliche Ablehnung zu nutzen, die das Gesicht der Gesprächspartner schützt und die Eskalation des Flirts verhindert. Manche Nutzargumente sind aber von vornherein schon erfolgversprechender als andere. Auf den ersten Blick lassen sich verschiedene Arten von Nutzen erkennen, mit denen häufig auch bestimmte Strategien im Flirt verbunden sind. Jede dieser Strategien hat wiederum Vor- und Nachteile.

- Die Qualität der verschiedenen im Flirt möglichen Nutzargumente ist ebenfalls sehr unterschiedlich – und damit auch ihr Wert im Flirt. Im dritten Kapitel, „Nutzen und Schaden“, werden die fünf Merkmale vorgestellt, die ein gutes Nutzargument auszeichnen. Fehlt nur eines dieser Merkmale, kann das Nutzargument vom Umworbenen, der denwerbenden nicht wiedersehen will, darüber abgelehnt werden. Erkennt derwerbende diese Schwächen seines Arguments jedoch rechtzeitig, kann er sie im Gespräch meist noch ausgleichen. Manche Flirtgespräche zeigen eine Kombination des Nutzarguments mit anderen Argumenten. Das ist jedoch nicht immer für denwerbenden von Vorteil, genauso wenig wie die sogenannten emotionalen Trugschlüsse und andere argumentative Tricks.
- In jedem Gespräch gibt es verschiedene Wege, das Ziel zu erreichen. Das gilt auch für den Flirt, wie das vierte Kapitel, „Gesprächsführung und Gesprächsstrukturen“, zeigt. Dabei ist vor allem der Zeitpunkt entscheidend, zu dem derwerbende den Vorschlag für ein Wiedersehen macht. Zusammen mit der Möglichkeit ein- oder zweischrittiger Nutzargumente ergeben sich mehr oder weniger komple-

xe Flirtgespräche, die wiederum Vor- und Nachteile für den Werbenden mit sich bringen. Das gesamte Gespräch dient der Nutzargumentation, sodass sich durch eine geschickte Gesprächsführung, die schon beim Small Talk beginnt, eine unangenehme Absage leicht vorhersehen und oft sogar vermeiden lässt.

- Traditionell sind im Flirt die Männer die Werbenden und die Frauen die Umworbenen. Geraten aber Frauen in die Position der Werbenden, so gelten für sie nicht die gleichen Regeln wie für werbende Männer, wie im fünften Kapitel, „Frauen und Männer“, erklärt wird. Die argumentativen Regeln des Flirts geraten in Widerspruch mit anderen gesellschaftlichen Regeln der Höflichkeit. Daraus resultiert, dass Frauen als Werbende in gleich vier Punkten im Vorteil sind. Denn sie müssen das kommunikative Ritual des Nutzarguments nur zum Schein und oberflächlich erfüllen, um damit erfolgreich zu sein.
- Das sechste Kapitel, „Zehn Regeln für die Argumentation im Flirt“, fasst alles Wichtige zur Argumentation im Flirt zusammen. Die zehn Regeln zeigen, was entscheidend ist, um beim Flirten erfolgreich zu sein, angefangen von höflichem Verhalten bis hin zur Qualität des Nutzarguments.

Ich hoffe, dass Sie dieses Buch mit dem entsprechenden Rüstzeug für möglichst viele erfolgreiche Flirts ausstatten wird. Jeweils am Ende eines jeden Abschnitts finden Sie Tipps, wie Sie das Gelesene für sich persönlich umsetzen können. Und nun viel Vergnügen bei der Lektüre – und natürlich bei der Anwendung in der Praxis!

Dagny Guhr