

Ingrid Amon

Die Macht der Stimme

**Persönlichkeit durch Klang,
Volumen und Dynamik**

REDLINE | VERLAG

© des Titels »Die Macht der Stimme« (ISBN 978-3-86881-295-4)
2011 by Redline Verlag, FinanzBuch Verlag GmbH, München
Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

1. Vertraut werden mit der eigenen Stimme

*Alles, was sich überhaupt sagen lässt, lässt sich klar sagen –
und worüber man nicht reden kann, darüber muss man schweigen.*

Ludwig Wittgenstein

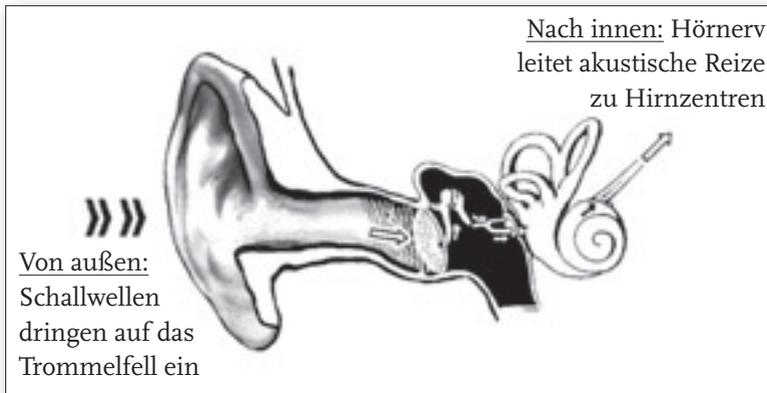


Abbildung 1: So kommt die Stimme zu den anderen

Haben Sie schon einmal Ihre Stimme von einem Tonband gehört?

Haben Sie dabei den »heilsamen Stimmerkennungsschock« erlitten?

Haben Sie überlegt, was der fremde Mann oder die fremde Frau mit Ihnen zu tun hat?

Physikalisch ist ganz schnell erklärt, wieso man sich bei Aufnahmen, z. B. am Anrufbeantworter oder am Diktiergerät, nicht so leicht erkennt. Ihre Stimme breitet sich in Form von Schallwellen

zum Ohr des Gegenübers aus. Transportiert werden diese Schallwellen über die Luft (Luftleitung). Dort angekommen, wo sie hinkommen sollten, nämlich beim Trommelfell des anderen, setzen sie es in Schwingung, und beim anderen entsteht eine Hörempfindung. Ihr Gegenüber hört nur das, was aus Ihrem Mund kommt. Nun: Das hören Sie selbst auch. Aber: Sie selbst hören sich auch noch innerlich. Die Schallwellen Ihrer Stimme pflanzen sich nämlich nicht nur über die Luft fort. Der Schall, den Sie selbst produzieren, wird vor allem über Ihre Knochen an Ihr Innenohr geleitet. In Ihrem Ohr kommen, wenn Sie sprechen, eigentlich zwei Stimmen an: eine von außen, eine von innen. Eine über die Luftleitung und eine über die Knochenleitung. Mit dieser Empfindung sind Sie leider mutterseelenallein auf der Welt! Niemand anderer hört Sie so, wie Sie sich selbst hören. Andere Menschen empfangen von Ihnen nur die Luftleitungs-Stimme. Wenn Sie Ihr Tonband z. B. Ihrer Familie vorspielen, gibt es kein Erkennungsproblem: »Du sprichst doch immer schon so!«

Es erscheint logisch, dass Sie sich also mit Ihrer Außenstimme befassen müssen. Im Training kommt es weniger darauf an, was Sie empfinden, sondern was die anderen hören. Manchmal ist Übertreiben angesagt, weil beim Zuhörer ohnedies nur die Hälfte ankommt ...

Nun gilt es, eine erste Herausforderung anzunehmen: Vertrautwerden mit der Außenstimme.

Wie viele Fotos sind im Laufe Ihres Lebens schon von Ihnen gemacht worden. Ungefähr? Mindestens zwei Fotoalben voll. Wie viele Tonbandaufnahmen gibt es von Ihrer Stimme? Je nach Lebens- und Berufsgeschichte bestimmt **weniger** als Fotos. Worauf will ich hinaus? Sie sind mit Ihrem äußeren Erscheinungsbild, dem, was man von Ihnen sehen kann, einfach vertraut. Sie erkennen sich. Auf dem Maturafoto, bei der Hochzeit, im Urlaub ... Ihr Konterfei ist Ihnen in jeder Altersstufe auch mit all seinen Veränderungen bekannt. Ob Sie sich gefallen oder nicht steht auf einem ganz anderen Blatt. Aber Sie kennen und erkennen sich und kommen selbst beim scheußlichsten Foto nicht auf die Idee: »Das bin

ich nicht!« Ingeheim beschließen Sie vielleicht, sich eine andere Frisur zuzulegen ...

Das »**hörbare Äußere**« – Ihre Stimme und Ihre Sprache – ist Ihnen in keiner Weise so vertraut! Viele Menschen sind enttäuscht von Ihrer Stimme auf einem Tonband. Die meisten sagen: »Das kann doch nicht ich sein!« Und kaum einer weiß, was er an seiner Stimme und Sprechweise ändern kann. Auf der Ebene der Stimme nehmen die meisten an, sie wäre angeboren und unveränderbar. Gleich vorneweg: Das stimmt so nicht. Stimmgebung und Sprechweise sind erlernt und wie viele andere Gewohnheiten veränderbar. Nicht jeder kann sich eine strahlende Stimme zulegen, aber eine gepflegte Sprechweise mit Deutlichkeit, Präzision, Ausdauer und Ökonomie steht jedem offen, der sich darum kümmern möchte.

Die Praxis. Wir sind uns einig, dass Sie Ihrer Stimme mindestens 25 »Fotos« schuldig sind.

Am leichtesten geht es mit Ihrem Handy. So Sie über eine aktivierte Mailbox verfügen, empfehle ich: In den nächsten 25 Wochen rufen Sie sich einmal wöchentlich vom Festnetz oder einem anderen Handy aus auf Ihrer eigenen Mailbox an und lesen sich einen halben Zeitungsartikel vor (ca. 30 Sekunden). Beim Abhören aller anderen freundlichen Nachrichten begegnet Ihnen Ihre eigene Stimme. Kein Kommentar, keine Kritik. Einfach abhören. Gewöhnen ist das Ziel.

Oder Ihr Anrufbeantworter: Besprechen Sie ihn wöchentlich neu. Bemühen Sie sich um Deutlichkeit und kurze Sätze. Aufnehmen, abhören. Keine Kritik. Nächste Woche dasselbe. Maximal eine Korrektur. Und unter der Woche rufen Sie sich selbst zwei Mal von auswärts an. Gewöhnen Sie sich kommentarlos an das, was Sie hören!

Die ganz Fleißigen beginnen mit einer monatlichen Tonbandaufnahme. Lesen Sie einen Artikel einer Zeitung, deklamieren Sie ein Gedicht, sprechen Sie die Begrüßung eines Vortrages laut und hören Sie die Aufnahme zwei Mal ab. Keine Kritik. Keine Fehlersuche. Kein Kommentar. Das kommt später. Hier geht es erst einmal um das Vertrautwerden mit Ihrer Stimme. Sie ist ein wichtiger Teil

Ihrer Persönlichkeit. Wovon sprechen wir schließlich, wenn wir von »**dem Organ**« des Menschen sprechen? Wir meinen nicht die Nasenspitze und nicht den großen Zeh. Nicht einmal das Herz! »**Das Organ**« des Menschen ist die Stimme.

2. Wie wichtig ist die Stimme?

Wer das Ohr beleidigt, dringt nicht zur Seele vor.

Quintilian, römischer Sprechlehrer

2.1 Persönlichkeits-Faktor

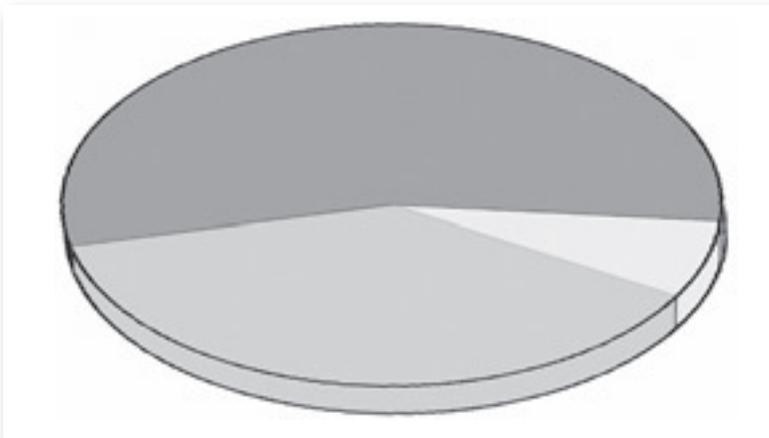


Abbildung 2: Komponenten einer positiven persönlichen Ausstrahlung (Mehrabian-Kreis)

Warum werden manche Menschen von anderen als graue Mäuseriche und Mäuse, andere als faszinierende, anziehende, gewinnende Persönlichkeiten beurteilt?

Schon im Jahr 1972 führte der Sozialpsychologe Albert Mehrabian als einer der Ersten ein Experiment durch, in dem er die Ausdrucksbereiche Wort, Tonfall und Gesichtsausdruck in ihrer relativen Wirkung untersuchte. Zur klaren Trennung wurde der Gesichts-

ausdruck über stumme Videos übertragen. Der Tonfall wurde mittels eines Bandfilters untersucht. So war der Inhalt der gesprochenen Worte unverständlich, der Klang und die Sprachmelodie blieben jedoch erhalten. Wie verhielten sich die Komponenten in Hinblick auf einen positiven Eindruck? – Das Ergebnis der Studie »Silent Messages« ist bis heute viel zitiert und unwiderlegt: Beide nonverbalen Signale hatten eine viel stärkere Wirkung als der verbale Inhalt!

Ein Vierteljahrhundert später kommt die Zeitschrift GEO (Dezember 1998) zu einer noch höheren Stimmwirkung in Hinblick auf persönliche Ausstrahlung: In einer repräsentativen Studie wurde erhoben, dass ein gebildeter Mensch eine neue Bekanntschaft zu 40 Prozent nach dem Klang der Stimme beurteilt. Für noch wichtiger erachteten die 1000 Befragten lediglich Gesicht und Kleidung. Je höher Bildungsgrad und Lebenserfahrung, umso wichtiger wird die Stimme: Rang zwei hinter dem Auftreten! Bei den über 50-jährigen Akademikern bestimmt zu 56 Prozent die Stimme über Sympathie und Antipathie.

Noch deutlicher machen es die Sprechwirkungsforscher Hartwig Eckert und John Laver. Sie fassen den Stand ihrer wissenschaftlichen Untersuchungen so zusammen: »Nicht *was* wir sagen, sondern *wie* wir es sagen, ist für die zwischenmenschliche Beziehung von allergrößter Bedeutung!«

Dass der Inhalt also gar nicht so wichtig ist, wusste man schon im alten Rom. Der römische Sprechlehrer Quintilian behauptete, »dass ein mittelmäßiger Inhalt unter der Gewalt eines vollendeten Vortrags mehr Eindruck macht als der vollendetste Gedanke, bei dem der Vortrag mangelt.«

Ein Sprichwort sagt es uns auch schon länger als jede Forschung: »Der Ton macht die Musik.«

Wie setzen Sie diese Informationen persönlich um? Sie können die Anwendung dieser Gesetzmäßigkeiten beobachten. In vielen Bereichen, wo es um viel Geld und um viel Macht geht: Werbung und Politik. Sehen Sie sich Werbespots im Fernsehen an. Für die Optik wird optimales »Menschenmaterial« ausgesucht. Da wird genau ge-

testet, ob jemand dem Äußeren nach ein Typ ist, der Kaffee anpreisen kann, Babywindeln oder doch lieber Waschmittel.

Dann ist der Großteil der Spots mit optimal ausgebildeten Schauspieler- oder SynchronsprecherInnenstimmen unterlegt. (Da hört man ganz oft, wenn man genau hinhört, dieselben Leute reden.) Voll tragfähige, runde, warme Stimmen bringen dann inhaltlich wenig anspruchsvolle Botschaften zum Konsumenten: Sie haben Flecken, die Waschmittelfirma eine Lösung, dieses Müsli macht mobil und jenes Wässerchen beruhigt die Nerven ... Und es funktioniert!

Was könnte das für Ihre Sprechsituationen in Zukunft bedeuten? Klar – Ihre Inhalte sollten auch weiterhin erstklassig sein. Was Sie sagen, muss natürlich stimmen, fachlich richtig sein. Aber ob Sie nun einmal mehr oder weniger perfekt formulieren, ist nicht so wichtig. Achten Sie viel mehr darauf, Ihre Inhalte auch exzellent zu verpacken: angenehm im Ton, sauber in der Aussprache, melodisch in der Stimmführung, abwechslungsreich in der Lautstärke, rhythmisch durch gekonnte Pausen, spannend durch klare Betonung, überzeugend durch Stimmfestigkeit, mühelos verständlich durch Dialektfreiheit. Servieren Sie Ihren exzellenten Rotwein (= Inhalt) nicht im Zahnputzbecher, sondern im funkelnden Kristallglas. Punkten Sie mit Sprechkultur. Man darf und soll erkennen, dass Sie sich sowohl um den Inhalt als auch um seine bestmögliche Form angenommen haben. Das macht den wahren Meister auch heute aus. Dass ihm Form und Inhalt gleich-wertig sind.

Als Profi werden Sie sich mit hoher Wahrscheinlichkeit zumindest einmal im Leben ausführlich mit Ihrem optischen Erscheinungsbild auseinandersetzen. Mit Fragen nach richtiger Kleidung, richtiger Bewegung, wirkungsvoller Körpersprache. Die meisten von uns haben das (leider) nicht in der Schule gelernt, also besteht jetzt im Erwachsenenalter Handlungsbedarf. Aufgrund der Tatsache, dass andere Menschen Sie ansehen, können Sie für die betrachtenden Augen mit Kleidung, Frisur, Körperhaltung und -bewegung ein Wohlgefühl auslösen. Oder auch Irritationen auslösen. Verzichten Sie bewusst auf extreme Auffälligkeiten, ohne

auf persönlichen Stil zu verzichten. Eine grün getupfte Krawatte und ein kurzer, enger Lederrock werden im Businessleben viel öfter zu Saboteuren Ihrer eigentlichen Botschaft. Solche »Vampire« lenken die Aufmerksamkeit der Betrachter von Ihrem Inhalt ab. Auch Ungepflegtheiten jeder Art fesseln die Augen der Betrachter: Laufmaschen, Flecken, Schuppen, Lippenstift auf den Zähnen, ungeputzte Schuhe und Brillengläser, offener Hosenschlitz ... Vor jedem Auftritt also auch ein Gang zum Händewaschen und zur kurzen Kleiderkontrolle.

Um herauszufinden, ob Sie eine übertrieben auffällige Gestik haben, Sie sich z. B. unbewusst ständig durch die Haare fahren, an Ringen oder mit Kugelschreibern herumspielen, genügt meist die Videoaufzeichnung einer Wortmeldung.

Faustregel: Ihre Optik stimmt, wenn niemand Ihre Kleidung oder Ihre Gestik zum Thema macht. Professionelle Hilfe kommt von Stil- und FarbberaterInnen und von Körpersprache-Profis.

Auch auf der klanglichen Ebene haben wir es oft mit Saboteuren/ Vampiren zu tun. Das Ohr des Auditoriums wird z. B. durch lautes, geräuschvolles Einatmen, verschluckte Endsilben, Stottern, Lispeln, Näseln, zu leises oder zu lautes Sprechen, zu monotone Sprechmelodie, eine falsche Tonlage, zu viele »Ähs«, Lieblingswörter, Modewörter (cool, mega, super usw.), ständiges Räuspern usw. irritiert. Mit der Behebung solcher Mängel werden wir uns in diesem Buch noch ausführlich befassen.

2.2 Business-Faktor

Studienergebnisse

Im deutschsprachigen Raum gibt es zwei aktuelle Studien zum Thema Stimme: »Wirtschaftsfaktor Stimme« (2004) und »Karrierefaktor Stimme« (2006). In der erstgenannten Studie ließ das internationale Netzwerk der Stimmbereufe www.stimme.at Führungs-