

Lioba Werth · Christopher Thum

Erfolgsfaktor Socializing

Knigge für optimales Auftreten
und Netzwerken



RATGEBER



Springer

Erfolgsfaktor Socializing

Lioba Werth · Christopher Thum

Erfolgsfaktor Socializing

Knigge für optimales
Auftreten und Netzwerken

 Springer

Lioba Werth
Zentrum für Training und
Weiterbildung
Münster, Deutschland

Christopher Thum
Eibelstadt, Deutschland

Teile von Kapitel 2 und 7 sind dem Werk „Werth, L. & Thum, C. (2007).
Geschäftessen souverän gestalten. Heidelberg: Spektrum Akademischer
Verlag“ entnommen.

ISBN 978-3-662-64884-1 ISBN 978-3-662-64885-8 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-662-64885-8>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert durch Springer-
Verlag GmbH, DE, ein Teil von Springer Nature 2022

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede
Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist,
bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für
Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die
Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken,
Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch
jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt,
auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte
des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben
und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig
und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber
übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes,
etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische
Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und
Institutionsadressen neutral.

Titelbild: Business people (Nr. 21721554) © stock.adobe.com

Planung/Lektorat: Marion Kraemer
Springer ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer-Verlag GmbH, DE
und ist ein Teil von Springer Nature.
Die Anschrift der Gesellschaft ist: Heidelberger Platz 3, 14197 Berlin, Germany

Inhaltsverzeichnis

Teil I Baustein I – Das Grundverständnis

1	Socializing	3
1.1	Socializing – warum es so wichtig ist	4
1.2	Socializing – was es ist und woraus es besteht	8
1.3	Was hat Einfluss auf unsere Socializing-Fähigkeiten?	12
1.3.1	Persönlichkeit und Fähigkeiten	12
1.3.2	Einstellung und innere Haltung	14
1.3.3	Training – Gestalten Sie Ihre Gewohnheiten	16
1.4	Grundvoraussetzung des Socializings: Gehen Sie in Kontakt	18
1.4.1	Wie das „in Kontakt gehen“ leicht wird	19
1.4.2	Distant Socializing	21
1.5	Take-Home-Message	26
	Literatur	27

Teil II Baustein II – Wahrnehmung und Wirkung

2 Die Macht des ersten Eindrucks	31
2.1 Einfluss Nr. 1: Ihre nonverbale Wirkung	36
2.1.1 Türöffner „Nonverbales Verhalten“	38
2.1.2 Türöffner „Kleidung“	46
2.2 Einfluss Nr. 2: Ihre paraverbale Wirkung	50
2.3 Einfluss Nr. 3: Ihre verbale Wirkung	52
2.3.1 Verbale Show-Stopper	52
2.3.2 Verbale Türöffner	56
2.3.3 Türöffner „Aktiv Zuhören“	60
2.4 Take-Home-Message	64
Literatur	65
3 Charisma, Sympathie und Attraktivität	73
3.1 Charismatisch sein	74
3.2 Sympathien erzeugen	78
3.2.1 Attraktivität	80
3.2.2 Ähnlichkeit	83
3.2.3 Vertrautheit	88
3.2.4 Assoziation mit Positivem	90
3.3 Take-Home-Message	92
Literatur	93

Teil III Baustein III – Die Kommunikation

4 Die Kunst des Smalltalkens	99
4.1 Was es ist und was es soll	100
4.2 Der Ablauf	101
4.3 Die Gesprächsthemen	105
4.4 Mit Schwierigkeiten umgehen	108
4.5 Take-Home-Message	110

5 Die eigene Position und das eigene Metier erläutern	111
5.1 Der Inhalt: Was ist zu sagen?	114
5.2 Die Art und Weise: Wie ist es zu sagen?	116
5.3 Den anderen nach seinem Metier befragen	122
5.4 Take-Home-Message	127
Teil IV Baustein IV – Situations-Know-how	
6 Den situativen Rahmen abstecken	131
6.1 Psychologische Bedeutung des Miteinander-Essens	132
6.2 Wirkung des Ambientes	134
6.3 Take-Home-Message	136
Literatur	137
7 Vom souveränen eigenen Auftreten und guten Umgangsformen	139
7.1 Die Vorbereitung	141
7.1.1 Das Gastgeschenk	142
7.1.2 Wer zahlt?	145
7.2 Der Anfang/das Eintreffen	148
7.2.1 Der Weg nach drinnen: Vom Türaufhalten und Garderobeabnehmen	150
7.2.2 Begrüßung	152
7.2.3 Namen und Titel	155
7.2.4 Umgang mit Visitenkarten	158
7.3 Der Verlauf	161
7.3.1 Seien Sie zuvorkommend!	161
7.3.2 Das Miteinander Anstoßen	163
7.3.3 Den Service rufen	164
7.3.4 Vom Tisch aufstehen	165

VIII	Inhaltsverzeichnis	
	7.3.5	Reklamation – wenn das Essen nicht schmeckt 166
	7.3.6	Umgang mit Ungenießbarem und Missgeschicken 167
	7.4	Das Ende/Der Abschluss 170
	7.4.1	Die Rechnung 171
	7.4.2	Das Ende einleiten 172
	7.4.3	Der Weg nach draußen – vom Umgang mit Garderobe und Tür 174
	7.4.4	Verabschiedung 177
	7.4.5	Nachbereitung 178
	7.5	Take-Home-Message 179
		Literatur 180
8	Networking betreiben	183
	8.1	Wovon Sie als Networker profitieren können 185
	8.2	Wie Networking geht 189
	8.2.1	Networking – Grundlagen und erste Schritte 190
	8.2.2	Networking in den Social Media 196
	8.2.3	Die Bange vor dem Networking 199
	8.3	Take-Home-Message 201
		Literatur 201
	Stichwortverzeichnis	203

Teil I

Baustein I – Das Grundver- ständnis



1

Socializing

Life Piece

Sie kommen zu einer Party/Empfang/Veranstaltung, sind alleine, kennen niemanden außer dem Gastgeber. Sie fühlen sich unwohl? Dies würde den meisten so gehen – so richtig wissen wir meist nicht, wie man sich nun optimalerweise verhält, wie man mit anderen ins Gespräch kommt, wo man sich wie positionieren soll, um nicht verloren zu wirken und gelangweilt rumzustehen. Am liebsten würde man vermutlich bald wieder gehen.

– Szenenwechsel – Stunden später amüsieren Sie sich wider Erwarten köstlich, haben mehrere sehr nette Gesprächspartner gefunden, spannende Themen, heitere Momente und bereichernden Austausch erlebt. Sie freuen sich, all diese Menschen getroffen zu haben und hoffen, dass man sich mal wieder sieht. Was ist passiert? Was war verantwortlich für den gelungenen Abendverlauf? Zufall und Glück oder gab es psychologisch relevante Schlüsselmomente?

Sind Sie beruflich erfolgreich? Ja? Und worauf führen Sie es zurück? Und falls Sie sich (noch) nicht als erfolgreich