

Und, wie war ich?

Charisma ist lernbar, zeigen neue Erkenntnisse.
Wissenschaftler erforschen die Macht
der Körpersignale – und finden wirksame Wege,
sie zum eigenen Vorteil zu nutzen

Die Gedanken mögen frei sein, aber bitte nicht unsichtbar. Mit einem spektakulären Projekt macht das US-amerikanische Heimatschutzministerium sich daran, in die Gehirne seiner möglichen Gegner zu schauen. Das Programm mit dem Kürzel FAST analysiert unter anderem Gestik und Mimik von Menschen, während diese eine spezielle Schleuse passieren. Die Rechner versuchen herauszufinden: Wer ist ungewöhnlich nervös? Wer lügt? Um am Ende die Antwort auf eine entscheidende Frage zu erhalten: Wer versteckt eine Bombe?

Das Vorhaben klingt vermessen, und tatsächlich bezweifeln zahlreiche Psychologen, dass Verhaltensweisen von Menschen derartige Rückschlüsse zulassen. Sie mahnen, dass Körpersprache zwar Gefühle verrät – aber selten zeigt, was diese Gefühle auslöst. Das Heimatschutzministerium lässt sich davon nicht irritieren. Es investiert weiterhin zehn Millionen Dollar pro Jahr in das Projekt. Anfang des Jahres sollen die ersten Praxistests gelaufen sein, um zu beweisen, dass Maschinen Gedanken lesen können. Dass sie unterscheiden können, ob ein Wartender wegen seines

gefälschten Passes nervös ist – oder einfach nur, weil er dringend auf die Toilette muss. Im Labor liege man bereits zu etwa 70 Prozent richtig, behauptet das US-Ministerium. Stephanie Ortigue, Psychologin an der Syracuse University, kommentiert: „Es ist kompliziert, aber möglich.“

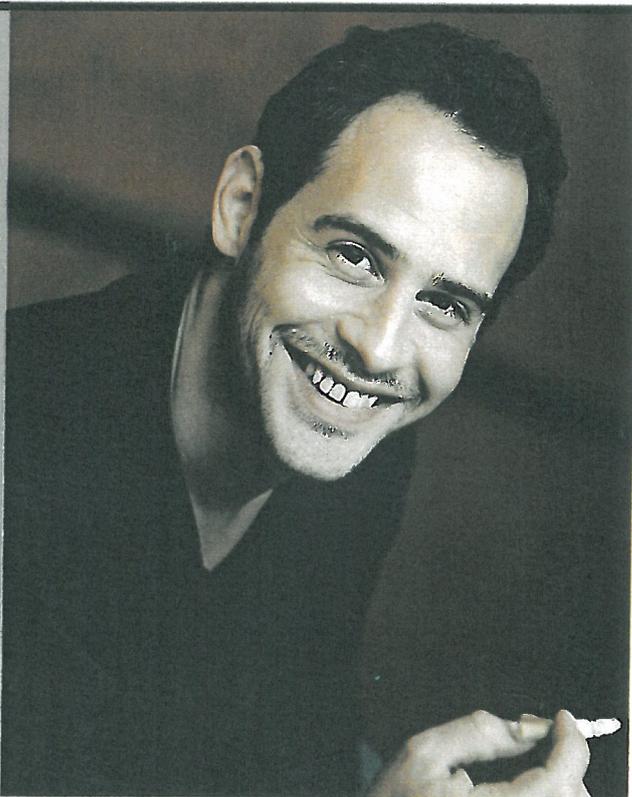
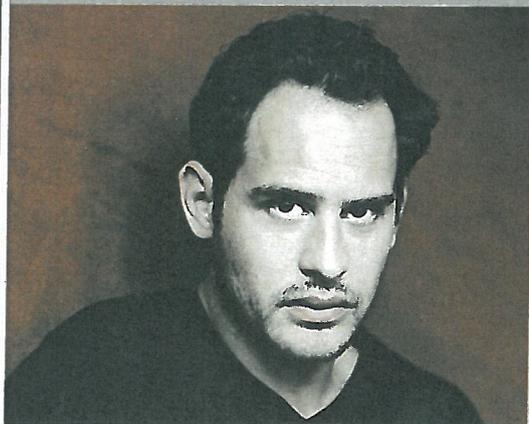
Zuversicht schöpfen Forscher wie sie aus einer Fülle neuer Erkenntnisse über Signale des Körpers und ihre Bedeutung. Psychologen und Neurowissenschaftler messen Nervensignale aus dem Gehirn, beobachten Versuchspersonen bei der Interaktion, testen die Wirkung computergenerierter Gesichter – und können immer umfassender erklären, wie Glaubwürdigkeit entsteht.

Sie enthüllen dabei auch, worauf Ausstrahlung beruht. Und, wichtiger noch, sie entdecken, dass sogar Charisma lernbar ist. Denn auch wer nicht an der US-Grenze gescannt wird: Der nächste Auftritt kommt bestimmt. Im Zeitalter der allgegenwärtigen Bühne, von „Germany's Next Topmodel“ über YouTube bis Facebook, scheint die wichtigste Frage zu sein: Und, wie war ich?

Auch Gerichte bleiben nicht verschont. Uwe Wolff gilt in Deutschland als Pionier einer kontrovers diskutierten, aber gleichwohl stetig ▶

Moritz Bleibtreu, Schauspieler, 40

Er war Joseph Goebbels, RAF-Terrorist Andreas Baader, Goethe-Gegenspieler Kestner: Bleibtreu gilt als einer der vielseitigsten Schauspieler Deutschlands und hat für seine Arbeiten etliche Filmpreise gewonnen. Wie er in unterschiedliche Rollen schlüpft, erklärt der Meister der Mimik und Gestik im Interview auf Seite 78/79.





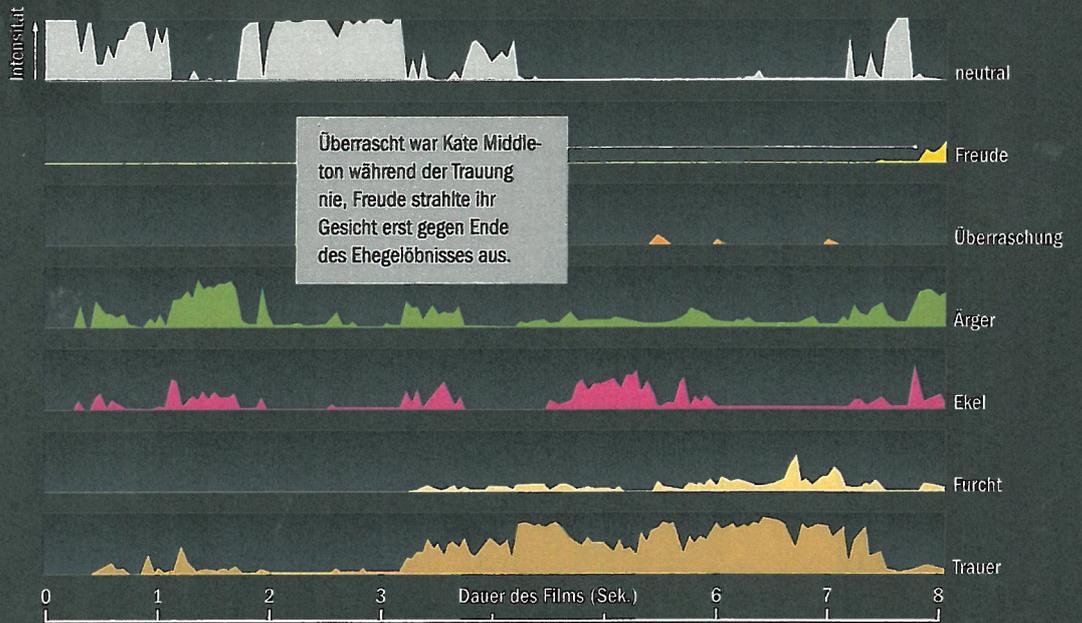
Catherine Mountbatten-Windsor

Ehefrau von Prinz William

Beim Jawort zwischen Prinz William und Kate Middleton ist das Minenspiel der zukünftigen Duchess of Cambridge lebhaft – aber nicht nur aus reiner Freude. Die große Anspannung spiegelt sich im Abwechseln der verschiedenen Gefühlslagen.

Königliche Hochzeit, 29. April 2011

Geschätzte zwei Milliarden Menschen sahen beim Jawort von William und Kate am Fernseher zu. Die Firma ThirdSight analysierte für FOCUS, was die Braut während der Ringübergabe fühlte.

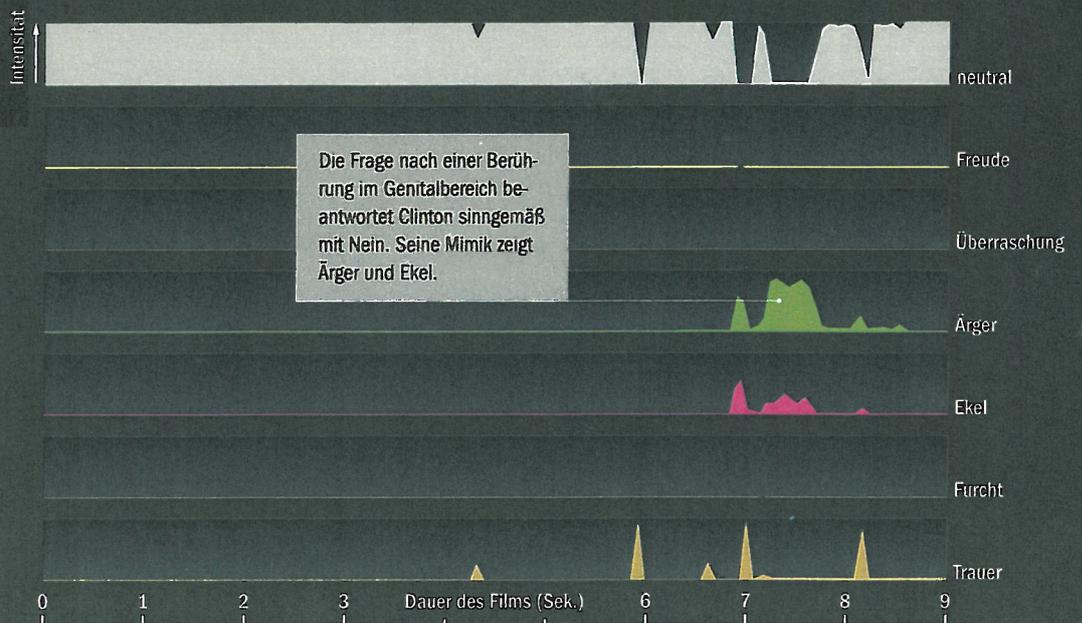


Bill Clinton
ehemaliger
Präsident der USA

Beim Verhör vor der sogenannten Grand Jury zur Lewinsky-Affäre zeigt Clinton keine Regung – bis zur Frage, ob er die damalige Praktikantin im Genitalbereich berührt habe. Seine Mundwinkel wandern nach unten, und trotz mehrmaliger Versuche bekommt er seine Gesichtszüge nicht unter Kontrolle.

Verhör zur Affäre mit Monica Lewinsky, 17. August 1998

Der damalige US-Präsident gab eine „unangemessene Beziehung“ zur damaligen Praktikantin im Weißen Haus zu. Anhand des Videomitschnitts analysierte ThirdSight seine Emotionen.



wachsenden Zunft: der sogenannten Litigation-PR. Der ehemalige Journalist hilft Angeklagten, mit möglichst wenig Imageverlust durch Prozesse zu kommen. „Sehen Sie sich den Fall Kachelmann an. Die Öffentlichkeit ist die Jury geworden.“ Um sie zu beeinflussen, „mache ich aus hochkomplexer Justizmaterie plausible Geschichten“, erklärt Wolff. „Sie müssen glaubwürdig und nachvollziehbar sein und in der Öffentlichkeit Empörung, Mitleid, Wut, Trauer oder Scham hervorrufen.“

Menschen wissen innerhalb von Sekunden, wer die Führungskraft im Raum ist

Die Selbstdarstellung mag Auswüchse haben. Wer aber die eigene Inszenierung ablehnt, begeht einen Fehler. Denn gerade die neuen Erkenntnisse zeigen: Urteile anhand des Erscheinungsbilds sind keine kulturelle Verflachung, sondern biologisches Programm.

Anhand von Videostudien zeigte die Psychologin Jessica Tracy von der University of British Columbia in Kanada, „dass Menschen innerhalb von Sekunden wissen, wer in einer Gruppe von Menschen die Führungsfigur ist“. Andere Studien legen nahe, dass bunt zusammengewürfelte Teams bisweilen nicht mehr als 25 Sekunden benötigen, um einen Anführer zu wählen. „Einige Manager entscheiden im ersten Augenblick, ob sie jemanden für einen Superperformer oder einen Taugenichts halten“, erzählt Reza Nazeman, hochrangiger IT-Manager bei Microsoft. „Zugeben würden sie das aber nie.“ Das Programm ist so tief in der Psyche verwurzelt, dass niemand daran vorbeikommt. Im Gegenzug aber kann jeder seinen Vorteil daraus ziehen.

Eines der entlarvendsten Körpersignale hat Wolfgang Prinz vom Leipziger Max-Planck-Institut für Kognitions- und Neurowissenschaften näher erforscht. Jeder kennt das: die Bremsbewegung des Beifahrers, wenn der Fahrer zu dicht auf einen Wagen auffährt. Prinz fand heraus, dass diese sogenannte ideomotorische Bewegung keineswegs Imitation ist. Der Beifahrer gibt vielmehr zu erkennen, was der Fahrer seiner Meinung nach tun sollte – und zwar unbewusst. Er verrät seine Gedanken.

Prinz spekuliert, dass diese Handlungen auch im sozialen Kontext auftreten, „wenn wir unsere mögliche Reaktion auf ein Gegenüber planen“. Will jemand ein Zimmer am liebsten verlassen, zeigt sein Fuß Richtung Tür. Will er ein Gespräch mithören, neigt sich sein Körper ohne Absicht in Richtung des Sprechenden.

Neben versteckten Absichten können sich auch Emotionen auf diesem Weg mitteilen, wie Dacher Keltner von der University of California beobachtet hat. Menschen schließen oft allein daraus, wie

ihr Gegenüber sie am Unterarm berührt, ob dieser Ärger, Sympathie oder Glück empfindet.

Hinzu gesellen sich die mächtigen Botschaften, die Gesichter aussenden. Alexander Todorov von der Princeton University vermutet sogar, dass sich in ihnen ein universell gültiger Code verbirgt. Per Computer hatte er 300 Porträts erzeugt und anschließend 287 Personen gebeten, ihnen neun Charakterzüge zuzuordnen.

Tatsächlich wirkten einige Gesichter vertrauenswürdig, andere dominant. Wirklich überraschend aber war: Die Probanden urteilten so einheitlich, dass persönliche Erfahrungen und Vorlieben nur eine untergeordnete Rolle zu spielen schienen. „Gesichter liefern Informationen, die jeder Betrachter ähnlich deutet“, folgert der Neurowissenschaftler. Züge etwa, die glücklichen Gesichtern ähneln, erzeugen Vertrauen.

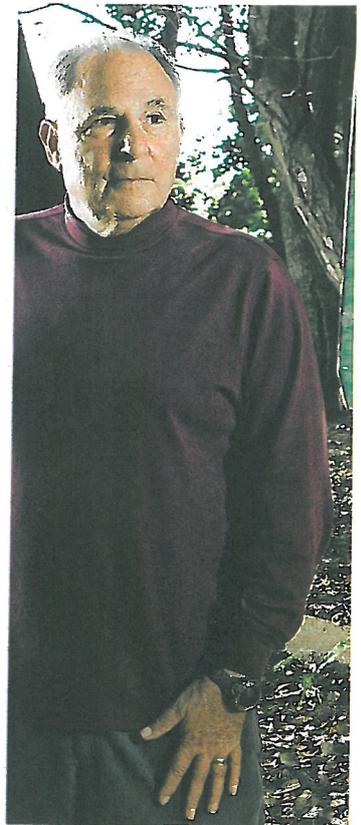
Die Entschlüsselung des Codes erfolgt in Millisekunden. Das Ergebnis kann das Schicksal eines Menschen bestimmen, wie John Antonakis von der Universität im schweizerischen Lausanne bewies. Der Psychologe hatte Kindern die Bilder von französischen Regionalpolitikern vorgelegt und sie raten lassen, wer die Wahlen gewonnen hatte. „Sie lagen zu 70 Prozent richtig“, berichtet Antonakis. Für die Kleinen, unbeeinflusst von Wahlkampfversprechen, zählte der erste Eindruck – und er deckte sich weitgehend mit der Entscheidung der Erwachsenen.

So machtvoll sind die Zuschreibungen, dass Evolutionspsychologe Mark Van Vugt von der Universität Amsterdam einen biologischen Mechanismus am Werk sieht. „Die Einschätzung, wer Führungsqualitäten besitzt und wer nicht, hat sich in zwei Millionen Jahren entwickelt“, so der Niederländer. Nun denkt er gemeinsam mit Schönheitschirurgen darüber nach, wie Menschen ihren Lebenszielen entsprechend operiert werden könnten. „Wer dominanter wirken will, braucht vielleicht ein anderes Aussehen als jemand, der Wert auf viele Freunde legt“, so Van Vugt.

Überzeugungskraft setzt sich aus fünf Elementen zusammen

Tatsächlich haben Forscher der britischen Universität St. Andrews kürzlich einen Zusammenhang zwischen Gesichtskonturen und Verhalten entdeckt. Bekannt ist, dass Männer mit eher breiten Gesichtern mehr Testosteron besitzen. In Tests verhielten sie sich denn auch wettbewerbsfreudiger und weniger kooperativ.

Die Nebenwirkung des schnellen Urteils: Das Gehirn schießt bisweilen übers Ziel hinaus. Für Zuschreibungen wie Intelligenz oder Ehrlichkeit „ist der Zusammenhang zwischen erstem ▶



Paul Ekman
Psychologe

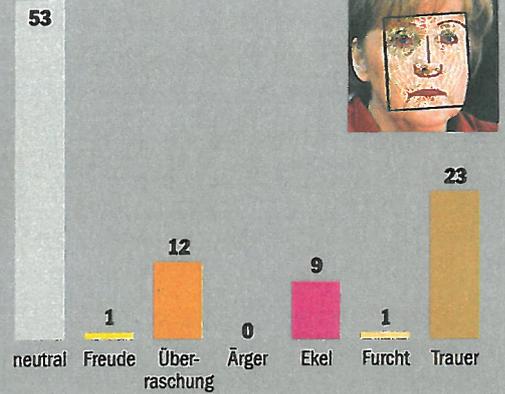
Der 77-Jährige entdeckte, dass die Mimik sieben grundlegende Gefühle ausdrückt: Ärger, Überraschung, Freude, Trauer, Ekel, Furcht und Verachtung. Auf seiner Entdeckung beruhen Computerprogramme zur Emotionserkennung (links und Seite 76) sowie die Idee zur Erfolgsserie „Lie To Me“

Angela Merkel Bundeskanzlerin

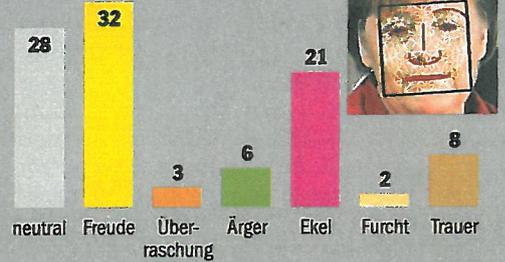
Am 1. März erhält Merkel eine SMS. Weil Karl-Theodor zu Guttenberg direkt im Anschluss von seinem Amt als Verteidigungsminister zurücktritt, vermuten viele, der Freiherr habe sie auf diese Weise vorab informiert. Die Emotionsanalyse, die die Firma nViso anhand der Bilder durchgeführt hat, kann den Inhalt der SMS zwar nicht erhehlen. Aber sie zeigt, dass Merkel eine Mischung aus überrascht, traurig und angewidert ist, nachdem sie die Nachricht gelesen hat. Anschließend steckt sie das Mobiltelefon weg – und scheint sich mit der neuen Situation anzufreunden. Sie ist vorwiegend glücklich.



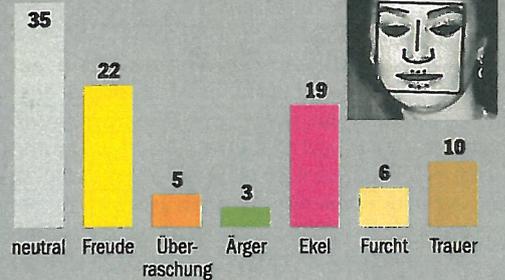
Gefühlslage in Prozent



Gefühlslage in Prozent



Sophia Loren in Prozent



Sophia Loren Schauspielerin

Ist es Neid? Oder nur Neugierde? Auf dem berühmten Foto von 1958 starrt die italienische Schauspielerin Sophia Loren auf den Busen ihrer Hollywood-Konkurrentin Jayne Mansfield. Die Mischung aus Ekel, Freude und Trauer verrät, dass tatsächlich Neid im Spiel ist, aber auch einiges an Belustigung und eine gewisse Ergebenheit in ihr Schicksal.



Eindruck und tatsächlichen Eigenschaften gleich null", glaubt Antonakis.

Täuschen lassen sich selbst die Intelligentesten, wie Jürgen Harksen der Hamburger Gesellschaft vorführte. Mit seinem offenen Gesicht und nichts als dem Versprechen, irgendwann das Dreizehnfache des Einsatzes zurückzuzahlen, sammelte der Hochstapler in den achtziger und neunziger Jahren des vorigen Jahrhunderts Millionenbeträge ein. Bankenvorstände und Vorstandsvorsitzende vertrauten ihm. „In erster Linie müssen Sie eine Geschichte um das angebliche Investment herumstricken“, sagt Harksen. Begeistern ließen die meisten Menschen sich schließlich gern. Den Rest besorgte Harksens ausgeprägtes Selbstbewusstsein. Als er aufflog, musste er für fast sieben Jahre ins Gefängnis. 2008 wurde er entlassen. Heute vertreibt er auf Mallorca Wein und sagt: „Jeder Verkäufer ist ein kleiner Hochstapler.“

Kevin Dutton, Psychologe an der britischen University of Cambridge, hat Menschen wie ihn studiert und darüber ein Buch geschrieben*. „Überzeugungskraft besteht aus fünf Elementen“, erzählt er. „Die Botschaft muss einfach und überraschend sein, unser Eigeninteresse ansprechen und von einem Menschen vorgebracht werden, der Empathie und Selbstvertrauen ausstrahlt.“ Fakten dagegen spielten keine große Rolle.

Der Bluff wirkt unter anderem deshalb, weil Gehirne zur „Übergeneralisierung“ neigen, wie US-Neurowissenschaftler Todorov es ausdrückt. Menschen deuten bestimmte Gesten oder Gesichtszüge als Ausdruck eines Gefühls und schließen auf das Innenleben. Doch gerade der erste Eindruck beruht oft auf Gesichtszügen, die zwar aussehen wie Gefühlsregungen, es aber nicht sind. Angela Merkels Mundwinkel zeigen nach unten, freudlos ist sie deshalb nicht.

Entscheidend sind daher nicht die Merkmale an sich, sondern die Art und Weise, wie sie sich etwa während eines Gesprächs verändern. Vor allem das Minenspiel folgt erstaunlich festen Regeln, wie Paul Ekman vor Jahrzehnten feststellte. Der emeritierte Professor der University of California identifizierte sieben grundlegende Emotionen. Ist das Gefühl stark genug, spiegelt es sich zumindest kurz im Gesicht wider.

Selbst Computerprogramme können auf diese Weise das Gefühlsleben der Menschen durchleuchten. Maschinen entwickeln Menschenkenntnis, und was für die einen unheimlich sein dürfte, ist für Unternehmen wie ThirdSight oder nViso ein riesiger Markt. Sie wollen Firmen helfen, Werbebotschaften zu verbessern. Der Computer analysiert Sekunde um Sekunde die Mimik von Versuchspersonen, während sie sich halbminütige Videoclips anschauen. „Für den Konzern Unilever haben wir bereits erste Studien durch-

geführt“, sagt Theo Gevers von der Universität Amsterdam, der das Programm von ThirdSight entwickelt hat. „Die Genauigkeit liegt bei 90 Prozent, wenn wir ein neutrales Gesicht zum Vergleich haben.“ Sein Konkurrent Matteo Scorci von nViso schlägt bereits vor, „Kameras über Verkaufsregalen anzubringen und zu analysieren, wie Kunden auf ein Produkt reagieren“.

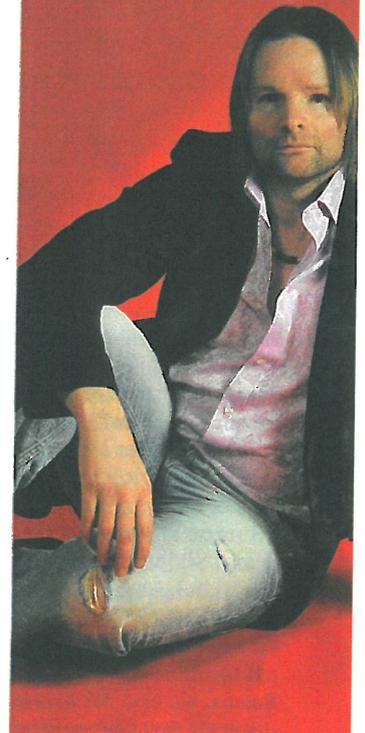
Wie viel möglich ist, zeigen Künstler wie Thorsten Havener – und bestreiten damit ganze Bühnenshows. Als Gedankenleser tourt er durch die deutschsprachigen Länder und errät etwa die Namen von Kindern seiner Gäste. Havener behauptet erst gar nicht, übersinnliche Fähigkeiten zu besitzen. „Ich entlocke Menschen Signale, die auf ihre Gedanken schließen lassen.“*

Niemand kann aus seiner Haut, lautet damit das Fazit. Ernüchternd ist dies allerdings nur auf den ersten Blick. Der zweite offenbart: Jeder kann seine Haut besser zu Markte tragen, wenn er seine Körpersignale richtig einsetzt (s. Seite 80). Psychologe Antonakis zeigte, dass sich sogar Ausstrahlung antrainieren lässt. Er hatte 34 Manager und 41 Studenten der Wirtschaftswissenschaften einen Vortrag halten lassen. Anschließend feilte ein Teil von ihnen 30 Stunden an der Rhetorik. Nach dem zweiten Vortrag bewerteten unabhängige Beobachter die Redner tatsächlich als charismatischer.

Natürlich nimmt keiner einem verschlossenen Menschen den extrovertierten Alleinunterhalter ab. Wer besser wirken will, muss aber auch niemand anderes werden – sondern das Beste aus sich selbst machen. Entscheidend ist weniger die Frage: Wie wirke ich? Sondern: Wer bin ich, und was will ich? (Test Seite 82). Nur wer begeistert ist, kann auch begeistern, ist ein beliebter, aber trotzdem richtiger Satz vieler Coachs.

Firmen haben ohnehin unterschiedliche Vorstellungen davon, welche Persönlichkeitsmerkmale gute Mitarbeiter oder Führungskräfte auszeichnen. „Es geht nicht darum, den Besten zu finden, sondern den Passenden“, betont Giovanna Ferraris von der Unternehmensberatung Deloitte, die in Österreich Spitzenkräfte auswählt und vermittelt. Experten raten, dass vor allem Authentizität wichtig sei, ohne allerdings Gefühlsregungen und Körpersprache freien Lauf zu lassen. „Die Einstellung ‚Ich bin eben so, wie ich bin‘ ist im professionellen Umfeld unvorteilhaft“, mahnt Microsoft-Manager Nazeman. Echtheit ist für ihn immer auch das Ergebnis eines Prozesses. Viele Techniken, die die Außenwirkung verbessern, „beginnen mit Verhaltensregulierung, aber irgendwann gehen sie in die Persönlichkeit über“. Das Ich ist immer auch ein Projekt, und Ausstrahlung gewinnt, wer Schein und Sein vereint. ■

»Fakten werden als Mittel der Beeinflussung überschätzt. Es geht um Emotionen«



Kevin Dutton
Forscher

Der Cambridge-Psychologe hat für seinen Bestseller „Gehirnflüsterer“ mit erfolgreichen Betrügnern und Hochstaplern über deren Tricks gesprochen. Sein Fazit: Gut aussehende Menschen, die Selbstvertrauen ausstrahlen und ohne Skrupel ihre Ziele verfolgen, sind am überzeugendsten: „Wir Menschen lassen uns von Oberflächlichkeiten manipulieren.“

ROBERT THIELICKE / BARBARA JUNG ▷