

Größe, Farben, Temperatur: Wie sich das Charisma beeinflussen lässt

Mitteilung: Kühne Logistics University

Charismatische Menschen reißen ihre Anhänger mit, motivieren und beeinflussen sie. Doch was genau ist Charisma? Aktuell kehrt die alte Frage nach der Ausstrahlungskraft zurück in die Politik – gerade in Zeiten eines wachsenden Populismus. Susan Reh und Prof. Dr. Niels Van Quaquebeke von der KLU finden gemeinsam mit Steffen R. Giessner von der Erasmus Universität Rotterdam in einem aktuellen Fachartikel neue Antworten auf die Frage nach dem Charisma. Demnach lässt sich Charisma nicht nur mit rationalen Argumenten und sozialer Kompetenz erklären. Vielmehr bestimmen personen- und umweltbezogene Signale wie Größe, Farben, Temperatur und Entfernung, ob ein Mensch charismatisch wirkt oder nicht.

Was genau das Phänomen Charisma ausmacht, ist schwer zu fassen. Bislang zielten die meisten Erklärungsansätze auf das Verhalten und die Kommunikation von Führungskräften ab. In ihrem Beitrag stellen die Wissenschaftler nun allerdings fest, dass sich Charisma sogar ohne jegliche konkrete Interaktion ausbilden kann. Entscheidend sind dabei Signale, die körperlich wahrgenommen werden, so genannte embodied signals. „Zu den Signalen, die eine Person selbst aussendet, gehören etwa Größe, Gesichtsstruktur und Stimmhöhe“, erklärt Susan Reh. „Je größer die Person, je markiger das Gesicht und je tiefer die Stimme, desto charismatischer wird jemand wahrgenommen.“ Eine Person muss jedoch nicht einmal eigene Signale aussenden. „Es gibt auch relevante Umweltsignale“, sagt Reh. „Das sind zum Beispiel Signale, die Reinheit symbolisieren, also Weiß statt Schwarz, Helligkeit statt Dunkelheit, Sauberkeit statt Schmutz. Je mehr davon zusammen kommen, desto stärker ist der charismatische Effekt, wenn der Rest der überbrachten Botschaft stimmt.“ Einen weiteren Einfluss auf die Wahrnehmung von Charisma hat die Temperatur: In einer warmen Umgebung fühlen sich Menschen eher zu einer Führungskraft hingezogen.

Prof. Dr. Niels Van Quaquebeke ergänzt: „Durch unsere Forschung zeigen wir, dass sich Charisma mit ein paar geschickten Handgriffen beeinflussen lässt. Das ist zum Beispiel interessant für Führungskräfte, die charismatischer erscheinen wollen.“ Die Ergebnisse dürften aber auch andere Zielgruppen interessieren: Alle, die ebensolche Führungskräfte möglichst objektiv bewerten sollen, wie Personalabteilungen und Journalisten. „Und natürlich alle Stimmberechtigten bei politischen Wahlen“, fügt Van Quaquebeke hinzu. „Wähler sollten sich bewusst machen, wie im Wahlkampf körperliche Hinweise ihre Wahrnehmung verzerren können – und das, bevor sie ihr Kreuz machen.“ Beispielhaft für solche Beeinflussun-

gen sind laut Reh und Van Quaquebeke die Inszenierungen vieler Diktatoren. So muss das Volk zum Diktator aufschauen, häufig wird Rot zur Suggestion besonderer Stärke benutzt und Fotos dürfen nur von unten aufgenommen werden. „Aber auch wie sich die politischen Führungskräfte etwa in den USA oder Russland heutzutage inszenieren, bietet Einiges zur Analyse“, stellt Van Quaquebeke fest.

Weitere Informationen:

<http://dx.doi.org/10.1016/j.leaqua.2017.01.001> Der Artikel "The Aura of Charisma: A Review on the Embodiment Perspective as Signaling" ist im Pre-Print Bereich von The Leadership Quarterly einsehbar.

Pressemitteilung v. 23.03.2017

Kristina Brümmer

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Kühne Logistics University - Wissenschaftliche Hochschule für Logistik und Unternehmensführung

Quelle: idw-online.de