SCHUBs®
VERKAUF.ERFOLG.MOTIVATION.

SANDRA SCHUBERT
SCHUBs Vertriebskonzepte
kontakt@schubs.com
www.schubs.com
Telefon: +49-(0)8031-67 22 8
Fax: +49-(0)8031-26 86 89
Mobil: +49-(0)171-7424 089
Wir schubsen Sie zum Erfolg!

# Geld macht glücklich

Berater können von den Erkenntnissen der Glücksforschung eine Menge lernen, nicht nur über ihre Kunden

Was ein glücklicher Mensch ist, wissen wir aus den Märchen der Brüder Grimm. Da war doch ein gewisser Hans, der tauschte Gold gegen Pferd, Kuh, Schwein, Gans, und Schleifstein ein. Am Ende ist ihm sein Stein auch noch in den Brunnen gefallen. Statt sich darüber zu grämen, stimmte er einen befreiten Jauchzer an, ein solcher Depp war das. Was uns das Märchen vom Hans im Glück beibringen kann, hat der irische Satiriker Jonathan Swift in einem Essay über gesellschaftspolitische Glücksverheißungen auf den Punkt gebracht: Glück sei, bei Licht besehen, „derjenige Zustand, in dem man ununterbrochen wohl und geschickt betrogen wird".

Auch neuere Untersuchungen zeigen: Glück ist offenbar ein stets mehrdeutiger Zustand; Zufriedenheit mit dem eigenen Leben hängt nicht zwangsläufig von unveränderlichen günstigen oder ungünstigen Lebensumständen ab. So sind etwa Lottogewinner, deren erster Glückstaumel abgeklungen ist, nicht besserer Dinge als andere Leute. Umgekehrt haben Querschnittsgelähmte, sobald die schlimmste, erste Zeit vorbei ist, kein schlechteres Lebensgefühl als Unversehrte.

Das Urteil über das eigene Lebensglück ist oft von den Gegebenheiten des Augenblicks abhängig. Der Sozialpsychologe Fritz Strack von der Universität Mannheim hatte mit Unterstützung der Deutschen Forschungsgemeinschaft bereits vor 30 Jahren in einer Untersuchung zur Lebenszufriedenheit herausgefunden, dass Versuchspersonen, die – unter heimlicher Mitwirkung des Versuchsleiters – ein Geldstück gefunden hatten, sich selbst häufig als Frohnaturen hinstellen. Versuchspersonen, die bei Sonnenschein telefonisch befragt werden, halten sich eher für Glückspilze als bei Regenwetter angerufene Personen. Fazit: Im Seelenleben besteht die Tendenz, die augenblickliche Stimmung als die „normale" auszugeben, selbst wenn ernste Tatsachen dem zu widersprechen scheinen. Der amerikanische Psychologe Ed Diener kam nach Umfragen in der US-Bevölkerung in den Jahren 1946 bis 1978 zu dem Schluss, dass die Zufriedenheit mit sich selbst und mit dem Familienleben am meisten auf das Lebensglück abfärben. Geld macht nicht glücklich, vorausgesetzt, die materielle Existenz ist nicht gefährdet. Dieners Untersuchung fiel in eine Zeit, in der die materiellen Lebensbedingungen für die Mehrheit immer besser wurden. In den untersuchten 30 Jahren hatte sich das durchschnittliche Lebensgefühl aber nur unerheblich verbessert. Auch der objektive Gesundheitszustand ist, wie schon von Strack angedeutet, von eher untergeordneter Bedeutung für die Gesamtbeurteilung des eigenen Lebens. Wie man sich fühlt, ist eben tatsächlich wichtiger als wie es einem – streng medizinisch – geht.

In der letzten Zeit sind Forscher zu dem gegenteiligen Ergebnis gekommen. Geld macht glücklich, heißt es in der Studie „Relative Income and Happiness" von Glenn Firebaugh (Pennsylvania State University) und Laura Tach (Harvard University). Die beiden Soziologen liegen in ihrer Untersuchung auf einer Linie mit anderen Studien aus der Glücksforschung (Happiness Research). Demnach sind reiche Menschen in allen Gesellschaften glücklicher als Arme, egal ob in den Wohlstandsländern oder in den Armutszonen. Wer Geld hat, ist zufrieden, aber nur wer über mehr Geld verfügt als seine Altersgenossen und Kollegen, ist wirklich glücklich.

**Alltags-Tipps, die glücklich machen**

Martin Seligman hat das begründet, was man Positive Psychologie nennt. Seine acht Regeln für das Alltagsleben helfen zu mehr Glücksmomenten.

1. Überlegen Sie jeden Monat, welchen Kunden Sie positiv überraschen können. Die Überraschung muss nicht zwangsläufig mit Ihrer Expertise zu tun haben. Je individueller und konkreter die Überraschung auf Ihr Gegenüber abgestimmt ist, umso besser wird diese ankommen.
2. Wagen Sie jeden Monat etwas, das Sie sich bis dato nicht getraut haben. Persönliche Grenzen zu überwinden, hilft Ihnen dabei, auch in anderen Bereichen über den Tellerrand hinauszuschauen und neue Wege zu gehen.
3. Feiern Sie jeden Monat Ihren größten Erfolg. Belohnen Sie sich und Ihr Team mit einem schönen Essen oder einem anderen gemeinsamen Erlebnis. Genießen Sie und seien Sie dankbar für das erreichte Ziel.
4. Gönnen Sie sich jeden Tag 30 Minuten Auszeit für sich alleine. Tun Sie in dieser Zeit nur das, was Sie wirklich wollen, etwas, das Ihnen rundum gut tut.
5. Sorgen Sie täglich für 30 Minuten Bewegung. Ein Mittagsspaziergang macht den Kopf frei und versorgt Sie mit Sauerstoff.
6. Essen Sie jeden Tag eine Mahlzeit ganz bewusst und in guter Gesellschaft.
7. Machen Sie täglich einen sozialen Kontakt, der nicht zielgerichtet ist.
8. Stellen Sie sich mindestens einmal im Jahr die Frage: Was möchte ich Neues lernen?

SCHUBS®
VERKAUF.ERFOLG.MOTIVATION.

SANDRA SCHUBERT
SCHUBs Vertriebskonzepte
kontakt@schubs.com
www.schubs.com
Telefon: +49-(0)8031-67 22 8
Fax: +49-(0)8031-26 86 89
Mobil: +49-(0)171-7424089
Wir schubsen Sie zum Erfolg!

### Arbeit als Glücksfaktor

Der Zürcher Wirtschaftsprofessor Bruno S. Frey erzählt ein wenig aus der Werkstatt des Glücksforschers. Um Glück zu messen, werden die Leute schlicht und einfach danach gefragt, wie zufrieden sie insgesamt mit ihrem Leben sind. Was bestimmt aber nun das Glück? Frey weist darauf hin, dass ein hohes Einkommen glücklich macht, aber in einem geringen Ausmaß. Wichtiger sei es, eine Arbeitsstelle zu haben, denn Arbeitslosigkeit führe dazu, dass sich der Einzelne nicht gebraucht fühle. Neben der genetischen Bestimmung zur Zufriedenheit gebe es auch sozio-demografische Gründe: Verheiratete seien glücklicher als Ledige, Kinder bereiteten erst dann Freude, wenn sie aus dem Haus sind.

Eine Übersicht über den aktuellen Stand der Glücksforschung verschaffen Karlheinz Ruckriegel (Professor für Volkswirtschaftslehre an der TH Nürnberg), Günter Niklewski (leitender Arzt einer Klinik für Psychiatrie) und Andreas Haupt (Manager einer Krankenkasse). Ihr Buch „Gesundes Führen mit Erkenntnissen der Glücksforschung" (312 S., Haufe Verlag) ist mit vielen praktischen Lösungsansätzen versehen, bis hin zu konkreten Handlungsanweisungen für eine Betriebsführung, die auf Gesundheit, Lebensqualität, Mitarbeitermotivation und Unternehmensproduktivität ausgerichtet ist. Das Autorenteam kommt zu dem verblüffenden Ergebnis, dass Arbeit einer der Glücksfaktoren im Leben sein kann. Dabei kommt es auf die Führungskräfte an, ob sie mit ihrem Wirken auf andere Menschen etwas zu deren Glück beitragen: „Arbeit und Glück schließen sich nicht gegenseitig aus. Ganz im Gegenteil. Eine erfüllende Arbeit, welche die individuellen Stärken und Fähigkeiten berücksichtigt, wird mit hoher Wahrscheinlichkeit Spaß und somit Glück bringen, den Betreffenden stark machen und ihn mit Lebensantrieb beschenken."

### Grinsen allein reicht nicht

Wenn das persönliche Glücksempfinden im betrieblichen Arbeitsalltag als eine der Bedingungen für Wachstum, Ideen, Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit nicht wegzudenken ist, dann muss es umso mehr für den selbstständigen Berater und Verkäufer eine Voraussetzung für den Erfolg sein. Für Sandra Schubert gilt der Grundsatz: „Verkauf bedeutet: für das Glück des anderen sorgen!" Ein guter Verkäufer sei deshalb stets ein glücklicher Verkäufer. Erfolgreiche Berater zeichnet vor allem ihre Ausstrahlung aus, ist Schubert überzeugt.

„Schaffen wir es durch ein herzliches Lächeln, unserem möglichen Kunden ebenfalls ein erstes Lächeln zu entlocken, ist schon viel gewonnen." Die Wünsche des Kunden im Blick haben und dabei immer lächeln – geht das? Für Mitarbeiter in Handel und Dienstleistung gehört das zum Alltag. Aber manchmal nützt auch das schönste Lächeln nichts, nämlich dann, wenn es nur gespielt ist, wie Wissenschaftler der Friedrich-Schiller-Universität Jena gemeinsam mit Kollegen aus Münster und Australien nachgewiesen haben. „Ist die Beratung zwar kompetent, aber die Freundlichkeit nur aufgesetzt, fühlt sich der Kunde dennoch nicht als König", schreibt Simon Brach, Sozialpsychologe und Erstautor der Jenaer Studie. „Krampfhaft freundlich zu sein, ist nicht zielführend." Im Gegenteil: Der Kunde habe nichts davon, und für den Mitarbeiter sorge das ständige Vortäuschen von Gefühlen sogar für Stress und schnellere Erschöpfung.

„Mit einem Lächeln gewinnt man mehr Freunde als mit einem langen Gesicht" – dieses chinesische Sprichwort hat eine Studie von Forschern am Max-Planck-Institut für Evolutionsbiologie in Plön und an der Toulouse School of Economics mit einem Verhaltensexperiment belegt. Die Wissenschaftler hatten unter der Leitung von Professor Manfred Milinski untersucht, ob Probanden mit ihrem Lächeln Vertrauen erwecken und davon auch profitieren. Die Ergebnisse zeigen, dass ein als ehrlich und authentisch empfundenes Lächeln einen Menschen vertrauenswürdig macht. Und das zu Recht, denn im Schnitt sind diese Menschen dann auch kooperativer.

Um herauszufinden, ob das Lächeln eines Menschen echt ist, muss man ihm leicht neben die Augen schauen. Denn nur bei einem echten Lächeln erzeugt der Augenringmuskel im Augenwinkel die sogenannten „Krähenfüße". Der Ringmuskel hat im Gegensatz zu den Muskeln, die für das Hochziehen der Mundwinkel verantwortlich sind, einen Vorteil: Das Großhirn kann nicht über ihn verfügen. Der Muskel rührt sich nur, wenn es wirklich etwas zu lächeln gibt, sagt die österreichische Psychologin und Expertin für Körpersprache, Monika Matschnig. Sie rät deshalb:

- Ein aufgesetztes Lächeln wirkt immer unnatürlich, weil die Augen nicht daran beteiligt sind. Bei einem echten Lächeln ziehen Sie die Wangen hoch, um die Augen entstehen kleine Fältchen und die Augenbrauen senken sich leicht.
- Um so ein echtes Lächeln hinzubekommen, müssen Sie sich aber aufrichtig freuen. Konzentrieren Sie sich deshalb auf die positiven Aspekte des Kundengesprächs, beispielsweise, freuen Sie sich, diesen Menschen kennen zu lernen, denn er könnte ein interessanter Kontakt und vielleicht ein späterer Kunde sein.
- Wenn der Kunde zeigt, dass er auf etwas stolz ist (beispielsweise welche Verantwortung er trägt), freuen Sie sich mit ihm. Zeigen Sie auch Ihre Dankbarkeit für die geschenkte Zeit oder dafür, dass Sie ein Angebot abgeben dürfen mit einem Lächeln.

Kann man ein „echtes" Lächeln fälschen? „Es mag sein, dass begabte Schauspieler oder gewiefte Politiker dem nahekommen. „Ronald Reagan wäre ein Kandidat", sagt Milinski. „Aber unser Experiment und andere Forschungen zeigen, dass es normalen Menschen nicht möglich ist. Und dass ehrlich lächelnde Menschen wirklich vertrauenswürdiger sind." *ens* ◄

Foto: Shutterstock/Tom Wang