

brand afternoon 1

„Dialog – Die Kunst des Markenflirts“, 17.05.2006

Immer lächeln

Flirttrainer Stephan Landsiedel betont die Bedeutung des eigenen USP, warnt vor Verpackungsfehlern und gibt Tipps fürs ganz persönliche Beziehungsmarketing.

Dass Wissen über Flirten auch für das Marketing hilfreich sein kann, leuchtet ein. Schließlich lassen sich Analogien zur geschäftlichen Kontaktaufnahme und Beziehungspflege herstellen. Aber umgekehrt: Nutzt Marketing-Know-how, wenn man den privaten Flirt sucht? Oder anders gefragt: Sind Marketing-Spezialisten die besseren Beziehungsknüpfer?

NLP-Trainer und Flirt-Experte Stephan Landsiedel wechselte beim brand afternoon von wob in Viernheim gekonnt die Perspektive. Bei seinem Vortrag über „Flirt-Marketing“ transportierte er geschickt und witzig Fachbegriffe aus dem Marketing ins Privatissimum. So mancher Gast kam schnell ins Grübeln, ob bisherige Flirt-Versuche wohl daran gescheitert sein könnten, dass ihnen zu viel oder zu wenig Marketing-Überlegungen vorausgegangen sind.

Dabei erscheinen die Anleihen aus dem Marketing konsequent und logisch für die Vorbereitung eines privaten Flirts. Also, sagt Landsiedel, sollte man sich – wie es ein echter Marketer aus dem Beruf kennt – zunächst mal wichtige Basisfragen stellen. Welches Ziel peile ich an – lockeres Dating oder eine feste Beziehung? In welcher Liga spiele ich – und welche Ziele sind überhaupt erreichbar? Wie viel Aufwand bin ich bereit, für die Flirt-Aktivitäten zu treiben? Und: Was ist mein einzigartiges Nutzenversprechen – sprich: Worin liegt mein USP? Und als ob Flirten die natürlichste Marketing-Aufgabe der Welt sei, betont Landsiedel: „Je genauer die Zielgruppe bestimmt ist, desto leichter kann der Marketing-Plan daran ausgerichtet werden.“

Der Trainer glänzte auch mit empirischem Wissen, sozusagen als Marktforscher in Flirtfragen. So legt eine deutsche Frau besonderen Wert auf folgende männliche Eigenschaften: hohes Einkommen, gutes Aussehen, guter gesellschaftlicher Status, Ehrgeiz und Zielstrebigkeit, Zuneigung zu Kindern. Er darf gerne drei bis vier, jedoch maximal neun Jahre älter sein als sie.

Umgekehrt sollten sich Männer genau überlegen, wie sie sich positionieren wollen – eher als Versorgungstyp oder eher als Verführertyp. Letzterer ist auf ein Abenteuer aus und das sollte er seiner „Zielgruppe“ auch klar demonstrieren. Schließlich geht es hier um knallharte Positionierungsfragen. Also, rät der Flirt-Trainer: „Betonen Sie Ihr maskulines Auftreten, Ihr Selbstbewusstsein, Ihre Souveränität und Ihre Abenteuerlust.“ Der Versorgungstyp dagegen ist auf eine feste Beziehung aus, und auch das lässt sich deutlich machen. Hier lautet die Empfehlung des Experten: „Qualifizieren Sie sich über soziale Stellung und Beruf, entsprechende Kleidung, Auto, Wohnung.“

Unabhängig von der Typenklasse sind – ja, so kann man das auch nennen – Verpackungsfehler äußerst hinderlich, um eine private Dialogkommunikation in Gang zu bringen. Auf der Mängelliste stehen unter anderem ungepflegte, nicht zum Typ passende Frisur, extremer Körpergeruch, ungepflegte Hände, mangelnde Mundhygiene, ungünstige Kleiderkombination. Viele Frauen finden zudem Schnurrbärte völlig out, zu den eher peinlichen Männer-Accessoires zählen sie Hand- und Halsketten sowie Tätowierungen.

Nach so viel Vorarbeit hängt es entscheidend vom Mediaplan ab, ob die Werbung an- und Sympathie aufkommt. Wie im richtigen Marketing-Leben ist auch jetzt die richtige Entscheidung schwierig. Soll man zum Beispiel auf Direktkommunikation setzen, etwa durch Kontaktanzeigen in der Zeitung oder in Online-Single-Börsen? Nach einer Umfrage bevorzugen 61 Prozent als beste Kennenlern-Situation private Partys, immerhin 52 Prozent nennen den Arbeitsplatz und 31 Prozent votieren für das Internet. Discos, Kneipen, Gaststätten landen mit einem Wert von 27 Prozent nur auf Rang 4 und ziemlich wenig verspricht sich die Mehrheit von Kontaktanzeigen in Zeitungen. Nur jede/r Zwanzigste bevorzugt diesen Kommunikationskanal.

Wer bis hierhin alles richtig gemacht hat und dann wie ein zerknirschtes Mauerblümchen auftritt, braucht später nicht lange nach Misserfolgsgründen zu suchen. „Eine positive, selbstbewusste Ausstrahlung ist Grundvoraussetzung, damit ein Flirt gelingen kann“, betont Landsiedel. Denn: „Die Stimmung macht den Flirt.“ Selbst wenn der Tag bislang bescheiden lief, der Haushamster krank und das Konto überzogen ist: Immer lächeln! Aufrechte Körperhaltung, positives Denken, sich erinnern an selbstbewusste Momente – mit dieser optimistischen Kombination kann der Coup des Abends gelingen.

Weil der erste Schritt und damit auch der erste Satz immer der schwierigste ist, folgt an dieser Stelle purer Nutzwert. Wie beginnt man – erfolgversprechend – ein Gespräch? So außergewöhnlich klingen die Tipps des Flirt-Trainers gar nicht. Vielleicht haben sie sich deshalb so sehr bewährt. Hier also die Liste der Eisbrecher: Machen Sie ehrliche Komplimente, thematisieren Sie die unmittelbare Umgebung, seien Sie humorvoll und zuvorkommend (etwa durch kleine Angebote (Feuer, Getränke)), sprechen Sie über ein gemeinsames Hobby oder Liebhabereien, bitten Sie spontan um Hilfe oder eine Auskunft, beobachten Sie Ihr/e Gegenüber erkennbar (nicht aufdringlich) und – lächeln!

Die vielleicht wichtigsten Minuten für die beim Marken-Nachmittag anwesenden Männer folgten danach: Wie ist zu erkennen, dass Frauen die Flirt-Ampel von rot/gelb auf grün stellen? Das ist der Fall, wenn sie Blickkontakt initiiert, ihm (mit offenem Mund) oft zulächelt, ihren Kopf nach hinten wirft, ihren Nacken zeigt, sich selbst berührt, ihre Augen weit öffnet, ihm zuzwinkert und ihren Kopf zur Seite legt. Etwas grober sendet der Mann seine Zustimmung. Er richtet seinen Körper auf, steht mit offenen Beinen da, demonstriert seine Männlichkeit, lächelt sie an, sucht häufigen Blickkontakt und – ja, auch das – spuckt große Töne.

Wenn die private Kontaktabahnung ganz gut läuft, aber unfreiwillig unterbrochen wird, muss das noch nicht der Anfang vom Ende sein, sondern nur das zwischenzeitliche Ende eines Anfangs. Deshalb in solchen Situationen nicht sagen „Schade. Tschüs.“. Viel besser sind Sätze wie „Es war nett, sich mit Ihnen zu unterhalten. Wollen wir das Gespräch ein anderes

Mal fortsetzen?“ oder „Es war sehr nett. Darf ich Sie anrufen?“. Solche Formulierungen sind immer gut, ob im Privaten oder im Business.