

# TAKTILE WAHRNEHMUNGEN BEIM VERHANDELN

---

Drei Wissenschaftler in den USA haben die Auswirkung von taktilen Wahrnehmungen auf unsere Vorstellungen und Entscheidungen sowie insbesondere auf unser Verhalten beim Verhandeln untersucht. Ihre Erkenntnisse sind ziemlich überraschend<sup>1</sup>.

Sie haben geprüft, wie das Berühren von Objekten und die Wahrnehmung ihres Gewichts, der Textur ihrer Oberfläche sowie ihrer Härte unsere Eindrücke über *gar nicht damit verwandte Ereignisse und Situationen* beeinflussen – und dies völlig unbewusst. Sie konnten zeigen, dass wir die Tendenz haben, Gewicht (schwer/leicht) u.a. mit Ernsthaftigkeit und Wichtigkeit zu verbinden. Infolgedessen führte eines ihrer Experimente zum Ergebnis, dass Kandidaten, deren Akten lediglich 350 Gramme wogen, schlechter beurteilt wurden als Anwärter, die dem Interviewer zwei Kilo schwere Bewerbungsunterlagen überreichten!

Was Verhandeln betrifft, gestalteten die Forscher das folgende Experiment: sechshundachtzig Personen wurden gebeten, entweder auf harten Holzstühlen oder auf weich gepolsterten Sitzen Platz zu nehmen. Dann stellten sich diese Personen vor, dass sie dabei waren, den Kauf eines neuen Wagens auszuhandeln. Nachdem sie einen ersten Preis genannt hatten (den der Autohändler abgelehnt hatte), mussten sie jetzt einen zweiten Preis nennen. Dieses Experiment zeigte, dass die Personen, die auf dem harten Stuhl Platz genommen hatten, sich den Autohändler als beharrlicher und weniger emotional vorstellten als diejenigen, die auf dem weich gepolsterten Stuhl saßen. Zudem wurde der Unterschied zwischen dem ersten und dem zweiten genannten Preis angeschaut. Die Forscher hatten angenommen, dass die Personen, die auf dem harten Stuhl saßen und den Autohändler als besonders beharrlich und emotionslos betrachteten, weniger bereit wären, in der zweiten Runde einen höheren Preis anzubieten, als diejenigen, die auf dem weichen Stuhl saßen. Diese Annahme wurde bestätigt.

## Kommentare

Die im Artikel beschriebenen Ergebnisse sind aus unserer Sicht nicht leicht zu interpretieren – was uns übrigens einer der Autoren bestätigt hat.

Einerseits scheint es unbestritten zu sein, dass taktische Wahrnehmungen sowohl das Bild beeinflussen, das wir uns von einer anderen Person machen, als auch unser Verhalten und unsere Entscheidungen gegenüber dieser Person.

Andererseits sind andere Annahmen als diejenigen, die von den Forschern getroffen wurden, denkbar – z.B.:

- Unabhängig von seinem Eindruck über den Autoverkäufer wird das Sitzen auf einem harten Stuhl den Käufer dazu verleiten, "härter" zu verhandeln – d.h.: weniger Bereitschaft zu zeigen, einen höheren Preis in Betracht zu ziehen.
- Der Eindruck, dass der Autohändler beharrlich und emotionslos ist, könnte zum Gegenteil führen, als was im Experiment beobachtet wurde – d.h.: Der Käufer könnte denken, dass er seine Preisvorstellungen wesentlich erhöhen muss, um eine Chance zu haben, den Autohändler umzustimmen.

---

<sup>i</sup> Ackermann, J. M., Nocera, C. C. and Bargh, J. A.: [Incidental Haptic Sensations Influence Social Judgments and Decisions](#), Science, Vol. 328, 25 June 2010