

## **Autoritäten und andere Menschen**

In einem Buch über die „Psychologie des Überzeugens“ wird von einem Experiment aus den USA berichtet. Die Versuchsperson ging trotz roter Ampel über die Straße. In der ersten Serie war sie bescheiden gekleidet und hatte staubige und ausgelatschte Schuhe. In der zweiten Serie trug sie Anzug mit Krawatte und gut geputztes Schuhwerk. Was passierte? Dem „ordentlichen“ Zeitgenossen folgten 3 ½ mal so viele Passanten in seinem gar nicht so ordentlichen Tun, während der ärmlich gekleidete nur wenige Nachahmer fand.

„Kleider machen Leute“ sagt das Sprichwort und bringt damit das Ergebnis der amerikanischen Forscher zum Ausdruck: Als Autorität wird der anerkannt, der sich mit entsprechenden Symbolen ausstattet. Der Dokortitel hat eine ähnliche Funktion, ein großes Auto signalisiert Wohlstand, und in manchen Gegenden muss man ein reines Hochdeutsch sprechen, weil Dialekt eher die Zugehörigkeit zur Unterschicht andeutet.

Im Betrieb gibt es nicht wenige Menschen, die sich genau nach diesem Muster verhalten. Wie soll man mit diesem Phänomen umgehen? Wenn man keinen Krach provozieren will, wird man die äußeren Insignien von Macht und Einfluss nicht in Frage stellen. Eine Bemerkung, der Anzug sitze schief und sei auch etwas groß, ist keine vertrauensbildende Maßnahme, und die Frage: „Wo haben Sie denn Ihren Dr.-Titel her?“ trägt nicht zur besseren Verständigung bei.

Aber: Wenn man den Mechanismus kennt, kann man sich gegen das Ernstnehmen scheinbarer Autoritäten wappnen. Der Krawattenträger hat keineswegs immer Recht, und auch das auf dem Parkplatz stehende Prunkauto sagt gar nichts darüber, dass sein Besitzer wirklich etwas von Ökonomie versteht. Wenn es um die Sache geht, muss man sich die Äußerlichkeiten wegdenken.

Das ist manchmal gar nicht so einfach. Australischen Studenten wurde in einem anderen Versuch ein „Mann aus Cambridge“ vorgestellt. Bei der ersten Gruppe war er Student, bei der zweiten Assistent, bei der dritten Dozent und bei der vierten Professor. In der Auswertung wurden die Anwesenden u.a. gefragt, wie groß denn der Gast aus dem fernen England gewesen sei. Die vierte Gruppe, wo er als Professor aufgetreten war, hatte ihn 10 cm größer in

Erinnerung als die erste Gruppe, wo es sich nur um einen „Studenten“ gehandelt hatte. Gegen selektive Wahrnehmung sind wir alle nicht gefeit.

Bisweilen kann es auch hilfreich sein, sich selbst als Autorität zu verkleiden. Da wird man dann plötzlich richtig ernst genommen, weil der Anzug auch von Armani sein könnte. Nur sollte man nicht auf die Wahnsinnsidee verfallen, man gehöre nun selbst zu den Großen dieser Welt und könne bei unangenehmen Problemen einfach „basta!“ sagen...

Fundstelle: Der Betriebsrat (dbr) Heft 10/2006