

ICH GEBE. ICH NEHME.

Das Prinzip der Reziprozität beruht auf dem uralten Geheimnis des Gebens und Nehmens. Will ich etwas von Dir, so gebe ich Dir etwas vorab. Will ich Dich zu etwas bewegen, trete ich zunächst in Vorleistung. Das Prinzip arbeitet mit dem Gefühl der Verpflichtung. Wir fühlen uns verpflichtet, dem anderen etwas zurückzugeben, wenn wir von ihm etwas erhalten haben.

Diese Regel kennt jeder von uns, wenn es darum geht, jemandem einen Gefallen zu tun. Hat uns jemand einen Gefallen getan, fühlen wir uns verpflichtet, ihm/ihr ebenfalls einen Gefallen zu tun. Es fällt uns sogar schwer, diese Bitte um einen Gefallen abzulehnen. Das Prinzip der Reziprozität ist eine gesellschaftlich erlernte Regel, an die wir uns halten.

ZWEI BEDINGUNGEN DES PRINZIPS

Damit das Prinzip funktioniert, braucht es zwei entscheidende Bedingungen, die erfüllt sein müssen:

1. Die Ausgleichsbedingung: Dass, was ich nehme und gebe, muss in einem vernünftigen Verhältnis stehen. Wenn Sie einen Botengang zur Post für eine Kollegin übernehmen, können Sie nicht erwarten, dass die Kollegin im Gegenzug Ihre zweiwöchige Urlaubsvertretung übernimmt. Wenn Sie sie dagegen bitten, Sie in der kommenden Woche in einem einstündigen Meeting zu vertreten, stehen die Chancen sehr gut, dass dies klappt.
2. Die Adäquatsbedingung: Dass, was die/der andere tun oder geben soll, muss sozial und emotional angemessen sein. Einen Gefallen einzufordern, der illegal/kriminell ist und/oder anderen Menschen schadet, hat wenig Chancen auf Reziprozität. Dies mag in kriminellen Milieus natürlich anders aussehen.

Sie können das Prinzip der Reziprozität in zwei Varianten anwenden, je nach Kontext und Thema:

Potenziale von Mitarbeitern und Teams erkennen, fördern und nutzen.

- ❖ TRAININGS FÜR ANSPRUCHSVOLLE KOMMUNIKATION UND
- ❖ COACHING FÜR TEAMS UND SOLCHE, DIE EINS WERDEN WOLLEN

findest Du hier: [co.zwei coaching & training](#)

DIE GRATISPROBE

Allseits bekannt und doch wird diese Möglichkeit oft zu wenig ausgeschöpft. Jeder von uns kennt die Probierstückchen in der Bäckerei, die Mini-Flacons in einer Parfümerie, die Gratisproben an der Kasse im Drogeriemarkt. Denken wir die Gratisprobe weiter, geht es darum, für jemand anders gratis in Vorleistung zu treten.

Eine Gratisprobe an Kund*innen zu verteilen, beißt sich inzwischen vielfach mit etwaigen Compliance-Regeln. Dagegen können zusätzliche Gratisleistungen (Garantien, Services, Zusatzleistungen, Probephasen etc.) durchaus überzeugend sein. Möchten Sie Kolleg*innen überzeugen, tun Sie ihnen einen Gefallen, damit sie sich verpflichtet fühlen, diesen Gefallen zu erwidern. So steigern Sie die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Ideen und Vorschläge sich besser durchsetzen. Möchten Sie Ihren Partner von einer bestimmten Aktivität (Ausflug, Sport, Kino etc.) am Wochenende überzeugen, so treten Sie am besten mit einer Aktivität in Vorleistung.

2-STUFEN-TAKTIK

Bei dieser Taktik gehen Sie in zwei Schritten vor. Dabei ist der erste Vorschlag bewusst überzogen, sodass Sie dann im zweiten Schritt Ihr eigentliches Ziel formulieren und erreichen können. Der zweite Schritt ist somit das Zugeständnis, das erwidert werden will – als Eingehen auf den zweiten Vorschlag. Wichtig ist, dass Sie nur leicht überziehen und es nicht übertreiben. Übertreibungen können als unverschämt, arrogant und respektlos empfunden werden. Und dann fehlt die Basis für die weitere Argumentation.

Typischerweise greift diese Taktik gut in Verhandlungssituationen, wenn es darum geht, möglichst viele der eigenen Ziele, Wünsche und Bedürfnisse durchzusetzen. Sie fordern zum Beispiel eine leicht überzogene Gehaltssteigerung, um Ihre eigentlich anvisierte Marke oder eine alternative Gratifikation (Fortbildung, Firmenwagen, Provision etc.) zu erreichen.

Oder: Sie bieten Ihren Kund*innen bewusst hochpreisige Produkte und/oder Dienstleistungen an, um im zweiten Schritt die moderaten Preisvarianten anbieten und verkaufen zu können.

Oder: Sie fragen eine/n Freund/in, ob Sie sich ihr/sein Auto einmal ein ganzes Wochenende leihen dürfen, obwohl Sie es nur am Samstagvormittag bräuchten. Die Chance, dass Sie es Samstagvormittag auch bekommen, ist hierbei sehr hoch.

Geben Sie, treten Sie in Vorleistung (auch ungefragt), machen Sie im Vorfeld Zugeständnisse, tun Sie Gefallen, bieten Sie Hilfe an und Sie haben wesentlich höhere Chancen, Menschen von sich und Ihren Anliegen zu überzeugen.

Potenziale von Mitarbeitern und Teams erkennen, fördern und nutzen.

- ❖ TRAININGS FÜR ANSPRUCHSVOLLE KOMMUNIKATION UND
- ❖ COACHING FÜR TEAMS UND SOLCHE, DIE EINS WERDEN WOLLEN

findest Du hier: [co.zwei coaching & training](#)