

# INS GESICHT GESCHRIEBEN

Wie lassen sich Gefühle digital analysieren – und was bedeutet das für Verkaufsgespräche? An der FHWien der WKW wird Gesichtserkennungs-Software verwendet, um dem perfekten Verkaufsgespräch auf die Spur zu kommen.

VON DENISE BÖHM



**F**reude, Wut, Überraschung, Angst, Verachtung, Traurigkeit und Ekel – das sind die sieben von Geburt an vorhandenen Basisemotionen, definiert in den 70er-Jahren vom Psychologen und Anthropologen Paul Ekman. Diese sind über alle Kulturen hinweg gleich und uns allen ins Gesicht geschrieben. Und genau diese Tatsache macht sie messbar. Auf dieser Erkenntnis baut das Facial Coding System auf, das Ilona Pezenka, Senior Researcher an der FHWien der WKW, für ihre Forschungsarbeiten im Bereich Marketing & Sales nützt.

» DIE MÖGLICHKEITEN IN DER  
EMOTIONSMESSUNG SIND EXTREM  
VIELFÄLTIG. « ILONA PEZENKA

»Früher haben speziell ausgebildete Menschen die Mimik der Probanden studiert und den Basisemotionen zugeordnet«, erklärt Ilona Pezenka. »Heute ist dies mit einer Software möglich.« Mittels Gesichtserkennung

werden einige vordefinierte Punkte am Gesicht – beispielsweise am linken Lidrand oder am rechten Mundwinkel – analysiert. Wird die mimische Muskulatur eingesetzt, gleicht der Algorithmus die Lage der Punkte mit der Datenbank ab und schließt auf die jeweilige Emotion. »Dabei ist es nie nur eine einzige Basisemotion, sondern viel eher ein Spektrum aus mehreren Gefühlen.« Studien attestieren dem Verfahren eine Trefferquote von über 90 Prozent.

Diese Art des Emotion Tracking, kombiniert mit Hautwiderstandsmessung und Blickerfassung, lässt sich in der Praxis in verschiedensten Bereichen anwenden. So erforschte man an der FHWien der WKW schon die Wirkung von Werbemitteln, die Usability von Websites oder auch Verkaufsgespräche. Letzteren widmete Ilona Pezenka gemeinsam mit David Bourdin (Teaching & Research Associate) ihre aktuelle Publikation mit dem Titel »The Relationship between Seller Personality and Buyer Evaluations: Facial Expressions as Moderators«.

## Emotionalität signalisiert Engagement

Mittels Facial Coding System wurden simulierte Verkaufsgespräche zwischen Studierenden des Bachelor-Studiengangs Marketing & Sales live ausgewertet. Anschließend wurde das Gespräch vom »Käufer« und den zusehenden Studierenden bewertet. Mit interessanten Ergebnissen: Generell zeugt die emotionale Ausdrucksfähigkeit von hohem Engagement. Gespräche, in denen der »Verkäufer« häufiger Emotionen zeigt, werden insgesamt besser bewertet. Der Freude kommt eine besondere Rolle zu – diese wird vor allem in der Eröffnungsphase häufig ausgedrückt, im späteren Gesprächsverlauf kommt Überraschung hinzu. VerkäuferInnen, die die Mimik, Gestik und eine offene Körperhaltung einsetzen, wirken authentischer. Wenn es um den Preis geht, so lohnt es sich, die Mimik stark einzusetzen, um souverän und überzeugend zu wirken.

## Emotionen nach dem Kauf

All diese Erkenntnisse fließen in die laufenden Sales-Trainings an der FHWien der WKW ein. Das

Facial coding, die Emotionsmessung anhand des Gesichtsausdrucks, ist für Trefferquoten von über 90 Prozent gut.



Ilona Pezenka setzt Techniken der Gesichtserkennung zur Analyse von Verkaufsgesprächen ein.

Equipment für die Emotionsmessung wird in unterschiedlichen Studienbereichen verwendet. »Es ist völlig mobil und kann in verschiedenen Situationen eingesetzt werden. Man benötigt nur einen Laptop mit Kamera – natürlich ausgestattet mit der richtigen Software«, so Pezenka. Die Studierenden an der FHWien der WKW können die Ausstattung auch für ihre Masterarbeiten ausleihen. Daraus ergaben sich bereits viele spannende Forschungsarbeiten zu mannigfaltigen Anwendungsmöglichkeiten in der Praxis – zum Beispiel rund um die Themen Chatbots, Destinations-Image im Tourismusbereich oder NGO-Werbespots. »Die Möglichkeiten in der Emotionsmessung sind extrem vielfältig. Für die nächsten Jahre haben wir uns vorgenommen, auch das Verkaufsergebnis – Abschluss ja oder nein – und die Emotionen des Käufers in die Forschung einfließen zu lassen«, umreißt Ilona Pezenka ihre nächsten Projekte. ■

## WAS MAN VON DEN ERKENNTNISSEN DER EMOTIONSMESSUNG MITNEHMEN KANN

### Frauen lächeln häufiger

Bei der Analyse der Verkaufsgespräche traten auch Unterschiede zwischen den Geschlechtern zutage: So zeigten sich Frauen deutlich expressiver, Emotionen konnten signifikant häufiger als bei Männern ausgemacht werden. Freude wurde sogar doppelt so häufig ausgedrückt. Männliche Studierende waren in der Mimik deutlich reduzierter. Frauen werden dadurch als empathischer wahrgenommen und letztendlich besser beurteilt. »Dies bestätigt auch einige gängige Theorien, etwa jene, nach der Frauen in ihrer Sozialisierung als ›die Schwächeren‹ dazu erzogen werden, mehr zu lächeln, während Männer ein aggressiveres Verhalten zeigen dürfen«, erklärt Ilona Pezenka, Senior Researcher an der FHWien der WKW.

### Tipps für Verkaufsgespräche

- Setzen Sie Mimik, Gestik, Körperhaltung und Stimmlage bewusst ein.
- Trauen Sie sich, Emotionen zu zeigen – das wirkt engagiert und authentisch.
- Vor allem in der Preisverhandlung ist die Mimik der König.
- Freude und positive Gefühle wirken sich positiv auf den Gesprächsabschluss aus.
- Unaufgeregte und gelassene VerkäuferInnen wirken kompetenter.
- Smalltalk in der Eröffnungsphase wirkt sich positiv auf das wahrgenommene Engagement aus.
- Wer Selbstkontrolle signalisiert, hat mehr Erfolg in Verkaufsgesprächen.

Authentizität beim Verkaufsgespräch erhöht die Glaubwürdigkeit.

