

Kommunikation

Februar 2010

Gewaltfreie Kommunikation • NLP • Business

Seminar

Coaching • Mediation • Pädagogik • Gesundheit

Klartext mit GFK

Friedemann Schulz von Thun und Gerlinde R. Fritsch diskutieren



K&S ist das Magazin für Profis, die Menschen in Veränderungsprozessen begleiten.

Die Zeitschrift wendet sich an Berater, Coaches, Therapeuten, Manager und vermittelt Wissen zu modernen kommunikativen Methoden. K&S erscheint alle zwei Monate aktuell beim Junfermann Verlag, Paderborn. www.ks-magazin.de



Krise und Empathie

Was Manager bewegen können



Blick in die Seele

Zeichnen im Coaching



Der Kopf läuft mit

Saisonstart für Mental Marathon

Nie macht man es Ihnen Recht!

Von Andrea König-Wenskus

Wirklich „nie“?

Mit Milton, Meta & Friends lassen sich Sprachmuster effektiv im Training nutzen.

Wer als Trainer oder Coach tätig ist, hat sie sicher in der einen oder anderen Form schon einmal kennen gelernt – schwierige Teilnehmer. Nahezu jeder Trainer hat seine persönliche Strategie entwickelt, wenn sich Teilnehmer nicht motivieren lassen, alles besser wissen, nie mit der Aufgabenstellung klar kommen oder viel länger Zeit brauchen als alle anderen.

Kommunikationsmodelle geben uns Möglichkeiten an die Hand, unsere Teilnehmer in der richtigen Art und Weise anzusprechen und so Widerständen vorzubeugen. Aus dem Neurolinguistischen Programmieren (NLP) bieten sich vor allem das Milton-Modell, die Meta-Programme und Meta-Fragen an, um einen positiven Einfluss auf die Trainingsatmosphäre zu nehmen.

Einfacher mit Milton

Das Milton-Modell der Sprache basiert auf den hypnotischen Sprachmustern von Milton Ericksson. Vielleicht haben Sie selbst schon einmal die Erfahrung gemacht, wie durch unspezifische Sprache Assoziationen in Ihnen geweckt wurden, und Sie im Nachhinein gar nicht mehr sagen konnten, was genau Ihr Gegenüber eigentlich mitgeteilt hat. Diesen Effekt können Sie im Training nutzen, um jeden Teilnehmer in der für ihn passenden Art und Weise zu motivieren. Die Sprachmuster bewir-

ken eine Art Trancezustand, in dem die Zuhörer sanft dazu gebracht werden, sich dem neuen Wissen zu öffnen. Sie suchen ganz automatisch nach Beispielen aus ihrer Erlebenswelt und schaffen dadurch einen persönlichen Bezug zum Seminarthema.

Eine Kategorie dieser Sprachmuster sind die Nominalisierungen. Wird eine Tätigkeit nominalisiert, also z.B. „Zusammenarbeit“ statt „zusammen arbeiten“, versucht der Zuhörer den getilgten aktiven Teil zu ergänzen. Das bedeutet, dass er die Aussage mit Hilfe seiner inneren Bilder interpretieren muss. Sagen Sie als Trainer also: „... und Zusammenarbeit und das Testen von Möglichkeiten können beim Lernen helfen“, so werden Teilnehmer ganz von selbst überlegen, welche Erfahrungen sie dazu gesammelt haben und was sie selbst für „Zusammenarbeit“ und „Testen“ tun.

Weitere Kategorien sind Substantive oder Pronomen mit unspezifischen Bezugsindices. Wenn Sie zum Beispiel zur Mitarbeit motivieren möchten und darauf hinweisen, was frühere Seminarteilnehmer durch die Übung an Positivem erlebt haben, setzen Sie einen



Rahmen. Ihre Teilnehmer suchen dann in der Regel während der Übung unbewusst nach Beweisen für dieses positive Erleben und machen sich so selbst zu Akteuren.

Meta-Fragen: Und wie genau?

Während Sie sich noch einmal den zweiten Satz dieses Artikels anschauen (Teilnehmer, die „alles besser wissen ...“), können Sie überlegen, wann Sie zuletzt Lernende hatten, die sich selbst mit Generalisierungen unnötige Einschränkungen auferlegen. Aussagen wie „ich weiß *nie*, was Sie von mir wollen“ können Sie mit Meta-Fragen auflösen. Wenn Sie nachfassen („... wirklich *nie*?“), wird meist sehr schnell deutlich, dass der Teilnehmer durchaus schon Anweisungen von Ihnen verstanden hat und richtig umsetzen konnte. Sicherlich war das schon der Fall, wenn es darum ging, in die Pause zu gehen!

Eine andere Art von Einschränkungen sind Modaloperatoren. Äußert ein

unzufriedener Seminargast: „Immer muss ich auf meinen Übungspartner Rücksicht nehmen“, können Sie auch hier wieder einhaken und ihn fragen, was passieren würde, wenn er keine Rücksicht nähme. Dadurch kommt der Teilnehmer aus seiner „Sackgasse“ heraus und wird dazu angeregt, seine einseitige Sichtweise zu hinterfragen.

Spannend sind auch so genannte Universalquantoren. Manche Menschen verstecken sich hinter unspezifischen Subjekten: „Jeder hat Schwierigkeiten mit der Aufgabe.“ Auch hier können Sie als Trainer hinterfragen: „Wer denn genau?“ Das aktiviert das Erleben und bringt Ihr Gegenüber dazu, selbst die Verantwortung für sich zu übernehmen.

Indem Sie seinen verengten Fokus und damit das Modell der Welt erweitern, bekommt Ihr Seminargast wieder Zugang zu freien Ressourcen und merkt, dass er Wahlmöglichkeiten hat. Bei den Meta-Fragen ist Fingerspitzengefühl angebracht, damit die Intervention nicht zur Inquisition gerät.

Motivationsauslöser

Während Ihres Traineralltags haben Sie vielleicht auch schon einmal die Erfahrung gemacht, dass manche Teilnehmer direkt loslegen wollen, andere aber zuerst den Ablauf erklärt haben möchten. Dies ist ein Beispiel für unterschiedliche Meta-Programme. Darunter versteht man im NLP jene Muster, nach denen Menschen ihr Modell der Welt strukturieren. Eine praxistaugliche Komprimierung der Meta-Programme bietet das LAB-Profil, das sich auf 14 Muster beschränkt (siehe Kasten).

In unserem Beispiel haben die einen Teilnehmer ein proaktives, die anderen ein reaktives Muster. Dieser Tatsache Rechnung zu tragen, sorgt von Anfang an für zufriedenere Seminargäste, denn diese fühlen sich in ihrer Welt abgeholt. Wenn Sie noch nicht wissen,

Das LAB-Profil (Language and Behaviour profile) wurde von Rodger Bailey und Shelle Rose Charvet auf Basis der NLP-Meta-Programme entwickelt. 14 Kategorien machen den Zusammenhang zwischen Sprachstruktur und Verhaltensmuster einer Person in einem bestimmten Kontext deutlich. Durch einfache Fragen und genaues Zuhören wissen wir, was ihre Motivation anfährt und wie ihre Informationsverarbeitung abläuft.

A. Motivationale Merkmale

1. Niveau: Handelt jemand sofort oder analysiert er erst die Situation?
2. Kriterien: Welche Schlüsselwörter wecken Emotionen?
3. Richtung: Möchte jemand ein Ziel erreichen oder Probleme vermeiden?
4. Quelle: Entscheidet jemand selbst oder braucht er Feedback?
5. Grund: Wird jemand durch Möglichkeiten oder Strukturen motiviert?
6. Entscheidungsfaktoren: Wie oft und stetig braucht jemand Veränderungen?

B. Informationsverarbeitung

7. Informationsgröße: Braucht jemand viele Details oder nur die Eckdaten?
8. Richtung der Aufmerksamkeit: Achtet jemand auf die Signale anderer oder auf sich selbst?
9. Reaktion auf Stress: Wie reagiert jemand auf Belastungen?
10. Stil: Übernimmt jemand gerne allein oder geteilt Verantwortung?
11. Organisation: Orientiert sich jemand an Gefühlen oder an Aufgaben?
12. Regelstruktur: Hat jemand Regeln für sein Verhalten und das der anderen?
13. Überzeugungs-Kanal: Welcher Sinneskanal ist ausschlaggebend für Entscheidungen?
14. Überzeugungs-Modus: Wie oft oder lange muss jemand Informationen erhalten?

Das LAB-Profil ist ideal geeignet für Bewerberauswahl, Verkauf und Trainingsdesign.

nach welchem Muster Ihre Zielgruppe vorwiegend wahrnimmt, verwenden Sie zunächst Sprachmuster für proaktive und reaktive Teilnehmer, um beide Gruppen zu motivieren. So könnten Sie zu Seminarbeginn vielleicht sagen: „Wir starten sofort und schauen uns erst einmal den Tagesablauf an.“

Ein weiteres wichtiges Muster, vor allem, wenn Sie Übungen anleiten, ist die Informationsgröße. Brauchen Ihre Teilnehmer nur eine kurze Info und das Übungsziel, um motiviert in die Übung zu gehen? Dann sprechen Sie lediglich die wichtigsten Punkte an. Oder haben Sie Teilnehmer, die zunächst viele Details erklärt haben müssen, um sich daraus Vorgehen und

Übungsziel zu erschließen? Dann gehen Sie sequenziell vor und geben notwendige Einzelheiten an.

Die Gehirnforschung hat herausgefunden, dass wir am schnellsten mit allen Sinnen lernen, was sich die Suggestopädie schon lange auf die Fahne geschrieben hat. Umso effektiver ist es, die Sprache der Sinne gezielt im Training einzusetzen: Verwenden Sie sinnesspezifische Vokabeln für visuelle, auditive und kinästhetische Präferenzen bei Ihren Lernenden. Versteht ein Teilnehmer die Aufgabe nicht, kann es möglicherweise hilfreich sein, den gleichen Sachverhalt in einen anderen Kanal umzuleiten. Ist das klar, stimmig, greifbar?



Andrea König-Wenskus ist NLP-Master,
LAB-Master in Wuppertal, www.skill-builder.de.