

Manipulation oder Kommunikationswerkzeug?

Neurolinguistisches Programmieren - kurz NLP - wird immer wieder sehr kontrovers diskutiert. Es soll manipulativ sein, sagen die Einen, es ist das beste Instrument der Kommunikation, sagen die Anderen.

Im Jahr 2000 war NLP im Zusammenhang mit einer Partei ein großes Medienthema, Kritiker sprachen vom Mißbrauch der „Psychotechnik“. Was von der Diskussion geblieben ist, sind offene Fragen: Wirkt NLP manipulativ oder ist es ein dienliches und wertvolles Kommunikationswerkzeug?

Es wird immer und überall manipuliert, bei jeglicher Art von Kommunikation - ein gutes Beispiel ist die Werbung. NLP ist wie ein Messer: Man kann damit Brot schneiden, aber auch jemanden verletzen - es kommt nur darauf an, welche innere Haltung der Mensch hat, der das Werkzeug einsetzt. Methodisch setzt sich NLP vor allem aus Erkenntnissen der Psychologie und Linguistik zusammen, die leicht, schnell und wirkungsvoll zur Anwendung gebracht werden. Ein Beispiel dafür sind die Zugangshinweise der Augen, die dem Gesprächspartner zuverlässige Hinweise über die fünf Sinneskanäle geben. Durch das rasche „Sehen und Hören“ des bevorzugten Sinneskanals ist ein schnelles Einstellen auf die Kommunikationsstruktur des Gesprächspartners möglich. Diese Technik bildet aber nur einen Mosaikstein der gesamten Methode und gibt Aufschluß über individuelle Denk- und Handlungsmuster.

Gerade in der Wirtschaft ist neurolinguistisches Programmieren eine der erfolgreichsten Kommunikationsmethoden.

Das Bewußtmachen der Mechanismen ist die Basis zum Verständnis der zwischenmenschlichen Kommunikationsstrukturen. Speziell in der Werbung entscheiden unbewußte Strategien über den Erfolg oder Mißerfolg einer Kampagne. Denn Werbung ist Kommunikation.

NLP in der Werbung

Dr. Gerhard Puttner, Geschäftsführer von AHA Puttner Red Cell, verwendete als einer der ersten Werbeprofis NLP erfolgreich in der Werbung. Mit NLP werden bestimmte Werte und Bedürfnisse der Kunden angesprochen.

Mit „Reframing“ ist es sogar möglich, eine „negative“ Produkteigenschaft dem Kunden wieder attraktiv erscheinen zu lassen. Puttner zeigt die Wirkung der Technik mit seinem legendären „Crisan ist sauteuer, aber es wirkt“. Im Practitioner Diplomlehrgang der NLP Akademie gibt Dr. Gerhard Puttner als Gasttrainer Einblicke in die Umsetzung bewährter NLP-Techniken in der Werbung. Ein Beispiel dafür ist die Arbeit mit der inneren Zeitstruktur, der sogenannten Timeline. Warum lassen Werbefachleute auf Plakaten die Autos von links nach rechts fahren? Im Westen wird die linke Seite mit der Vergangenheit und die rechte Seite mit der Zukunft assoziiert. Das heißt, der Kunde fährt mit „seinem“ Auto in Richtung Zukunft. Mit NLP werden Strukturen der subjektiven Wahrnehmung sichtbar, nachvollziehbar und damit auch veränderbar gemacht. Speziell in der Werbung erweist sich NLP als eines der effizientesten Tools für strategische und bewußte Gestaltung der Kommunikation.

NLP als Management-Tool

NLP gilt vor allem in der Wirtschaft längst als das Werkzeug für erfolgreiche Kommunikation, Persönlichkeitsentwicklung und Zielerreichung; schließlich verbringen Manager und Führungskräfte laut einer Studie (SQ 21 vom Mai 2005) mehr als 70 Prozent ihrer Arbeitszeit mit Kommunikation und haben es somit direkt in der Hand, die Qualität und Ergebnisse ihrer Gespräche zu gestalten und zu führen.

Der NLP geschulte Manager, läßt zum Beispiel zwei im Konflikt stehende MitarbeiterInnen die verschiedenen Wahrnehmungspositionen durchlaufen - quasi „in die Haut des Konkurrenten schlüpfen“ und danach die Situation aus einer übergeordneten Metaebene betrachten. So wird es den MitarbeiterInnen möglich, ihren Wahrnehmungsfokus zu erweitern, Hintergründe und Bedürfnisse des Gegenübers zu erkennen und zu verstehen. Mit der Zunahme

*René Otto Knor,
Geschäftsführer
der NLP
Akademie, seit
1997 Trainer
und Coach.*



an Projektumsetzungen steigt auch die Anforderung an die eigene Verhaltensflexibilität um rasche und erfolgreiche Ergebnisse zu erzielen. Gerade hier unterstützt zum Beispiel das schnelle Erkennen der individuellen Metaprogramme, das sind übergeordnete Denkstrukturen, die erfolgsorientierte Umsetzung. Denn es macht einen Unterschied, ob eine Person „hinzu“ im Sinne von „ich möchte reich werden“ oder „weg von“ - „ich möchte nie wieder arm sein“ motiviert ist. Diese Techniken bilden die Grundlage neuer Lösungen und deren Umsetzung in der Berufswelt. NLP führt sehr rasche und effektive Veränderungsprozesse herbei - was in unserer schnelllebigen Zeit eine Voraussetzung zum Erfolg ist.

NLP-Special für Out-of-Home-LeserInnen

NLP verbindet durch gelungene Kommunikation Menschen innerhalb und außerhalb des Unternehmens und schafft wertvolle Beziehungen. „Wir bieten NLP als Kommunikationswerkzeug für Menschen, die rasch Ihre Ziele umsetzen wollen. Im Basic-Seminar kann man sich schnell selbst ein Bild machen und entscheiden, ob man weiter machen will oder nicht“, so René Otto Knor, Gründer der NLP Akademie und seit 1997 Trainer und Coach für Persönlichkeitsentwicklung und Kommunikation.

NLP Basic Seminar:

Freitag, den 28. und Samstag, den 29. März 2008
Ermäßigter Tarif € 180,- statt € 240,-

NLP Practitioner Diplomlehrgang:

4 Blockveranstaltungen: von April bis Juli 2008
Ermäßigter Tarif € 2.375,- statt € 2.500,-

Anmeldung:

NLP Akademie
Mag. (FH) Alexandra Forchtner
Grünangergasse 7/2
A-1010 Wien
Tel: +43 (1) 368 45 78
www.nlpakademie.at
alexandra.forchtner@nlpakademie.at