Kommunikationsstark werden[1]

Starke Kommunikation ist nicht nur das Resultat rhetorischer Techniken. Wer seine Kommunikationskraft erhöhen will, muss ganzheitlich ansetzen und viele Faktoren in den Blick nehmen, die die kommunikative Stärke beeinflussen. Das Triple Modell von Dr. Stefan Hölscher kommunikativer Gestaltungskraft zeigt die wesentlichen Stellhebel auf.

Stellhebel auf der Ebene der Persönlichkeit

Selbstvertrauen

Wer grundsätzlich überzeugt ist, ein wertvoller Mensch zu sein, und wer ein gutes Bewusstsein seiner eigenen Stärken und Leistungen hat, bringt gute Grundlagen als starker Kommunikator mit. Er behält z.B. bei Schwierigkeiten die Ruhe und kann gut auf sein Gegenüber eingehen.

Drive

Egal, was geschieht: Jemand, der „Drive" hat, akzeptiert die Gegebenheiten. Seine Haltung: Was auch immer geschieht, ich kann etwas Sinnvolles daraus machen. Das hilft in der Kommunikation - etwa dann, wenn vom Gegenüber ein harter Einwand kommt. Ein Mensch mit Drive überlegt dann: Wie kann mir der Einwand helfen, die Situation meines Gegenübers besser zu verstehen?

Körperverankerung

Kraftvolle Kommunikation ist immer auch kraftvoll verkörperte Kommunikation. Ein guter Körperbezug wird einerseits dadurch gefördert, dass man Signale des Körpers wahrnimmt und versteht, andererseits dadurch, dass man lernt, den eigenen Körper als Kraftquelle des Kommunizierens zu nutzen, also z.B. Bewegung, Positionsgestaltung und Gestik bewusst einzusetzen.

Stellhebel auf der Ebene der Interaktion mit dem Gegenüber

Empfängerorientierung

Empfängerorientierung lässt sich fördern, wenn man sich systematisch in die Welt des jeweiligen Empfängers hineindenkt - vor der Gesprächssituation, aber auch mittendrin. Wer die Welt des Empfängers besser versteht - etwa, indem er gezielt nachfragt - kann stärker kommunizieren. Denn er oder sie kann besser auf den anderen eingehen.

Zielklarheit

Zielorientiertes Kommunizieren setzt voraus, dass man sich im Klaren darüber ist, welche Botschaft man senden und welche Wirkungen man erreichen möchte. Dabei lohnt es sich, die Dinge vom Ende her zu denken: Was soll am Ende anders sein als zuvor?

Interaktionsgestaltung

Starke Kommunikation braucht starke Interaktion. Es geht darum, den anderen zu erreichen

[1] Quelle: www.managerseminare.de, Dr. Stefan Hölscher, Frankfurt/Main 2018

und zielbezogen zu aktivieren. Dafür braucht es Impulse, einen guten dramaturgischen Spannungsbogen und eine situationsangemessene Balance zwischen Senden und Empfangen, also Zuhören und Reden, Fragen und selbst Impulse setzen.

Stellhebel auf der Ebene der Kommunikationstechnik

Substanz

Kommunikative Substanz ergibt sich aus inhaltlicher Angemessenheit, Kompetenz in der Sache und guter Vorbereitung. Dementsprechend wird sie durch alles gefördert, was diesen Aspekten zugutekommen, etwa: Orientierung an Fakten, logisches Argumentieren, ausgeprägtes Sach- und Kontextwissen (Expertise) und fundierte Recherche.

Prägnanz

Prägnanz lässt sich als kompakte Klarheit und Pointierung beschreiben. Sie verleiht dem Gesagten Kontur und impulsive Kraft, und aktiviert die Aufmerksamkeit des Gegenübers. Trainieren lässt sie sich z.B. in Gesprächssituationen, in denen spontan und kurz geantwortet werden muss oder indem man sich dann übt, komplexe Sachverhalte einfach zu beschreiben.

Varianz

Durch den Wechsel etwa zwischen allgemein und konkret, exakt und metaphorisch, ernst und spielerisch, schnell und langsam, laut und leise, ausführlich und kurz wird die Kommunikation lebendig. Und das fördert das „Dranbleiben" des Kommunikationspartners