

REINHARD GRUBER

Die 6
Kommunikations-
typen

KOMMUNIKATIVE VERHALTENSPRINZIPIEN
FÜR DIE PERSÖNLICHE UND BERUFLICHE
WEITERENTWICKLUNG

© 2022 Reinhard Gruber

Illustration: Buchschmiede

Umschlaggestaltung: Buchschmiede

Druck und Vertrieb im Auftrag des Autors: Buchschmiede von
Dataform Media GmbH, Wien
www.buchschmiede.at - Folge deinem Buchgefühl!

ISBN:

978-3-99139-521-8 (Hardcover)

978-3-99139-522-5 (E-Book)



Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

*»Das größte Problem in der Kommunikation ist die Illusion,
sie hätte stattgefunden.«*

(George Bernhard Shaw)

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----|
| Einleitung | 7 |
| Die DRG-Kommunikation | 25 |
| Basis-Ebene: Das Fundament | 33 |
| INTRApersonelle Kommunikation | 49 |
| INTERpersonelle Kommunikation | 75 |
| Individuelle Kommunikations-Frequenz | 87 |
| Kommunikationstypen..... | 99 |
| TOXY | 109 |
| CHATY | 139 |
| HELPY | 149 |
| DREAMY | 157 |
| FRUSTY | 169 |
| TRUSTY | 183 |
| Resümee | 191 |

Einleitung.

„Das Schönste auf Erden ist die Gerechtigkeit,
das Beste die Gesundheit, das Süßeste aber,
wenn man erreicht, was man begehrt.“

(Aristoteles)

Kommunikation ist die Gestaltung von Beziehungen. Jeden Tag, jede Minute, jede Sekunde des Lebens. Die persönliche Fähigkeit kommunikativ proaktiv Beziehungen zu gestalten, trägt wesentlich zum persönlichen Erfolg – wie der auch immer definiert sein mag – bei. Klingt einfach, ist es aber nicht: Jeden Tag begegnen wir Menschen, die als Insasse ihres eigenen gedanklichen und emotionalen Gefängnisses völlig irrational, unverhältnismäßig, gegenteilig, unserer Erwartungen, teilweise fremd- oder gar selbstschädigend, reagieren und handeln: Selbstdarstellern, Besserwissern, Unsympathischen, Irren, Blendern, Lauten, Charismatischen, Schüchternen, Unsicheren, Neidischen, Dominanten, Feindseligen, Streitsüchtigen, Helfenden, Kontaktsuchenden, Hilfslosen, Ängstlichen, Distanzierten, Ablehnenden, Unentschlossenen, Lebenssinnsuchenden, Hilfesuchenden, Cholerischen, ... Hier wird egoinstinktiv versucht, das eigene Gedankengefängnis um jeden Preis durch kommunikatives Verhalten recht zu fertigen und zu verteidigen.

Würden sich alle Menschen, oder zumindest jene die sich im selben Setting befinden, derartige Gitterstäbe, die sich in irrationalen Verhalten äußern, aufzulösen versuchen, wäre vieles einfacher: Tiefgründigere Beziehungen, mehr Erfolg bei der Verwirklichung der eigenen privaten und beruflichen Ziele, summa summarum ein einfacheres, sinnerfüllteres Leben auf Basis des eigenen Werteportfolios. Wir verbringen viel zu viel

Zeit mit unnötigen Verhaltensweisen, teilweise in einem Umfeld, das uns im schlimmsten Falle sogar schadet. Wir wollen hier aber nicht über andere diskutieren: Der Schlüssel zum Erfolg liegt in ihnen selbst. Kommunikation ist die Gestaltung von Beziehungen, in allen Begegnungen, aber auch zu mir selbst. **Haben sie schon einmal in sich hineingehört? Wie denken sie über sich selbst? Wie sprechen sie über sich selbst? Wie sprechen andere über sie? Gibt es hier Überschneidungen? Wie kann ich die kommunikative Beziehung zu mir selbst verbessern? Hat dies Wirkungen nach außen?** Es ist gar nicht erforderlich hier großartig Neues zu lernen, das Geheimnis des Erfolges liegt hier in einem schlichten, einfachen Weglassen von erfolgsverhindernden Verhaltensweisen. Dies kann natürlich bedeuten, dass sich das gesamte Umfeld in Bewegung begibt, neue Prioritäten an das Tageslicht kommen, und gar Werte sich verändern. Aber in diesem neuen Setting läuft es dann plötzlich rund.

Ob im Straßenverkehr, beim Einkaufen, im Sportverein, im Unternehmen, in partnerschaftlichen Beziehungen, in Familien, ... rund um die Uhr wird kommuniziert und damit unser Leben gesteuert, beeinflusst und gelenkt, sowohl in die positive als auch in die negative Richtung. Umso wichtiger ist es, jene kommunikativen Faktoren zu erkennen, die in Kombination mit einem positiven Umfeld das eigene Leben positiv beeinflussen. Im Gegenzug dazu manipulierende, einen negativen Einfluss

ausübenden Typen aus dem eigenen Leben zu streichen - um nicht Spielball derer zu werden. Hört sich alles recht logisch und einfach an. Aber: Wie erkenne ich, welcher Typ wie tickt? Oder dass mir eine „Beziehung“ schadet? Dazu später.

Wir alle tragen zum Selbstschutz vor diesen kommunikativen Angreifern geeignete (rhetorische) Reaktionen in uns, die allerdings häufig durch verschiedene soziale Filter (Erziehung, Erfahrung, diverse Kommunikationstypen in unserem täglichen Umfeld) blockiert sind. Oft wissen wir schon im ersten Moment – aus dem Bauchgefühl heraus – ob uns ein Mensch guttut oder eben nicht. Würden wir gleich entsprechend unserem Bauchgefühl handeln, würden wir uns viele Korrekturen und spätere Probleme ersparen. Vielfach ist dieser natürliche Selbstschutz aber bereits derart verkümmert, dass wir nur noch nach dem Verstand – primär geprägt von den Erwartungen anderer - handeln. Geblutet von Information in einem Irrgarten von täglichen Sonderangeboten des Lebens weg von unseren Werten und Zielen führt uns jede noch so klein erscheinende Entscheidung schrittweise weg von unserem Erfolgssetting – oder: Direkt den Erwartungen unseres Umfeldes, am Arbeitsplatz, der Gesellschaft oder der Konsumindustrie und damit eben in die Hände von manipulativ Kommunizierenden.

Es geht noch weiter: Es existieren Kommunikationstypen, deren Absichten wir nicht einfach durchschauen können und die

genau wissen welche Stellschrauben sie an unserem gedanklichen Gefängniskäfig drehen müssen, um das zu bekommen, was sie gerne hätten. Das Ganze gibt es auch mit positiven Vorzeichen, insbesondere wenn wir Beziehungen zu Menschen pflegen, die uns gut gesinnt sind und uns wechselseitig bereichern.

Waren in den letzten Jahrzehnten das Internet und diverse Kommunikationsformen auf Social-Media-Kanälen entwicklungs-technisch noch in den Kinderschuhen, so haben diese Tools den Markt erobert und werden gerne dazu verwendet ganze Lebenswelten auf die online-Ebene zu verlagern – häufig mit dem Argument vieles zu „erleichtern“. Konnten sie im direkten, persönlichen (beruflichen oder privaten) Kontakt mit einem Menschen noch das Element ihres Gefühls für die Bewertung einer Situation oder der Absichten eines Menschen miteinfließen lassen, so scheidet dies in der www-Welt aus. Somit bietet sich hier die perfekte Plattform, um sich, Produkte, Dienstleistungen, mit Rollen, Eigenschaften, Fähigkeiten zu versehen, die einem im realen persönlichen Kontakt niemals abgenommen worden wären: Es lebe der Fake und das Spiel mit Emotion und Kommunikation.

Diese Veränderungen in der Kommunikationswelt haben ihre Tücken: Es wird immer schwieriger „Echtes“ von „Gefaktem“ zu unterscheiden. Das beginnt bei sozialen Beziehungen und

endet bei der Auswahl von Konsumgütern. Es muss sehr viel Energie in Form von Zeit und Geld aufgewendet werden, um der modernen Fakekommunikation nicht auf den Leim zu gehen. Auf den ersten Blick wirkt alles sehr bequem und einfach. Sie finden online Partner mit den meisten Matchingpoints, besuchen das Restaurant mit den besten Bewertungen, kaufen das Gemüse mit seiner vermeintlichen Bio-Story, gehen zum Arzt mit den meisten Sternchen und kaufen das Rennrad mit den wunderbaren Lobeshymnen von Kunden. Aber: Die Realität ist eine andere. Vieles davon ist pure Inszenierung, die durch Aufmachung und vor allem kommunikatives, emotionales Andocken an die Bedürfnisse der Kunden versucht, zu beeinflussen, zu manipulieren und zu verkaufen. Nicht falsch verstehen: „Verkaufen“ ist absolut positiv, alle leben davon, aber doch nicht Äpfel als Birnen. Vor allem, wenn sie gar nicht wussten, dass sie Birnen benötigten.

Hier stellt sich die Frage wie lange sich diese Fake-Kommunikationswelt halten können wird. Für alle Beteiligten, die ständig irgendwelche Dinge vorgaukeln und auch die, die sich diesem kommunikativen Müll hingeben müssen, oder „echte“ Information von „Fakeinformation“ zu filtern, ist die bestehende Situation anstrengend. Es sind Tendenzen der Überforderung des Einzelnen an Informationsfülle, Informationsdichte, dem vermuteten Mangel an Wahrheitsgehalt, dem Überdruß und der Absage an die

künstliche Informationswelt zu erkennen. Nicht umsonst werden bereits begleitetes „Handyfasten“ oder „Social-Media-Detox“ angeboten.

Für viele wieder eine neue Welt: Plötzlich ist es (wieder) notwendig persönlich mit jemandem zu kommunizieren. Die damit verbundene neue Gefühlswelt bringt die nächste Überforderung mit sich – dafür hat man aber den Therapeuten dabei. Das ist genau das Paradoxe an der Geschichte: Einerseits wollen Menschen Teil dieser Fake-Kommunikationswelt sein und geben brav und freiwillig alle möglichen Daten bekannt, andererseits suchen immer mehr einen Therapeuten, Coach, Guru oder wen auch immer auf, um mit den Auswirkungen dieser Fake-Welt zurecht zu kommen. Fast schon schizophren. Auch Esoterik boomt: Der Markt wimmelt nur so von Life- und Erfolgscoaches, die mit verschiedenen Rezepturen versuchen, die Aufmerksamkeit (und Zahlungsmittel) ihrer Kunden zu generieren. Dabei sind Wünsche an das Universum (typischerweise: Sportwägen aus Stuttgart, Uhren mit Krönchensymbol, dunkelbraune Handtaschen aus Paris, Sandstrand mit 5*-Tempel im Hintergrund und Sexsymbolasein) – die Einstiegsvariante des Ganzen. Dabei wird hier gar nicht diffizil kommuniziert, sondern oft reicht ein plumpes Foto von Blondie vorm Sportwagen, dickem Oberarm und ein paar Kalendersprüchen (wie: „Schule ist für Frühaufsteher“). Andere Coaches wiederum tanzen in weißen

Leinengewändern im Kreis, nehmen Frequenzen einer Parallelwelt auf und versuchen so an die Kreditkartendaten der Zielgruppe zu kommen. High-End der Wunscherfüllungsindustrie - aufgrund ihrer Geschichte und langjährigen Erfahrung wirken sie fast schon seriös - sind noch immer diverse Glaubenseinrichtungen. Alle Wünsche werden wirklich - allerdings halt erst im nächsten Leben - sicherheitshalber ist ein kleiner, jährlicher Erhaltungsbeitrag zu leisten - natürlich im 1. - oder besser „im jetzigen“ - Leben. Wirtschaftlich die perfekte Situation: Die Dienstleistung bleibt über Jahrtausende dasselbe, die Erfüllung wird garantiert, eine Überprüfung dahingehend findet nicht statt und bezahlt wird im Vorhinein. Alles nur eine Frage der Kommunikation. Wird eine Geschichte zur Ideologie, damit Bestandteil der Grundwerte und des Gedankengefängnisses können durch unreflektierte Übernahme derer Glaubenssätze und der damit vermittelten Gefühle von Sicherheit und Dazugehörigkeit zu einer Gemeinschaft (also tiefer emotionaler Bedürfnisse) extreme Ausprägungen von Intoleranz entstehen, die sogar zu internationalen Konflikten führen können. Sogar hier spielt das Kommunikationsverhalten einzelner Personen eine entscheidende Rolle.

Die Sehnsucht der Menschen nach authentisch, positiv kraftvoll kommunizierenden Menschen steigt immens, und zwar in Unternehmen als Vorgesetzte, Mitarbeiter, in

Beziehungen als Partner, im Freundeskreis als Freunde, einfach überall. Menschen, die dazu stehen, wer sie sind (und was sie wollen) wirken charismatisch. Ganz entscheidend ist auch die Fähigkeit der Wahrnehmung dieser kommunikativen Frequenzen bzw. das (Wieder-)sensibilisieren der eigenen Wahrnehmung in diese Richtung. Nimmt jemand diese Frequenzen wahr und besteht dahingehend auch ein Bewusstsein, was man damit machen kann, so kann dieses Wissen und Talent kommunikativ gestalterisch in Beziehungen, der beruflichen Weiterentwicklung und anderen Lebensbereichen eingesetzt werden und sich damit sehr bereichernd auf das gesamte Leben auswirken.

Das vorliegende Buch spiegelt ein kommunikatives Konzentrat aus 10.000enden Begegnungen wider und kann als formeller Rahmen der Kommunikationstechnik verstanden werden. Egal in welchem beruflichen Metier oder privaten Umfeld sie sich bewegen, diese formellen Strukturen der Kommunikation begleiten sie immer. Rund um die Uhr. Wenn sie diese verstanden haben, bewusst wahrnehmen, trainieren, ein Gefühl für deren Anwendung entwickeln und nicht gleich auf den Bewertungszug, der ego- und rechthabereigetrieben ist, aufspringen, können sie sich diese Technik zu Nutze machen und ein viel entspannteres (vielleicht auch erfolgreicherer) Leben führen.

***„Kommunikation
gestaltet Be-
ziehungen und
koordiniert
Verhalten.“***

Damit gelingt vieles selbstverständlicher, leichter und ganz entscheidend: Die Erfüllung der eigenen Bedürfnisse rückt in den Vordergrund, und zwar umrahmt von positiven Auswirkungen auf ihr Umfeld. Was wollen Sie mehr? Kommunikation dient damit nicht nur dem zwischenmenschlichen Austausch von Informationen, sondern gestaltet Beziehungen und koordiniert Verhalten, im positiven Sinne in die von ihnen gewünschte Richtung mit einem positiven Nutzen für ihr Umfeld. Versuchen sie zwischendurch die Kommunikationstypen auch hinsichtlich ihres eigenen Kommunikationsverhaltens zu analysieren. Dies trägt wesentlich zum Lernfortschritt bei – vor allem kann ich an mir selbst Prozesse und Verhalten direkt beeinflussen und verändern. Dass dies einfach ist, sagt (bis auf ein paar Gurus) niemand.

Das DRG-Kommunikations-Modell, aus welchem die Kommunikationstypen abgeleitet werden, baut auf zwei zentrale Ebenen auf: Die erste Ebene bildet die INTRApersonelle Kommunikation, darunter ist die Kommunikation mit sich und über sich selbst zu verstehen. Die zweite Ebene bildet die INTERpersonelle Kommunikation, darunter ist der zwischenmenschliche Informationsaustausch mit Worten, Stimme, Körpersprache, Mimik, Gestik nach dem klassischen Sender-Empfänger-Modell zu verstehen. Wieviel kommunikativen Müll wie Beleidigungen, Beschimpfungen

oder Fehleinschätzungen von Situationen finden lebenslang, täglich, stündlich, minütlich gegenüber sich selbst statt? Haben diese oft sehr harten Urteile und (Fehl-)Einschätzungen Einfluss auf das eigene INTERpersonelle Kommunikationsverhalten oder wird es gar von anderen automatisch wahrgenommen und dann im schlimmsten Falle gar gegen einen selbst verwendet?

Klar ist, dass die INTRApersonelle Kommunikation die INTERpersonelle Kommunikation beeinflusst und sich daraus wieder Rückkoppelungen ergeben, die das eigene Kommunikationsverhalten verstärken – entweder in die für einen selbst positive oder eben negative Richtung. Es wird einfach verstärkt. Pathologisch kommunizierende Menschen¹ können nach dem Erkennen der INTRApersonellen Kommunikationsmuster und deren Schwächen Schrauben derart drehen, wie sie sie für das erwünschte erwartete Verhalten brauchen – oder anders

„Wo liegt die Schaltzentrale für mein INTRApersonelles Kommunikationsverhalten?“

¹ Ich bezeichne diesen Kommunikationstypus als „pathologisch kommunizierend“, da es niemals Intention einer gesunden Kommunikation sein kann, ein negatives Ziel zu haben (zum Beispiel Abhängigkeit kommunikativ auf- oder auszubauen). Derartige Kommunikationstypen nutzen andere, um sich selbst größer und besser darzustellen, als sie sind. Ist man gerade nicht selbst das Opfer, sind viele Menschen dazu geneigt, herzhaft über die kommunikative Erniedrigung eines anderen zu lachen, um nicht selbst in diese Opferposition zu rutschen. Deshalb funktionieren auch interoleranzgeprägte Ideologien derart gut.

gesagt, ihn tanzen lassen wie eine Marionette. Oder warum glauben sie, bleiben Menschen ein Leben lang in Ehen, Arbeitsverhältnissen oder anderen Lebenssituationen, obwohl sie dabei nahezu oder schlussendlich gänzlich zerbrechen und es keinen rationalen Grund gibt in einer solch krankmachenden Welt zu bleiben? Ein schlichtes, rationales, kommunikatives, entschlossenes „Nein“ würde reichen, um den Zustand zu ändern. Warum kommt dieses nicht über die Lippen? **Wo liegt die Schaltzentrale um mein INTRApersonelles, kommunikatives Verhalten in Richtung Selbstverwirklichung, Freiheit oder was auch immer zu lenken und nicht in Abhängigkeiten zu verbleiben? Wo ist mein Werteportfolio? Wie fest ist es verankert? Oder ist es gar fremdbestimmt? Wie merkt mein Gegenüber, wie ich INTRApersonell ticke und kommuniziere?**

Das Resultat aus INTRA- und INTERpersoneller Kommunikation bildet die individuelle kommunikative Frequenz“ (in der Folge „IKF“) ab, die die persönliche Sender- und Empfängerqualität – ohne auch nur ein Wort gesprochen zu haben – repräsentiert. Daraus entstehen dann erster Eindruck, Ausstrahlung, Image oder das Charisma eines Menschen. Sie haben das sicher schon erlebt: Jemand betritt einen Raum und hat eine bestimmte Wirkung – positiv oder auch negativ. Solch (positiv) charismatische Menschen wirken häufig attraktiv auf andere und „ziehen“ das Gewünschte an.

Vera F. Birkenbihl spricht hier von einem „Attraktor“. Das Ganze gibt es auch als Negativvariante oder auch in der Form, dass Menschen, die einen Raum betreten niemandem auffallen. Damit schließt sich der Kreis: Wenn nun INTRA- und INTERpersonelle Kommunikation Übereinstimmendes aussagen, fest in einem individuellen Werteportfolio verwurzelt sind, ergibt sich daraus eine besondere kommunikative Wirkung – die IKF - von Menschen. Im besten Fall arbeitet jeder ein Leben lang an der Weiterentwicklung der beiden Basisebenen, um seine IKF positiv zu beeinflussen und jedenfalls zu stärken. Wenn sich nun von außen positiven Rückkoppelungen in Form von Bestätigung der positiven Wirkung ergeben – das geschieht im richtigen Setting automatisch - verstärkt dies wiederum die beiden Basisebenen. So ergibt sich ein selbst verstärkender Wirkungskreislauf.

„Wir wollen nicht für die Erfüllung egogetriebener Wünsche anderer herangezogen werden.“

Im vorliegenden Buch werden basierend auf der DRG-Kommunikations-Methode unterschiedliche Kommunikationstypen abgeleitet und beschrieben. Dabei werden typische Fehler – aber auch erwünschte Verhaltensweisen – im Umgang mit unseren Mitmenschen aufgezeigt. Außerdem ist das Buch ein Plädoyer für mehr Authentizität in der Kommunikation und im Leben. Die Welt ist voll von Fakern, Blendern, Aufsprechern,