


Präsentation im Seminar:  
Vertriebs- und Verkaufsmanagement  
Dozent: Univ.-Prof. Dr. Andreas Mann

A stylized blue flower graphic with a central stem and several large, overlapping petals, positioned on the left side of the slide.

# Neuro- Linguistische- Programmierung und Verkaufsgesprächsführung: Eine kritische Analyse



# Inhaltsübersicht

- (1) Entstehung der Neuro- Linguistischen- Programmierung (NLP)
- (2) Möglichkeiten der NLP
- (3) Anwendungsbereiche der NLP
- (4) Begriffe bei der NLP
- (5) Erkennen der Wahrnehmungskanäle
- (6) Verkaufsgespräch
- (7) Möglichkeiten der NLP in der Verkaufsgesprächführung
- (8) Grenzen der NLP in der Verkaufsgesprächführung
- (9) Schlussbetrachtung

# (1) Entstehung der Neuro- Linguistischen- Programmierung

**Prof. Dr. John Grinder (Linguistik)  
und Richard Bandler (Psychologiestudent)**

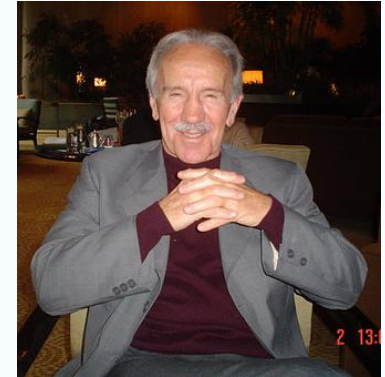
Anfang der 1970 er - neues Verfahren der Kurzzeit-Psychotherapie  
1976 – Projekt zur Modellentwicklung  
Ziel: sich und andere zu Höchstleistungen zu führen

**Beobachtung:** jeder Mensch hat andere Prioritäten, seiner  
sinnlichen Wahrnehmung in den Bereichen

- Sehen
- Hören
- Fühlen
- Riechen
- Schmecken

**Schlüsseltechnik des NLP**

- systematisches Nachbilden von Kommunikationstechniken
- Übertragung der Erfolgskriterien auf sich und andere



Prof. Dr. John Grinder<sup>1</sup>



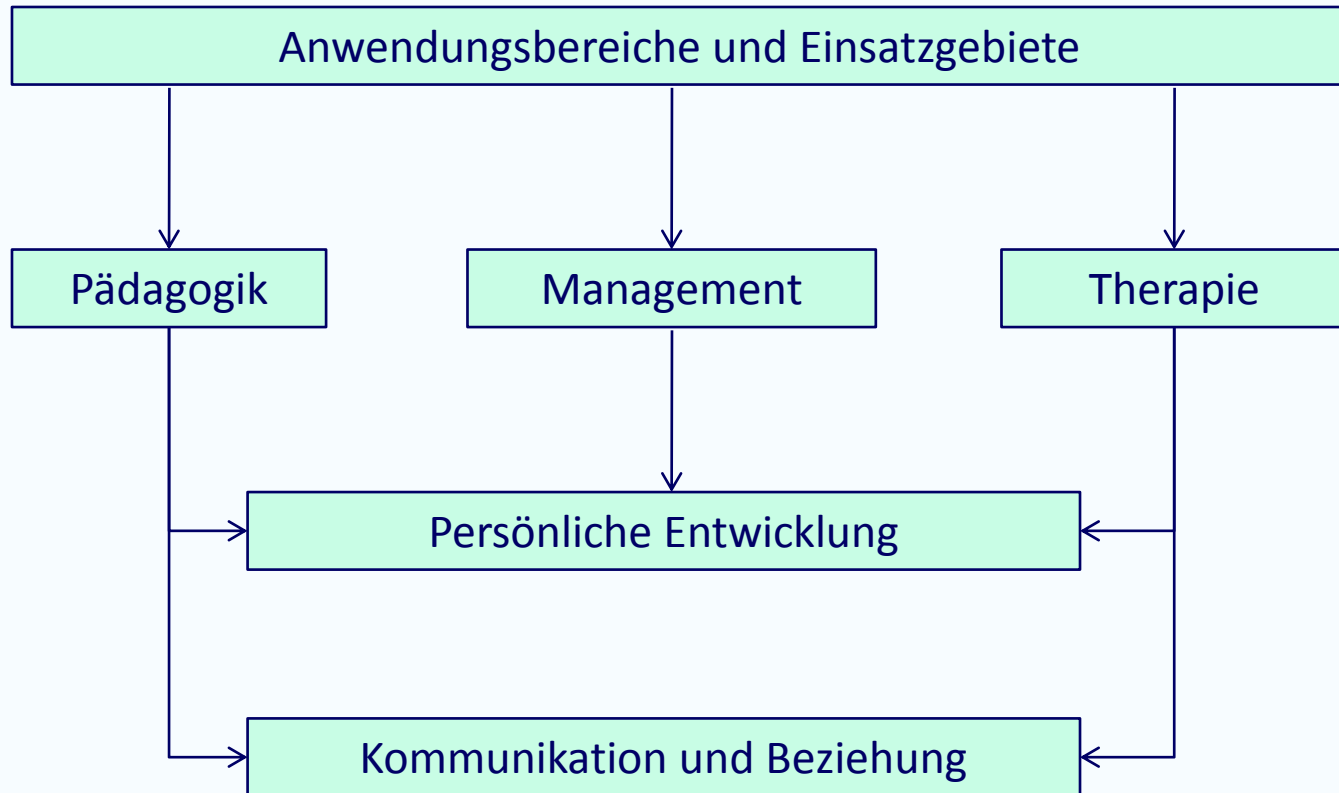
Richard Bandler<sup>2</sup>

# (2) Möglichkeiten der Neuro- Linguistischen- Programmierung

## ❖ Besonderheiten der NLP

- ◆ Beschreibung der unterschiedliche Wahrnehmung und Auslegung der objektiven Welt
  - ◆ Erklärung der subjektiven Vorstellungen
  - ◆ Vermeidung von Missverständnissen in der Kommunikation
- ❖ Die nachvollziehbaren Modellvorstellungen von NLP eignen sich für professionelle und alltägliche Aufgaben und Probleme
- ◆ Keine langwierigen Analysetechniken
  - ◆ Reaktions- und Interventionstechniken für zielgerichtete Kommunikation
  - ◆ Wesentliche Bereicherung für Verkauf, Verhandlungen und vieles andere

# (3) Anwendungsbereiche der Neuro- Linguistischen- Programmierung



# (4) Begriffe bei der Neuro- Linguistischen- Programmierung

## ❖ Rapport

- ◆ Übereinstimmen der Chemie oder Wellenlänge der Gesprächspartner
- ◆ Sich auf Sach- und Beziehungsebene aneinander angleichen
- ◆ Definiert das Beziehungsverhältnis zwischen zwei oder mehreren Personen
- ◆ Übereinstimmung
  - Wesensgleichheit
  - Bewusstes Herstellen der Übereinstimmung
- ◆ Herstellung der bewussten Übereinstimmung
  - Durch Angleichen
  - Durch Spiegeln

# (4) Begriffe bei der Neuro- Linguistischen- Programmierung

## ❖ Kalibrieren

- ◆ Externe Signale beim Gesprächspartner beobachten
- ◆ Daraus interne Zustände und Prozesse ableiten
- ◆ Rückschlüsse für die Zukunft generieren
- ◆ Beobachtungen wiederholen und gegeben falls anpassen
  - Sicherheit der Deutungen

# (4) Begriffe bei der Neuro- Linguistischen- Programmierung

## ❖ Pacing

- ◆ Zielgerichteter und bewusster Eingriff zur Herstellung des Rapports
- ◆ Wiedergabe des Selbstaudrucks des Gesprächspartners
  - Über verbale Zeichen (Matching)
  - Über nonverbale Zeichen (Mirroring)
- ◆ Der Führende gewinnt einen Eindruck wie der Gegenüber die Welt erlebt
- ◆ Gelungenes Pacing ist für den Gepacten ein Zeichen des Respekts
- ◆ Es entstehen Gefühle der Geborgenheit und des Vertrauens



# (4) Begriffe bei der Neuro- Linguistischen- Programmierung

## ❖ Leading

- ◆ Ergebnis eines erfolgreichen Rapports
- ◆ Übernahme der Gesprächsführung durch den Pacenden
- ◆ Reiz durch:
  - Unbewusste und augenscheinlich freiwillige Unterordnung des Gepacten
  - Rapport durch Wesensähnlichkeit oder bewusste Beeinflussung?
- ◆ Bildet das Element des Mitziehens
  - Ermöglicht beiden Seiten:
    - ◆ Neue Standpunkte zu erlangen
    - ◆ Neue Sichtweisen
    - ◆ Probleme neu zu definieren
    - ◆ Andere Alternativen zu generieren

# (5) Erkennen der Wahrnehmungskanäle

- ❖ Über welche Sinneswahrnehmungen Informationen aufgenommen und Erfahrungen wiedergegeben werden

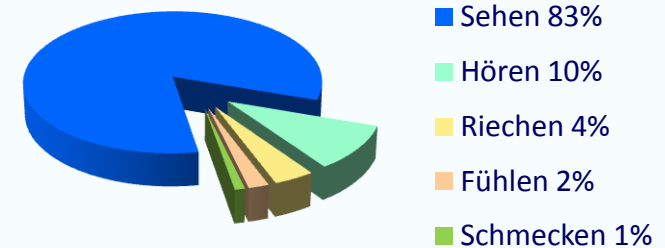
- ❖ V.A.K.O.

- ◆ V = visuell (sehen)
- ◆ A = auditiv (hören)
- ◆ K = kinästhetisch (fühlen)
- ◆ O = olfaktorisch (riechen) – gustatorisch (fühlen)

- ❖ Kenntnis des Repräsentationssystems des Gesprächspartners

- Repräsentationssystem beschreibt Art und Weise des Denkens
- Hilfreich für Aufbau des Kontaktes
- Verständnis für Gesprächspartner

Verteilung der Wahrnehmungskanäle



# (5) Erkennen der Wahrnehmungskanäle

## ❖ Sprachgebrauch

- ◆ Meta- Modell
  - ◆ Durch Schlüsselfragen den Sprachgebrauch differenzieren
  - ◆ Qualitativ hochwertige und spezifische Informationen erhalten
  - ◆ Klärung der Gedanken für Führenden und Geführten
- ◆ Entschlüsseln unbewusster Prozesse und Erfahrungen
  - ◆ Ermöglicht aktiven, aufmerksamen und zielgerichteten Einsatz von Sprache
- ◆ Führender bekommt beim Pacing und Leading mehr Differenzierungsmöglichkeiten um sich auf Gesprächspartner noch besser einzustellen und diesen auch in der Tiefenstruktur zu spiegeln

# (5) Erkennen der Wahrnehmungskanäle

## ❖ Augenmuster

- ◆ Ob eine Person Bilder, Klänge oder Gefühle konstruiert bzw. sich an diese erinnert ist an der Seitenrichtung des Blickes erkennbar
- ◆ Bei Linkshändern nicht zwingend umgekehrt
- ◆ Bevorzugter Kommunikationsstil
- ◆ Gezielte Übersetzung der Eigenen Gedanken erzeugt effiziente Präsentation der Informationen
- ◆ In der NLP dienen Augenmuster zur Intervention und Durchführung von Veränderungsprozessen
- ◆ Elementarer Bestandteil des Pacing und Leading

# (5) Erkennen der Wahrnehmungskanäle

## ❖ Augenmuster

Zukunftsdenken

Vergangenheitsdenken

Visuell konstruiert

Visuell erinnert

Auditiv konstruiert

Auditiv erinnert

Kinästhetisch empfunden

Innerer Dialog



# (5) Erkennen der Wahrnehmungskanäle

## ❖ Körpersprache

- ◆ Bestimmte Körperhaltungen zeigen das gerade verwendete Repräsentationssystem
  - ◆ Zurückgelehnter Oberkörper + Aufgerichteter Kopf und Schultern = Hinweis auf Denkvorgänge mit visuellem Inhalt
  - ◆ Nach vorne gelehnter Oberkörper + zurückgezogene Schultern + verschränkte Arme = Hinweis auf auditive Gedanken
  - ◆ Senken des Kopfes und der Schultern = Hinweis auf kinästhetische Gedanken
- ◆ Zuordnung zu den Repräsentationssystemen durch:
  - ◆ Atmung – Schulterpartie – Bewegung – Stimmfall
- ◆ Signalsystem entspricht dem der Augenmuster
- ◆ Mimik und Gestik als Indikatoren in der NLP

# (5) Erkennen der Wahrnehmungskanäle

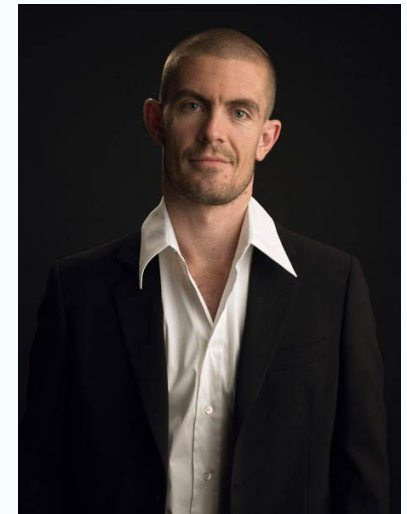
## ❖ Beispiele für Körpersprache



Anlächeln bei  
Kontaktaufnahme



Siegerpose



Pokerface

# (6) Verkaufsgespräch

- ❖ Gespräch zwischen Verkäufer und Kunden, in dem der Verkäufer das Ziel verfolgt, den Kunden von den Vorteilen eines bestimmten Produktes bzw. einer Dienstleistung zu überzeugen und einen Abschluss zu erzielen.<sup>3</sup>
- ❖ **Erfolgsfaktoren in der Verkaufsgesprächführung**
  - ◆ Probleme bzw. Projekte des Kunden im Mittelpunkt
  - ◆ Starke Interaktion mit dem Kunden
  - ◆ Verkäufer und Kunden sind keine Gegner
  - ◆ Helfen dem Gesprächspartner eine vernünftige Entscheidung zu treffen



# (7) Möglichkeiten der NLP in der Verkaufsgesprächführung

- ❖ Rapport ermöglicht den Aufbau einer Vertrauensbeziehung auf emotionaler Ebene
- ❖ Kennen der Repräsentationssysteme der Kunden ist hilfreich für Identifizierung der „wahren Kundenbedürfnisse“
- ❖ Erfolgreiches Pacing führt zur Bereitschaft des Kunden sich führen zu lassen
- ❖ Verwendung von Anker durch den Verkäufer zur richtigen Zeit
  - ◆ Anker ein äusserer oder innerer Reiz der mit einem inneren Vorgang verbunden wird
  - ◆ Unangenehme Anker können neutralisiert werden
  - ◆ Starker positiver Anker zeitgleich mit negativem Anker absenden
- ❖ Durch entstandenes Vertrauen wirken Kommentare nicht als Angriff sondern als Hilfestellung
- ❖ Einsatz der NLP steigert die Effizienz der Verkaufsgesprächführung

# (8) Grenzen der NLP in der Verkaufsgesprächführung

- ❖ Anteil der eigenen Persönlichkeit sollte nicht unter 50% sinken
- ❖ Professionelle Entscheider können auch in der NLP Erfahrungen haben
- ❖ Kosten für NLP – Ausbildung
  - ◆ NLP-Practitioner-Ausbildung ca. 120 Std. + 1500,- €
  - ◆ NLP-Master ca. 200 – 300 Std. + 2000,- €
  - ◆ NLP-Trainer ca. 200 Std. + 2500,- €
- ❖ Manipulationen werden vom Kunden früher oder später erkannt
- ❖ Gefahr des Vertrauensverlustes
- ❖ Pacing und Leading sind ständige Lernprozesse, die das eigene Handeln in Frage stellen

# (9) Schlussbetrachtung

- ❖ Die Neuro- Linguistische- Programmierung ist ein Werkzeug
- ❖ Die Möglichkeit zur Beeinflussung des Verlaufes des Verkaufsgespräches durch NLP ist gegeben
- ❖ Die NLP ist eine Methode die zur Verbesserung und Steigerung der Verkaufsprozesse eingesetzt werden kann
- ❖ Schwierigkeit der Unterscheidung ob es sich um eine nicht wahrgenommene Manipulation oder lediglich um eine Verbesserung der Kommunikation handelt
- ❖ Inwieweit die Methode der NLP kritisch zu sehen ist, kommt darauf an wie sie eingesetzt und angewandt wird

# Literatur

- ❖ Bachmair, Sabine (1994); Beraten will gelernt sein: ein praktisches Lehrbuch für Anfänger und Fortgeschrittene, 5. Aufl., Weinheim
- ❖ Bandler, R. (2003); Time for a Change, Lernen bessere Entscheidungen zu treffen. Neue NLP- Techniken, Junfermann Verlag, Paderborn
- ❖ Bierach, Alfred J. (1991); NLP – Die letzten Geheimnisse der Starverkäufer, Landsberg/ Lech
- ❖ Birker, G./K. (2000); Was ist NLP? Grundlagen der Begriffe NLP, Rowohlt Taschenbuchverlag, Hamburg
- ❖ Brons- Albert, R. (1995); Verkaufsgespräche und Verkaufstraining, Westdeutscher Verlag, Opladen
- ❖ Decker, Franz (1995); Die neuen Methoden des Lernens und der Veränderung: Lern- und Organisationsentwicklung mit NLP, München, Lichtenau
- ❖ Hege, R. (1993); Die Faszination der erfolgreichen Kommunikation, Expert- Verlag, Ehningen

# Literatur

- ❖ Limbeck, M. (2007); Das neue Hardselling verkaufen heisst verkaufen – so kommen Sie zum Abschluss, Gabler Verlag, Wiesbaden
- ❖ O’Connor, J./ Seymour, J. (1996); Neurolinguistisches Programmieren: Gelungene Kommunikation und persönliche Entfaltung, VAK Verlag für angewandte Kinesiologie GmbH, Freiburg
- ❖ Sawizki, Egon R. (1995), NLP für den Alltag: Einführung, Techniken, Übungen, Offenbach
- ❖ Sieck, H. & Goldmann, A. (2007); Erfolgreich verkaufen im B2B wie Sie Kunden analysieren, Geschäftspotentiale entdecken und Aufträge sichern, Gabler Verlag, Wiesbaden
- ❖ Weerth, R. (1992) NLP & Imagination: Grundannahmen, Methoden, Möglichkeiten und Grenzen, Junfermann Verlag, Paderborn
- Gerl, Wilhelm (1981); Zum Aspekt der Lenkung in der psychotherapeutischen Kommunikation, in Gesellschaft für wissenschaftliche Gesprächspsychotherapie – info, Heft 44, S. 15 – 22
- <http://www.wirtschaftslexikon24.net/d/verkaufsgespraech/verkaufsgespraech.htm>, 01.06.2009

A photograph of a green field with a tree and a UFO in the sky. The text "I WANT TO BELIEVE" is overlaid in white, and a blue banner with the German text "Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!" is overlaid diagonally.

**I WANT TO BELIEVE**

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

**Vertrauen Sie nur dem, an  
was Sie selber glauben!!!**