

**MACHTFAKTOR
NEUROKOMMUNIKATION -
EXZELLENTE SPRACHTUNING**

Das Phänomen Trump - mächtige Sprachstrategien mit überzeugender Wirkung

Der Aufstieg.....

Was hinter dem Phänomen Trump steckt, erklärt Astrid Arens (55), die

laut US-Medien eine der führenden Sprach- & Neurowissenschaftlerinnen in Deutschland und Europa ist. Sie entwickelt individuelle Sprachstrategien und einzigartige Kommunikationskonzepte, basierend auf dem neuesten Wissen der modernen Hirnforschung. Als Expertin für Neurokommunikation/-marketing & exzellentes Sprachtuning beschäftigt sie sich von Berufs wegen seit rund

30 Jahren mit Kommunikation und den sich daraus neu entwickelten kognitiven und emotionalen Sprachstrategien. In ihren Vorträgen erklärt Astrid Arens, warum es Politiker gibt, die überzeugen und warum es einige gibt, die es vergeblich versuchen. Sie analysiert Sprache, Vortragsreden internationaler Politiker, Vortragsredner, Unternehmen und Wirtschaftsgrößen.



Quelle Facebook, Donald Trump site
Aus Interview get-in-touch-magazin.com

Brigitta Langhoff (BL): Nur wenige haben mit Donald Trumps Erfolg gerechnet oder wollten damit rechnen. Unberechenbar und kompromisslos geht er seinen Weg. Wie ist so ein Erfolg möglich?

Astrid Arens: Wenn einem klar wird, was für ein Mensch Donald Trump ist, dann bekommt man ein Gespür dafür, was alles möglich ist. Trump ist ein Vollblutunternehmer. Mit Begeisterung und Leidenschaft hat er sein Imperium aufgebaut. Er lebt für seine Vision. In seinem Denken ist persönlicher Erfolg ein Grundrecht. Scheitern ist inakzeptabel. Donald Trump ist mittlerweile seine eigene Marke. Er entwickelt Strategien und neue Ideen, um Dinge, die für die meisten von uns als unmöglich erscheinen, Wirklichkeit wer-

den zu lassen. Er hat einen Riecher für das, was notwendig ist, um ans Ziel zu kommen. Er kennt seine Zielgruppe und weiß daher auch, was ihr auf der Seele brennt, aber vor allem, wofür man sie begeistern und motivieren kann. Trump betonte in der Wahlkampfzeit immer wieder, dass er eine Bewegung in den USA ausgelöst und weniger einen Wahlkampf geführt hat. Ein waschechter Vollblutun-

ternehmer, der in dem US-Politzirkus mitmischen will. Zielstrebig, zukunftsorientiert, unbeirrbar, kompromisslos

in der Sache, begeisternd, lebendig, emotionsstark, sprachgewandt und auftrittssicher. In der freien Wirtschaft weiß man diese Attribute längst zu schätzen, sie sind sogar die Basis für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung. Gleichzeitig zeigen diese Eigenschaften von Trump jedoch, wo es in der Wirtschaft hapert, was ausbaufähig ist oder wovon man sich doch besser

Trump hat ein perfektes Sprachtuning. Er löst eine hoch emotionale Bewegung aus, statt klassischen Wahlkampf zu betreiben.

verabschieden sollte. Den meisten vermittelt eine solche Persönlichkeit ein Gefühl von Sicherheit. So nach dem Motto

„Der wird es schon regeln und schaffen, hier etwas zu bewegen - einer wie wir - aus unserem Holz geschnitzt

„Der wird es schon regeln und schaffen, hier etwas zu bewegen - einer wie wir - aus unserem Holz geschnitzt

Trump hat immer mit Wertvorstellungen, Weltbildern und Affekten gearbeitet.

- einer der von unten angefangen hat und ganz oben angekommen ist.“ Dass Donald Trump so erfolgreich ist und nun sogar zum 45. US-Präsidenten gewählt wurde, ist also ganz und gar nicht überraschend.

BL: Was macht diesen Populisten in Ihren Augen so interessant? Sie als renommierte Sprachwissenschaftlerin können uns bestimmt erklären, was dahintersteckt.

Astrid Arens: Was ihn besonders auszeichnet ist seine Fähigkeit, mit Sprache umzugehen. Er setzt in gleichem Maße auf die verbale Sprache als auch auf die nonverbale, wozu auch Gestik, Mimik, Charisma und Betonung zählen. Seine Auftritte sind perfekt unperfekt und damit immer für eine Überraschung gut. Diese Vorgehensweise sichert ihm eine hohe Aufmerksamkeit der Zuhörer und gleichzeitig stellt er sich als Mensch mit Fehlern in den Vordergrund. Er steht zu sich und ist ein wahrer Meister darin, schwer verständliche Sachverhalte einfach und emotionsstark in Bilder zu verpacken. Auf diese Weise gelangen Botschaften schneller in unser Unterbewusstsein, wo sie abgespeichert werden. Aus der modernen Hirnforschung und den Sprachwissenschaften weiß man mittlerweile, dass Menschen in Bildern denken, wobei jedes einzelne Bild mit einer Emotion verbunden ist. Diese besondere Fähigkeit des Gehirns macht es uns möglich, schnell auf Gedächtnisinhalte zurückzugreifen und gleichzeitig eine emotionale Bewertung oder Einschätzung der Sache, der Person oder der Handlung zu erhalten. Trump nutzt dieses Wissen und verhaftet sich somit schnell,

teils unbewusst in die Gedanken seiner Zuhörer. Hillary Clinton versucht das auch, jedoch weniger effektiv und nachhaltig. Die hierbei erzeugten Emotionen sind jedoch der Schlüssel

zum Erfolg.

BL: Sie stellen es gerade so dar, als wenn Emotionen und Sprache ausschlaggebend dafür sind, wer den Wahlsieg davonträgt. Das halte ich für eine gewagte Aussage. Lehnen Sie sich da etwa weit aus dem Fenster? Fakten, Grundgesetze, unsere Verfassung sind feste Säulen unserer Demokratie.

Astrid Arens: Ja, Emotionen sind das Salz in der Suppe, sie steuern uns im Unterbewusstsein! Und richtige, „gehirngerechte“ Sprache ist der direkte Zugang zu unseren Emotionen. Sie sind entscheidend für die Grundwahlstimmung des Wählers, der oftmals wenig

Ahnung von den Fakten hat, da ihn das Thema weniger interessiert. Heute weiß man, belegt durch die Wissenschaft, dass Emotionen von unse-

rem Gehirn produziert werden. Es sind reine neuronale Vorgänge. Alles was emotionslos ist, findet wenig Beachtung und Aufmerksamkeit. Für unser Gehirn erscheint es als unwichtig und gerät daher schnell in Vergessenheit.

Ein gutes Beispiel dafür sind Trumps Aussagen zum Thema Sauberkeit und Krankheitsschutz und die dazu benutzten Bilder. Sprachlich benutzt er den Affekt Ekel mit der dazugehörigen Emotion, die übrigens völlig unbewusst bei jedem hervorgerufen wird, dazu, um zu sagen: Dass der Republikaner Rubio immer so schwitzt bei seinen Wahlkampfauftritten ist ekelig. Dann sagte er, die Mexikaner

seien so dreckig und bringen viele Krankheiten ins Land. Auch Hillary bekam ihr Fett weg, als sie in einer TV Pause auf die Toilette ging. Trump nutzte diese Situation und sagte, er wolle ja gar nicht wissen, was sie dort macht, es sei ekelhaft. Dann erklärte er, dass er ganz große Angst vor Bakterien habe und sich ständig die Hände wasche. Er stellt sich somit als Saubermann dar und die anderen als „unsauber“ und „krankheitserregend“.

Meine geschätzte Kollegin Elisabeth Wehling, die an der Universität Berkeley in Kalifornien arbeitet, erforscht mit ihrem Team auf Basis der Verhaltens- und Hirnforschung politische Aussagen im US Wahlkampf. Sie kamen zu dem Ergebnis, dass erzkonservative Amerikaner auf den Affekt Ekel reagieren und ihn innerlich ablehnen.

BL: Das bedeutet also, dass man alles und jeden steuern kann, wenn man den richtigen Schlüssel dazu hat? Was ist dabei noch wichtig?

Astrid Arens: Authentizität. Trump ist ein Mensch, der sagt was er denkt und es interessiert ihn wenig, ob seine Aussagen populär sind oder eher einen pöbelnden Charakter haben. Er nennt die Dinge beim Namen und geht gerne auf die Bereiche stärker ein, die für viele ein Tabuthema sind. Er spricht das aus, was andere bloß denken. Deswegen fühlen sich ja so viele Wähler verstanden und gut vertreten durch ihn. Neben aller Härte vermittelt er gleichzeitig Hoffnung. Von Wirtschaftsinstituten wurde beispielsweise ermittelt, dass Trump wesentlich häufiger lächelt und weniger verkrampft und verbissen auf die Zuhörer wirkt als Clinton.

Die Grundemotionen der Menschen werden von ihm angesprochen und er erlaubt sich selbst emotional zu sein. Im Vergleich zu Hillary Clinton, die oftmals als sehr gefühllos empfunden wird. Sie hält sich gerne mit Fakten und Politphrasen auf, ohne jedoch die Menschen zu emotionalisieren. Da Trump lebt, was er ist und sagt, was er denkt, strahlt er eine unglaubliche Authentizität aus.

Wenn man sich den deutschen Wahlkampf anschaut, finden sich auch hier



Das ganze Interview finden Sie hier:

viele Dinge wieder, die an das Verhalten von Hillary Clinton erinnern. Was besonders zu Buche schlägt ist, dass oft der Humor fehlt. Genau der stellt jedoch eine gute Vertrauensbasis für die Zuhörer dar! Die Körpersprache einiger Politiker in Sitzungen ist teilweise unterirdisch und eher kontraproduktiv als zielführend. Es fehlt die Attraktivität des Politikers, das Charisma, die Überzeugung für den Zuhörer. Mit Pokerface und Co. ist man weniger emotional attraktiv und verliert am Ende Wählerstimmen.

Auch in der Wirtschaft wird zu wenig auf diese Dinge geachtet. Man verliert regelrecht Kunden, Mitarbeiter, Motivation, Kreativität und vieles mehr, weil man sich zu sehr mit den Fakten und dem Recht haben beschäftigt und zu wenig mit den Menschen, die ein florierendes Unternehmen erst ausmachen.



BL: Die Deutschen gelten ja als eher emotionslos und kühl. Was bedarf es denn noch, um mehr Gehör zu bekommen? Was kann Trump, was deutsche Politiker und Manager nicht können?

Astrid Arens: Was besonders auffällt ist, dass er frei spricht. Er hat somit immer den direkten Augenkontakt zum Publikum. Er bekommt jede Gefühlsregung mit und erlaubt es sich auch, von seiner Rede abzuweichen. Dies gibt den Zuhörern das Gefühl: Er weiß, was er sagt, er lässt sich nichts vordiktieren, er ist keine Marionette von Ghostwritern, sondern er schreibt gerade seine eigene Geschichte. Wir sind auf der Polit- oder Wirtschaftsebene hier in Deutschland oft zu sehr damit beschäftigt, Inhalte sprachlich korrekt zu transportieren. So sehr, dass man dabei vergisst, WIE man es den Menschen beibringt, damit sie

einem zuhören und einen verstehen. Dadurch entstehen Verluste sondergleichen. Vor lauter Perfektionismus bleibt die Emotion auf der Strecke. Kurze, einfache Sätze, die von jedem direkt verstanden werden, sind geradezu ein Markenzeichen von Trump.

Trump redet frei, anecken und polarisieren spornt ihn an - seine Spielweise sind Sprachgewandtheit und Emotionen der Extraklasse.

Genauso setzt er an den richtigen Stellen Pausen ein, damit das Gesprochene vom Gehirn verarbeitet werden kann. Wir vermitteln häufig viel zu viele Fakten auf einmal, was schon einer Fach-/Leistungsbeschreibung gleich kommt, aber den Bezug zum Leben vergisst. Hinzu kommt ein sprachliches Konstrukt von schier unglaublichen Satzkonstruktionen. Oft so kompliziert, dass wenig haften bleibt. Aus Sicht der modernen Hirnforschung völlig klar, da unser Arbeitsgedächtnis damit total überfordert ist. Wir schalten schneller ab, werden leichter müde und sind dem Zuhören schnell überdrüssig.

Letztlich arbeitet Trump sehr erfolgreich mit immer wiederkehrenden Wiederholungen. So trainiert er das Gehirn und brennt für ihn wichtige Sachverhalte unbewusst auf die Festplatte des Zuhörers. Er sagt zum Beispiel immer wieder „Believe me, believe me“. Gehirngerechte Kommunikation auf feinsten Ebene, denn: Weniger ist für unser Gehirn oft mehr! All diese Szenarien können heute anders laufen, da uns die moderne Hirnforschung genau sagt, was, wie, wo und womit wir Sachverhalte und Prozesse vermitteln und darstellen können, um maximalen Erfolg zu haben.

BL: Wann war Ihnen klar, dass Trump die US Wahl gewinnt und welche Auswirkungen hat sein Wahlsieg auf die nächsten Bundestagswahlen hier in Deutschland?

Astrid Arens: Deutschland und die USA sind immer sehr miteinander verbunden gewesen. Ich hoffe, dass der Sieg von Trump so manchen Politiker und Wirtschaftsboss wieder aufmerksamer und sich der eigenen eigentlichen Aufgaben bewusst werden lässt. Politik und Management haben in der Basis gemeinsam, dass es um das Führen von Menschen geht, dass es darum geht, auch ein gutes Vorbild zu sein. Dass wieder mehr auf die Sprache geachtet wird,

um Menschen auf emotionaler, motivationaler als auch auf gesundheitlicher Ebene gut, zuversichtlich, hoffnungsvoll und bejahend abzuholen. Der Bürger sollte wieder im Fokus stehen und politische Selbstverherrlichung und Rechthaberei in den Hintergrund treten.

Allein mit Worten kann Frieden gestiftet oder aber Krieg begonnen werden. Sie können Menschen frustrieren aber auch motivieren. Sie können Menschen beflügeln aber eben auch krank machen. Worte sind der direkte Zugang zu unserer Seelenebene und zu unseren Emotionen. Da Trump diese Fähigkeiten besitzt, Menschen „einzufangen“ und begeistern zu können, war mir relativ früh klar, dass er die besten Chancen darauf hat, der 45. amerikanische Präsident zu werden.

Sein Ziel war darauf aufgebaut anders zu sein als das, was man von vorherigen Wahlkämpfen gewohnt war. Und seine Rechnung ist aufgegangen. Er wird versuchen, die USA zu einem florierenden Wirtschaftsunternehmen aufzubauen, genauso wie er es kennt und lebt. Trump agiert aus einer Werterhaltung heraus, aus Überzeugung und weniger aus Eigeninteresse.

BL: Wie schätzen Sie die Verteilung der Parteienlandschaft in Deutschland bei der nächsten Bundestagswahl ein? Welche Partei wird ihrer Meinung nach das Rennen machen?

Astrid Arens: Es ist noch recht lange bis dahin. Sicherlich gilt eine beson-

dere Aufmerksamkeit der AfD, da die Populisten immer mehr Zustimmung aus dem Volk erhalten. Hier geht es in meinen Augen weniger um bedeutungsvolle Inhalte, sondern eher um verlorene Werte.

Wir wissen mittlerweile aus dem Motivverhalten von Menschen, dass sie bei einer Wahl weniger im faktischen Eigeninteresse handeln, sondern aus einer Werthaltung heraus. Gefühle sind der entscheidende Faktor hierbei. Fragen, die damit in

Donald Trump gibt sich als Beschützer von Wertevorstellungen und baut emotional starke Bilder auf – er ist einer von uns. In welcher Gruppe fühle ich mich wohl und zugehörig?

Donald Trump gibt sich als Beschützer von Wertevorstellungen und baut emotional starke Bilder auf – er ist einer von uns.

Wo interessiert sich einer für die wirklichen Bedürfnisse von mir und den anderen? Wo werde ich gesehen? Dies sind nur einige wenige Fragen, wonach entschieden wird. Die Gefühlsebene spielt deshalb eine große Rolle, da viel zu wenig Menschen die heutige Politik oder die heutigen Wirtschaftsentscheidungen verstehen. Deshalb setzen sie auf den, der stark ist, der eine Wende bringen kann, der für sie da ist.

Amerikaner sind begeisterungsfähig, die Deutschen hingegen setzen auf Kontinuität. Und gerade deshalb gilt es, diese Zusammenhänge zu beachten sowohl in der Innen- als auch in der Außendarstellung der Parteien. Die richtige Werbung mit den richti-

gen Worten, Farben, Tönen, Bildern und Wahlsprüchen ist genauso wichtig und fundamental, wie die Reden und der persönliche Auftritt.

Trump verbündet sich mit dem „vergessenen Amerikaner“ auf emotionaler Ebene, indem er in seiner Antrittsrede damit endet und sagt: „Die vergessenen Männer und Frauen unseres Landes werden nicht länger vergessen sein.“



Er zeigt die Lösung. Er wird zum Held der Vergessenen. Inhalte treten hierbei völlig in den Hintergrund.

In meinen Augen ist es daher sehr sinnvoll, die AfD ernst zu nehmen. Aufzuhören dagegen zu wettern, sondern zu schauen: Wie kann ich mich intensiver und besser auf die Bedürfnisse meiner Wählerschaft einstellen? Weg davon zu kritisieren, hin dazu, gute Lösungen anzubieten und als Vorbild zu agieren.

Interviewer: Brigitta Langhoff, Freie Journalistin / Axel Springer Verlag



Zusammenhang stehen und die sich Wähler stellen, sind:

