

# SUBCOM<sup>®</sup>

## Trainingskript

# Insidertechniken der Marktkommunikation

Skriptum zum selbst lernen, anwenden, aufsteigen.

## Was ist SUBCOM?

Bei jeder Form der Kommunikation sind zwei Dimensionen im Spiel: *Inhalt* und *Struktur*. Nehmen wir zum einfachen Verständnis ein simples Beispiel. Eine Person A (der Sender) überträgt mit Hilfe eines digitalen Mediums an die Person B (den Empfänger) einen Börsenkurs. Der strukturelle Anteil der Kommunikation besteht in einer Übereinkunft, *wie* die Information verpackt ist. Informatiker würden von einem „Format“ sprechen. Das Format könnte darin bestehen, dass der Börsenkurs fünfstellig in einem 8-bit ASCII-Code dargestellt wird. Der Inhalt besteht dann im *was*, nämlich welche Zahlen mit Hilfe des Formats übertragen werden. Dieses einfache Beispiel zeigt bereits, dass Inhalt und Struktur einer Information untrennbar miteinander verknüpft sind. Der Börsenkurs wäre ohne Kenntnis des Formats unverständlich. Ebenso wäre das Format ohne den Inhalt nutzlos.

Wenn wir uns in weiterer Folge der Kommunikation zwischen Menschen zuwenden, behält diese Aussage ihre Gültigkeit. Dem Format in unserem Beispiel entspricht die Sprache an sich, mit all ihren Übereinkünften, wie und in welcher Form etwas vom Sender mitgeteilt und vom Empfänger verarbeitet wird. Sie bestimmt die Struktur unserer Kommunikation. Die Inhalte stellen das dar, was wir übertragen möchten – Kaufappelle, Werte, Glaubensanschauungen, Gefühle, etc.

Nun ist es aber eine Eigenheit aller Sprachen, dass die verwendeten Strukturen großen Einfluss darauf haben, ob der Inhalt einer Botschaft vom Empfänger im gewünschten Sinn verarbeitet wird oder nicht. In der Regel bedeutet das den Unterschied zwischen einem Verkauf und einer Niete. Mit anderen Worten, es gibt eine Reihe von Strukturen, mit denen sich die Glaubwürdigkeit von Inhalten enorm steigern lässt. Damit ist auch die Antwort gegeben, worum es sich bei SUBCOM handelt: **SUBCOM fasst die wirksamsten Strukturen zusammen, mit denen Menschen überzeugt werden.** Mit diesen Strukturen nützen Sie die Eigenheiten der menschlichen Informationsverarbeitung dort, wo Sie es am meisten brauchen – bei Ihren internen und externen Zielgruppen. Wie Sie in den einzelnen Kapiteln feststellen werden, bietet jede der Strukturen für bestimmte Aufgabenstellungen eine enorme Wirksamkeit. Ergänzend sollte vor einer Nebenwirkung gewarnt sein, mit der Sie bei der Auseinandersetzung mit den hier beschriebenen Strukturen rechnen müssen: *Es wird Ihnen klar, dass die Struktur einer Botschaft mehr Einfluss auf ihre Glaubwürdigkeit haben kann als deren Inhalt.* Das muss man erst einmal verarbeiten.

## Was bedeutet das Kürzel SUBCOM?

Bei der Zusammenstellung dieses Materials ging es mir darum einen Begriff zu prägen, mit dem die Funktionsweise der hier vorgestellten Kommunikationsmuster möglichst gut charakterisiert wird. Das Kürzel COM steht für *communication* und versteht sich in diesem Kontext von selbst. Das Kürzel SUB steht für *subjective* (subjektiv) sowie *subconscious* (unterbewusst). Die Kombination der Kürzel bringt zum Ausdruck, dass die hier vorgestellten Strukturen die individuelle subjektive Realität Ihrer Abnehmer sowie unbewusste menschliche Prozesse nützen. Kurz und gut: **Kommunikation mit dem Unterbewusstsein Ihrer Kunden**, Mitarbeiter, Kollegen, Vorgesetzten und Geschäftspartner.

## Worauf geht SUBCOM zurück?

Meine Arbeiten als Berater und Autor haben mich in immer enger werdenden Spiralen zu der Frage geführt: Wie werden Menschen wirklich überzeugt? Diese Frage ist für alle Produkte, Dienstleistungen, Produktionen, Unternehmungen und politische Strömungen von zentraler Bedeutung. Meine Suche hat mich schließlich auf die Arbeiten von drei herausragenden Persönlichkeiten geführt:

*Alfred Korzibsky*, der Begründer des Instituts of General Semantics

*Noam Chomsky*, der Urvater des Metamodells der Sprache

*Milton Erickson*, der Wegbereiter der modernen Hypnotherapie

Diese drei Persönlichkeiten haben in ihren Arbeiten Muster beschrieben, die das Fundament der vorliegenden Kommunikationsstrukturen bilden. Mein Beitrag hat im Wesentlichen darin bestanden, die theoretischen Arbeiten dieser Autoren mit dem aktuellen Geschehen im Marketing zu vergleichen, abzustimmen und in eine leicht nutzbare Form zu bringen.

## Wie erlernen Sie die Strukturen?

Es gibt viele Arten, mit einem Wissensgebiet vertraut zu sein. Man kann gelegentlich Fragmente wieder erkennen, einen guten Überblick haben, oder man kann ein Profi sein und das Wissensgebiet so beherrschen, dass man intuitiv davon Gebrauch macht. Letzteres ist das Ziel des hier zusammengestellten Materials. Denn Sie können die Strukturen erst dann in ihrer vollen Wirksamkeit nutzen, wenn Sie es automatisch tun. Sie brauchen nicht mehr darüber nachzudenken. Genauso wie beim Autofahren sind Sie erst dann gut unterwegs, wenn Sie nicht mehr überlegen müssen, welchen Gang Sie in welcher Situation einlegen – sie tun es einfach, weil Sie *irgendwie* wissen, dass es das richtige ist. Dieses *irgendwie* nennt sich unbewusste

Kompetenz und ist die letzte Stufe jedes Lernprozesses. Sie werden also wie beim Erlernen des Autofahrens mehrere Phasen durchlaufen:

Phase	Zustand	Aktivität
Unbewusste Inkompetenz	Sie haben noch kein Wissen über die Strukturen und ihre Anwendung in der Praxis	
Bewusste Inkompetenz	Sie kennen die Strukturen, haben aber noch keine Erfahrung in der Anwendung	Sie haben die Inhalte gelesen
Bewusste Kompetenz	Sie kennen die Strukturen und können sie vereinzelt gezielt einsetzen	Sie haben einige der Übungen absolviert
Unbewusste Kompetenz	Sie verwenden die Strukturen intuitiv	Sie haben die meisten der Übungen absolviert und in Ihre eigene Arbeitspraxis integriert

Die einzelnen Kapitel sind so aufgebaut, dass Ihnen der Weg zur unbewussten Kompetenz so leicht wie möglich gemacht wird. Alle Inhalte sind so mit Beispielen durchsetzt, dass sie leicht verständlich und nachvollziehbar werden. Die zahlreichen Übungen helfen Ihnen dabei, Erfahrungen mit den vorgestellten Strukturen zu sammeln und so in das Stadium intuitiver Anwendung zu kommen.

## Zur Wirksamkeit der Strukturen

Sie sollten sich immer vor Augen halten, dass die hier beschriebenen Strukturen am besten in Kombination wirken. Natürlich können Sie auch mit der Anwendung einzelner Strukturen ganz erstaunliche Ergebnisse erzielen. So kann etwa die Verwendung einer Kausalität zum richtigen Zeitpunkt im richtigen Kontext den entscheidenden Ausschlag in einem Kaufprozess bilden. Oder Sie schaffen es mit zwei, drei gezielten Vorannahmen, dass eine bestimmte Person Ihr Anliegen übernimmt. In der Regel gilt aber – je mehr der hier beschriebenen Strukturen Ihnen zur Verfügung stehen, und je geschickter Sie diese kombinieren, umso wirkungsvoller werden Ihre Schöpfungen. Formulierungen, die Sie in Marketingbroschüren, in Spots, in Reden, in Präsentationen oder in Gesprächen verwenden, entwickeln durch den kombinierten Einsatz der Strukturen eine enorme Suggestivkraft.

## Die Grundlage der Strukturen

Die hier vorgestellten Kommunikationsstrukturen funktionieren aus einem sehr einfachen Grund. Sie nützen den Umstand, dass die Menschen unserer Kultur ganz bestimmte mentale Konzepte verinnerlicht haben:

- *Entscheidungsfreiheit* – ich bestimme selbst, wie ich handle
- *Ursache und Wirkung* – jede Wirkung die ich verspüre, hat eine Ursache
- *Abstrakte Konzepte* – meine Vorstellungen haben einen realen Bezug
- *Eindeutigkeit* – jede Botschaft hat eine eindeutige Aussage
- *Identität* – ich und die Dinge in meiner Umgebung haben eine objektive Identität

Diese Konzepte sind allesamt zweiseitige Schwerter. Auf der einen Seite dienen sie uns dazu, ein funktionierendes Modell der Welt zu schaffen. Auf Basis dieses Modells findet man Orientierung im Leben, kann Entscheidungen treffen und schafft sich die Möglichkeit sinnvoll zu handeln. Auf der anderen Seite bringen sie ein hohes Maß an Berechenbarkeit im Verhalten mit sich. Wenn Sie das erschreckt, dann nehmen Sie die Einladung des SUBCOM Trainingsprogramms an – die Einladung, für einen Moment aus diesen Konzepten herauszutreten und sie von Außen näher kennen zu lernen. Sie erhalten damit die Möglichkeit besser denn je zu verstehen, warum unsere Zielgruppen kaufen oder eben nicht kaufen. Und Sie haben die Chance, jene Kommunikationsstrukturen zu erlernen, mit denen diese Konzepte bei der Überzeugung von Menschen genützt werden. Dabei werden Sie eine Vielzahl von Beispielen begleiten, die Ihnen die weitreichenden Anwendungen der Kommunikationsmuster vor Augen führen. Und im Rahmen der zahlreichen Übungen lernen Sie, wie Sie Ihr Wissen für Ihren und den Erfolg Ihrer Produkte einsetzen.

## Ein Wort zu den Übungen

Um den Einsatz der hier beschriebenen Strukturen zu erlernen, ist es notwendig, dass Sie zwei Phasen bewältigen. Als erstens müssen Sie in der Lage sein, sie leicht als solche zu erkennen. Anschließend können Sie daran gehen, sie gezielt zu verwenden. Die vorliegenden Übungen geben Ihnen Unterstützung in diesen beiden Phasen. Beim Design der Übungen wurde großer Wert darauf gelegt, jeweils *eine* Struktur zu beleuchten und anzuwenden. Sie lassen sich auf diese Weise am leichtesten erlernen. Mit den Übungen finden Sie also Schritt für Schritt heraus, wie Sie die Strukturen in Ihrem eigenen Umfeld zu Ihrem persönlichen Vorteil zu nützen – bei Präsentationen, in Meetings, im Gespräch mit Kunden und Kollegen und nicht zuletzt – im Marketing für Ihre Produkte und Dienstleistungen. Für das Durcharbeiten der Übungen werden Sie Zeit brauchen. Überraschen könnte Sie allerdings, mit wie wenig zusätzlicher Zeit Sie auskommen werden. Viele der

Übungen sind so aufgebaut, dass sie sich in die normale Arbeitspraxis integrieren lassen. Sie absolvieren das Programm, während Sie Ihre Arbeit machen – effizienter als je zuvor. Im Rahmen der Übungen orientieren Sie sich am besten an folgenden Grundsätzen:

- **Gehen Sie Kapitel für Kapitel vor.** Wenden Sie sich erst dem nächsten Kapitel zu, wenn Sie der Meinung sind, dass Sie die vorangegangenen Inhalte wirklich gemeistert haben.
- **Üben Sie so oft wie nur möglich.** Die meisten der Übungen lassen sich mehrmals durchführen. Natürlich müssen Sie nicht alle der Übungen absolvieren. Tatsache ist aber, je mehr und je öfter Sie üben, umso mehr profitieren Sie.
- **Halten Sie die Reihenfolge ein.** Führen Sie die Übungen jedes Kapitels in der vorgeschlagenen Reihenfolge durch. Sie haben es dadurch leichter, denn die Übungen sind zumeist nach steigendem Schwierigkeitsgrad angeordnet.
- **Üben Sie nicht an Ihren Vertrauten.** Für das verdeckte Einbeziehen anderer Personen in Ihre Übungen gilt: Üben Sie mit Personen, zu denen Sie eine gewisse Distanz haben. Klammern Sie Ihren Lebenspartner, enge Freunde und andere Ihnen nahe stehende Menschen aus den Übungen aus. Das macht es Ihnen leichter, Neues auszuprobieren.
- **Behalten Sie Ihre Freude für sich.** Wenn Sie Übungen durchführen, die eine andere Person verdeckt einbeziehen (wie etwa einen Bekannten oder Arbeitskollegen), so sprechen Sie nachher nicht darüber. Menschen fühlen sich leicht benutzt, wenn sie erfahren, dass etwas an ihnen ausprobiert wurde.

Natürlich sind die Übungen nicht alles. Je mehr Sie die Strukturen in Ihrem eigenen Umfeld verwenden, umso schneller werden Sie intuitiv damit umgehen. Als Produktmanager oder Marketingmitarbeiter halten Sie wahrscheinlich Präsentationen ab, verfassen Mailings, gestalten Werbetexte oder ähnliches. Nehmen Sie ihr neues Wissen über die Strukturen und integrieren Sie es in Ihre tägliche Arbeit. Das ist der beste Weg, um möglichst rasch zu wirkungsvollen Ergebnissen zu kommen.

### **Bestellung hier einfach per e-Mail**

➤ **absenden**

Das SUBCOM Trainingskript zum Selbststudium kann hier einfach per e-Mail bestellt werden. Das Skriptum enthält alles, was Sie für die Arbeit brauchen und ist um € 220,- zzgl. Versandkosten und der gesetzlich vorgeschriebenen Umsatzsteuer erhältlich. Bitte geben Sie bei Ihrer Bestellung eine vollständige Lieferadresse an. Danke!



## AGB Skriptenverkauf

Stand: 15.12.2009

**Bestellungen:** Skripten können bei Erwin Matys per e-Mail bestellt werden. Bestellungen werden vorbehaltlich der Verfügbarkeit des Skripts angenommen.

**Preise:** Maßgeblich für die Rechnungsstellung sind die zur Zeit der Bestellung auf den Webseiten von Erwin Matys [www.matys.at](http://www.matys.at) bzw. [www.subcom.at](http://www.subcom.at) angegebenen Preise. Alle angegebenen Preise sind Netto-Verkaufspreise. Zu den genannten Preisen werden zusätzlich die gesetzlich vorgeschriebene Umsatzsteuer sowie die anfallenden Versandkosten verrechnet.

**Lieferung:** Die Lieferung von Skripten erfolgt nur gegen Vorkasse. Der Kunde erhält nach Bestelleingang eine Rechnung, die genaue Versandkosten und die gesetzlich vorgeschriebene Umsatzsteuer enthält. Allfällige Bankspesen (z.B. bei Auslandsüberweisungen) gehen zu Lasten des Bestellers. Die Lieferung des bestellten Skripts erfolgt nach vollständigem Zahlungseingang.

**Rücktrittsrecht:** Besteller, die Verbraucher im Sinne des Konsumentenschutzgesetzes sind, können gemäß §3 KSchG binnen einer Frist von 14 Tagen ab Erhalt der Lieferung vom Kauf zurücktreten. Im Falle eines Rücktritts findet eine Rückerstattung des Kaufpreises nur Zug um Zug gegen die Zurückstellung des erhaltenen Skripts statt. Die Kosten der Rücksendung gehen zu Lasten des Kunden. Bei Skripten, die durch Gebrauchsspuren beeinträchtigt sind, wird ein angemessenes Entgelt für die Wertminderung einbehalten.

**Urheberrecht:** Das im Rahmen der Skripten zusammengestellte Material ist Copyright by Erwin Matys, Wien, Österreich. Alle Rechte, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung bleiben vorbehalten. Kein Teil der Skripten darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung von Erwin Matys reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

**Nutzungsrecht:** Das Nutzungsrecht eines erworbenen Skripts ist auf die persönliche Verwendung durch die in der Bestellung genannte Person eingeschränkt. Jede darüber hinaus gehende Nutzung durch andere Personen (auch im Unternehmen des Kunden) ist untersagt. Ebenfalls untersagt ist die kommerzielle Weiterverwendung (z.B. Wiederverkauf des Skripts oder die Verwendung in Seminaren oder Trainings). Hinweis: Für die unternehmensweite interne Nutzung von Skripten sind Masterlizenzen verfügbar, für die ein schriftliches Angebot angefordert werden kann.

**Verstöße gegen Copyright und Nutzungsrecht:** Im Fall einer schuldhaften Verletzung der Urheberrechte von Erwin Matys oder einer Überschreitung des Nutzungsrechts ist Erwin Matys berechtigt, einen Schadenersatz in der Höhe von 20.000,- EUR gegen den Kunden geltend zu machen.

**Gewährleistung und Haftung:** Die Inhalte der Skripten geben die persönliche Meinung von Erwin Matys wieder, jede Haftung für die Anwendung der in den Skripten vermittelten Inhalte ist ausgeschlossen. Eventuelle Mängel eines gelieferten Skripts sind Erwin Matys nach Erhalt unverzüglich, spätestens jedoch innerhalb einer Woche nach Lieferung schriftlich mitzuteilen. Hat Erwin Matys den Mangel zu vertreten, erfolgt eine Nachlieferung. Eine weitergehende Haftung, insbesondere für Schäden, die nicht an dem Skriptum selbst entstanden sind, für entgangenen Gewinn oder sonstige Vermögensschäden des Bestellers sind ausgeschlossen.

**Gerichtsstand:** Gerichtsstand für alle Ansprüche aufgrund einer Bestellung ist Wien.

### Impressum

dipl.ing. erwin matys, marketing & communications, austria, 1200 wien, wasnergasse 21 top 5  
UID: ATU58853315 mitglied der wirtschaftskammer wien  
tel/fax ++43-1-374 86 50 Web [www.matys.at](http://www.matys.at) e-Mail [erwin@matys.at](mailto:erwin@matys.at)