

# 1 NLP Master Practitioner Inhaltsverzeichnis

1	NLP Master Practitioner Inhaltsverzeichnis .....	1
2	Meta-Programme .....	3
2.1	Motivation .....	3
2.2	Bezugsrahmen .....	4
2.3	Aktivität .....	4
2.4	Vergleich .....	5
2.5	Modaloperator.....	6
2.6	Chunkgröße.....	6
2.7	Zeiterleben.....	7
2.8	Zeitorientierung.....	8
2.9	Primäre Interessen.....	8
2.10	Fokus Selbst – Andere .....	10
2.11	Ich Erleben .....	10
2.12	Realität Erleben.....	11
2.13	Ergebnis.....	11
2.14	Vollendung.....	12
2.15	Convincer Kanal .....	13
2.16	Convincer Modus.....	14
3	Kriterien und Werte .....	15
3.1	Definition Werte.....	15
3.2	Wertekategorien .....	18
3.3	Entdecken der Hierarchie der Werte .....	20
3.4	Hinterfragung der einzelnen Werte .....	22
3.5	Wertekonflikte .....	22
3.6	Definition Kriterien.....	22
3.7	Kriterienbeurteilung.....	23
3.8	Liste Werte und Kriterien .....	24
4	Kriterien der Hierarchie .....	26
4.1	Was sind Kriterien.....	26
4.2	Unterschied Kriterien und Werte .....	26
4.3	Kriterienhierarchie .....	26
4.4	Abfragen der Kriterienhierarchie .....	28
4.5	Übung: Abfragen der Hierarchie – Beispiel 1 Gruppe .....	28
4.6	Übung: Abfragen der Hierarchie – Beispiel 2 Wohnort .....	29
4.7	Übung: Abfragen der Hierarchie – Beispiel 3 Paarcoaching.....	30
4.8	Nutzen der Kenntnis über Hierarchie der Kriterien .....	31
4.9	Criterial Equivalence – Kriterien Äquivalenz.....	32
5	Elizitation von komplexen Äquivalenzen.....	33
5.1	Das Metamodell der Sprache.....	33
5.2	Tilgung .....	33
5.3	Verzerrung .....	33
5.4	Generalisierung .....	34
5.5	Die komplexe Äquivalenz.....	34
5.6	Vorgehensweise im Coaching .....	34



5.7	Elizitieren der komplexen Äquivalenz .....	36
5.8	Sinnesspezifische Kommunikation.....	37
6	Anpassung und Veränderung von Kriterien.....	38
7	Timeline .....	38
7.1	Was ist Timeline? .....	39
7.2	Anwendung der Timeline Arbeit .....	39
7.3	Arten und Unterschiede .....	40
7.4	NLP Timeline Formate .....	41
8	Sleight of Mouth.....	41
8.1	Was sind Sleight of Mouth Patterns? .....	41
8.2	Die 14 Sleight of Mouth Patterns nach Robert Dilts .....	42
9	Multi-level-Kommunikation.....	45
9.1	Kongruenz.....	47
9.2	Metaphern und „open loops“ .....	48
10	Verhandlungsmodelle, Konfliktmanagement .....	52
10.1	Das Verhandlungsmodell – Grundform .....	52
10.2	Das Harvard Modell .....	53
11	Modelling .....	56
12	Vorgehensweise in einem Modelling-Projekt.....	57
12.1	Zusammenfassung Modelling Ablauf.....	60
13	NLP Formate – Handouts.....	62
13.1	Veränderung der Hierarchie persönlicher Werte .....	62
13.2	Veränderung von konflikthaften Werten .....	63
13.3	Change History - ÜBUNG .....	64
13.4	Change Future – ÜBUNG.....	65
13.5	Sleight of Mouth.....	66
13.6	Verhandlungsmodell Grundform.....	69
13.7	Installieren von Strategien.....	70
13.8	ÜBUNG S.C.O.R.E. ....	71
13.9	Wertehierarchie verändern .....	72
14	Literaturverzeichnis.....	73



## 2 Meta-Programme

Hier findest du einen kurzen Überblick zu den Metaprogrammen. Die Beispiele in den Tabellen beziehen sich auf die Metaprogramm Metapher, die du in deinem Online Bereich findest.

Hier kannst du unter Metaprogramme die ganze Metapher über Annas Umzug nach Portugal nachlesen: <https://www.liebestipps.com/coach-ausbildungsstufe-2/>

### 2.1 Motivation

#### **Tabelle Motivation Weg Von.**

Manche Menschen werden motiviert durch das was sie nicht wollen.

<b>Aussage:</b>	<b>Weg von:</b>	<b>Ziel?</b>
Ich will nicht mehr Auto fahren.	Auto fahren, Verkehr, Stau	Fahrradfahren?
Ich will nicht mehr sinnlose Tätigkeiten verrichten.	Sinnlosigkeit	Sinnhaftigkeit?
Ich habe keine Lust den ganzen Tag zuhause zu sein.	Langeweile, am selben Ort zu sein	Hinausgehen? Etwas unternehmen?
Ich will keine Schulden mehr haben.	Schulden, Belastung	Innere Ruhe? Finanz. Wohlstand?

#### **Tabelle Motivation Hin Zu**

Manche Menschen werden motiviert durch das was sie wollen.

<b>Aussage:</b>	<b>Hin zu:</b>	<b>Ziel ?</b>
Ich will Fahrrad fahren.	Fahrrad fahren.	Bewegung?
Ich will einen erfüllten Beruf haben.	Erfüllung.	Neuen Job finden
Ich habe Lust heute etwas in der Natur zu unternehmen.	Natur, Unternehmungen	Unternehmung finden?
Ich will immer genug Geld auf meinem Konto haben.	Finanzieller Wohlstand	Geld sparen, mehr verdienen?



## 2.2 Bezugsrahmen

### **Tabelle Bezugsrahmen extern.**

Manche Menschen treffen Entscheidungen aufgrund von Feedback von außen.

<b>Beispiele:</b>
Anna fragt ihre Freundin wo sie leben soll.
Anna braucht den Zuspruch der Freundin um sich in ihrer Entscheidung sicher zu sein.
Anna weiß nicht genau, wie sie selbst einen Garten gestalten würde, sie orientiert sich an den Ideen der Anderen.
Anna weiß nicht genau, was sie wirklich will.

### **Tabelle Bezugsrahmen intern.**

Manche Menschen treffen Entscheidungen aufgrund ihres eigenen Gefühls / ihrer inneren Stimme / ihrer persönlichen Vision.

<b>Beispiele:</b>
Anna spürt in sich hinein und spürt Frieden wenn sie an Portugal denkt.
Anna kauft kein neues Auto, weil sie weiß, dass sie Deutschland verlassen wird.
Anna hat ein Bild vor ihrem inneren Auge und sieht sich selbst an ihrem Zielort.

## 2.3 Aktivität

### **Tabelle Aktivität Inaktiv**

Inaktive Menschen handeln nicht, sie sitzen Dinge aus und lassen andere Menschen die Entscheidungen treffen.

<b>Beispiele</b>
Wenn es Streit gibt, dann tut Anna nichts und wartet ab, bis sich die Freundin wieder meldet.
Anna traf keine Entscheidungen, sie wartet ab was die anderen tun.



### **Tabelle Aktivität Proaktiv**

Proaktive Menschen handeln sehr schnell und ohne viel über Konsequenzen nachzudenken, sie sind entscheidungsfreudig und packen Dinge an.

<b>Beispiele</b>
Annas Mutter nimmt sofort, noch während dem Gespräch, das Notebook aus dem Schrank.
Annas Mutter beginnt sofort damit nach Wohnungen zu suchen.

### **Tabelle Aktivität Reflektiv**

Reflektive Menschen handeln sehr überlegt und denken zuerst über mögliche Konsequenzen nach. Sie wägen Vor- und Nachteile ausführlich ab, bevor sie eine Entscheidung treffen.

<b>Beispiele</b>
Annas Vater möchte über mögliche Probleme nachdenken.
Annas Vater erstellt eine genaue Liste aller Lebensbereiche und Kriterien.

## **2.4 Vergleich**

### **Tabelle Vergleich Gleichheit**

Der Fokus bei vergleichbaren Dingen wird auf Gemeinsamkeiten gelegt. Matching.

<b>Beispiele</b>
Anna mag die Geschichte von Sabine weil sie ihrer sehr ähnlich ist.
Sabine und Hans haben die gleiche Vision.
Sie sind sich immer einig.
Sie verwenden die gleichen Techniken wie Tony Buzan.

### **Tabelle Vergleich Unterschied**

Der Fokus bei vergleichbaren Dingen wird auf Unterschiede gelegt. Mismatching.

<b>Beispiele</b>
In Portugal bemerkt Sabine dass alles anders ist: Die Lust, das Meer, das Essen, die Menschen.
Sabine möchte öfter auf Urlaub fahren, die Freundin widerspricht.
Die Freundin zählt auf, was nun alles an Sabine anders ist.



## 2.5 Modaloperator

### **Tabelle Modaloperator Möglichkeit**

Man achtet auf Möglichkeiten und wägt ab, was alles in der Situation geht.

<b>Beispiele</b>
Der Steuerberater gibt Sabine 3 Möglichkeiten.
Sabine denkt alle Optionen durch und findet in jeder Option weitere Möglichkeiten.
Bsp.: Es ist möglich das System auf ganz Europa auszuweiten.
Bsp.: Es ist möglich ein Haus zu kaufen und neue Berufe zu erlernen.

### **Tabelle Modaloperator Notwendigkeit**

Man fühlt sich zu etwas verpflichtet, etwas muss sein.

<b>Beispiele</b>
Anna möchte genau wissen, was sie tun muss.
Anna will alle Voraussetzungen für den Umzug kennen.
Anna reicht rechtzeitig die Kündigung ein, weil sie die Frist einhalten muss.

## 2.6 Chunkgröße

### **Tabelle Chunkgröße Global**

Jemand sieht gerne das Ganze, macht sich gerne einen Überblick.

<b>Beispiele</b>
Sabine möchte Anna einen guten Überblick geben.
Sabine erzählt nur allgemein von Ämtern und den Sprachproblemen.
Sabine berichtet von vielen Bereichen ein bisschen etwas, so dass sich Anna das Leben dort besser vorstellen kann.



### **Tabelle Chunkgröße Detail**

Jemand hat gerne Details und fokussiert auf alle Einzelheiten.

<b>Beispiele</b>
Sie legen eine detaillierte Excel Tabelle an und tragen alle möglichen Ausgaben ein.
Anna beschreibt ihre bisherige Berufserfahrung sehr genau und detailliert.
Anna legt detaillierte Ausarbeitung der Lerntypentest und weitere Unterlagen bei.

## **2.7 Zeiterleben**

### **Tabelle Zeiterleben IN-TIME**

Man lebt in der Zeit, d.h. assoziiert in der Gegenwart. Die Timeline geht durch den Menschen durch.

<b>Beispiele</b>
Coco, so wie alle Tiere, lebt vollkommen in der Gegenwart.
Annas beste Freundin ruft einfach spontan an und möchte etwas unternehmen.
Annas Freundin geht hinaus, weil es sich im Moment richtig anfühlt und verschiebt dafür andere Dinge.

### **Tabelle Zeiterleben THROUGH-TIME**

Man lebt außerhalb der Zeit d.h. dissoziiert in der Vergangenheit/Zukunft. Die Timeline geht am Menschen vorbei.

<b>Beispiele</b>
Anna sieht den Bach und denkt an vergangene Erfahrungen die sie hier gemacht hat.
Anna plant dann sofort die Zukunft und Treffen am Bach.
Anna denkt sofort an das Buch aus ihrer Kindheit und fragt sich dann, welchem Hobby sie in der Zukunft nachgehen soll.



## 2.8 Zeitorientierung

### **Tabelle Zeitorientierung Vergangenheit**

Es wird auf einen bestimmten Zeitaspekt (Vergangenheit) mehr fokussiert als auf andere.

<b>Beispiele</b>
Der Tierarzt erzählt am liebsten von seiner Vergangenheit.
Er vergleicht die Gegenwart mit der Vergangenheit und befindet die V. für besser.
Viele seiner Sätze beginnen mit „Damals“, „Früher“, „Als ich noch jung war“...

### **Tabelle Zeitorientierung Gegenwart**

Es wird auf einen bestimmten Zeitaspekt (Gegenwart) mehr fokussiert als auf andere.

<b>Beispiele</b>
Annas Mutter feiert die Fest wie sie fallen.
Es ist wichtig, dass es dir heute gut geht, sagt Annas Mutter.
Annas Mutter macht sich kaum Gedanken über die Zukunft oder die Vergangenheit.

### **Tabelle Zeitorientierung Zukunft**

Es wird auf einen bestimmten Zeitaspekt (Zukunft) mehr fokussiert als auf andere.

<b>Beispiele</b>
Anna spart gerne und sieht ihre Belohnung in der Zukunft.
Anna verzichtet heute auf vieles, um in der Zukunft ihren Traum zu erreichen.
Anna stellt sich im Detail vor wie sie in ihr neues Haus einziehen wird.

## 2.9 Primäre Interessen

### **Tabelle prim. Interessen Menschen**

Zeigt worauf jemand am meisten fokussiert: auf Menschen.





<b>Beispiele</b>
Anna freut sich am Meisten auf die Menschen die sie kennenlernen wird.
Beim Telefonat mit der Freundin spricht Anna ausschließlich über die Personen.
Anna ist es wichtig, dass sie in der neuen Stadt Menschen kennt.

### **Tabelle prim. Interessen Orte**

Zeigt worauf jemand am meisten fokussiert: auf Orte.

<b>Beispiele</b>
Annas Freundin fragt sofort nach der Wohnung und der Wohngegend.
Annas Freundin sucht ihre Urlaube nach den Orten aus.
Sie besucht gerne schöne Orte und Sehenswürdigkeiten.

### **Tabelle prim. Interessen Aktivitäten**

Zeigt worauf jemand am meisten fokussiert: auf Aktivitäten.

<b>Beispiele</b>
Sabine berichtet über die Aktivitäten.
Sabine weiß genau, was man alles unternehmen kann und wo man das buchen kann.
Sabine freut sich darauf mit Anna gemeinsam töpfern zu gehen.

### **Tabelle prim. Interessen Dinge**

Zeigt worauf jemand am meisten fokussiert: auf Dinge.

<b>Beispiele</b>
Annas Vater hat eine Liste aller Dinge erstellt, die Anna braucht.
Er denkt an Dinge wie Medikamente, Handy, Wörterbuch und Dokumente.
Es ist ihm wichtig die Dinge für sie zu besorgen.

### **Tabelle prim. Interessen Informationen**

Zeigt worauf jemand am meisten fokussiert: auf Informationen.



<b>Beispiele</b>
Annas Mutter möchte viele Informationen einholen bevor sie fährt.
Sie fragt unterschiedlichste Informationen ab: Sie frag nach Dingen, Aktivitäten, Orten etc.
Die Dame im Reisebüro gibt gerne Informationen weiter.

## 2.10 Fokus Selbst – Andere

### **Tabelle Fokus Selbst – Andere: Ich**

In Beziehungen zu anderen liegt der Fokus auf dem Ich.

<b>Beispiele</b>
Annas Freundin beginnt viele ihrer Sätze mit „Ich“.
Sie beschreibt wie sehr sie unter Annas Abwesenheit leiden wird.
Annas Freundin denkt darüber nach, wie sie selbst ohne Anna leben wird.

### **Tabelle Fokus Selbst – Andere: Du**

In Beziehungen zu anderen liegt der Fokus auf dem Du.

<b>Beispiele</b>
Annas Mutter beginnt viele ihrer Sätze mit „Du“.
Sie beschreibt wie schön dass Leben für Anna werden wird.
Annas Mutter denkt darüber nach, wie gut es Anna gehen wird.

### **Tabelle Fokus Selbst – Andere: Wir**

In Beziehungen zu anderen liegt der Fokus auf dem Wir.

<b>Beispiele</b>
Annas beginnt viele ihrer Sätze mit „Wir“.
Sie beschreibt wie sie alle gemeinsam Zeit verbringen werden.
Anna denkt darüber nach, wie sie alle zusammen in Porto sein werden.

## 2.11 Ich Erleben

### **Tabelle Ich Erleben assoziiert**

Beim Erleben des Selbst ist man beteiligt und fühlend.



<b>Beispiele</b>
Annas nimmt ihren Körper beim Start war.
Sie beobachtet ihre Empfindungen ganz genau.
Anna ist bewusst in ihrem Körper und im aktuellen Moment, sie ist assoziiert.

### **Tabelle Ich Erleben dissoziiert**

<b>Beispiele</b>
Der junge Mann beschreibt, dass er sich selbst nicht in der Ehe sehen kann. (Dissoziiert)
Den Schritt zu heiraten muss man sich gut überlegen.
Er denkt sehr viel über die Verantwortungen und Kompromisse nach.

## **2.12 Realität Erleben**

### **Tabelle Realität Erleben beurteilend**

Man bewertet die Dinge als gut oder schlecht, richtig oder falsch.

<b>Beispiele</b>
Anan fragt sich ob es schlecht ist die Sprache nicht zu sprechen.
Sie hinterfragt, ob etwas gut oder schlecht ist.
Sie beurteilt Deutschland als schwieriger für Ausländer als Portugal.

### **Tabelle Realität Erleben wahrnehmend**

Man nimmt die Dinge einfach wahr, sie sind wie sie eben sind.

<b>Beispiele</b>
Silvia sagt, die Dinge sind eben so wie sie sind, kein Grund sich Sorgen zu machen.
Silvia denkt, man akzeptiert das Leben hier einfach so wie es ist.
Silvia bewertet die Unterschiede der Kulturen nicht, sondern zählt sie einfach auf.

## **2.13 Ergebnis**



### **Tabelle Ergebnis Perfektion**

Man strebt nach einem perfekten Ergebnis, egal wie hoch der Aufwand ist.

<b>Beispiele</b>
Marco investiert viele Jahre in die Fertigstellung des Buches.
Er bleibt jede Nacht lange wach um das Buch zu perfektionieren.
Er möchte es erst veröffentlichen, wenn es seiner Meinung nach perfekt ist.

### **Tabelle Ergebnis Optimierung**

Man strebt ein optimales Verhältnis von Aufwand und Resultat an.

<b>Beispiele</b>
Francisco war in allen Fächern positiv, aber herausragende Leistung war ihm nicht wichtig.
Er sagt, dass es etwas Perfektes nicht gibt.
Er bezieht sich auf das Paretoprinzip.

## **2.14 Vollendung**

### **Tabelle Vollendung Anfang**

Man beginnt gerne Neues, fängt gerne an.

<b>Beispiele</b>
Silvia möchte einige Dinge in der WG anfangen.
Sie hat schon davor begonnen etwas zu verändern, hat es aber nicht fertig gemacht.
Sie sagt selbst, dass sie gerne Dinge beginnt.

### **Tabelle Vollendung Mitte**

Man steigt gerne in laufende Projekte ein.

<b>Beispiele</b>
Anna möchte Silvias Vorhänge weiterrähen.
Anna ergreift selten die Initiative, macht aber gerne mit, wenn jemand anders das tut.
Anna möchte Silvia unterstützen.



### **Tabelle Vollendung Abschluss**

Man macht gerne Projekte fertig, bringt Dinge zu Ende.

<b>Beispiele</b>
Francisco beginnt nur dann mit einem Projekt, wenn er es auch fertig machen kann.
Er mag keine offenen Projekte oder halbfertige Arbeiten.
Er macht Dinge gerne fertig.

## **2.15 Convincer Kanal**

### **Tabelle Convincer Kanal Sehen**

Man muss etwas sehen um überzeugt zu sein, Beweise sehen.

<b>Beispiele</b>
Silvia sieht sich die Modellzimmer an.
Sie achtet auf visuelle Dinge: Farbe und wie die Couch in den Raum passt.
Sie entscheidet aufgrund der Optik.

### **Tabelle Convincer Kanal Hören**

Man muss etwas hören, Erzählungen von anderen sind wichtig.

<b>Beispiele</b>
Francisco befragt den Verkäufer.
Als er hört, dass andere Kunden auch dieses Sofa gewählt haben, ist er überzeugt.
Umso mehr Gutes er über das Möbel hört, umso sicherer ist er sich.

### **Tabelle Convincer Kanal Lesen**

Man muss etwas lesen um überzeugt zu sein.

<b>Beispiele</b>
Marco liest sich die Beschreibungen im Katalog durch.
Er muss zuerst genug Informationen gelesen haben.
Er entscheidet aufgrund der Produktbeschreibung.



### **Tabelle Convincer Kanal Tun**

Man muss etwas tun um überzeugt zu sein.

<b>Beispiele</b>
Anna möchte die Sofas Probe sitzen.
Sie muss etwas tun, sich bewegen, um eine Entscheidung treffen zu können.
Sie entscheidet für das Sofa mit dem sie am meisten „tun“ konnte.

## **2.16 Convincer Modus**

### **Tabelle Convincer Modus Mehrere Beispiele**

Man muss mehrere Beispiele bekommen um sich zu entscheiden.

<b>Beispiele</b>
Kerstin hat mit mehreren Personen gesprochen.
Erst nachdem sie eine bestimmte Anzahl von Beispielen gehört hat, hat sie sich entschieden.

### **Tabelle Convincer Modus Automatisch**

Man braucht nur wenig Informationen um überzeugt zu sein.

<b>Beispiele</b>
Silvia wusste einfach, dass es die richtige Entscheidung ist.
Sie braucht keine Beispiele und keine Zeit.
Sie entscheidet schnell und aus dem Bauch heraus.

### **Tabelle Convincer Modus Konsistent**

Man ist nie richtig von etwas überzeugt.

<b>Beispiele</b>
Thorin ist sich nicht wirklich sicher.
Er ist nie so richtig von etwas überzeugt, es kann immer sein, dass es woanders besser gewesen wäre.



## **Tabelle Convincer Modus Zeit**

Man braucht eine bestimmte Zeit um sich von etwas zu überzeugen.

<b>Beispiele</b>
Anna wird sich von Tag zu Tag sicherer.
Umso mehr Zeit sie hier verbringt, umso sicherer wird sie sich.

## **3 Kriterien und Werte**

### **3.1 Definition Werte**

**Werte** (Wertvorstellungen) sind erstrebenswerte und subjektiv moralisch als gut befundene Eigenschaften, Qualitäten oder Glaubenssätze.

Aus festgelegten und gewichteten Werten (Normen) resultieren Denkmuster, Handlungsmuster und Charaktereigenschaften. Daraus entstehen Ergebnisse (Erlebens-Zustände, Produkte, Resultate), welche die gewünschten "werthaltigen" Eigenschaften besitzen bzw. vereinen.

Konkrete Wertvorstellungen einer Person schaffen priorisiertes Fühlen, Denken und Handeln, ausgerichtet auf die somit festgelegten wichtigen Aspekte im Leben.

Werte finden Ihren Ausdruck in Begriffen wie Sicherheit, Liebe, Ehrlichkeit, Ehre, Treue, Zuverlässigkeit, Verantwortung usw. Werte sind innere Motivatoren und stehen hinter unseren Verhaltensweisen.

Wenn Du Dein Verhalten verändern willst, aber Werte hast, die zu dem gewünschten Verhalten im Widerspruch stehen, dann wirst Du keinen Erfolg haben. Dein neues Verhalten wirst Du nicht lange beibehalten können. Nur wenn Deine Werte Dein Verhalten unterstützen, wirst Du es schaffen, Dein Leben dauerhaft zu verändern.

In der Regel tauchen Werte als abstrakte Nominalisierungen auf. Sie sind sowohl für Einzelpersonen als auch Unternehmen und die Gesellschaft von höchster Bedeutung. Werte die sind Triebkraft und Orientierung für unser Verhalten, und dienen als Kriterien der nachträglichen Bewertung oder Beurteilung unserer Handlungen. Werte konstituieren einen ideellen Bezugsrahmen, der unsere Aktivitäten und Einschätzungen anleitet und uns auf das Erreichen der erwünschten Ergebnisse orientiert. Sie müssen in einem konkreten Interaktionsrahmen erlebbar sein und dort "verhandelt" werden, denn sie bilden die Grundlagen für unsere Urteile über das, was das Leben lebenswert macht.

Jeder Mensch nutzt seine persönlichen Werte, um sich auf seine Ziele und Ergebnisse zu zubewegen. Das Gefühl persönlicher Zufriedenheit und Ganzheit, resultiert auf einer Übereinstimmung von aktuellem Verhalten und den persönlichen Werten. Die Personen, die



Du liebst oder mit denen Du befreundet bist, die Art wie Du Deine Kinder erziehst (würdest), welche politische Richtung Du unterstützt, wie Du Deine Arbeit ausführst, die Kleidung, die Du trägst, die Lebensmittel, die Du verzehrst, sind von den individuellen Werten bestimmt, die Du für Dich in Anspruch nimmst.

Mithilfe von Werten urteilen wir darüber, was gut oder schlecht, angenehm oder unangenehm, gut oder böse, wahr oder falsch, schön oder hässlich, angemessen oder nicht angemessen ist. Da Werte ganz persönliche, stark gefühlsmäßige Orientierungsprinzipien und Motivatoren sind und unsere Überzeugungen einschließen, gelten für ihre Entwicklung die gleichen Entwicklungsperioden, wie für die Aneignung von Glaubenssystemen: Eine Zeit des "unbewussten Modellierens" eine Zeit der Introjektion und Identifikation mit den unmittelbaren Erziehungspersonen, eine Zeit der außerfamiliären Sozialisation in Schule, die Gruppe der Gleichaltrigen und Arbeitsstelle. So gesehen sind die Quellen der Entwicklung

unserer Werte, unsere Ursprungsfamilie, unsere Freunde, das Gemeinwesen, in dem wir aufwachsen, gesellschaftliche Institutionen (Schule, Kirche, Vereine etc.), die Arbeitsumgebung, die ökonomischen, gesellschaftlichen und politischen Verhältnisse. Werte sind dadurch mit unserer Identität und unseren Überzeugungen und Einstellungen stark verbunden.

Werte sind die am meisten unbewussten Teile unserer Persönlichkeit. Werte sind Prinzipien, Standards oder Qualitäten, die von Einzelnen oder einer Gruppe als wertvoll oder erwünscht akzeptiert werden.

Werte treten in enger Verbindung mit den Überzeugungen, Einstellungen und Meta-Programmen der einzelnen Person auf. Die Begriffe: Ehre, Verantwortung, Freundschaft, Liebe, Kreativität usw. können Werte und Kriterien sein, die einer Person als Orientierungsmuster und Sortierprinzipien der Gegebenheiten und Aktivitäten in jedem Kontext dienen. Wahrgenommene Sachverhalte und Handlungen werden durch unsere fünf Sinne aussortiert und die persönlichen Aktivitäten werden darauf ausgerichtet, die angestrebten Werte zu erreichen, wobei verschiedene Personen eines Gemeinwesens, einer Institution, oder eines Unternehmens, verschiedene Werte und Kriterien besitzen können.

So sind entweder Menschen, soziale Beziehungen, Zeit, Ort, Aktivitäten, Natur oder Gegebenheiten zu verschiedenen Zeitpunkten und Lebensperioden von verschiedener Wichtigkeit: z.B. kann davon ausgegangen werden, dass bei Heirat oder durch die Geburt eines Kindes, ein Wechsel der Werte und Beurteilungskriterien stattfindet.

Die Entscheidungsfindung ist meist unbewusst und basiert auf Werten und Systemen. Für den aufmerksamen Zuhörer an dem Gebrauch der Modaloperatoren der Notwendigkeit zu hören:

- "Ich muss dies machen"
- "Ich brauche dies unabdingbar"
- "Ich kann nicht anders als dies durchzuhalten"





Je nach erwünschtem Ergebnis und Kontext können Werte und Kriterien in Konflikt geraten, z.B. wenn verschiedene Werte und Kriterien anderen übergeordnet oder untergeordnet werden sollen.

z.B. "Ich muss mich mehr um meine Gesundheit kümmern und mehr entspannen" vs. "Es ist wichtig für mich, diese Arbeit unbedingt bis zum Ende des Monats zu beenden".

Herausgefunden werden können Werte und Kriterien für den Einzelnen durch Beachten der verwendeten Nominalisierungen oder durch einfache Fragen wie:

- "Was hat Dich dazu angeregt, Deine jetzige Arbeitsstelle anzunehmen?"
- "Was ist das Wichtigste innerhalb Deiner Sozialbeziehungen?"
- "Was erachtest Du als besonders wertvoll in Deinem Leben?"
- "Warum machst Du das?"

Beim NLP stehen unterschiedliche Methoden zur Identifikation und Veränderung einer Hierarchie persönlicher und konflikthafter Werte zur Verfügung:

- Veränderung der Hierarchie persönliche Werte
- Hervorlocken einer Hierarchie konflikthafter Werte
- Veränderung von konflikthafter persönlichen Werten

### **Warum sind Werte nützlich?**

Für eine glückliche Beziehung oder auch für den Erfolg im Beruf ist es von Vorteil, die Werte des Partners oder Arbeitskollegen zu kennen und diese zu respektieren. Viele Konflikte lassen sich allein dadurch vermeiden, wenn Sie die Kenntnis der Werte Ihrer Mitmenschen kennen und achten. Gleiche Werte verbinden Menschen auch ohne Worte!

- Werte erleichtern uns, wichtige Entscheidungen zu treffen und Prioritäten zu setzen.
- Sie helfen uns, unsere Zeit einzuteilen und unsere Lebensziele zu erreichen.
- Sie helfen uns, zufrieden zu sein, indem wir sie erfüllen.
- Sie helfen uns, den Sinn für unser Leben zu formulieren.

### **Was kann man mit Werten alles machen?**

Man kann Sie erfragen: "Was ist dir wichtig an Deiner Beziehung?" (... Deines Jobs, Deiner Gesundheit usw.). Da Werte sehr viel mit unseren Überzeugungen, Einstellungen und Glaubenssätzen zu tun haben, können wir durch das Hinterfragen der Werte einen besseren Zugang zu Menschen bekommen (sie wertschätzen). Durch Erfragen von Werten lassen sich auch unbewusste Werte ermitteln, die durch Erziehung, Kultur oder Umfeld geprägt sind.



## 3.2 Wertekategorien

### Appetenz- und Aversionswerte

- Appetenzwerte sind „Hinzu“- Werte (Liebe, Glück, Sicherheit, Abenteuer etc.)
- Aversionswerte sind „Von weg“- Werte (Krankheit, Stress, Streit etc.)

Beachte: manche Appetenzwerte sind in Wirklichkeit verdeckte (umgedrehte) Aversionswerte. Bsp.: Ehrlichkeit steht oft für "Ich habe Angst nicht zu merken, dass ich anderen zur Last falle!" also für Angst vor der Unehrlichkeit Anderer. Die Unterscheidung ist deswegen wichtig weil ein Hin-zu Wert ein Zielzustand ist den wir erreichen wollen. Ein Weg-von Wert ist etwas, wovon wir Angst haben, da gilt es etwas aufzulösen indem wir uns damit auseinandersetzen. Wird nun ein Weg-von Wert umgedreht und so zu einem Hin-zu Wert, so erklären wir eine, aus der Angst resultierende, Vermeidungsstrategie zu unserem Wert!

### Werte elizitieren

Im Wesentlichen verwendet man zwei Fragen, um Werte zu elizitieren:

- "Wozu dient dir das?" eliziert positive Werte (Appetenz-Werte)
- "Was kannst du hierdurch vermeiden?" eliziert negative Werte (Aversions-Werte)

Das Elizitieren sind Grundtätigkeiten im NLP. Elizitieren, „to elicit“, bedeutet so viel wie herausholen bzw. ans Licht bringen und ist im Wesentlichen eine Befragung.

Beim Elizitieren befragen wir den Klienten zu einem ausgewählten Wert. Wir wollen wissen, was er erlebt, denkt, welche inneren Bilder er sieht, was er hört, riecht und eventuell dabei schmeckt, und welche Submodalitäten seine Sinne haben (z.B. wie klar, hell, düster oder verschwommen seine Bilder sind).

Schrittweise erkunden wir den zuvor ausgewählten Wert des Klienten. Wir machen die Abläufe transparent. Dadurch wird dem Klienten selbst klar, was in an den einzelnen Werten wichtig ist. Beim Befragen sollte der Coach genau auf seine Wortwahl achten

#### **I. Elizitation der Werte:**

1. Was ist dir wichtig? Respekt -> [Wert A]
2. Und was ist dir noch wichtig? Familie -> [Wert B]
3. Was ist dir noch wichtig? Liebe -> [Wert C]
4. usw.

#### **II. Ranking der Werte:**



1. Was springt dich als erstes an? Was kommt dir als erstes entgegen? -> Familie -> [Wert 1]
2. und was springt dich als nächstes an? – Was kommt dir als nächstes entgegen? -> Respekt -> [Wert 2]

### **III. Analyse der Wertehierarchie**

Inhaltliche Kriterien

### **IV. Ressourcen-Test:**

- unterstützt der Wert Liebe [Wert 3] den Wert Respekt [Wert 2]?
- wird der Wert Respekt [Wert 2] von dem Wert Liebe [Wert 3] unterstützt?
- unterstützt [Wert 6] den [Wert 5]?
- wird [Wert 5] von [Wert 4] unterstützt?
- usw.

### **V. Inklusionstest:**

- Wenn du [Wert 1] hast, hast du dann auch [Wert 2]?
- Wenn du [Wert 1] hast, hast du dann auch [Wert 3]?

### **Zweck- und End-Werte**

- Zweckwerte sind Werte, um andere Werte zu erreichen, wie z.B. Reichtum.
- Der Endwert zu Reichtum könnte z.B. Anerkennung oder Sicherheit oder Freiheit sein.

Deshalb ist es zum Herausfinden von Werten sinnvoll, Fragen zu stellen, wie z.B. "Wofür ist das gut?". (Chunk up)

### **Grundwerte, Werte und Kriterien**

- **Grundwerte** sind Werte von übergeordneter Bedeutung, z.B. Leben.
- **Werte** sind eine größere Anzahl von Idealen, Zielen, Motivatoren, die das Handeln der Person bestimmen, wie Humor, Lernen, Spaß, Genuss, Erfolg.
- **Kriterien** sind die Maßstäbe, an denen bestimmte Dinge gemessen werden. Sie sind auch die Maßstäbe der Werte (Woher weiß jemand, dass sein Wert erfüllt ist?) ... Z.B. könnte eine Person den Wert "Erfolg" haben und behaupten, eine bestimmte Arbeit ›schlecht‹ gemacht zu haben. Auf die Fragen: "Woher wissen Sie das? Schlecht im Vergleich wozu? Gemessen woran?" erhalten Sie Kriterien zur Antwort.



### 3.3 Entdecken der Hierarchie der Werte

Wie werden die Werte nun entdeckt. Dazu können folgende Fragen gestellt werden: Was ist mir/dir wichtig am Leben? Welche Worte spielen für mich/dich eine wichtigste Rolle? Wo lege ich/legst du meinen/deinen Fokus in verschiedenen Bereichen/Lebenssituationen. Werte werden im ersten Schritt alle aufgeschrieben, die einem wichtig sind.

Die unten aufgeführte Liste möchte Dir dabei Denkanstöße geben.

Liebe	Erfolg	Kreativität
Selbstlosigkeit	Verständnis	Sexualität
Attraktivität	Respekt	Gehorsam
Bewunderung	Ehrlichkeit	Integrität
Gesundheit	Professionalität	Großzügigkeit
Freiheit	Abenteuer	Einfluss
Macht	Unabhängigkeit	Ehrgeiz
Leidenschaft	Spaß	Vertrauen

Um das Ordnen der Werte für Dich anschaulicher zu machen, werde ich Dir anhand einiger Beispiele zeigen, wie man sie in eine Rangreihe bringen kann. Dies ist nur ein Beispiel, Deine Werte bestimmst Du ganz alleine! Beachte, dass es bei der Reihenfolge gibt es kein richtig oder falsch – gut oder schlecht.

Werte sind meist hierarchisch aufgebaut und zwar in der Reihenfolge ihrer Wichtigkeit. Je nach Kontext verändert sich auch die Hierarchie, z. B. zwischen Privat- und Arbeitsleben. Werte entwickeln sich in der frühesten Kindheit. Es begeistert auch die Ansicht, dass wir schon mit diesen Werten in dieses Leben eintreten.

#### **Beispiel**

Die Werte könnten sein: Leidenschaft, Phantasie, Freiheit, Entwicklung, Abenteuer, Erfolg und Gesundheit.

Jetzt frage ich mich, welcher Wert mir wichtiger ist.



Ist Leidenschaft oder Phantasie wichtiger für mich? Leidenschaft.

Ist Leidenschaft wichtiger als Freiheit? Ja.

Was ist wichtiger: Leidenschaft oder Entwicklung? ...

So vergleiche ich alle Werte der Reihe nach mit Leidenschaft. Wenn es keinen Wert gibt der wichtiger ist als Leidenschaft, dann kommt Leidenschaft an die erste Stelle. Wenn es einen Wert gibt, der wichtiger ist, wird dieser vorgezogen und mit allen anderen verglichen. Wenn also beispielsweise Erfolg wichtiger wäre als Leidenschaft, dann wird Erfolg Nummer 1.

Natürlich brauche ich jetzt nicht mehr Erfolg mit Phantasie zu vergleichen, weil Phantasie ja weniger wichtig war als Leidenschaft und diese wiederum weniger wichtig als Erfolg. Ich frage also nur noch: Ist Erfolg wichtiger als Gesundheit? Ja. Erfolg ist Nummer eins.

Ist Leidenschaft wichtiger als Gesundheit? Ja.

Damit wird Leidenschaft die Nummer 2 usw. Wenn Du das konsequent durchziehst, hast Du sehr schnell Deine höchsten Werte in eine Rangreihe gebracht.

### **Schwierigkeiten bei der Einordnung**

An einigen Punkten kann es sein, dass Dir die Einordnung schwerfällt.

Beispiel: Ist mir Abenteuer wichtiger oder Freiheit? Wenn ich Abenteuer erlebe, fühle ich mich frei; ohne Freiheit kann ich keine Abenteuer erleben.

Vorschlag: Wenn Du so nicht weiterkommst, dann frage Dich: "Was bedeutet für mich Freiheit und Abenteuer?"

Freiheit könnte bedeuten, tun und lassen zu können was man will. Abenteuer könnte bedeuten, aufregende Herausforderungen anzugehen. Jetzt kannst Du besser vergleichen: Was ist für mich wichtiger: Tun und lassen zu können, was ich will, oder aufregende Herausforderungen zu meistern? Aufregende Herausforderungen zu meistern - Abenteuer ist also ein höherer Wert.

Wenn Du trotz Nachfragen immer noch keine deutliche Unterscheidung treffen kannst, dann frage Dich: "Was würde geschehen, wenn einer der beide Werte wegfielen." Könnte ich mir ein Leben ohne Abenteuer vorstellen? Es wäre langweilig, ich wäre energielos und hätte wenig Ansporn. Wie wäre es, wenn ich keine Freiheit hätte? Ich wäre abhängig. Ist es



schlimmer abhängig zu sein oder energielos? Energielos.

Damit ist Abenteuer wichtiger als Freiheit. Wäre es mir lieber keine Freiheit zu haben, dafür aber Abenteuer? Oder ist es angenehmer auf die Abenteuer zu verzichten und dafür Freiheit zu haben?

### 3.4 Hinterfragung der einzelnen Werte

Gehe nun Deine Liste nochmals durch und ergründe, was diese Werte für Dich bedeuten.

Frage Dich: Was bedeutet Liebe/Erfolg/ Leidenschaft.... für mich?

**Beispiel:** Liebe bedeutet für mich, mit einem anderen durch dick und dünn zu gehen. Was bedeutet für Dich mit einem anderen durch dick und dünn gehen? Auf den anderen vertrauen zu können. Frage ruhig nach, denn oft verbirgt sich für uns hinter einem Wort etwas ganz anderes, als ein Fremder vermuten würde.

### 3.5 Wertekonflikte

Viele Menschen haben in Ihrem Leben sogenannte Wertekonflikte. Sie wollen im Beruf weiter vorankommen, ihre Lebensqualität erhöhen, sich mehr sozial engagieren und gleichzeitig sehr viele Wochen Urlaub verbringen, in der Sonne liegen und Zeit für andere Dinge haben. Das kann Wertekonflikte erzeugen.

Zu einem gewissen Teil gehören diese Wertekonflikte auch zu unserem Leben. Sie machen unser Leben reizvoll, abwechslungsreich und spannend. Wenn die Konflikte aber Oberhand gewinnen, sind wir inkongruent, d.h. wir haben uns nicht voll und ganz unserem Ziel verschrieben und der innere Konflikt drückt sich in unserem Verhalten aus.

### 3.6 Definition Kriterien

Woran aber nun erkennen, ob ein Wert erfüllt ist? Für den einen mag Sicherheit zum Beispiel bedeuten, dass finanziell genügend Ressourcen vorhanden sind. Für jemand anderen bedeutet Sicherheit, sich immer auf seine Freunde verlassen zu können und wieder ein anderer Mensch schließt sich am liebsten zu Hause ein, um sicher zu sein. Sehr ähnlich anmutende Werte können völlig unterschiedlich gelebt werden, was sich erst anhand der Kriterien bemerkbar macht. Deshalb sind Kriterien auch wichtige Indikatoren dafür, ob wir unsere Werte in die Realität umsetzen oder nicht gemäß unserer Vorstellungen leben.

Bei **Kriterien** handelt es sich um Maßstäbe die Menschen heranziehen um Beurteilung und Entscheidungen von Dingen, Situationen oder Lebewesen durchzuführen. Sie dienen ebenfalls



dazu, den Fortschritt oder den Erfolg einer Situation einzustufen. So führt zum Beispiel die Anwendung des Kriteriums "konservativ" auf eine Situation, Familie oder ein Produkt zu ganz anderen Beurteilungen und Schlussfolgerungen als die Anwendung des Kriteriums "anpassungsfreudig".

Kriterien können sich auf unterschiedliche Logische Ebenen beziehen. Da darunter auch die Ebene der Werte und Glaubenssätze fällt, liegt die Versuchung nahe Kriterien und Werte fälschlicherweise synonym zu verwenden. Kriterien können hierarchisch aufgebaut sein, wobei der Aufbau pro Person individuell im Verlauf des Lebens festgelegt wird und wird zum Beispiel durch die Kultur beeinflusst. Die am wichtigsten betrachtete hierarchische Ebene der Kriterien kann als Kernkriterien bezeichnet werden.

### 3.7 Kriterienbeurteilung

Um zu beurteilen, ob durch ein Kriterium angestrebte üblicherweise recht unscharf definiertes Ziel oder Wert erreicht wurde, muss das Kriterium messbar gemacht werden. Mittels einer Beurteilung der aktuellen Situation werden Beweise gesammelt wodurch ein Kriterium als erfüllt oder nicht erfüllt eingestuft werden kann. Diese Bewertung, wann ein und das selbe Kriterium erfüllt ist, kann bei jedem Menschen unterschiedlich ausfallen.

#### **Beispiel:**

Denke an ein wichtiges zu erreichendes Kriterium (z.B. Flexibilität, Gesundheit, Einzigartigkeit)

*Woran kannst du feststellen, dass das Kriterium erfüllt ist? Kannst du es sehen? Hören? Fühlen? Hängt die Beurteilung ausschließlich von dir selbst ab oder benötigst du Bestätigung von außerhalb, zum Beispiel von einer anderen Person oder über ein objektives Messverfahren?*



### 3.8 Liste Werte und Kriterien

Abenteuer	Charme	Errungenschaft	Glück
Abgeklärtheit	Coolness	Erwartung	Glückseligkeit
Abwechslung	Dankbarkeit	Expertise	Gnade
Achtsamkeit	Demut	Extravaganz	Großzügigkeit
Aggressivität	Der Beste sein	Extraversion	Gründlichkeit
Ahnung	Dienst	Exzellenz	Güte
Akribie	Direktheit	Fairness	Gutmütigkeit
Aktivität	Diskretion	Familie	Harmonie
Akzeptanz	Disziplin	Faszination	Hartnäckigkeit
Albernheit	Dominanz	Finanzielle	Heiligkeit
Anerkennung	Dreistigkeit	Unabhängigkeit	Heimlichkeit
Angemessenheit	Durchsetzungsvermögen	Findigkeit	Heiterkeit
Angepasstheit	Dynamismus	Fitness	Heldenmut
Anpassungsfähigkeit	Edelmut	Fleiß	Heldentum
Anstand	Effektivität	Flexibilität	Herausforderung
Antrieb	Effizienz	Flow	Herkunft
Anwendbarkeit	Ehre	Fokus	Herz
Anziehungskraft	Ehrfurcht	Frechheit	Herzlichkeit
Aufgeschlossenheit	Ehrgeiz	Freiheit	Hilfsbereitschaft
Aufmerksamkeit	Ehrlichkeit	Freizügigkeit	Hingabe
Aufopferung	Eifer	Freude	Hochgefühl
Aufregung	Eigenständigkeit	Freundlichkeit	Hoffnung
Aufrichtigkeit	Einen Unterschied	Frevelhaftigkeit	Höflichkeit
Ausbildung	machen	Frieden	Humor
Ausdauer	Einfachheit	Frohmut	Hygiene
Ausdrucksfähigkeit	Einfallsreichtum	Frohsinn	Inspiration
Ausgeglichenheit	Einfluss	Frömmigkeit	Integrität
Ausgelassenheit	Einfühlungsvermögen	Führung	Intelligenz
Bedachtsamkeit	Einheit	Furchtlosigkeit	Intensität
Beflissenheit	Einsamkeit	Gastfreundschaft	Intimität
Befreiung	Einsicht	Geben	Introversion
Begierde	Einsichtigkeit	Gehorsam	Intuition
Beharrlichkeit	Einzigartigkeit	Gelassenheit	Investierung
Beherrschung	Ekstase	Genauigkeit	Jugendlichkeit
Beliebtheit	Eleganz	Genügsamkeit	Kameradschaft
Bereitschaft	Energie	Genuss	Klarheit
Bereitwilligkeit	Entdeckung	Gerechtigkeit	Klugheit
Berühmtheit	Enthusiasmus	Gerissenheit	Komfort
Beschaulichkeit	Entschlossenheit	Geschicklichkeit	Kongruenz
Bescheidenheit	Entspannung	Geschwindigkeit	Können
Beschränkung	Erfahrung	Gemütlichkeit	Kontinuität
Besonnenheit	Erfindungsgabe	Geselligkeit	Kontrolle
Bestätigung	Erfolg	Gewandtheit	Konzentration
Bewusstheit	Erhabenheit	Gewinnen	Kooperation
Bindung	Erholung	Gewissheit	Korrektheit
Bissigkeit	Erkenntnis	Glanz	Kreativität
Brauchbarkeit	Ermunterung	Glaube	Kühnheit
Brillanz	Ernsthaftigkeit	Glaubwürdigkeit	Langlebigkeit





Lebendigkeit	Religiösität	Unterstützung
Lebenskraft	Respekt	Unversehrtheit
Lebhaftigkeit	Revolution	Unvoreingenommenheit
Leidenschaft	Ruhe	Urteilsfähigkeit
Leistung	Ruhm	Verbindung
Leitung	Sauberkeit	Verbissenheit
Lernen	Scharfsinn	Verehrung
Liebe	Schlauheit	Vergnügen
Logik	Schönheit	Vermögen
Loyalität	Seele	Vernunft
Macht	Selbstbeherrschung	Versicherung
Mäßigung	Selbstlosigkeit	Verspieltheit
Milde	Selbstvertrauen	Verständnis
Mitarbeiterführung	Seltsamkeit	Vertrauen
Mitbenutzung	Sensitivität	Vertrauenswürdigkeit
Mitgefühl	Sexualität	Verwegenheit
Mitwirkung	sicheres Auftreten	Vielfalt
Mode	Sicherheit	Vision
Motivation	Sieg	Vitalität
Mumm	Signifikanz	Vollendung
Mündigkeit	Sinnlichkeit	Vorfriede
Mut	Sittsamkeit	Vorsatz
Nächstenliebe	Solidarität	Wachsamkeit
Nähe	Sorgfalt	Wachstum
Nerv	Spannung	Wahrheit
Neugier	Sparsamkeit	Wahrnehmungsvermögen
Nützlichkeit	Spaß	Wärme
Offenheit	Spiritualität	Weisheit
Optimismus	Spontanität	Widerstandsfähigkeit
Ordnung	Sprachkompetenz	Wildheit
Ordnungsliebe	Stabilität	Wirtschaft
Organisation	Stärke	Wissen
Originalität	Stille	Wissensdurst
Perfektion	Strebsamkeit	Witzigkeit
Pflicht	Strenge	Wohlgefallen
Phantasie	Struktur	Wohlstand
Philantrophie	Sympathie	Wortgewandtheit
Pietät	Synergie	Wunder
Potenz	Tapferkeit	Würde
Pragmatismus	Teamwork	Zeitlosigkeit
Präsenz	Tiefe	Zufriedenheit
Präzision	Traditionalismus	Zugänglichkeit
Privatsphäre	Transzendenz	Zugehörigkeit
Proaktiv sein	Träumen	Zuneigung
Professionalität	Treue	Zuverlässigkeit
Pünktlichkeit	Tugend	Zweckmäßigkeit
Raffinesse	Überfluss	
Rätselhaftigkeit	Überlegenheit	
Realismus	Überraschung	
Reflektion	Überzeugung	
Reichhaltigkeit	Umgänglichkeit	
Reichtum	Unabhängigkeit	
Reife	Unerschrockenheit	
Reinheit	Unerschütterlichkeit	
Reinlichkeit	Unterhaltung	



## 4 Kriterien der Hierarchie

### 4.1 Was sind Kriterien

Menschen verwenden in Beurteilungs- und Entscheidungsprozessen individuelle Maßstäbe, sogenannte Kriterien.

Anhand der Kriterien entscheidet sich jemand also für oder gegen etwas oder beurteilt etwas zB. als gut oder schlecht.

Kriterium kommt vom griechischen Wort *krites* (urteilen).

Kriterien helfen auch dabei den Erfolg oder Fortschritte einer Situation zu beurteilen. Da jeder Mensch andere Kriterien verwendet, kann ein und dieselbe Situation vollkommen unterschiedlich beurteilt werden.

Ein Beispiel:

Marketingteam entwickelt Werbestrategie für Produkt, ein neues Haarshampoo.

Ein Teammitglied hat das Kriterium „innovativ“, ein anderes Teammitglied hat das Kriterium „effektiv“. Die beiden können sich nicht sofort einigen: Soll in der Headline der Fokus auf die neuen Eigenschaften und besonderen neuen Inhaltsstoffe des Shampoo gerichtet werden oder soll man die Wirksamkeit und den Nutzen in der Vordergrund stellen?

### 4.2 Unterschied Kriterien und Werte

Kriterien und Werte sind nicht das Gleiche!

Kriterien können sich auf alle logischen Ebenen beziehen, wobei die Werte und Glaubenssätze eine eigene logische Ebene bilden.

Man kann „Umweltkriterien“ (zB. ein heller Raum, gutes Essen) haben, oder „Verhaltenskriterien“ (zB. er raucht nicht, sie lässt mich aussprechen) oder „intellektuelle Kriterien“ (Wissen über NLP, jahrelange Erfahrung in der Buchhaltung, Leadership Skills) oder „emotional basierte Kriterien“ (fühle mich wohl, fühle mich geliebt).

Kriterien sind nicht nur Werte, und Werte sind immer auch Entscheidungskriterien.

### 4.3 Kriterienhierarchie

Kriterien sind (meistens) hierarchisch aufgebaut und werden durch Umfeld und Erfahrungen



beeinflusst.

Kriterienhierarchie: Man geht davon aus, dass für Menschen bei Entscheidungen ein Wert wichtiger ist als ein anderer, und sich somit eine Hierarchie von Kriterien ergibt.

Kernkriterien: Die Kriterien die für eine Person hierarchisch am Wichtigsten sind.



#### 4.4 Abfragen der Kriterienhierarchie

Kriterien werden auf unterschiedlichen Ebenen festgelegt. Daher ist es auch möglich, dass Menschen Kriterien hierarchisch ordnen. Wenn für einen Menschen zum Beispiel die Gesundheit wichtiger ist als die Finanzen dann wird er sein Leben danach orientieren, die Aussicht auf Gesundheit und Wohlbefinden werden die Entscheidungen dieser Person beeinflussen. Ein anderer Mensch, dem Geld wichtiger ist als Gesundheit, wird sein Leben grundlegend anders gestalten.

Die Kriterienhierarchie ist eine der Unterscheidungen zwischen Menschen, Gruppen und sogar Kulturen. Sie sind auch Teil der Metaprogramme eines Menschen.

Wie fragt man die Hierarchie der Kriterien ab?

#### 4.5 Übung: Abfragen der Hierarchie – Beispiel 1 Gruppe

Im Folgenden bezeichnet die Abkürzung B den Coach und A den Klienten. (Wie A und B aus den ABC Übungen)

B: Was würde dich dazu motivieren einer Gruppe aus vollem Herzen beizutreten?

A: Wenn man dort viel über NLP lernen könnte. (Kriterium: NLP lernen)

B: Angenommen das wäre der Fall und du würdest aus vollem Herzen beitreten. Was müsste passieren, damit du wieder aus der Gruppe austrittst?

A: Wenn ich von anderen Mitgliedern respektlos behandelt werden würde. (Kriterium Respektvoller Umgang)

B: Was müsste gegeben sein, dass du bleibst, selbst wenn das der Fall wäre?

A: Wenn ich ein positives Verhältnis mit der Gruppenleitung und einigen anderen Mitgliedern hätte. (Kriterium positives Verhältnis zu Leitung und Anderen)

B: Was müsste sein, dass du trotzdem gehst, obwohl du dort viel über NLP lernst, manche Mitglieder respektlos wären und du ein gutes Verhältnis zu einigen anderen und zur Gruppenleitung hättest?

A: Wenn ich keine Zeit mehr hätte für die Gruppe. (Kriterium Zeit)

B: Was müsste passieren, dass du dann trotzdem bleibst, obwohl du zu wenig Zeit hast?

A: Wenn ich wüsste, dass ich immer Zugriff auf die Inhalte habe und auch später wieder mitmachen kann. (Kriterium Möglichkeit immer Zugriff zu haben)

B: Was müsste passieren, dass du dann trotzdem aussteigst?

A: Mir fällt nichts mehr ein.



Zusammenfassung:

Die Hierarchie der Kriterien für diesen Klienten ist im Kontext „Teilnahme an Gruppen“:

Geordnet nach Wichtigkeit:

1. Möglichkeit immer Zugriff zu haben
2. Zeit
3. Positives Verhältnis zur Leitung
4. Respektvoller Umgang
5. Etwas lernen

#### 4.6 Übung: Abfragen der Hierarchie – Beispiel 2 Wohnort

Kriterien können natürlich in jedem Kontext anders sein.  
Ein weiteres Beispiel mit dem gleichen Klienten:

B: Warum würdest du an einen bestimmten Ort ziehen?

A: Weil das Wetter dort schön ist.

B: Angenommen das Wetter wäre dort schön, was wäre ein Grund für dich von dort wieder wegzuziehen?

A: Wenn ich dort keine Freunde finden kann.

B: Was würde dich dazu bringen, trotzdem dorthin zu ziehen?

A: Wenn es eine schöne Stadt in der Nähe gäbe.

B: Wenn dort schönes Wetter wäre, du keine Freunde finden würdest, aber eine schöne Stadt in der Nähe wäre, was würde dich dazu bringen, trotzdem dort wegzuziehen?

A: Wenn es dort gefährlich ist.

B: Angenommen es wäre so aber gefährlich, was würde dich dazu bringen, trotzdem dort zu leben?

A: Nichts. Meine Sicherheit geht mir über alles.

Kriterien für Wohnort, geordnet nach Wichtigkeit:

1. Sicherheit



2. Schöne Stadt in der Nähe
3. Freunde
4. Schönes Wetter

#### 4.7 Übung: Abfragen der Hierarchie – Beispiel 3 Paarcoaching

B ist der Coach. A und C sind ein Paar, das ihre Konflikte durch Coaching lösen möchte.

B: Was ist für euch wichtig in einer Beziehung?

A: Das man gut miteinander reden kann.

C: Das man einander vertraut.

B: A, Angenommen du könntest gut mit jemanden reden, was wäre trotzdem ein Grund dich zu trennen?

A: Wenn die Sexualität nicht erfüllend ist.

B: C, Angenommen du könntest jemandem vertrauen, was wäre trotzdem ein Grund dich zu trennen?

C: Wenn die Person respektlos zu mir wäre.

B: A, Wenn du mit jemandem gut reden kannst, die Sexualität aber nicht erfüllend ist, was wäre ein Grund um trotzdem in der Beziehung zu bleiben?

A: Wenn ich eine tiefe Verbundenheit und tiefe Liebe zu der Person spüre, dann glaube ich daran, dass wir alles gemeinsam schaffen können.

B: C, Wenn du zu jemandem Vertrauen hast, aber respektlos behandelt wirst, was wäre ein Grund für dich trotzdem zu bleiben?

C: Keinen Grund, das wäre für mich absolut nicht denkbar.

B: A, Angenommen das vorhin genannte würde eintreffen, was wäre ein Grund für dich, dich trotzdem zu trennen?

A: Wenn mich die Person betrügt, also Untreue.

B: Gäbe es bei Untreue einen Grund trotzdem zu bleiben?

A: Ja, wenn wir gemeinsame Kinder hätten, dann würde ich der Person noch eine Chance geben.

B: Angenommen das wäre so, gäbe es dann einen Grund dich trotzdem zu trennen?

A: Ja, wenn die Person zu mir oder den Kindern gewalttätig wäre.

B: Gäbe es einen Grund für dich, trotzdem zu bleiben?

A: Nein, das ist ein absolutes No Go für mich.



Beide Partner haben unterschiedliche Kriterienhierarchien um in einer Beziehung zu bleiben.

Partner A:

1. Keine körperliche Gewalt
2. Gemeinsame Kinder
3. Tiefe Verbundenheit /Liebe
4. erfüllende Sexualität
5. Gutes Gesprächsbasis

Partner C:

1. Respekt
2. Vertrauen

An diesem Beispiel wird gut ersichtlich, aus welchen unterschiedlichen Gründen Menschen Beziehungen eingehen oder beenden. Diese beiden Menschen haben unterschiedliche Erwartungen und Ansprüche aneinander.

Was denkst du: Welche Konflikte könnten hier konkret auftreten?

#### 4.8 Nutzen der Kenntnis über Hierarchie der Kriterien

Das Verständnis über die Kriterien einer Person ist sehr wichtig für erfolgreiche Mediation, für Verhandlungen und natürlich jede Art von Kommunikation.

Kriterien spielen auch eine große Rolle bei Überzeugungen und Motivation.

Man kann die Kenntnis der Kriterien in vielen NLP Prozessen gut nutzen, vor allem wenn es um Konflikt Lösungen oder Zielsetzungen geht.

Die Motivation für das Erreichen eines Zieles wird verstärkt, wenn man die Kriterien definiert bzw. wenn dem Klienten wichtige Kriterien mit dem Ziel in Verbindung gebracht werden können.

Beispiel: Schüler lernt für Abitur, kann sich schwer motivieren

B: Was ist für dich wichtig für deine berufliche Zukunft?

A: Mir ist wichtig, dass ich einen Beruf finde, der mir Spaß macht.

B: Wenn du einen Beruf findest der dir Spaß macht, was würde dazu führen, dass du trotzdem den Beruf wechseln wollen würdest?

A: Wenn die Bezahlung schlecht wäre.

B: Wenn du dort Spaß hättest, die Bezahlung aber schlecht wäre, was würde dazu führen, dass du bleiben würdest?



A: Wenn ich weiß, dass es Aufstiegsmöglichkeiten gibt und ich mich verbessern kann.

B: Wenn du also Spaß hättest, das Geld im Moment nicht passen würde, du aber Aufstiegsmöglichkeiten hättest – was würde dazu führen, dass du trotzdem wechseln würdest?

A: Wenn es woanders schneller möglich wäre.

B: Was würde dich dazu bringen trotzdem zu bleiben, auch wenn der Aufstieg woanders schneller möglich wäre?

A: Nichts. Ich würde wechseln.

Kriterienhierarchie:

1. Schnelle Aufstiegsmöglichkeiten
2. Generell die Möglichkeit aufzusteigen
3. Gute Bezahlung
4. Spaß

Der junge Mensch möchte einen Beruf in dem es gute und schnelle Aufstiegsmöglichkeiten gibt, der gut bezahlt wird und Spaß macht.

Um den Klienten dazu zu motivieren sich mehr für das Lernen zu motivieren, verknüpfen wir diese Kriterien mit dem aktuellen Ziel.

## 4.9 Criterial Equivalence – Kriterien Äquivalenz

Kriterien Äquivalenz ist ein NLP Begriff, der verwendet wird um spezifische und beobachtbare Erfüllungsbedingungen für ein Kriterium zu definieren. Kurz gesagt: Es beschreibt ob das Kriterium erfüllt worden ist oder nicht und wodurch es erfüllt worden ist.

Menschen verwenden für die Kriterien Äquivalenz oft unterschiedliche Repräsentationssysteme, unterschiedliche Chunkgrößen und unterschiedliche Wahrnehmungspositionen.

Beispiel:

Woran merkst du, dass etwas Spaß macht?

Was genau bedeutet es für dich in der Beziehung einen gute Gesprächsbasis zu haben?

Wie viel Geld genau ist eine gute Bezahlung?





## 5 Elizitation von komplexen Äquivalenzen

### 5.1 Das Metamodell der Sprache

Das Metamodell beschreibt ein übergeordnetes Modell (deshalb Meta). In der Linguistik und im NLP versteht man Sprache als individuelles Abbild (Modell) der Welt.

Das Metamodell der Sprache ist daher ein Modell um das Modell der Sprache zu beschreiben.

Wir verwenden das Metamodell, um die Landkarte (also das Modell der Wirklichkeit) eines Menschen so zu erweitern oder zu ergänzen, dass er mehr und vor allem bessere Strategien, Wahlmöglichkeiten und Ideen bekommt.

Beim Metamodell unterscheiden wir 3 Kategorien:

- Tilgung
- Verzerrung
- Generalisierung

### 5.2 Tilgung

Die Tilgung ist ein Prozess bei dem Teile der sinnesspezifischen Wahrnehmung weggelassen werden. Es können Worte weggelassen werden, Beispiel: Ich habe Angst. Hier fehlt die Aussage wovor man Angst hat.

Es können Vergleiche weggelassen werden, Beispiel: Er ist besser. Hier fehlt der Vergleich, nämlich worin er besser ist und als welche andere Person er besser ist.

Eine weitere Form der Tilgung sind Modalverben wie „sollte, könnte, müsste, ...“. Bei einer Aussage wie „Man sollte eine warme Mahlzeit essen“ fehlt die Information wer das gesagt hat, warum man das sollte und wer genau das tun sollte.

### 5.3 Verzerrung

Die Verzerrung ist ein Prozess bei dem Menschen die Realität aufgrund ihrer Glaubenssätze subjektiv wahrnehmen. Man könnte auch sagen, die Verzerrung ist ein missverstehen der Realität durch Interpretation.

So gut wie alle Aussagen über die Gefühle, Gedanken, Einstellungen, Wünsche und Abneigungen einer anderen Person sind Verzerrungen, wenn wir nicht genau nachgefragt haben und die Aussage der Person exakt zitieren. Alles was nicht exakt zitiert ist, ist interpretiert und somit eventuell verzerrt.



## 5.4 Generalisierung

Die Generalisierung ist ein Prozess bei dem man von einer oder einigen Erfahrungen automatisch auf alle Erfahrungen schließt. Äußere Umstände oder individuelle Einflüsse werden dabei ausgeschlossen. Beispiel: Du hörst mir nie zu.

## 5.5 Die komplexe Äquivalenz

Die komplexe Äquivalenz ist eine Verzerrung der Realität, bei der 2 unterschiedliche Ereignisse miteinander in Zusammenhang gebracht werden.

Es wird behauptet, dass ein Ereignis X automatisch Y bedeutet.

Beispiel: Du liebst mich nicht mehr, weil du mir keine Blumen mehr mitbringst.

Das Ereignis X ist: Du bringst keine Blumen mehr mit.

Die Bedeutung Y ist: Du liebst mich nicht mehr.

Wir hinterfragen im Coaching den Kausalzusammenhang und suchen nach Gegenbeispielen.

Metamodellfragen dazu:

Also bedeutet Blumen mitzubringen, dass man jemanden liebt und keine Blumen mitzubringen, dass man jemanden nicht mehr liebt?

Woher weißt du, dass keine Blumen zu bringen bedeutet, dass er dich nicht mehr liebt?

Bedeutet es immer, dass man jemanden nicht mehr liebt, wenn man keine Blumen mehr mitbringt?

Was könnte noch ein Grund dafür sein, dass er keine Blumen mehr mitbringt?

Bringst du ihm immer Blumen mit um deine Liebe zu zeigen?

Würdest du auch jemanden lieben, ohne ihm Blumen mitzubringen?

## 5.6 Vorgehensweise im Coaching

Der Klient wird im Folgenden mit A bezeichnet, der Coach mit B.



A: Mein Chef mag mich nicht. Er lobt mich nie.

Der Klient liest also die Gedanken des Chefs und denkt, der Chef würde ihn nicht mögen. Als Beweis dafür führt er an, dass der Chef ihn nie lobt.

Der Klient gibt keine weiteren Informationen dazu an. Er ist sich sicher damit rechtzuhaben, da er auf seiner Landkarte diese verzerrte Wahrnehmung abgespeichert hat.

Das Loben einer Person ist ein Erlebnis das noch nicht genau vom Klienten definiert worden ist.

Wann genau fühlt man sich gelobt?

Kann das durch einen Blick geschehen? Ein Wort? Ein geschriebener Satz? Oder muss es ausführlich ausgesprochen werden?

Woran merkt der Klient, dass er gelobt wird?

Wie oft möchte er gelobt werden?

Zuerst überprüft der Coach ob die beiden Aussagen (man nennt diese im NLP auch Oberflächenstrukturen) des Klienten für ihn auch tatsächlich gleichgestellt (äquivalent) sind. Das geschieht durch gezieltes Hinterfragen der Äquivalenz.

**Aussagen: Mein Chef mag mich nicht. Er lobt mich nie.**

B: Bedeutet die Tatsache, dass Ihr Chef Sie nicht lobt, immer, dass er Sie nicht mag?

Mag ihr Chef Sie nur in den Momenten, in denen er lobt oder könnte er Sie auch in anderen Momenten mögen?

Der Klient muss nun eine Entscheidung treffen, und wird in den häufigsten Fällen wahrscheinlich die Äquivalenz verneinen.

Der Coach fragt weiter. Jetzt wird die Kriterien Äquivalenz abgefragt.

B: Woher wissen Sie, dass ihr Chef Sie nicht mag? Woher wissen Sie generell, dass jemand sie mag?

Man bringt Gegenteilbeispiele:

B: Wenn Sie ihren Chef nicht loben, bedeutet dies, dass Sie ihn nicht mögen?

Die Antwort kann sein: Nein, das ist doch nicht das Gleiche!

Als Coach frage ich weiter.

B: Worin besteht der Unterschied?



Man fragt als Coach solange weiter, bis die Landkarte des Klienten so weit erweitert ist, dass der Klient Handlungskompetenz erlebt oder Lösungen erkennt.

## 5.7 Elizitieren der komplexen Äquivalenz

Viele Probleme entstehen durch komplexe Äquivalenzen auf der Landkarte des Klienten.

Einige Beispiele:

- Ich habe die Schule abgebrochen, das heißt ich bin ein Versager.  
Der Klient setzt das Abbrechen der Schule damit gleich ein Versager zu sein. Der Glaubenssatz über die eigenen Identität „ein Versager“ zu sein, hat nun viele negative Konsequenzen auf das restliche Leben des Klienten.  
Möglicherweise leidet der Selbstwert des Klienten darunter. Möglicherweise hat der Klient dadurch Angst neue Projekte zu beginnen. Möglicherweise erlebt der Klient dadurch häufig negative Emotionen wenn es um das Thema Schule geht oder negative Gedanken über sich selbst.
- Meine Frau lächelt mich nicht an, das heißt meine Frau liebt mich nicht mehr.
- Ich bin ein Scheidungskind, daher habe ich Bindungsangst.
- Ich bin ein Ausländer, daher mag mich hier niemand.
- Ich bin zu klein, daher finde ich keinen Mann.
- Ich bin übergewichtig, daher bin ich nicht schön.
- Mein Konto ist überzogen, das heißt ich kann nicht gut mit Geld umgehen.
- Der Klient hat keinen Termin mehr ausgemacht, das heißt mein Coaching war nicht gut genug.
- Ich habe meinen Schlüssel verlegt, das heißt ich bin ein chaotischer Mensch.

Woran erkennt man eine komplexe Äquivalenz?

Komplexe Äquivalenzen sind es dann, wenn eine subjektive Interpretation vorliegt und der Zusammenhang nicht in 100% aller Fälle zutrifft.

Beispiel:



Es gibt Schulabbrecher, die heute sehr erfolgreiche Menschen sind. Daraus folgt: Die Schule abzubrechen bedeutet NICHT, dass man automatisch ein Versager ist.

Wann ist es definitiv keine komplexe Äquivalenz?

Wenn es eine objektive Aussage ist, die immer zutrifft.

Beispiel:

- Wenn man Wasser unter normalem atmosphärischem Druck auf 100 °C erhitzt dann beginnt es zu sieden.  
Diese Aussage stimmt immer unter den angegebenen Bedingungen.

Wie du siehst, ist es gar nicht so einfach viele Aussagen zu finden, die man **IMMER** und für **ALLE** als wahr ansehen kann. Da der Mensch dazu neigt seiner Wahrnehmung eine Bedeutung zu geben und diese abhängig ist von seiner Lebenserfahrung, seinen Glaubenssätzen und seinem Umfeld, wird ist fast immer zu komplexen Äquivalenzen kommen.

Ausnahme: Wenn sinnesspezifisch kommuniziert wird.

## 5.8 Sinnesspezifische Kommunikation

Komplexe Äquivalenzen lassen sich vermeiden, wenn man möglichst exakt und sinnesspezifisch kommuniziert. (Wie gut das klingt und wie praktisch sich das anwenden lässt, sei dahingestellt).

Beispiel:

- Als ich die Schule abgebrochen habe, habe ich mich traurig gefühlt. Ich habe den Gedanken gedacht: „Ich bin ein Versager, da ich die Schule abgebrochen habe“. Der Gedanke hat in mir traurige Gefühle hervorgerufen, ich habe meinen Kopf hängen lassen und die Schultern nach vorne fallen gelassen. Das ist natürlich nur mein persönlicher Gedanke, denn es existieren viele Menschen, welche die Schule abgebrochen haben und sich selbst sehr erfolgreich fühlen. Ich weiß auch, dass es Menschen gibt, die sich trotz Schulabschluss als Versager fühlen.  
Weiters muss ich meine Definition von Versager hinterfragen: Was genau bedeutet versagen für mich?

...



Komplexe Äquivalenzen sind also ein normaler Teil unseres Sprachgebrauchs. Im Coaching elizitieren wir diese auch nur dann, wenn sie dazu führen, dass der Klient darunter leidet oder in seiner Zielerreichung eingeschränkt wird.

Die komplexen Äquivalenzen die gut für ihn sind, die darf er natürlich behalten. 😊

Die Entscheidung ob diese gut oder schlecht sind trifft natürlich wer?

Richtig! Der Klient selbst.

## 6 Anpassung und Veränderung von Kriterien

So wie Werte sind auch Kriterien mit Submodalitäten repräsentiert.

Die Hierarchie der Kriterien ist durch eine bestimmte Submodalität ausgerichtet; das kann zB die Helligkeit sein: Umso wichtiger ein Kriterium umso heller die Repräsentation.

Oder die Größe des Bildes: Umso wichtiger, umso größer. Etc.

Wenn man also die Kriterien Hierarchie beeinflussen möchten dann kann dies durch die Arbeit mit den Submodalitäten geschehen.

Eine weitere Anpassung der Kriterien kann durch das Abfragen der Erfüllungs- und Nichterfüllungsbedingungen geschehen.

Bsp.:

Kriterium: Gute Gespräche führen

Was muss passieren, damit du ein Gespräch als gut erlebst?

Was muss passieren, damit ein Gespräch als nicht gut erlebt wird?

Definiere gutes Gespräch: Länge, Inhalt, Emotionen, Thema?

Durch genaues Hinterfragen können sich Kriterien verändern.

Aus dem Kriterium „gute Gespräche“ kann das Kriterium „jemand hört mir zu wenn ich traurig bin“ werden.

## 7 Timeline



## 7.1 Was ist Timeline?

Der Begriff Timeline ist englisch und bedeutet Zeitlinie.

Durch das Konzept der Zeitlinie (Timeline) bekommt man Zugang zur Zeitkodierung eines Menschen – man kann mit dem Klienten besser auf Ereignisse in Vergangenheit oder Zukunft zugreifen, da die Zeitlinie eine visuelle und kinästhetische Metapher für das Zeitempfinden des Menschen darstellt.

Meistens verwendet man die Zeitlinie (Timeline) für die Abbildung der eigenen Lebenszeit und vergangene, sowie zukünftige Ereignisse im Leben des Klienten.

Die Zeitlinie ist tatsächlich eine Linie. Diese Linie muss aber nicht gerade sein, sie kann auch gebogen sein. Bei den meisten Menschen ist die Timeline eine Gerade.

Die Merkmale der Timeline, sowie der Verlauf, die Farbe, die Dicke und die Form haben für den Klienten eine spezifische Bedeutung. Wenn man die Submodalitäten der Timeline verändert dann verändert sich dadurch auch die Wahrnehmung der eigenen Lebenszeit und der Umgang mit der eigenen Lebenszeit. Es können auch Veränderungen auf den Ebenen der Glaubenssätze und Werte, sowie der Identität durch Veränderungen der Submodalitäten der Timeline geschehen.

Bereits in den 70er Jahren, verwendete man eine therapeutische Technik namens „Walking the Time Line“.

10 Jahre später experimentierte der Hypnotherapeut Tad James, mit der bloßen Vorstellung der Zeitachse und bemerkte, dass sich dadurch eine therapeutische Wirkung erzielen ließ.

1988 entwickelt er die Time Line Therapy™, eine fast eigenständige Methode innerhalb des NLP, die sich bei Heilung von traumatischen Erlebnissen aus der Vergangenheit bewährte.

Es ist bis heute unklar, ob die Ursprünge der Time Line in der Arbeit Richard Bandlers oder Tad James liegen, beide behaupten dies...

## 7.2 Anwendung der Timeline Arbeit

Das Unterbewusstsein speichert alle Erlebnisse und Gefühle, die man im Laufe seines Lebens erlebt.

Unbewusste, vergessene oder nicht bearbeitete Ereignisse können uns das Leben manchmal schwer machen.

Selbst unsere Reaktionen auf neue Ereignisse, sind eine Folge der gespeicherten Erfahrungen in unserem Unterbewusstsein. (Glaubenssätze, Muster, Landkarte...)



Jeder Mensch organisiert seine Erinnerungen in der Zeit auf einer Art Linie, der Zeitachse, Zeitlinie oder englisch "time line".

Beim TimeLine-Coaching geht man in einem Trancezustand auf der Zeitlinie seines Lebens zurück, um an ungünstige negative Erinnerungen bzw. Prägungen heranzukommen, die das Leben begrenzen und einschränken.

So können Situationen in denen negative Glaubenssätze entwickelt wurden aufgelöst werden.

Tad James und Wyatt Woodsmall geben diese Möglichkeiten der Anwendung der Time-Line an:

- Veränderung von Erinnerungen
- Wandlung negativer Gefühle oder Glaubenssätze
- Beseitigung von Phobien
- Erschaffung einer unwiderstehlichen Zukunft und Stärken der Motivation
- Veränderung der Richtung der Time-Line...

### 7.3 Arten und Unterschiede

Es gibt verschiedene Möglichkeiten mit der Time-Line zu arbeiten:

1. Äußere Time Line: Man arbeitet kinästhetisch. Es gibt eine Zeitlinie am Boden, sie ist ein räumlicher Anker für die unterschiedlichen Ereignisse im Leben einer Person. Wenn die Person eine bestimmte als Lebensabschnitt definierte Stelle auf dieser Linie betritt, werden die entsprechenden Erinnerungen oder Phantasien aktiviert. Man verwendet zur Vereinfachung der Wahrnehmung häufig Bodenanker um bestimmte Ereignisse oder Personen zu kennzeichnen.
2. Innere Time Line: Die innere Time-Line ist die rein visuelle Vorstellung der Zeitlinie. Sehr häufig verwendet man das in der Hypnose, wenn der Klient nicht aufstehen soll oder möchte bzw. wenn es aus anderen Gründen nicht möglich ist, durch den Raum zu gehen.

Eine Person ist 'In Time', 'Between Time' oder 'Through Time', oder auch eine Kombination davon.

- **Through Time Menschen:** Erinnerungen sind normalerweise dissoziiert. Diese Menschen sind sich der Zeit und der Dauer von Vorgängen bewusst, sie sind pünktliche und zeitplanende Menschen. Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft sind präsent. Die TL liegt gewöhnlich komplett außerhalb des Menschen und die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft liegen im Blickfeld. Erinnerungen können gut abgerufen werden.





- **In Time Menschen:** Ihre Erinnerungen sind assoziiert. Diese Menschen haben ein schlechtes Zeitgefühl, denn sie leben im Jetzt. Die TL dieser Menschen geht durch sie hindurch, wobei gewöhnlich ein Teil der Zeit außerhalb ihres Sichtfeldes liegt und damit schwerer zugänglich ist.
- **Between Time Menschen:** Eine Mischung aus In und Through Time. Die TL geht durch den Menschen hindurch (wie 'In Time') allerdings ist die gesamte TL im Blickfeld (wie 'Through Time').

## 7.4 NLP Timeline Formate

Die Time-Line wird in einigen NLP-Formaten eingesetzt, hier die bekanntesten Formate:

1. Change History
2. Reimprinting
3. Core Transformation
4. Self Nurturing
5. Change Future
6. Zeit Progression

Zur Anwendung der inneren Time-Line gibt es eine eigene Ausbildung, die Time-Line-Therapie.

## 8 Sleight of Mouth

### 8.1 Was sind Sleight of Mouth Patterns?

Der englische Begriff "Sleight of Mouth" wurde von "Sleight of Hand", was Fingerfertigkeit beim Kartenspiel bedeutet abgeleitet. Es bedeutet also, dass jemand seine Sprache sehr gut einsetzen kann.

Sleight of Mouth Pattern sind sprachliche Konstrukte um Glaubenssätze zu verändern bzw. die Landkarte des Klienten im Coaching zu erweitern.

Die meisten Glaubenssätze sind sehr stabil verankert. Es reicht nicht aus dem Klienten zu sagen, dass er etwas schaffen kann, wenn dieser das selbst nicht glauben will oder kann.

In den meisten Fällen antwortet der Klient mit „Nein, ich kann das nicht.“

Daher braucht der Coach etwas subtilere Wege um die Glaubenssätze des Klienten ins Wanken zu bringen. Die 14 unterschiedlichen Sleight of mouth patterns, sind dafür hervorragend geeignet.

Besonders im Umgang mit komplexen Äquivalenzen sind sie sehr effektiv.



Die 14 Sleight of Mouth Pattern wurden Anfang der 80er Jahre von Robert Dilts beschrieben. Sie sind das Ergebnis des Modellierens verbaler Strukturen von Platon, Sokrates, Jesus, Abraham Lincoln, Mohandas Gandhi, Clarence Darrow, Shakespeare's Mark Anthony, Milton Erickson und Richard Bandler.

Dilts erkannte, dass diese Menschen bestimmte sehr effektive verbale Strukturen nutzten, um andere Menschen zu überzeugen und ihre Glaubenssätze und Glaubenssysteme zu beeinflussen.

## 8.2 Die 14 Sleight of Mouth Patterns nach Robert Dilts

Ausgangssatz: **Du kommst erst jetzt zum Seminar? Das zeigt mir, dass es dir nicht wichtig ist.**

1. **Intention (Positive Absicht)** Finde die positive Absicht hinter dem Glaubenssatz. Danach kannst Du mit der Absicht weiterarbeiten.

Bsp.: Du möchtest, dass ich pünktlich bin?! Es ist dir wichtig, dass ich den spannenden Inhalt nicht verpasse, nicht wahr?

Es geht dir darum, dass die anderen Teilnehmer durch das Öffnen der Tür nicht gestört werden, oder?

Es ist dir wichtig, dass ich den Zusammenhang des Vortrages verstehe, oder?

2. **Redefine (Umdefinition)** Ersetze mindestens ein Wort durch ein anderes, das etwas Ähnliches bedeutet, wodurch der Satz(teil) eine andere Bedeutung erhält.

Bsp.: Dass ich jetzt hier bin, zeigt Dir, dass es mir nicht wichtig ist?!

Dass ich erst jetzt zum Seminar komme, zeigt dir, dass mich der Inhalt nicht so interessiert?

3. **Consequence (Konsequenz)** Fordere den Glaubenssatz heraus, indem du die (positive oder negative) Konsequenz der Aussage (oder die durch sie erfolgte Verallgemeinerung) formulierst.

Bsp.: Das heißt, umso später ich zu einem Seminar komme, umso weniger wichtig ist es mir?

Das würde bedeuten, dass nur meine Pünktlichkeit darüber Aufschluss gibt, ob mir etwas wichtig ist oder nicht.

Ist es dann besser gar nicht mehr zu kommen, wenn ich merke, dass ich zu spät dran bin?

4. **Chunk Down (Spezifizieren)** Spezifiziere. (Was genau ist es?) -> Die Verallgemeinerung durch den Glaubenssatz wird aufgelöst.



Bsp.: Innerhalb welchen Zeitfensters hätte ich denn ankommen müssen, damit es mir noch wichtig wäre?

Was ist das Maximum an Verspätung, das für dich ok ist?

5. **Chunk Up (Verallgemeinern)** Verallgemeinere den Glaubenssatz. -> Die Beziehung der Glaubenssatzteile wird aufgelöst.

Bsp.: Du meinst, alle Menschen, die sich verspäten, zeigen damit, dass ihnen etwas nicht wichtig ist?!

Bedeutet das, dass jeder Mensch immer die volle Kontrolle darüber hat, ob er pünktlich kommt oder nicht?

6. **Analogie (Metapher; Chunk Sideways)** Metaphern sind Geschichten, in denen die Beziehung zwischen den Elementen zu Beginn der Metapher, die gleiche Struktur hat, wie die ursprüngliche Aussage. Dann wird diese Beziehung durch die Metapher verändert, so dass die Beziehung am Ende neu gesehen werden kann.

Bsp.: Meine Bekannte ging letztens zu einem Vorstellungsgespräch und blieb am Weg dorthin im Lift stecken. Sie musste befreit werden und die Stiegen hochlaufen und kam völlig verschwitzt aber 15min zu spät an. Der Chef hat die Umstände dann verstanden, obwohl er im ersten Moment aufgebracht war. Er meinte, er sei selbst schon einmal durch einen Unfall aufgehalten worden rechtzeitig zu einem Termin zu erscheinen.

7. **Counter Example (Gegenbeispiel)** Formuliere zum Glaubenssatz ein Gegenbeispiel, eine Ausnahme der Regel.

Bsp.: Neulich, als du 10 Minuten später begonnen hast, weil der Beamer nicht ging... - heißt das, es war Dir nicht wichtig?

An allen anderen Tagen war ich pünktlich da, bedeutet das nicht auch, dass mir der Kurs sehr wichtig ist?

Ich habe mir für diesen Kurs extra Urlaub genommen und bin nach Wien gefahren, das zeigt doch, dass es mir wichtig ist.

8. **Apply to self (Selbstanwendung)** Die Aussage des Glaubenssatzes (Beziehung und Kriterien) wird auf den Glaubenssatz selbst angewendet. War die Aussage abwertend, wird der Glaubenssatz selbst abgewertet, war sie positiv, wird positiv verstärkt.

Bsp.: Ich mag es auch nicht, wenn Menschen zu spät zu meinen Terminen kommen. Es ist total wichtig für mich, dass Leute pünktlich sind und meine Zeit wertschätzen.

9. **Outcome (anderes Ziel)** Ausrichtung auf ein lohnenderes Ziel. Formuliere ein relevantes Ziel, eine andere lohnende Möglichkeit.



Bsp.: Anstatt von der Zeit meines Ankommen auf die Bedeutung dieser Sache für mich zu schließen, würde ich viel lieber mit dir über die Idee für meine Abschlussarbeit sprechen, ich habe vor den Seminarinhalt mit meiner Arbeit in Verbindung zu bringen.

10. **Hierarchy of Criteria (Kriterienhierarchie)** Verändere die Aussage auf ein höheres Kriterium hin. -> Der ursprüngliche Glaubenssatz erhält eine geringere Bedeutung.

Bsp.: Pünktlichkeit ist sehr wichtig, aber ist es nicht noch wichtiger, dass wir uns darauf konzentrieren die Inhalte des Seminars gut anzuwenden!?

11. **Reality Strategy (Realitätsstrategie)** Hinterfrage die Herkunft des Glaubenssatzes ("Woher genau weißt du, dass der Glaubenssatz wahr ist?"). -> Bezweifeln der Quelle/Autorität

Bsp.: Wie kommst du zu dieser Annahme? / Woher weißt Du das?

12. **Meta Frame (Andere Wahrnehmungsposition)** Beurteile das Gesagte aus Sicht eines (scheinbar) unbeteiligten Beobachters. - Wende die Aussage des Glaubenssatzes auf die Person an, formuliere einen Glaubenssatz über den Glaubenssatz.

Bsp.: Wenn man dich so reden hört, könnte man glauben, du seist noch nie zu spät gekommen....

Wenn du das über dich mich denkst, dann glaube ich hast du mich noch nicht wirklich kennengelernt....

13. **Model of the World (Modell der Welt)** Relativiere die Aussage aus Sicht eines anderen Weltmodells. -> Relativieren der Aussage

Bsp.: Ist dir mal aufgefallen, welche hohe Bedeutung die Deutschen ihrem Ego und der Zeit geben?! Sie werden sogar ärgerlich, wenn sie nur 5 Minuten warten müssen und machen danach anderen ein schlechtes Gewissen - anstatt einfach glücklich zu sein...

In manchen Gegenden in Indien macht man keine Zeitangaben wenn man sich trifft, man sagt, man kommt am Dienstag vorbei. Die Menschen dort sind sehr entspannt und gelassen was Termine angeht.

14. **Change Frame Size (Anderer Kontext)** Verändere das Umfeld oder/und den Rahmen, in dem die Aussage steht, den Zeitrahmen, die Anzahl von Menschen oder die Perspektive.

Bsp.: Was sind 5 Minuten im Vergleich zur Ewigkeit!

In Costa Rica hätte man mich für unangenehm pünktlich gehalten...



## 9 Multi-level-Kommunikation

Multilevel Kommunikation bedeutet, dass wir auf mehreren Ebenen Inhalte übertragen und aufnehmen. Man nimmt unbewusst immer mehrere Ebenen gleichzeitig wahr.

Einige Ebenen (Level) auf denen kommuniziert werden kann sind:

- Sprache bewusst: Wörter und Inhalt wird durch Wahrnehmungsfilter aufgenommen
- Sprache unbewusst: Metaphern, Glaubenssätze, open loops, eingebettete Befehle
- Tonalität
- Körpersprache, Mimik, Gestik

Wenn zwei Menschen, A und B , miteinander kommunizieren, dann kommunizieren sie zuerst einmal miteinander auf dem bewussten Level. Das Bewusstsein von A kommuniziert mit dem Bewusstsein von B.

Genauso kommuniziert aber auch das Unterbewusstsein von A mit dem Unterbewusstsein von B. Währenddessen kommuniziert das Bewusstsein von A mit dem Unterbewusstsein von B, und das Bewusstsein von B mit dem Unterbewusstsein von A.

Zu guter Letzt gibt es noch die interne Kommunikation, des eigenen Bewusstseins von A und B, jeweils mit dem eigenen Unterbewusstsein.

Siehe folgende Abbildung:

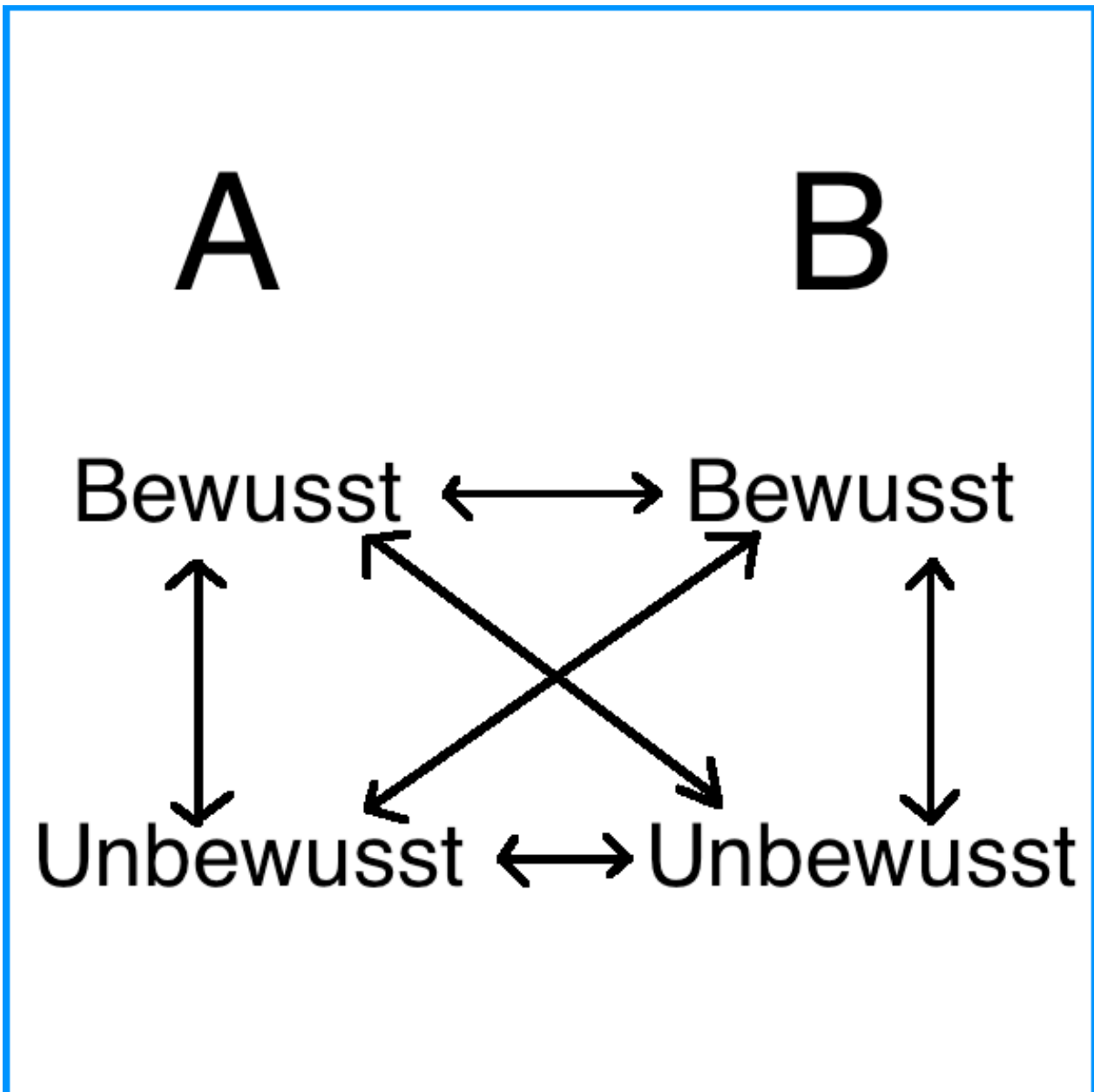


Abbildung Multilevel Kommunikation

Die Abbildung ist natürlich eine Vereinfachung der Kommunikation. Kommunikation ist komplex und läuft auf vielen Ebenen gleichzeitig ab. Versuche nicht Mikromanagement mit deiner Kommunikation umzusetzen, sondern versuche eher auf die Kongruenz deiner Kommunikation zu fokussieren.



## 9.1 Kongruenz

Virginia Satir definiert 5 verschiedene Menschentypen, die sogenannten Satir Typen. Die Satir Kategorien sind der Beschwichtiger, der Ankläger, der Rationalisierer, der Ablenker und der Kongruente. Jede dieser Formen ist gekennzeichnet durch eine besondere Körperhaltung, eine spezifische Gestik, begleitende Körpergefühle und eine besondere Sprache.

Beim kongruenten Typ spiegeln die Worte genau wieder, was er fühlt.

Auch Körpersprache und Gesichtsausdruck entsprechen der Aussage.

Nach Satir kommt Kongruenz aus der Grundhaltung eines Menschen. Ein Mensch ist demnach kongruent, wenn er sich selbst, aber auch andere, als wertvoll sieht. Er beurteilt das Verhalten eines Menschen, nicht seine Herkunft. Der kongruente Mensch geht davon aus, dass alle Menschen für sich selbst sprechen und handeln können. Er erkennt die Einzigartigkeit eines jeden anderen Menschen an.

(Quelle: <http://nlpportal.org/nlpedia/wiki/Satir-Kategorien>)

Kongruenz auf mehreren Ebenen:

- Neurologischen Ebenen  
Inkongruent ist ein Fahrradfahrer, der eine Demonstration gegen den Ausbau eines Fahrradweges organisiert. Umwelt – Verhalten.  
Inkongruent ist ein Klient der von sich selbst sagt, er ist ein Mathematikgenie und der das Einmaleins nicht beherrscht. Glaubenssatz – Fähigkeit
- Verbale und nonverbale Kommunikation  
Inkongruent ist ein Mensch, der sagt „Ich liebe dich“ und gleichzeitig deine Umarmung aggressiv abwehrt.  
Inkongruent ist ein Mensch, der sagt „Es tut mir leid, dass du traurig bist“ und gleichzeitig fröhlich lacht.  
Inkongruent ist es, zu sagen, dass man gerne hilft, aber gleichzeitig innerlich zu leiden, weil man nicht helfen will.

Gerade im Coach-Klienten Verhältnis, sowie im Trainer-Teilnehmer Verhältnis wird Inkongruenz als besonders störend empfunden. Durch Inkongruenz wird der Rapport beeinträchtigt.

Um guten Rapport zu Publikum oder Klient zu haben, ist hohe Kongruenz des Vortragenden oder Coachs wichtig. Es gilt: Lieber ehrlich nervös sein, als gespielt selbstsicher.



## 9.2 Metaphern und „open loops“

Metaphern sind ein sehr gutes Stilmittel um gezielt mit dem Unterbewusstsein des Gegenübers zu kommunizieren.

Eine Definition von Metapher lautet: Die Übertragung einer Beziehung von einem Set oder einer Gruppe in ein anderes Set oder in eine andere Gruppe.

Z.B. bei Beschreibung von einem Team: „Sie sind koordiniert wie die Philharmonie“.

Eine andere Definition lautet: Ein Wort oder ein Satzteil wird statt eines anderen benutzt, um auf eine Ähnlichkeit zwischen diesen beiden hinzudeuten.

Z.B. beim Gespräch über Boote, redet man von einer „Nussschale“ um anzudeuten, dass ein Boot klein ist.

Metaphern handeln vom Denken über eine Situation oder ein Phänomen wie in Geschichte, Parabeln und Analogien.

Das Wort „Metapher“ stammt aus dem Griechischen: μεταφορά „Übertragung“, von metà phérein „anderswohin tragen“.

Es kann ein Wort, ein Satzteil, ein Satz, oder eine kurze Geschichte sein.

Werden Metaphern in tieferen Erfahrungsebenen angewandt, dann werden Beziehungen, Aufmerksamkeitsrichtungen, Werte, Glaubenssätze, Voraussetzungen usw. „übertragen“ oder „versetzt“.

In dem Sinne können Metaphern unsere eigenen Modelle der Welt beeinflussen.

Laut Sprachwissenschaftler George Lakoff (1980) denken wir oft, dass Metaphern schlicht Abbildungen unserer Realität sind, aber auf verschiedene Weise sind unsere Realitätswahrnehmungen von unseren tieferen Metaphern beeinflusst worden.

Das bedeutet, wir organisieren unsere Wahrnehmungen von Realität nach Metaphern statt umgekehrt.

### **Flache und Tiefe Metaphern**

NLP entscheidet zwischen „flachen Metaphern“ und „tiefen Metaphern“.

Flache Metaphern (isomorphe Metapher) sind typischerweise Gleichnisse, die auf einfache Isomorphismen – offensichtliche Ähnlichkeiten in der Oberflächenstruktur des Objekts oder der Situationen gegründet sind. Bei solchen Metaphern werden oft die Wörter „wie“ oder „als“ zu finden sein, z.B. „schlafend wie ein Baby“ oder „so groß wie ein Baum“.





Tiefe Metaphern (homomorphe Metapher) beziehen sich auf Ähnlichkeiten zwischen Beziehungen, Prozessen und Formen. Tiefe Metaphern sind auf Homomorphismen – Ähnlichkeiten in Form – gegründet. Sie zeigen eine Prozessähnlichkeit. Z.B. „Die Nadel im Heuhaufen suchen“ deutet auf einen Prozess hin bei dem eine Sache kaum zu finden ist.

Bei tiefen Metaphern ist die Ähnlichkeit nicht so deutlich oder sichtbar. Es ist oft implizit gefühlt, statt explizit beobachtet.

Tiefe Metaphern brauchen eine abstrakte und unbewusste Verständnisebene.

Der Nutzen von Metaphern, insbesondere den tiefen Metaphern, kann unser Gehirn stimulieren und zu einer weiteren und flexibleren Denkweise führen.

Gedichte nutzen implizit Metaphern, manche auf eine sehr tiefe Weise. Der Dichter Robert Bly beschreibt, wie Gedichte schnelle Assoziationen hervorrufen. Diese springen von einem Gehirnteil (Reptiliengehirn, Säugetiergehirn, Neugehirn) ins andere. Er schreibt, „... der Dichter fliegt von einer Welt in eine andere, auf Drachen reitend, ...“

Nutzen Eine gute NLP-Metapher wird immer gezielt eingesetzt und grenzt sich daher vom alltäglichen Humor ab.

Die Pointe der Metapher kann daher sehr wohl auch "entsetzlich" im positiven Sinn sein bzw. "verrückt" machen.

Es gilt im Allgemeinen der NLP-Grundsatz dass es im Leben immer mehr als nur eine Lösung für ein Problem gibt (sowohl als auch anstatt entweder oder).

Bei Metaphern handelt es sich um seitliches Chunking, während das Meta-Modell nach unten (Tiefenstruktur) und das Milton-Modell nach oben (Oberflächenstruktur) chunkt.

Wirkung: Durch den Erzähl-/Geschichten-Charakter haben Metaphern die Besonderheit direkt auf das Unterbewusstsein zu wirken. Dies ermöglicht u.a.: Aufträge/Anweisungen direkt an das Unterbewusstsein zu übergeben Konzepte zu installieren.

(Quelle: <http://nlpportal.org/nlpedia/wiki/Metapher>)

## **Open Loops**

Open Loops (englisch für Offene Schleifen) sind Metaphern die nicht geschlossen werden. Das bedeutet, dass man eine Metapher zB. nur zur Hälfte erzählt und die Pointe nicht erwähnt. Dadurch macht sich das Gehirn des Zuhörers automatisch unbewusst oder bewusst auf die Suche nach einem möglichen Abschluss. Dadurch wird erstens die Kreativität angeregt, zweitens die



Trance des Zuhörers vertieft und ein Teil seiner unbewussten oder bewussten Aufmerksamkeit auf das Beenden der Metapher gelegt.

Beispiel: (unvollständige Metapher)

*Es war einmal ein Grizzlybär in einem zoologischen Garten. Sein Zuhause bestand aus einem kleinen, bescheidenen Käfig. Er war bereits in diesem Käfig geboren worden und verbrachte seine Freizeit damit, im Käfig zehn Schritte vorwärts, zehn Schritte seitwärts und diagonal zu gehen.*

*Es kamen jeden Tag viele Besucher um den großen Grizzlybären zu bestaunen. Er war sozusagen die Attraktion des Tierparks. Und Sie sahen dem Bären zu, wenn er seine Runden drehte. Zehn Schritte vorwärts, zehn Schritte seitwärts und diagonal. Tag ein Tag aus.*

*Zehn Schritte vorwärts, zehn Schritte seitwärts und diagonal.*

*Eines Tages beschloss der Direktor des Tierparks, dem Grizzlybären ein großes Freigehege zu bauen, damit er mehr Auslauf hatte und sich wohler fühlen sollte. Die Besucher waren begeistert von diesem Gedanken und spendeten eifrig für den Umbau.*

*Und so wurde um den Käfig herum innerhalb eines Jahres ein großes Freigehege gebaut, mit Bäumen, Felsen, einem kleinen See und einer Höhle. Und an einem schönen Sonntag im September war es dann endlich soweit, dass das Freigehege fertiggestellt wurde.*

*Mit einem feierlichen Akt, zu dem sehr, sehr viele Besucher kamen wurde das Gehege eingeweiht. Als alle Reden gehalten waren, hob ein riesiger Kran den alten, kleinen Käfig in die Höhe. Nun hielten alle Besucher den Atem an.....*

Die Geschichte endet nun am Höhepunkt. Was wird der Bär nun tun?

Für den Coach oder Vortragenden gibt es nun einige Möglichkeiten.

### **1. Metaphernkette**

Der Coach öffnet nun eine neue Metapher. Dadurch wird die Trance verstärkt und die unbewusste Lernerfahrung erweitert. Es können nun neue Werte und Strategien übertragen werden.

Z.B.

*"Die Sonne war schon lange untergegangen und der alte Indianer sitzt mit seinem Enkelsohn am Lagerfeuer. Beide lauschen dem Knistern der Flammen. "Manchmal"*



*sagt der alte Indianer, "manchmal habe ich das Gefühl dass in meiner Brust zwei Wölfe gegeneinander kämpfen." Er schaut seinem Enkelsohn tief in die Augen. "Der eine ist aggressiv, rachsüchtig und will zerstören. Der andere ist sanft, liebevoll und nimmt Anteil am Leben anderer." Der Junge sitzt eine ganze Weile still und schweigend da. "Welcher Wolf gewinnt den Kampf?" will er wissen.*

Wieder endet der Coach vor der Pointe und das Unterbewusstsein des Klienten macht sich auf die Suche.

Man kann so viele neue Metaphern anfangen, wie man möchte. Umso mehr man erzählt, umso mehr wird der Zuhörer in Trance versetzt bzw. „verwirrt“ und von seinem Alltag oder Gedankenmustern abgelenkt.

## **2. Eingebettete Botschaft**

Ein offener Loop kann sehr gut dafür verwendet werden direkte Botschaften an das Unterbewusstsein einzubetten.  
Der Zuhörer ist durch die offenen Loops aufnahmefähiger.

Bsp.: Der Coach sagt im offenen loop:

„Es ist immer möglich eine gute Lösung zu finden“

oder noch direkter

„Du wirst eine wunderbare Lösung finden“

## **3. Metaphern schliessen**

Um dem Unterbewusstsein des Klienten dann wieder Erholung zu gönnen, schliesst man die Metaphern nach der Reihe. Das heißt, man erzählt zu jeder Geschichte auch die Pointe.

Ende der Geschichte mit den Wölfen:

*Der Junge sitzt eine ganze Weile still und schweigend da. "Welcher Wolf gewinnt den Kampf?" will er wissen. "Der Wolf" sagt der alte Indianer und macht eine Pause "den ich füttere."*

Ende Geschichte mit dem Bär:

*Nun hielten alle Besucher den Atem an. Wo würde der Grizzlybär wohl zuerst hinlaufen? - Was zu erst ausprobieren? Gespannt beobachteten alle, wie der Baer wohl sein neues Reich in Besitz nehmen würde. Der Grizzlybär steckte die Nase kurz in die*



*Luft und sah den alten Käfig davon schweben. Nun stand es ihm endlich frei, sein neues Reich zu erkunden, die Möglichkeiten die das große Freigehege bot auszunutzen. Und der Bär stapfte los. Zehn Schritte vorwärts, zehn Schritte seitwärts und diagonal. Denn etwas anderes machte ihm Angst.*

## 10 Verhandlungsmodelle, Konfliktmanagement

### 10.1 Das Verhandlungsmodell – Grundform

Eines der einfachsten Verhandlungsmodelle, das wir schon aus dem Practitioner kennen, ist das Six Step Reframing. In diesem NLP Format gehen wir von der Annahme aus, dass jeder Mensch viele unterschiedliche Persönlichkeitsanteile hat, die an der Entstehung eines Problems, aber auch an der Entstehung einer Lösung beteiligt sind.

Für die Durchführung der Verhandlungsstrategie muss man zuerst herausfinden ob zwei Persönlichkeitsanteile an dem Problem beteiligt sind und ob sie sich wechselseitig stören. Zu diesem Zweck stellt man A die Frage, ob es Situationen gibt in denen sie x tun möchte, aber trotzdem y macht.

Dann prüft man die Umkehrung, ob A wenn sie y tun möchte, dann auch x macht. Wenn diese Umkehrung nicht vorliegt, dann ist es sinnvoller ein Six Step Reframing durchzuführen.

Im zweiten Schritt werden dann die Funktionen der beiden Teile gesucht, die die miteinander in Konflikt stehenden Verhaltensweisen auslösen.

Dann erarbeitet man – im Unterscheid zum Six Step Reframing – keine alternativen Verhaltensweisen, sondern sucht nach einer Vereinbarung beider Teile, gegen die von keinem Teil mehr Einwand erhoben wird.

Mit dem Ökocheck überprüft man ob noch weitere Teile in den Konflikt involviert sind und davon beeinträchtigt werden.

Zum Abschluss holt man von allen Teilen die Einwilligung ein die Vereinbarung für einen bestimmten Zeitraum durchzuführen.



## 10.2 Das Harvard Modell

Nicht jeder Mensch verhandelt gerne. Die Meisten meiner Klienten wünschen sich, dass ihre Gedanken und Gefühle einfach vom Gegenüber gelesen werden und unausgesprochene Wünsche einfach erfüllt werden. So in etwa: Eines Morgens kommt der Chef zu dir und sagt: Frau Fürst, Ich werde jetzt einfach ihr Gehalt erhöhen und ihre Arbeitszeit verkürzen. Wie finden Sie das?

Die meisten Menschen werden das besser und angenehmer finden, als mit dem Chef einem Gespräch zu verhandeln. Dabei kann es sogar Spaß machen, wenn man es richtig anpackt.

Zum Beispiel mit dem Harvard-Modell. Wie schaffe ich es, meinen Verhandlungspartner zu einem „Ja“ zu bewegen?

Bevor man in eine Verhandlung geht überlegt man sich vielleicht, ob man einfach mit Nachdruck seine Wünsche durchsetzen soll, oder vielleicht doch nachgiebig und kompromissbereit sein soll. Es gibt aber auch noch eine andere Möglichkeit um Win Win Situationen zu erzeugen.

Das Harvard Modell hat seinen Namen von den Harvard Professoren Roger Fisher und William Ury, die ein Konzept entwickelten, das damals dem amerikanischen Präsidenten Jimmy Carter als Blaupause für die Aushandlung eines Abkommens diente.

Zum ersten Mal hat das Harvard Modell beim Camp David Abkommen zwischen Israel und Ägypten Aufmerksamkeit erlangt.

Die beiden Professoren Fisher und Ury nannten ihre erfolgreiche Technik prinzipienorientierte Verhandlung. Denn das Harvard-Modell, das eigentlich gar keine Technik, sondern eine Haltung ist, basiert auf vier grundlegenden Prinzipien:

### **1. Trenne Personen und Probleme**

Wenn ich einen Konflikt lösen will, dann sollte ich mich mit dem Problem und nicht mit der Persönlichkeit meines Gegenübers beschäftigen. Es gilt einen Rahmen zu schaffen, in dem gegenseitiger Respekt vor der Person mit all ihren Stärken und Schwächen vorherrscht. „Sei freundlich zu den Menschen, aber verfolge deine Interessen mit Nachdruck“, heißt das Motto. Wertschätzung des Anderen und Konzentration auf eigene Bedürfnisse dürfen sich nicht im Wege stehen. Oft ist dies das am schwierigsten zu bewerkstellende Prinzip. Denn jeder kennt Gefühle von Misstrauen, Abneigung oder sogar Hass, die einer Einigung in der Sache entgegenstehen. Dominiert die „Psychomusik“ den sozialen Geräuschpegel, so ist eine Einigung in der Sache schwer bis unmöglich oder führt allenfalls zu faulen Kompromissen. Eine vorhergehende Klärung der immer von Emotionen untermalten Beziehungsebene ist dann unerlässlich.

### **2. Konzentriere dich auf Interessen, nicht auf Positionen.**



Zu oft fokussieren wir uns auf Positionen und nicht auf die dahinter liegenden Interessen. Damals, in Camp David, konnten sich die ägyptischen Verhandlungsführer kein Abkommen ohne Rückgabe des Jahre zuvor von Israel annektierten Sinai vorstellen. Israel war dazu aber nicht bereit.

Ideen über eine Teilung der Halbinsel wurden entwickelt, die sich aber für keinen der Kontrahenten akzeptabel erwiesen. Die Positionen waren abgeklopft, führten allerdings alle in Sackgassen.

Die Wendung zeichnete sich ab, als die Betrachtung der verschiedenen Interessen hinter den Positionen in den Vordergrund rückte. Für Ägypten war der Sinai seit der Antike nationales Erbe, das als unantastbar galt. Für Israel stand der Schutz vor einem erneuten Angriff durch ägyptische Truppen im Vordergrund. Man wollte keine feindlichen Panzer direkt an der Grenze mehr sehen.

Diese Interessenklärung eröffnete Möglichkeiten der Einigung.

Wer sich von Positionen wegbewegt und sich mit Interessen beschäftigt, verlässt das eindimensionale Denken und schafft einen Raum von Lösungen, getreu dem Motto des NLP: „Erhöhe die Zahl der Variablen, wenn du Lösungen finden willst.“

### **3. Entwickle Lösungen, die beiden Seiten zu Gute kommen**

Hier geht es weder um das Verhandeln mit der Brechstange, noch um das Einknicken vor dem Verhandlungspartner. Aber hier geht es auch nicht um einen Kompromiss.

Der Kompromiss ist nämlich immer eine Option des Win and Lose.

Um etwas vom anderen zu bekommen müsste ich etwas aufgeben. In einigen Kulturen werden Kompromisse daher als fauler Zauber gesehen und haben ein negatives Image. Aber in unserem Fall geht es um echte Win-Win-Lösungen, also um Optionen, die beide Seiten gewinnen lassen.

Als die unterschiedlichen Interessen der Kontrahenten Israel und Ägypten in Camp David formuliert waren, ließ sich eine Win-Win- Lösung finden. Die israelische Seite willigte ein, die Sinai-Halbinsel an Ägypten zurückzugeben – vorausgesetzt, sie würde zur entmilitarisierten Zone erklärt.

Dies war schließlich auch für Ägypten akzeptabel.

Problem: Wie gewinne ich Sicherheit, dass diese Lösung funktioniert?  
Wer kontrolliert die Einhaltung?

Diese Fragen führen uns zum vierten Prinzip des Harvard Modells:

### **4. Einige dich auf neutrale Kontrollkriterien.**



Wenn ich Veränderungen anstrebe, dann sollten die erzielten Lösungen auch messbar und kontrollierbar sein. Und damit hier nicht die subjektiven Wertungen der Verhandlungspartner dominieren, einigt man sich am Besten auf allgemein akzeptierte Standards, auf objektive Maßstäbe oder übergibt die Kontrolle an eine, von beiden Seiten respektierte, dritte Partei.

Im Fall des Camp David Abkommens verständigte man sich auf die Entsendung von UN-Truppen, welche die demilitarisierte Zone sichern sollten. So klar und einfach diese Prinzipien auch klingen mögen, so schwierig gestalten sich Konfliktlösungen in der Praxis.

Im Camp David dauerte es nach all den Vorbereitungen des Abkommens immerhin noch zwölf Tage bis zur endgültigen Einigung. Solange Positionen für „alternativlos“ erklärt werden sowie Interessen und Bedürfnisse nicht transparent sind, werden Lösungen zu einem echten Kraftakt.

Und wenn die Macht an sich ein dominantes Interesse ist, dann landen Konfliktpartner im besten Fall bei Kompromissen oder betreiben einen Kuhhandel. „Gibst Du mir dies, gebe ich Dir das.“ Dabei übersehen beide Parteien, dass die Welt kein Nullsummenspiel ist.

Will heißen: Beide könnten gewinnen.

Das Harvard-Konzept beruht auf einem wertschätzenden Menschenbild, und es geht darum den eindimensionalen Problemfokus zu Gunsten eines mehrdimensionalen Lösungsfokus zu verlassen.

Zum Verhandeln nach Harvard gehört Pacing und Leading ebenso wie das Wechseln von Perspektiven und das Reframing des Problems. Damit ist es eigentlich schon eine NLP-Technik.

(Quelle: <http://www.mind-steps.de/2013/03/20/verhandlungstechnik-getting-to-yes/>)



## 11 Modelling

Der Prozess des Modelling (engl.: Modellbildung, modellieren, formen) analysiert und beschreibt die Muster einer spezifischen menschlichen Fähigkeit und überträgt sie in eine Sequenz von lehrhaften Erfahrungen, die, wenn in gleicher Sequenz befolgt, sich in jedem Menschen zu jener gleichen Erfahrung installieren lassen.

Modelling ist beschleunigtes Lernen.

Es geht auf den NLP Grundsatz zurück, dass das, was ein Mensch erreicht hat, für jeden anderen Menschen ebenfalls erreichbar ist. Dabei ist der Mensch, der das gewünschte hat, tut, kann, denkt/weiß oder ist, das Modell und wird auf den relevanten logischen Ebenen untersucht.

Wird im Modellingprozess an komplexen Prozessen gearbeitet spricht man von Makromodelling.

Geht es um einfache Abläufe, die typischerweise Teile von komplexen Prozessen sind, nennt man es Mikromodelling.

Steht das Modell zu Verfügung und kann befragt werden, ist es ein explizites Modelling, wogegen bei einem impliziten Modelling das Modell nicht zu Verfügung steht und man in dem Modellingprozess mit Berichten und eigener Phantasie arbeitet.

Ferner unterscheidet man bewusstes und unbewusstes Modelling.

Oft übernehmen wir Verhalten, Strategien oder Denkweisen von anderen Menschen ohne uns dessen bewusst zu sein.

Das ist dann das Ergebnis eines unbewussten Modellingprozesses. Modelliert man eigene Fähigkeiten, um sie über einen bestimmten Kontext hinaus zur Verfügung zu haben (Generalisierung) oder um sie anderen erklären zu können, nennt man das Selbstmodellung.

Bei der Wahl des Modells ist es sinnvoll, jemanden als Modell zu suchen, der schnell und gern gelernt hat, denn er wird vermutlich eine bessere Strategie zu Verfügung haben als jemand, der erst nach langer Zeit und großen Schwierigkeiten zum Ziel kam.

Im einfachsten Fall geht es darum, ein Verhalten zu übernehmen durch Nachmachen dessen, was man sieht, hört oder spürt. Ein NLP Format, um neues Verhalten zu üben, ist der New Behavior Generator.

Geht es um Fähigkeiten, kommt die logische Ebene III ins Spiel und damit Submodalitäten- und Strategiearbeit.

Wenn es auch darum geht, was der Andere denkt, über sich, andere und die Welt, was ihm wichtig ist und worauf er achtet oder wem er sich zugehörig fühlt, sind die Ebenen IV-VI dabei.





Selbstmodellierung ist eine gute Methode sich für ein Seminar vorzubereiten. D.h., wenn Du das Thema über das Du referierst beherrscht, weißt Du noch nicht zwangsläufig, wie Du es machst - nach einem Selbstmodellierung über die logischen Ebenen ist das anders!

Im Negativen heißt es oft: "Die einen können es, die anderen lehren es!"

Modelling folgt dem Schema:

Elizitation - herausarbeiten der Strategie des Modells

Utilisation - Anpassen der Strategie auf Thema und Person

Installation - lernen/übernehmen der utilisierten Strategie

(Quelle: <http://nlpportal.org/nlpedia/wiki/Modelling>)

## 12 Vorgehensweise in einem Modelling-Projekt

Zur Vorbereitung des Modeling gehört: (Nach Robert Dilts)

(1) die Auswahl einer Person, die die Fähigkeit hat, die man modellieren will, und (2) folgendes festzulegen: den Kontext, in dem das Modelling stattfinden soll wo und wann man Zugang zu der zu modellierenden Person haben möchte, welche Beziehung man mit der zu modellierenden Person haben möchte und in welchem Zustand man beim Modelling sein wird.

### **Phase 1: Unbewusster Einstieg**

Involviere in der ersten Phase des Modeling-Prozesses die Person, die modelliert werden soll, innerhalb eines entsprechenden Kontextes in ein Beispiel der gewünschten Leistung oder Fähigkeit.

Beginne das "Modeling", indem Du in die zweite Position gehst, um intuitiv ein Gefühl für die Fertigkeiten zu bekommen, welche die Person zeigt.

Dies geschieht, ohne dass nach irgendwelchen speziellen Mustern geschaut wird. Vielmehr nehme einfach die Haltung und Physiologie des Modells ein und versuche, Dich innerlich mit ihm oder ihr zu identifizieren. (RAPPORT)

Manchmal ist es besser, die Mikro-Muskelbewegungen des Betreffenden zu übernehmen statt die offensichtlichen Aktionen der Person zu spiegeln.

Das offensichtliche Verhalten des Modells ist die Oberflächenstruktur.



Mikro-Muskelbewegungen und Änderungen in der zweiten Position werden es Dir ermöglichen, zu der darunter liegenden Tiefenstruktur vorzudringen.

Dies ist die Phase des "unbewussten Einstiegs". Versuche (noch) nicht, bewusst zu verstehen, was das Modell tut.

Filter aufzubauen kann dazu führen, dass Du wichtige Informationen verlierst.

Du weißt noch nicht, was wichtig ist und was nicht. In dieser Phase ist es oftmals nützlich, von einem Zustand des "noch-nicht-Wissens" auszugehen.

Dies ist ein Zustand, in dem alle bisherigen mentalen Landkarten und Vorannahmen im Bezug zum eigenen aktuellen Erleben beiseite gelegt werden.

Wenn jemand sich in einen Zustand des "Nicht-Wissens" versetzt, versucht er oder sie, alle bisherigen Vorannahmen fallen zu lassen und sich eine frische und unvoreingenommene Meinung von einer bestimmten Situation oder Erfahrung zu bilden.

Wenn Du merkst, dass Du in der zweiten Position ein gutes intuitives Gespür für die Person, die Du modellierst, entwickelt hast, bringe Dich in einen Kontext, in dem Du die untersuchte Fertigkeit anwenden kannst.

Beginne die Fertigkeit innerhalb dieses Kontextes auszuprobieren, "als ob" Du die Person wärst, die Du modelliert hast.

Versuche anschließend, dieselben Ergebnisse zu erreichen, indem Du "Du selbst" bist. Dies wird Dir eine sogenannte doppelte Beschreibung der betreffenden Fertigkeit vermitteln, die Du modellierst. Wenn Du in etwa dieselben Reaktionen hervorrufst wie das Modell, ist die erste Modeling-Phase abgeschlossen.

## **Phase 2 - Der Subtraktions-Prozess**

Der nächste Schritt im Modeling-Prozess ist das Aussortieren dessen was für das Verhalten des Modells wesentlich ist, von dem, was irrelevant ist.

(Man muss beispielsweise nicht unbedingt in einem Rollstuhl sitzen und einen lila Pyjama tragen wie Milton Erickson, um mit Hypnose ähnliche therapeutische Ergebnisse zu erreichen wie er.)

In dieser Phase beginnst Du, die Strategien und Verhaltensweisen, die Du modelliert hast, explizit zu formulieren. Da Du in der Lage bist, ähnliche Reaktionen hervorzurufen wie die Person, die Du modelliert hast, wirst Du auch Dein eigenes Verhalten in der ersten Position als Bezugspunkt gebrauchen wollen.

(Das heißt, die Fertigkeit als "man selbst" auszuspielen statt "als ob" man derjenige wäre, den man modelliert.)



Dein Ziel ist es, die speziellen kognitiven und Verhaltensschritte zu klären und zu definieren, die für die gewünschten Ergebnisse in dem / den ausgewählten Kontext/en erforderlich sind.

In diesem Stadium wirst Du auch allmählich systematisch Teile von jeder der Verhaltensweisen oder Strategien, die Du identifiziert hast, weglassen, um zu sehen, was wirklich einen Unterschied macht.

Alles, was Du weglässt und was für die Reaktionen, die Du bekommst, keinen Unterschied ausmacht, ist für das Modell nicht wesentlich.

Wenn Du etwas weglässt, das für die von Dir erzielten Ergebnisse einen Unterschied ausmacht, hast Du etwas für das Modell Wesentliches herausgefunden.

Diese Vorgehensweise wird "Subtraktions-Prozess" genannt. Sein Zweck ist es, die modellierten Schritte auf ihre einfachste und eleganteste Form zu reduzieren und das Wesentliche von "Aberglauben" zu unterscheiden.

Wenn Du diese Phase abgeschlossen hast, wirst Du Dein aktuelles "Minimalmodell" davon haben, wie Du die Fähigkeiten des Modells bei Dir selber reproduzieren kannst (d.h. in Deiner ersten Position).

Du wirst auch Deine intuitiven Einsichten aus Deiner zweiten Position über die Fähigkeiten des Modells haben, die Du dadurch entwickelt hast, dass Du Dich in seine oder ihre Lage versetzt hast.

Außerdem wirst Du eine Sichtweise aus der dritten Position haben, mit der Du den Unterschied zwischen der Art erkennen kannst, wie Du die Fähigkeiten des Modells reproduzieren, und der ganz eigenen Art und Weise, wie diese Person die Fähigkeit zeigt. Dies wird im NLP eine dreifach Beschreibung genannt.

### **Phase 3 - Entwurf**

In der Schlussphase des Modelling werden ein Kontext und ein Verfahren entworfen, durch welche auch andere Menschen die modellierten Fertigkeiten erlernen können und wodurch sie in der Lage sind, die Ergebnisse zu erreichen, die für die als Modell fungierende Person erreichbar waren.

Für diesen Entwurf solltest Du die Informationen, die Du aus allen drei Wahrnehmungspositionen erhalten hast, synthetisieren.

Statt beispielsweise einfach die einzelnen Schritte, welche die modellierte Person durchlief, zu imitieren, ist es im allgemeinen am effektivsten, für die Lernenden, entsprechende Referenzerfahrungen zu schaffen, mit deren Hilfe sie die besondere "Schaltung" entdecken und entwickeln können, die sie brauchen, damit die Fertigkeit richtig gelingt.



Um die Fertigkeit zu erwerben, ist es nicht notwendig, sie denselben Modeling-Prozess durchlaufen zu lassen, den Du durchlaufen hast. Unterschiedliche Lernende werden unterschiedlich bewusste und unbewusste Kompetenzen als "Ausgangszustände" haben. Dies solltest Du unbedingt in Deinen Entwurf einbeziehen.

Wenn ein bestimmtes Verfahren, das Du modelliert hast, zum Beispiel Visualisierung erfordert, mögen manche Lernende bereits in der Lage sein, dies recht gut zu tun, während es für andere eine völlig neue Vorstellung sein kann.

Manche Lernende werden dazu in der Lage sein, mehrere Schritte in dem Verfahren zu einem einzigen zu kombinieren, während andere einen bestimmten Schritt in kleinere Unterfertigkeiten aufteilen müssen.

(Quelle: <https://www.landsiedel-seminare.de/nlp-bibliothek/nlp-master/m-10-04-grundphasen-dilts.html>)

## 12.1 Zusammenfassung Modelling Ablauf

Für die Master Arbeit sollst du einen Modelling Prozess durchführen.

Der Ablauf hierfür ist wie folgt:

1. Entscheide dich für ein exzellentes Verhalten, das du gerne modellieren möchtest.
2. Finde 3 Personen, die das exzellent beherrschen (positive Beispiele) und finde 1 Person die es gar nicht beherrscht (negatives Beispiel).
3. Führe mit allen Personen – wenn es die Situation erlaubt, wenn es möglich ist – den unbewussten Einstieg durch, indem du einfach Rapport haltest und die Person spiegelst. Achte dabei auf deine Wahrnehmung. Schreibe dir die Erfahrungen auf. Dieser Schritt kann nicht immer durchgeführt werden.
4. Elizitiere die Strategie. Beginne mit der Makrostrategie (neurologischen Ebenen). Danach fragen die Mikrostrategien ab (Repräsentationssysteme).  
Teste ob Schritte ausgelassen werden können und die Strategie dadurch immer noch wirkt.
5. Führe die auch mit dem negativen Beispiel durch.
6. Am Ende finde die Gemeinsamkeiten der positiven Beispiele und entwickle eine Strategie um das exzellente Verhalten zu erlernen.
7. Teste deine Strategie mit dir selbst oder einer Person, die es wünscht das Verhalten zu erlernen.





## 13 NLP Formate – Handouts

### 13.1 Veränderung der Hierarchie persönlicher Werte

1. Identifiziere eine Hierarchie persönlicher Werte
2. Entscheidung der Veränderung der Werte-Hierarchie: Finde mit dem Gesprächspartner heraus, welchen seiner persönlichen Werte er in der Stellung der erarbeiteten Hierarchie verändern möchte.
3. Veränderung der Werte-Hierarchie: Finde die **Sub-Modalitäten, Meta-Programme, Strategien, Repräsentationssysteme** des wichtigsten Wertes und des zu verändernden Wertes heraus.  
Nutze die Submodalitäten des wichtigsten Wertes und übertrage diese auf den zu verändernden Wert. Überprüfe, ob sich bereits Meta-Programme, Strategien etc. mit verändert haben. Falls nicht, nutze die Veränderung von Meta-Programmen und Strategien zur Unterstützung dieses Prozesses.
4. Erstellung einer neuen Hierarchie persönlicher Werte: Lasse dem Kommunikationspartner seine Hierarchie der persönlichen Werte neu ordnen. Wie würdest Du jetzt Deine persönlichen Werte anordnen? An welcher Stelle steht der veränderte Wert jetzt?
5. Test und Future Pace



## 13.2 Veränderung von konflikthaften Werten

### 1. Identifikation von konflikthaften Werten:

- Identifiziere beim Kommunikationspartner eine Hierarchie von persönlichen Werten, die in einem Konflikt zu einander stehen, z.B. Moral vs. Glück, Beliebtheit vs. Wohl fühlen etc.
- Identifiziere ebenfalls die damit zusammenhängenden konflikthaften Gefühle z.B. Angst vs. Freiheit etc. und die damit zusammenhängenden Meta-Programme. Z.B. weg von negativ vs. hin zu positiv, Unterschied vs. Ähnlichkeit etc.

### 2. Kontrastiere und übertrage die Sub-Modalitäten:

- Finde die unterschiedlichen Sub-Modalitäten der konflikthaften Werte heraus und entwickle ebenfalls eine Vorstellung von jedem Wert/Teil in Gestalt einer Person und lasse von Deinem Partner diese Person in je eine (ausgestreckte) Hand visualisieren.
- Nutze die Sub-Modalitäten des (unerwünschten) Werts und übertrage diese auf den (erwünschten) Wert.
- Überprüfe, ob sich bereits Meta-Programme, Gefühle etc. mit verändert haben.

### 3. Führe einen "Visual Squash" durch (optional):

- Gehe von den bereits etablierten visualisierten Personen/Werten in je einer ausgestreckten Hand aus, und lasse zwischen positiver Intention und dem Verhalten unterscheiden.
- Welche Ressource hat jeder Teil/Person zur Verfügung, die dem jeweils anderen so unterstützen kann, dass dieser effektiver wirken könnte.
- Kreiere einen dritten Teil/Person, die die jeweiligen Ressourcen der anderen miteinschließt.
- Visualisiere diesen Teil/Person in die Mitte der Hände zwischen beiden anderen Teilen.
- Integriere die beiden konflikthaften Teile/Personen in die dritte Person und lasse die Hände zusammenführen und gegebenenfalls in den Körper des Kommunikationspartners integrieren

### 4. Test und Future Pace:

Lasse den Gesprächspartner eine zukünftige Situation (Familie, Arbeit, Freizeit etc.) auswählen und die Auswirkung des veränderten Wertes auf diese Situation beschreiben.



### 13.3 Change History - ÜBUNG

1. (Erste) Erfahrung für Problem suchen und (Emotion) ankern (=Problemanker)
2. Einen Zeitpunkt vor dem Problem bestimmen (=VPA, ankern), da wo alles noch ok ist (Neutral- oder Ressourcephysiologie)
3. Separator
4. Ressourcen bestimmen und ankern (Emotion). "Was hättest du gebraucht?" -> Referenzerfahrung ("Wann hast du schon mal erlebt, dass du ...") - ggf. Anker stapeln (=Ressourceanker)
5. Test („Wird das (Ressourcen) reichen für das (Problem)?“), ggf. mehr Ressourcen stapeln oder vorhandene intensivieren.
6. Ressourceanker auslösen, dann den VPA auslösen ("Und nun nimm alle Ressourcen hier mit hinein") und vom VPA mit den Ressourcen zum Problemanker übergehen und die Person ressoucevoll (vielleicht zuerst sehr schnell) hindurchgehen lassen - bis zu einem Zeitpunkt (Problemanker loslassen) danach "wo es vorbei ist" (Ressourceanker zurücknehmen).
7. Separator
8. Ggf. mehrmals wiederholen, dabei immer langsamer durch die Problemsituation hindurchgehen. Wenn die Physiologie positiv ist, ist das Ziel erreicht.
9. Future Pace





### 13.4 Change Future – ÜBUNG

1. Time Line definieren mit 3 Ankern: Gegenwart (G), zukünftiges Ereignis (zE) und ein Zeitpunkt nach dem positiven Ausgang des Ereignisses (E).
2. Neben der Time Line stehend, das zukünftige Ereignis "zE" betrachten - ist ein guter Ausgang vorstellbar? Wenn ein erfolgreicher Ausgang nicht vorstellbar ist, müssen zuerst Ressourcen in der Gegenwart aufgebaut werden. (Wenn's dann immer noch nicht geht, ist dies das falsche Format, vielleicht dann das Scheitern reframe...)
3. Draufstellen auf "E" (wo es gut ausgegangen ist, Blick in Richtung Gegenwart) und den Erfolg erleben.
4. In "E" Ressourcen identifizieren und spüren? "Was hat dir geholfen?", "Welche Fähigkeiten hast du eingesetzt?"
5. Ressourcen in der Gegenwart erleben. Neben der Time Line zurück auf die Gegenwart "G" gehen, mit Blick auf sich selbst in die Zukunft und Ressourcen nun in der Gegenwart spüren.
6. Dann mit den Ressourcen auf der Time Line in die Zukunft gehen, bis durch das "zE" und den Erfolg genießen.
7. In "E" überprüfen, ob evtl. noch weitere Ressourcen dazugekommen sind?
8. Mehrmals wiederholen bis sehr positive Physiologie (10 von 10 Punkte).
9. Abschluss machen in der Gegenwartsposition.
10. Test. Future Pace.



## 13.5 Sleight of Mouth

<b>Negativer Glaubenssatz</b>	
Intention	
Redefine	
Consequence	
Chunk Down	
Chunk Up	
Analogie	
Counter Example	
Apply to self	
Outcome	
Hierarchy of criteria	
Reality Strategy	
Meta Frame	
Model of the world	
Change Frame Size	



<b>Negativer Glaubenssatz</b>	
Intention	
Redefine	
Consequence	
Chunk Down	
Chunk Up	
Analogie	
Counter Example	
Apply to self	
Outcome	
Hierarchy of criteria	
Reality Strategy	
Meta Frame	
Model of the world	
Change Frame Size	



<b>Negativer Glaubenssatz</b>	
Intention	
Redefine	
Consequence	
Chunk Down	
Chunk Up	
Analogie	
Counter Example	
Apply to self	
Outcome	
Hierarchy of criteria	
Reality Strategy	
Meta Frame	
Model of the world	
Change Frame Size	



## 13.6 Verhandlungsmodell Grundform

„Immer wenn ich x tue, stört mich y, und umgekehrt.“

### 1. Problembestimmung

Gibt es Situationen in deinem Leben, in denen du x tun möchtest, aber y machst?  
Tritt dabei auch die Umkehrung des Problems auf: du möchtest y tun und machst x?

### 2. Bestimmung von Teil x

Teil X benennen: Wie würdest du den Teil nennen, der dich x machen läßt?  
Positive Absicht von x bestimmen: Geh nach innen und versuche herauszufinden welche Funktion der Teil x für dich erfüllt.

### 3. Bestimmung von Teil y

Teil Y benennen: Wie würdest du den Teil nennen, der dich y machen läßt?  
Positive Absicht von y bestimmen: Geh nach innen und versuche herauszufinden welche Funktion der Teil y für dich erfüllt.

### 4. Vereinbarung

An Teil y wenden: Versuche herauszufinden, ob dem Teil y seine Funktion so wichtig ist, dass er bereit wäre Teil x nicht zu stören, wenn Teil x ihn als Gegenleistung dafür auch nicht mehr unterbricht.

Dann auch mit Teil x: Wäre Teil x bereit den Teil y nicht mehr zu stören, wenn dieser verspricht ihn auch nicht mehr zu unterbrechen?

### 5. Ökocheck

Sind noch weitere Teile in die Sache verwickelt? Gibt es andere Teile die den Teil X unterbrechen oder die diese Unterbrechung benutzen?

Wenn ja, dann weiter verhandeln.

### 6. Übernahme von Verantwortung (Future Pace)

Hole von Teil x und Teil Y die Einwilligung ein, die Vereinbarung für einen bestimmten Zeitraum durchzuführen. Falls einer der Teile aus irgendeinem Grund unzufrieden ist, soll er signalisieren, dass es ein Bedürfnis für eine weitere Verhandlung gibt.



## 13.7 Installieren von Strategien

1. Exzellente Strategie muß bereits bekannt sein
2. Strategiestritte ankern, Assoziiert, Kettenanker, Anker kinästhetisch setzen (Zuerst nur Schritt für Schritt einzeln ankern)
3. Schritte verketten, ein Schritt muß den nächsten auslösen
4. Solange wiederholen bis es automatisch abläuft
5. Future Pace, Ökocheck

RS:

V = Visuell A = Auditiv K = Kinästhetisch O = Olfaktorisch G = Gustatorisch

K+ = gutes Gefühl K- = negatives Gefühl

Hochzeichen: e = erinnert k = konstruiert ex = extern i = intern

Tiefgestellt: t = tonal d = digital

Syntax: → = geht über, führt zu / = Vergleiche — = gleichzeitig



## 13.8 ÜBUNG S.C.O.R.E.

S ymptome C ause (Ursache) O utcome (Ergebnis/ Ziel) R esources E ffects (Effekte/ Folgen)

1. Problem Zustand/ Ziel Zustand in Erfahrung bringen --> im Hier und Jetzt (1. Pos.)
2. Symptom erfragen: Wie äußert sich das Problem? (aus 1. Pos.)
3. In den Bodenanker S steigen, assoziieren (VAKOG) und Bewegung für Symptom finden
4. 1. Pos., Separator, in Bodenanker für Zielzustand steigen, assoziieren (VAKOG) und Bewegung für Zielzustand finden
5. 1. Pos. nach Cause (Ursache) suchen
6. aus Bodenanker S zurück in Bodenanker für Cause steigen, assoziieren (VAKOG) und Bewegung finden
7. 1. Pos. Separator, nach Effekten suchen
8. von Bodenanker O nach vorne zu E assoziieren (VAKOG) und Bewegung finden
9. 1. pos. Separator, META Ressourcen suchen
10. Ressourcen platzieren (1 zw. CS, 1 zw. SO)
11. Über die Bodenanker „tanzen“



### 13.9 Wertehierarchie verändern

1. Wähle einen Wert aus den Du wichtiger bzw. weniger wichtig werden lassen willst.
2. Erarbeite Dir die Submodalitäten von einem hohen, mittleren und niedrigeren Wert und suche ein submodales Kontinuum, das die Hierarchie kennzeichnet.
3. Ökologie - Check. Wie würde sich die Veränderung in Deinem Leben bemerkbar machen. Wenn es hier starke Widerstände gibt, so ist es vielleicht notwendig vorerst mit Telearbeit weiterzumachen z.B. in Form eines Six-Step-Reframings oder eines Verhandlungsreframings.
4. Finde eine angemessene Position für diesen Wert. Möchtest du ihn wichtiger, gleich wichtig oder weniger wichtig werden lassen als irgendeinen anderen Wert?
5. Veränderung. Berichtige langsam die Submodalitäten, so dass der Wert entsprechend dem Grad der Wichtigkeit kodiert ist, folge dabei auch Deiner Intuition, bis du einfach weißt, dass er an der richtigen Stelle ist. Hier ist die Miltonsprache wichtig, weil der Prozess auch auf unbewusster Ebene abläuft.
6. Test. Stell dir eine oder mehrere Situationen vor, in der diese Veränderung von Bedeutung ist, was läuft jetzt anders ab? (Future Pace & Öko Check)





## 14 Literaturverzeichnis

*Angelika King: Abenteuer Timeline-Reisen auf der mentalen Zeitlinie* - [ISBN 3-8334-1752-8](#)

*Tad James / Wyatt Woodsmall: Time Line - NLP-Konzepte* - Junfermann - [ISBN 3873870312](#)

*Tad James: Time Coaching - Programmieren Sie Ihre Zukunft ... jetzt* - Junfermann 1992 - [ISBN 3-87387-061-4](#) Hrsg. und Vorwort: Klaus Marwitz

*Klaus Marwitz, Georg Bierbaum: TimeLine No.1* - 1 CD mit 2 Episoden

*Tad James / Wyatt Woodsmall: Time Line - NLP-Konzepte* - Junfermann - ISBN 3873870312

*Berry, Vivienne, Byers, Rea und Roux de Bezieux, Henry: Ein Kurs im Channeln*, Verlag Hermann Bauer KG, 1194 (ISBN 3762604789)

*Cameron-Bandler, Leslie u.a.: The Emprint Method: A Guide to Reproducing Competence*, Verlag Future Pace, San Raphael, 1985 (ISBN 0932573029)

*Cameron-Bandler, Leslie u.a.: The Emotional Hostage: Rescuing your emotional Life*, Verlag Future Pace, San Raphael, 1986 (ISBN 0932573037)

*Cameron-Bandler, Leslie u.a.: Solutions: Enhancing Love, Sex, and Relationships*, Verlag Future Pace, San Raphael, 1985 (ISBN 0932573010)

*Cameron-Bandler, Leslie u.a.: Know How: Guided Programs for inventing your own best future*, Verlag Future Pace, San Raphael, 1985 (ISBN 0932573002)

*Hall, Edward T.: The Silent Language*, Doubleday Verlag, New York, 1959 (ISBN 0385055498)