

Skript zum Wochenendseminar

Coaching mit NLP - Eine Einführung -

Geschichte des NLP

NLP entstand in den frühen siebziger Jahren in Kalifornien. Die Begründer sind: **John Grinder**, zu der Zeit Professor der Linguistik, und **Richard Bandler**, Psychologe und Mathematiker, dessen Interesse insbesondere der Psychotherapie galt. Gemeinsam beschäftigten sie sich mit den folgenden Fragen:

"Was machen erfolgreiche Menschen (zuerst insbesondere Therapeuten) eigentlich anders als weniger erfolgreiche, die auf den ersten Blick genau das gleiche tun?"

"Wie können diese Fähigkeiten so beschrieben (modelliert) werden, dass sie anderen Menschen vermittelt werden können, dass diese genauso gut wie ihre Vorbilder werden."

Gemeinsam untersuchten sie daher drei Spitzentherapeuten:

Virginia Satir (Familientherapie)

Fritz Perls (Begründer der Gestalttherapie)

Milton H. Erickson (Begründer der modernen Hypnotherapie)

Sie gingen dabei von der Hypothese aus, dass diese so erfolgreichen Therapeuten trotz unterschiedlicher Konzepte Gemeinsamkeiten im konkreten Handeln haben müssten, die ihre Klienten bei der Veränderungsarbeit unterstützten.

In der Tat benutzten die drei Therapeuten eine Anzahl ähnlicher Grundmuster. Bandler und Grinder verfeinerten diese Muster und bildeten daraus ein elegantes Modell. Der Grundstein für das NLP war mit den ersten Veröffentlichungen in den Jahren 1975 bis 1977 gelegt. Zu dieser Zeit bildete sich auch der Begriff NLP, der von vielen bis heute als völlig ungeeignet angesehen wird.

Stark beeinflusst wurde das NLP in den Anfangsjahren auch von **Gregory Bateson**, einem britischen Anthropologen, der sich ebenfalls in Kalifornien mit Kommunikation und Systemtheorie auseinandersetzte.

In den folgenden Jahren entwickelte sich das NLP in zwei Richtungen:

1. als Verfahren zur Entdeckung der Muster von Glanzleistungen in jedem möglichen Bereich
2. als Zusammenstellung der effektivsten Möglichkeiten des Denkens und Kommunizierens

Seit den achtziger Jahren wird die Entwicklung des NLP maßgeblich von **Robert Dilts** mitbestimmt. (NLP-Universität in Santa Cruz)

Hypothesen des NLP

Folgende Prinzipien des NLP werden Hypothesen genannt. Die Annahme ist, dass es unsere Kommunikation erleichtert, wenn wir uns so verhalten, als ob sie wahr wären, nicht, dass sie wahr sind! Auf dem Hintergrund dieser Hypothesen zu handeln und zu kommunizieren bedeutet, dass unser Leben und unsere Interaktionen mit anderen effektiver, interessanter, befriedigender und reichhaltiger werden.

Menschen reagieren auf ihr Bild der Realität, nicht auf die Realität selbst.
oder auch:
„Die Landkarte ist nicht das Territorium, die Speisekarte nicht das Menü.“

So etwas wie eine "objektive Wirklichkeit" außerhalb des Betrachters ist nicht "objektiv" durch die Sinne erlebbar. Im Prozess der Wahrnehmung filtern Menschen notwendigerweise die unendlichen Reize von außen. Sie tilgen, verzerren und generalisieren diese Reize. Im Gehirn entsteht dadurch so etwas wie eine innere subjektive Landkarte der "Wirklichkeit". Diese Abbildung ist nicht dasselbe wie das Abgebildete. Jede Stelle dieser Landkarte ist mit Erfahrungen, Hoffnungen, Einstellungen und Glaubenssätzen verbunden. Diese Karten sind die Grundlage unserer Handlungen und unserer Kommunikation. Jede Veränderung dieser Verbindungen verändert das Erleben und auch die Handlungsfähigkeit eines Menschen. Das NLP ist die Kunst, die Verbindungen in der Karte zu beeinflussen - nicht in der Realität. Menschen verwechseln oft ihre Landkarte mit der Wirklichkeit und machen sich dadurch handlungsunfähig. NLP hilft, die Landkarte so zu verändern, dass Handlungsfähigkeit, Lebensfreude, Motivation und Zufriedenheit entstehen bzw. verstärkt werden können.

Ein Geschäftsmann hatte gerade das Licht in einem Geschäft ausgemacht, als ein Mann erschien und Geld verlangte. Der Eigentümer öffnete die Kasse. Der Inhalt der Kasse wurde zusammengerafft, und dann rannte der Mann weg. Es wurde umgehend die Polizei informiert. (dazu AB0/aus: William Pfeiffer, John E. Jones: Handbook of Structured Experiences for Human Relations Training)

Menschen treffen die beste Entscheidung, die sie zu einer gegebenen Zeit treffen können.
Sie wählen den effektivsten Weg, den sie kennen.

Egal, wie kontraproduktiv, unverständlich negativ das Verhalten sein mag: Es ist die beste Möglichkeit, die dieser Mensch zu dieser Zeit auf der Grundlage seiner Karte von der Welt hat. Geben Sie ihm innerhalb seiner Weltkarte eine bessere Möglichkeit, und er wird sie wahrnehmen.

Die Basis für wirksame Kommunikation ist Rapport.

Rapport herstellen bedeutet, anderen in ihrem Modell der Welt zu begegnen.

Jedes Verhalten verbirgt eine positive Absicht, die etwas Bedeutsames für den Handelnden sicherstellt.

Unser Verhalten ist ständig darauf ausgerichtet, etwas Wertvolles für uns zu erreichen. Ein Mensch besteht nicht aus seinem Verhalten. Die Methode des NLP trennt die Absicht oder den Zweck hinter einer Aktion von der Aktion selbst. Was als negatives Verhalten erscheint, erscheint nur deshalb so, weil wir den Zweck, der dahinter steht, nicht erkennen.

Verhalten ändert sich dann, wenn die verborgene positive Absicht auf anderen Wegen sichergestellt werden kann.

Lösungsorientierung vor Problemorientierung

Das Vorgehen im NLP ist lösungsorientiert. Es gibt keine Probleme sondern nur Entwicklungsmöglichkeiten. Ein Problem ist ein Ziel, das gerade einen Kopfstand macht. Jedes Problem enthält ein Geschenk.

Es ist besser, eine Wahl als keine Wahl zu haben.

Wählen Sie für sich eine Karte (= Landkarte = Modell der Welt), mit der sie Zugang zu den vielfältigsten und reichhaltigsten Möglichkeiten erhalten. Verhalten Sie sich immer so, dass sich Ihre Anzahl an Möglichkeiten vergrößert. Der Mensch mit der größten Anzahl an Möglichkeiten - das heißt, der größten Flexibilität der Gedanken und der Verhaltensweisen - hat bei jeder Interaktion die größten Chancen.

Die Bedeutung der Kommunikation liegt in der Botschaft, die wir bekommen.

und

In der Kommunikation gibt es keine Fehler, kein Versagen, sondern nur Ergebnisse und Feedback.

Die Reaktion kann anders ausfallen, als Sie erwartet haben. Dies bedeutet jedoch nicht, dass Sie versagt haben. Es ist lediglich eine Rückmeldung, die Ihnen sagt, dass Sie auf diesem Weg Ihr Ziel nicht erreichen.

Jede Erfahrung können Sie verwerten. Wenn Sie nicht das Ergebnis erhalten, das Sie sich wünschen, probieren Sie etwas anderes aus.

Menschen verfügen über die Ressourcen, die sie zur persönlichen Veränderung benötigen. Eine Veränderung kann schnell gehen und darf Spaß machen.

Alle Hilfsmittel, die wir benötigen, sind entweder schon vorhanden oder wir können sie leicht bekommen.

Menschen regulieren ihre Gefühle selbst!

Ressourcen

NLP geht von der Überzeugung aus, dass die Ressourcen, die für eine Veränderungsarbeit auf der Situationsebene notwendig sind, in der Lebensgeschichte jedes Menschen vorhanden sind. Wenn man bedenkt, dass von all dem, was ein Mensch lernt, 80 % vor dem Eintritt in die Schule stattfindet, haben selbst Kinder schon eine sehr lange Lerngeschichte hinter sich. Grundsätzlich gehören alle Erfahrungen, die wir sinnlich konkret gemacht, verarbeitet und gespeichert haben, dazu. Auch die Kenntnisnahme von Geschichten, das heißt schriftlich oder mündlich vermittelter Erfahrung, führt zur Aneignung von Ressourcen, die in persönliche Problemsituationen integriert werden können und so zur Veränderungsarbeit beitragen. Wichtig ist es daher, diese Erfahrungen zu mobilisieren.

Exkurs: Vier Stadien des Lernens

- 1) **unbewusste Inkompetenz**
Ich weiß nicht, dass ich es nicht kann.
Es existiert nicht in meinem Erfahrungsschatz
- 2) **bewusste Inkompetenz**
Ich weiß, dass ich es nicht kann.
Ich bin davon fasziniert, dass es möglich ist.
- 3) **bewusste Kompetenz**
Ich übe es bewusst und absichtlich.
Solange ich meine Aufmerksamkeit darauf richte, kann ich es.
- 4) **unbewusste Kompetenz**
Es geht automatisch.
Ich mache es fließend.
Es ist normal.

Rapport

Wie ist Rapport definiert?

Das englische Wort "rapport" ist hergeleitet vom französischen Verb "rapporter", was heißt "zurückbringen" oder "sich beziehen auf". Die englische Bedeutung "eine Beziehung in Harmonie, Übereinstimmung, Einklang oder Ähnlichkeit" weist auf die Wichtigkeit von Rapport in der Kommunikation hin.

Rapport im NLP ist definiert als eine Beziehung, die gekennzeichnet ist durch Harmonie, Gleichklang, Einverständnis oder Anziehung, also im Sinne eines Einheitsgefühls.

Gleichgültig, ob im Bildungs- und Erziehungsbereich, in Therapie und Beratung, im Geschäftsbereich oder in Verkauf und Training, die Auseinandersetzung mit anderen Personen findet täglich statt und macht eine effektive Kommunikation notwendig. Diese Kommunikationsprozesse basieren auf vergangenen Interaktionen und auf dem gegenwärtigen Geschehen.

Das gegenwärtige Geschehen wird insbesondere durch das Vorhandensein von Rapport oder Empathie beeinflusst. Erfolgreiche Menschen schaffen Rapport und Rapport schafft Vertrauen. Denn nur innerhalb einer Gesprächsatmosphäre, die von Zuversicht, Vertrauen und gegenseitiger Beteiligung gekennzeichnet ist, können Menschen frei und natürlich reagieren. Die notwendige Tiefe des Rapports ist dabei abhängig vom jeweiligen Kommunikationskontext. Bei persönlichen Beziehungen verläuft dieser Prozess in Richtung Intimität, im Geschäftsleben basiert er eher auf dem Vertrauen in die Kompetenz für die Aufgabe.

Wie funktioniert Rapport?

Wenn zwei Menschen Rapport haben, scheint die Kommunikation zu fließen. Es erscheint wie ein Tanz, bei dem die Partner aufeinander reagieren und gegenseitig mit ihrer eigenen Bewegung die Bewegung des anderen anstoßen, aufnehmen und weiterführen. Wenn Menschen im Gegensatz dazu nicht aufeinander abgestimmt sind, spiegeln ihre Körper das ebenfalls wider. Man kann sofort erkennen, dass sie sich nicht auf diesen Tanz einlassen. Je tiefer also der Rapport ist, desto größer die Tendenz, eng aufeinander abgestimmt zu sein. Man kann beobachten, dass Menschen in Rapport dazu neigen, sich zu spiegeln und sich in Wortwahl, Körperhaltung, Gestik und Augenkontakt einander angleichen.

In diesem Zusammenhang ist es wichtig, auf neuere Untersuchungsergebnisse hinzuweisen. Diese unterstützen die NLP Hypothese, dass dem Inhalt des Gesagten eine geringere Bedeutung zukommt als gemeinhin angenommen. In Abhängigkeit vom Typ der Kommunikationssituation sinkt die Bedeutung des Inhalts bis auf lediglich 7 %. Einen wesentlich größeren Stellenwert für die Bedeutung, die der Empfänger der Kommunikationssituation entnimmt, haben hingegen die Stimme und ihre Qualitäten sowie die Körpersprache.

- 7 % der gesamten Information eines Kommunikationsprozesses werden durch Wörter und deren Inhalte vermittelt
- 38 % durch die Stimme und deren Qualitäten (Tonlage, Sprechgeschwindigkeit, Lautstärke etc.)
- 55 % durch die Physiologie oder Körpersprache (Gesten, Körperhaltung, Gesichtsausdruck, Atmung und deren Wechsel etc.)

Was sind die Grundlagen guten Rapports?

1. Die innere Einstellung eines Menschen, seine Fähigkeit zur Annahme seines Gegenübers, der Respekt vor dem Weltbild des anderen.
2. Seine innere Freiheit, sich in diesem Moment seinem Gesprächspartner voll zuzuwenden (aktuelle eigene Probleme, Zeitdruck, "nein, nicht das schon wieder" etc. stellen beispielsweise ein Hindernis dar).

Wie stellen wir Rapport her?

Wir können grundsätzlich mit jeder Person Rapport aufnehmen, mit der wir das wollen, indem wir bewusst die natürlichen Rapportfähigkeiten verfeinern, die wir täglich nutzen, denn Jeder hat bereits intuitive Wege zur Rapportbildung!

(Beispiele: wir senken die Stimme, wenn jemand traurig ist, gehen auf Augenhöhe, wenn wir mit Kindern sprechen etc.)

Dabei ist die Herstellung von Augenkontakt eine offensichtliche Rapportfertigkeit - womöglich die einzige, die wir in unserer Kultur bewusst lernen und erleben.

NLP unterscheidet zwischen verbaler und nonverbaler Rapportebene:

verbal

small talk
Repräsentationssysteme
Prädikate
hauptsächlich benutze Wörter

nonverbal

Körperhaltung (Kopf, Schultern, Beine)
Position bestimmter Körperteile
Gesichtsausdruck - Mimik
(Körper-) Handbewegungen - Gestik
Muskeltonus
Atmungsfrequenz und-tiefe
Tonfall der Stimme
Sprechtempo
Zahl und Länge der Pausen

Die Techniken der Herstellung von Rapport werden als Spiegeln und Überkreuz-Spiegeln bezeichnet (mirroring, crossover mirroring), den Prozess dorthin nennt man pacing.

Das Spiegeln beinhaltet die Aktivitäten, mit Hilfe derer die verbalen und nonverbalen Verhaltensweisen des Gesprächspartners direkt aufgegriffen werden. Beim Überkreuz-Spiegeln ist dies nur indirekt der Fall. Hektische Bewegungen mit dem Fuß, können beispielsweise mit einem Bleistift in der Hand „überkreuzgespiegelt“ werden.

Ziel ist nun, verschiedene Merkmale der Körpersprache und der Stimme bewusster wahrzunehmen und anschließend zur Rapportbildung heranzuziehen. Das heißt, teilzunehmen am Tanz der anderen Person, indem wir uns einfühlsam und mit Respekt an Körpersprache und Stimmqualitäten anpassen. Dies baut eine Brücke zwischen uns und unserem Weltbild und dem der anderen Person.

Rapportabbruch

Neben dem Aufbau von vertrauensvollen Beziehungsgefügen ist deren elegante Unterbrechung von gleicher Bedeutung. Eine solche Situation stellt sich immer dann ein, wenn sich die Dauer eines Gesprächs oder einer Beratung dem Ende des vorgesehenen Zeitrahmens nähert o.ä. Empfehlenswert bei der Unterbrechung von Rapport ist, nach einer Zusammenfassung oder bis dahin erreichten Ergebnissen, bewusst die Körperhaltung zu verändern oder einen anderen Atemrhythmus einzuleiten. Verändern Sie Ihre Distanz zum Gesprächspartner bis zum Aufstehen, so lange bis ihr Kommunikationspartner von sich äußert, "ich glaube, wir sollten jetzt Schluss machen" o.ä. Insbesondere wenn es Ihnen gelingt, eine Kommunikationssituation so zu beenden, dass alle Beteiligten mit dem gegenwärtigen Resultat zufrieden sind, ist eine hervorragende Voraussetzung geschaffen, mit der Sie den eventuellen zukünftigen Gesprächstermin beginnen können.

Pacing, pacing, pacing, leading

Funktionierendes Pacing ist nicht nur die Voraussetzung für Rapport, sondern auch die Grundlage für einen Veränderungsprozess. Mit Hilfe von Pacing finden Sie Zugang zum Erleben Ihres Gesprächspartners und zu einem sinnvollen Maß an Kontakt und Verständnis. Wenn Sie erkennen, dass Sie sich der Sprache, Physiologie, und den nonverbalen Verhaltensweisen Ihres Gesprächspartners angeglichen haben, haben Sie anschließend die Möglichkeit, Ihrem Gesprächspartner zu helfen, problematisches Erleben zu verändern, indem Sie beginnen, Ihr Verhalten zu verändern. Sie können beginnen, Ihren Gesprächspartner zu führen (im NLP leading), ihn behutsam auf sein erwünschtes Ziel hinlenken oder ihn in einen anderen Zustand zu versetzen.

Leading setzt voraus, dass der Kommunikator sich im Klaren ist, wohin der Kommunikationsprozess führen soll. Dazu ist es unabdingbar, die Ziele und gewünschten Ergebnisse des Gesprächspartners zu kennen.

Die Begründer des NLP sind der Auffassung, Pacing und Leading sei das Grundmuster für beinahe alles, was psychologische Berater tun.

Strategien zum Leading

- 1) Alle Veränderungen der o.a. Elemente des Pacing (z.B. den Körper aufrichten, die Mimik verändern, tiefer durchatmen etc.)
- 2) Führen der Augenbewegungsmuster
- 3) Fragestellungen in Richtung des gewünschten Ergebnisses.
- 4) Ablenken der Aufmerksamkeit von den Problemen der Gegenwart und Vergangenheit hin zur Antizipation einer Problemlösung in der Zukunft.

Der „übliche“ Problemrahmen und der Zielrahmen des NLP

- ☹ Worin besteht Dein Problem?
- ☹ Warum hast Du dieses Problem?
- ☹ Wie lange hast Du dieses Problem schon?
- ☹ Wer ist in erster Linie daran schuld? Wer noch?
- ☹ Was war das schlimmste Beispiel für dieses Problem?
- ☹ Was empfindest Du dabei, dass Du dieses Problem hast?

- 😊 Was würdest Du gerne in diesem Zusammenhang erreichen?
- 😊 Woran würdest Du erkennen, dass du Dein Ziel erreicht hättest?
- 😊 Wovon würdest Du noch profitieren, wenn Du dieses Ziel erreichst?
- 😊 In welchem Kontext, in welcher Umgebung und in welcher Situation genau, mit wem?
- 😊 Welche Deiner Ressourcen bringen Dich dem Erreichen Deines Ziels näher?
- 😊 Wer oder was könnte Dich noch dabei unterstützen?

Eine Möglichkeit, über Veränderung nachzudenken - sei es in Geschäftswelt, persönlicher Entwicklung oder im Bildungsbereich -, ist, diese als eine Reise von einem gegenwärtigen Zustand zu einem erwünschten Zustand zu betrachten. Ein "Problem" ist dann der Unterschied zwischen den beiden. Indem Sie sich ein Ziel für die Zukunft setzen, haben Sie in gewissem Sinne ein Problem in der Gegenwart geschaffen, und umgekehrt kann jedes Problem in der Gegenwart in ein Ziel in der Zukunft verwandelt werden. Ihr Verhalten, Ihre Gedanken und Gefühle werden im gegenwärtigen Zustand anders sein als im erwünschten Zustand (Zielzustand). Um sich von einem in den anderen zu bewegen, brauchen Sie Ressourcen.

Die Energie für die Reise kommt aus der Motivation. Der erwünschte Zustand muß etwas sein, das Sie wirklich wollen, oder klar mit etwas verbunden sein, das Sie wirklich wollen. Kurz, wir müssen die Reise unternehmen wollen und davon überzeugt sein, dass das Ziel erreichbar und lohnenswert ist.

Zweitens brauchen Sie Flexibilität, um notfalls auch Ihre Strategie zu verändern, wenn Ihre bisherigen Mittel Sie Ihrem gewünschten Ergebnis nicht näher bringen.

NLP zielt daher darauf ab, den Menschen mehr Wahlmöglichkeiten für ihr Verhalten zu geben. Nur eine Möglichkeit zur Verfügung zu haben, um etwas zu tun, lässt überhaupt keine Wahl. Manchmal funktioniert es und manchmal nicht, daher gibt es immer Situationen, mit denen Sie nicht umgehen können. Zwei Wahlmöglichkeiten bringen Sie in ein Dilemma. Eine echte Wahl zu haben bedeutet, über ein Minimum von drei Vorgehensweisen zu verfügen. In jeder Interaktion wird die Person, die die meisten Wahlmöglichkeiten und die höchste Flexibilität im Verhalten zur Verfügung hat, die Situation unter Kontrolle haben. Je mehr Wahlmöglichkeiten, desto größer die Erfolgchance. (vgl.: O'Connor, Seymour, Neuro-linguistisches Programmieren, S. 34ff)

Wohlgeformtheitskriterien

Im NLP wurde daher eine Sammlung von Kriterien entwickelt, die helfen, Ziele lohnenswert, attraktiv und aktivierend zu formulieren. Dies erleichtert das Erreichen derselben.

1. Formulieren Sie Ihr Ziel in einer positiven Form, ohne Verneinung und Vergleich.

Beschreiben Sie ein Ziel, zu dem Sie hinwollen, anstelle davon, wo Sie nicht mehr sein wollen. Was würde sie lieber haben, als das, was Sie derzeit haben? Was möchten Sie wirklich?

Nicht!!! Was möchten Sie nicht mehr tun etc.!!!!

Beispiel: Der Satz "Ich möchte nicht mehr soviel Stress haben!" konzentriert sich auf das Negative an der Situation, er besagt noch nicht, was Sie stattdessen haben möchten.

Außerdem: Das Gehirn versteht keine Negation. Denken Sie jetzt bitte nicht an einen rosa Elefanten!! Um etwas zu vermeiden, müssen Sie wissen, was es ist, das Sie vermeiden und lenken Ihre Aufmerksamkeit darauf. Wenn Sie formulieren, mehr Geld haben zu wollen, als heute, haben sie Ihr Ziel vielleicht morgen schon erreicht, wenn Sie ein paar Mark mehr in der Tasche haben.

2. Formulieren Sie Ihr Ziel so, dass es in Ihrem eigenen Einflussbereich liegt, dass Sie es eigenständig erreichen können.

Häufig wünschen wir uns, dass ein anderer sein Verhalten ändert. Sie wünschen sich zum Beispiel, dass Ihr Partner mehr Interesse an Ihren beruflichen Problemen zeigt, dass Ihr Chef Ihnen mehr Anerkennung zollt, oder Sie im Lotto gewinnen. Auf die Erfüllung solcher Wünsche können wir lange, wenn nicht ewig warten. Sie ist von Faktoren abhängig, die wir nur schwer beeinflussen können.

Ziele, bei denen man sich primär auf die Handlungen anderer konzentriert und verlässt, sind daher nicht wohlgeformt. Wenn der andere nämlich nicht reagiert, wie Sie wollen, sitzen Sie fest. Konzentrieren Sie sich daher mehr auf das, was Sie tun können! Tun Sie etwas, damit gegebenenfalls ein anderer Ihnen entgegenkommt.

3. Formulieren Sie Ihr Ziel spezifisch und möglichst konkret.

Wann wollen Sie sich wem gegenüber wie genau verhalten oder fühlen? Was genau wollen Sie wo tun? Was werden Sie sehen, hören und fühlen?

Lassen Sie es vor Ihrem inneren Auge ablaufen oder erscheinen. Tun Sie für einen Augenblick so, als hätten Sie Ihr Ziel bereits erreicht. Je ausführlicher und genauer Ihre Vorstellung ist, desto leichter kann Ihr Gehirn die Situation durchspielen und Gelegenheiten erkennen und nutzen, die Sie Ihrem Ziel näher bringen.

4. Sie brauchen einen Beweis.

Der Fortschritt und das Erreichen des Ziels müssen durch direkte sinnliche Erfahrung überprüfbar sein. Wie werden Sie wissen, dass das Ziel erreicht ist? Was genau sind die Erfolgskriterien? Woran werden Sie erkennen, dass Sie das erreicht haben, was sie wollten?

5. Haben Sie Zugang zu den Ressourcen, die Sie benötigen, um Ihr Ziel zu erreichen?

Was brauchen Sie? Was haben Sie davon schon? Wenn noch etwas fehlt, wie werden Sie es bekommen?

Diese Ressourcen können internal (bestimmte Zustände oder Fertigkeiten) oder external sein. Manchmal kann es nötig sein, sich zur Erlangung externaler Ressourcen zusätzliche Ziele zu setzen.

6. Hat Ihr Ziel die richtige Größe?

Erscheint Ihr Ziel Ihnen zu klein, stellen Sie sich die Frage, "Was würde es mir bringen, wenn ich es erreicht hätte?" Damit gelangen Sie in der Regel in eine Dimension, die Ihr Ziel noch aktivierender erscheinen lässt.

Erscheint Ihr Ziel Ihnen zu groß, stellen Sie sich die Frage, "Was hält mich davon ab, es zu erreichen?" Auf diesem Weg stoßen Sie womöglich auf andere lohnende Unterziele, die Ihnen bisher nicht bewusst waren?

7. Ist Ihr Ziel "ökologisch"?

Bedenken Sie die Konsequenzen der Erreichung Ihres Ziels für sich persönlich und für die beteiligten Systeme. Wen betrifft die Erreichung Ihres Ziels noch? Gibt es womöglich unerwünschte Nebenwirkungen, die bedacht werden wollen?

Diese Kriterien können Ihnen helfen, Ihre Ziele zu überprüfen und gegebenenfalls zu verändern. Wie eine Schleife können die sieben Punkte immer wieder durchlaufen werden, bis Sie das Gefühl haben, dass "es" nun wirklich passt. Gehen Sie erst zum nächsten und letzten Punkt, wenn Sie ganz sicher sind, dass Sie ein wohlgeformtes Ziel haben:

8. Die ersten Schritte

Überlegen Sie nun, wie ein sinnvoller erster Schritt in Richtung auf Ihr Ziel aussehen kann. Überlegen Sie, wann genau, wo und vielleicht mit wem Sie ihn tun werden.

Schließen sie einen Vertrag mit sich selbst!

Setzen Sie die Erreichung Ihres Zieles in die Tat um!

Denken Sie daran, dass jede Reise mit einem ersten Schritt beginnt.

Wissen Sie noch, wie man einen Elefanten verspeist?

Viel Spaß und viel Erfolg