Inhalt:	
Was ist Neuro-Linguistisches Programmieren (NLP)?	2
Was versteht man im NLP unter Wahrnehmungsfilter?	3
3. Wie können Sie Wahrnehmungsfilter sprachlich erkennen?	4
4. Wie können Sie Wahrnehmungsfilter über Augenzugangshinweise erkennen?	5
5. Wie delegieren Sie Aufgaben mit diesem Sprachmodell für bessere Ergebnisse?	6
6. Wie motivieren Sie damit Mitarbeiter für Ihre Ziele?	6
7. Wie können Sie sich selbst bei Ihrer Zielerreichung damit unterstützen?	7
8. Wie können Sie dieses Wissen (ethisch vertretbar) bei Verhandlungen nutzen?	7
9. Wie nutze ich dieses Wissen zur optimalen Teamaufstellung?	8
10. NoGo-Wörter in Konfliktfällen	8

1. Was ist Neuro-Linguistisches Programmieren (NLP)?

Definition:	NLP ist eine Bestenauslese von Methoden: Ein Modell, das, ausgehend von Erkenntnissen der modernen Psychologie, Kommunikationswissenschaft, Neurobiologie, Linguistik und Systemtheorie beschreibt, wie Menschen wahrnehmen, denken, kommunizieren, lernen und sich verändern.
Erfinder:	John Grinder und Richard Bandler
Wann erfunden:	1974/1975. Seit 1980 auch in Europa
Wie entwickelt:	Die besten Psychologen und Verhaltensforscher wurden beobachtet und untersucht, was sie denn anders machten als die Anderen
Ergebnis:	Modelle, mit denen Jeder die Chance hatte, die Besten der Besten nachzuahmen.
Anwendungsfälle:	Große Bandbreite möglich. Die klassischen sind: Zielfindung, Zielerreichung, Konfliktsituationen, Entscheidungssituationen
NLP-Status heute:	NLP gehört zu den am weitesten verbreiteten Methoden der Kommunikations- und Verhaltenstrainings auf dem Weiterbildungsmarkt

Ableitung der Abkürzung:

Neuro

Jedes Verhalten wird über
Neuronale Prozesse gesteuert.
Die Wahrnehmung wird durch das
Nervensystem und unsere fünf
Sinne gefiltert.

Lingustisches

Unsere Kommunikations- und Verhaltensmuster sind sprachlich codiert.



Programmieren

Gelernte Verhaltens- und Denkweisen können durch gezielte Interventionen verändert (= umprogrammiert) werden.

2. Was versteht man im NLP unter Wahrnehmungsfilter?

Die Einschränkung über den bevorzugten Sinneskanal zur Informationsaufnahme:

Information von außen über die fünf Sinneskanäle:



Ergebnis: Meine innerliche Pe-Präsentation der äußeren Wahrnehmung, d.h. mein Verständnis von der Welt.

Übersicht der wahrgenommenen Sinnenseindrücke:

Sinneskanal	Was genau wird wahrgenommen?
Visuell	Farben, Formen, Größen, Physiologie anderer Gesichtsausdrücke, Körperhaltung, Gestik, Atmung
Auditiv	Sprache, Tonqualität wie z.B. Lautstärke, Tempo, Timbre, Satzmelodie, Richtung der Lautstärke
Kinästhetisch	Empfindungsqualitäten wie Temperatur, Körperspannung, Bewegung
Olfaktorisch	Geruchsqualitäten wie z.B. würzig, verbrannt, rauchig, Duft, Gestank
Gustatorisch	Geschmacksqualitäten wie z.B. süß, sauer, salzig, bitter, scharf, schokoladig

In der Regel werden ein oder **zwei Sinneskanäle bevorzugt** verwendet. Hierbei handelt es sich häufig um visuelle und auditive oder kinästhetische und visuelle Repräsentationen.

Im NLP nennt man diese Filter auch bevorzugte "Repräsentationssysteme".

3. Wie können Sie Wahrnehmungsfilter sprachlich erkennen?

a) So erkennen Sie Menschen mit visueller Wahrnehmung:

Wörter wie z.B. Einblick, zeigen, deutlich, düster, schauen, sehen, sichtbar, klar, trübe, illustrieren, beobachten, hell

Redewendungen wie z.B. Licht ins Dunkel bringen, Sich ein Bild machen, Bei Licht besehen, Ins Leere starren, Das ist mir klar, Den Wald vor lauter Bäumen nicht sehen, Mir ist ein Licht aufgegangen, Ich sehe, was Du meinst, Der Schein trügt

b) So erkennen Sie Menschen mit <u>auditiver Wahrnehmung</u>:

Wörter wie z.B. laut, hören, klingen, abstimmen, lauschen, erwähnen, diskutieren, hellhörig, unerhört, Anklang, überhören, taub, schweigen

Redewendungen wie z.B. Das hört sich gut an, Im Einklang sein, Das klingt überzeugend, Ich bin ganz Ohr, Vom Hörensagen, Ich frage mich, Um die Wahrheit zu sagen, Stimmt Wort für Wort, Mit halbem Ohr zuhören

c) So erkennen Sie Menschen mit kinästhetischer Wahrnehmung:

Wörter wie z.B. fühlen, warm, spannend, bewegen, aufnehmen, einbringen, erfüllt, entnehmen, beibehalten, handeln, beeindrucken

Redewendungen wie z.B. In den Griff bekommen, Jemandem unter die Arme greifen, Etwas aus den Ärmeln schütteln, Mit beiden Beinen im Leben stehen, Kalte Füße bekommen, Im Handumdrehen, Ich kann Dir nicht folgen, Das ist mir entfallen, Unter der Hand

Sehr selten treffen wir auf Menschen mit bevorzugten Wahrnehmungsfiltern im Bereich des <u>Gustatorischen</u> oder <u>Olfaktorischen</u>. Meist finden Sie diese in Weinkellern oder in der Parfümherstellung. Ein klassisches Beispiel für einen Wahrnehmungsfilter im olfaktorischen Bereich ist natürlich der Hund. Deshalb hier nur der Vollständigkeit halber die typischen Wörter und Redewendung der noch zwei fehlenden Sinneswahrnehmungen:

d) So erkennen Sie Menschen mit olfaktorischer Wahrnehmung:

Wörter wie riechen, stinkig, dufte(nd)

Redewendungen wie z.B. Eine Nase dafür haben, Es stinkt mir, Den Braten riechen, Ich kann ihn nicht riechen, Den richtigen Riecher haben

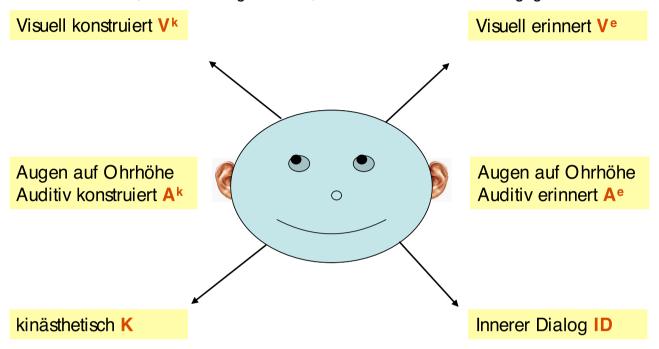
e) So erkennen Sie Menschen mit gustatorischer Wahrnehmung:

Wörter wie sauer, süß, köstlich, lecker, genießen, Geschmack, bitter

Redewendungen wie z.B. Das ist ein Genuss, Auf den Geschmack kommen, Es satt haben, Sauer aufstoßen, Das schmeckt mir nicht, Lecker Mädchen, Oh wie süß

4. Wie können Sie diese Filter über die Augenzugangshinweisen erkennen?

Achten Sie darauf, wohin die Augen sehen, wenn Sie dieser Person so gegenüber stehen:



Achtung: Bei Linkshändern kann dies umgekehrt sein!

Die mögliche Unterscheidung zwischen "konstruiert" und "erinnert" sollte Sie nicht überbewerten. Wenn Sie mich nach meinem Traumhaus fragen, werde ich dies erst mal aus der Erinnerung holen, da ich dies schon häufiger für mich gedanklich konzipiert habe.

Neben den Sprachhinweisen und den Augenzugangshinweisen erkennen Sie die unterschiedlichen Respräsentationsfilter Ihres Umfeldes auch anders:

a) Visuelle: Reden schnell, brauchen Struktur (farbige Markierungen), wirken hektisch

b) Auditive: Reden eher viel, legen jedes Wort auf die Goldwaage

c) Kinäst.: Reden eher langsam, wirken eher ruhig, berühren (andere) gerne

Selbstverständlich gibt es über diese Wahrnehmungsfilter hinaus noch einige Filter mehr, wie sich Menschen ihre Welt repräsentieren. Gerade der kulturelle Hintergrund kann sehr dominant eine andere Sicht der Dinge darstellen, man denke nur an die unterschiedliche Lesart von Schriften (rechts nach links oder links nach rechts) und vieles mehr.

Für eine erfolgreiche Kommunikation, bei der Sie gut verstanden werden, ist der erste Schritt das Erkennen des Gegenübers. Im Punkt 5 lernen Sie in der "Repräsentationssprache" Ihres Kollegen zu sprechen bzw. zu handeln, damit es zu einem guten Ergebnis für beide Seiten kommt.

5. Wie delegieren Sie Aufgaben für bessere Ergebnisse?

- a) Erfolgreich delegieren heißt bei visuellen Mitarbeitern:
- Mailen statt anrufen
- Aufmalen statt erklären
- Bildhafte Sprache verwenden: "der Kunde muss einSEHEN, dass..."
- Wissen, dass diese meist schnell arbeiten; auf Kosten der Gründlichkeit
- Wissen, dass diese Struktur brauchen, z.B. den Gesamtzusammenhang

b) Erfolgreich delegieren heißt bei <u>auditiven</u> Mitarbeitern:

- Zu"rufe" sind ausreichend (kein Bild erforderlich)
- Sprachliche Anpassung "Bitte UnSTIMMIGkeiten aufklären..."
- Achten Sie genau auf Ihre Worte und wiederholen Sie z.B. wortwörtlich das Gesagte
- Wissensvermittlung über Hörbücher möglich
- Wissen, dass diese gerne diskutieren

c) Erfolgreich delegieren heißt bei kinästhestischen Mitarbeitern:

- Sprachliche Anpassung "Der Kunde muss diesen Vorteil FÜHLEN..."
- Falls vorhanden, etwas zum Auftrag mitGEBEN
- Wissen, dass diese meist länger benötigen, aber gründlich arbeiten
- Langsam sprechen und auch genügend Zeit zum Antworten geben

6. Wie motivieren Sie damit Mitarbeiter für Ihr Ziel?

Wenn Sie Mitarbeiter für Ihr (gemeinsames) Ziel motivieren wollen, können Sie dies auch mit dem Wissen über das bevorzugte Repräsentationssystem noch wirkungsvoller tun:

a) Erfolgreich motivieren heißt bei visuellen Mitarbeitern:

- SICHTbare Zeichen setzen, wie z.B. einen Füller schenken
- Ein Foto von der Mitarbeiterin des Monats aufhängen
- In verbleibenden Medien loben wie Mails, Newsletter
- Bildhafte Sprache verwenden: "Ihre Arbeit ist SEHENSwert"

b) Erfolgreich motivieren heißt bei <u>auditiven</u> Mitarbeitern:

- Sprachliche Anpassung: "KLINGT ausgezeichnet", "was genau HÖRT sich schlecht an?"
- Zeit zum Reden geben
- Rhetorikschulung anbieten
- Hörbuch, Opernkarten oder Downloadgutschein schenken

c) Erfolgreich motivieren heißt bei <u>kinästhestischen</u> Mitarbeitern:

- Mit Gesten "arbeiten" und mit detailliert beschreiben, was gut war
- BeGREIFbare Geschenke machen
- Berühren soweit angebracht, z.B. auf die Schulter klopfen
- Berührungen zulassen (soweit gewünscht)
- Sprachliche Anpassung "Sie können Menschen BEWEGEN..."

7. Wie können Sie sich selbst bei Ihrer Zielerreichung damit unterstützen?

So kommen Sie Ihren Zielen noch leichter näher und überspringen Ihre "Wahrnehmungshürden":

- a) Wenn Sie ein visueller Mensch sind:
- Visualisieren Sie sich Ihr Ziel erSICHTlich (z.B. Ausdruck, Colllage erstellen)
- Achten Sie darauf, dass Sie nicht zu schnell sprechen
- Delegieren Sie Aufgaben, die sehr genau erledigt werden müssen oder kontrollieren Sie lieber noch ein zweites Mal Ihr Arbeitsergebnis

b) Wenn Sie ein auditiver Mensch sind:

- Sagen Sie sich innerlich Ihr Ziel täglich vor
- Erzählen Sie anderen von Ihren Zielen
- Achten Sie darauf, nicht unnötig lange zu reden
- Setzen Sie Besprechungszeiten kürzer an, um sich selbst (und andere Auditive) zu disziplinieren

c) Wenn Sie ein kinästhestischer Mensch sind:

- Machen Sie sich Ihr Ziel beGREIFbar, z.B. Spielzeugporsche
- Achten Sie auf Ihr Zeitmanagement
- Delegieren Sie Aufgaben, die sehr schnell erledigt werden müssen
- Achten Sie auf Ihre Berührungen

8. Wie können Sie dies (ethisch vertretbar) auch für Ihre Verhandlungen nutzen?

a) Erfolgreich verhandeln heißt bei einem visuellen Gegenüber:

- Flipchart zum Aufmalen nutzen
- Bildhafte Sprache verwenden: "der Preis SIEHT unrealistisch aus"
- Gut strukturierte Inhalte
- Handouts (farbiger Ausdruck)/Verträge ausgedruckt dabei haben)

b) Erfolgreich verhandeln heißt bei einem auditiven Gegenüber:

- Sprachliche Anpassung "HÖRT sich gut an..."
- Zeit für Diskussionen einplanen
- Rhetorisch glänzen und mit Stimme gezielt führen

c) Erfolgreich verhandeln heißt bei einem kinästhetischen Gegenüber:

- Zeit zum Antworten lassen und langsam reden!
- Sprachliche Anpassung: "FÜHLT sich gut an..."
- Berühren soweit angebracht (kurz am Arm berühren)
- Berührungen zulassen (soweit gewünscht)
- Mit weiten Gesten sprechen

9. Nutzen Sie dieses Wissen auch bei der Team-Zusammenstellung:

a) Möglichkeit "Mischung des Teams" mit allen Wahrnehmungsfiltern:

- Vorteil: Optimale Ergänzung → Was das eine Teammitglied überHÖRT hat, hat das Andere geSEHEN. Je nach Kunde kann das passende Teammitglied besser den Kontakt aufbauen
- Nachteil: Reibungsverluste durch schlechteres Verstehen untereinander

b) Möglichkeit "Nur Teammitglieder mit dem gleichen Wahrnehmungsfilter":

- Vorteil: Das Team versteht sich meist viel besser, da "die Chemie stimmt" und man sich "blind versteht". Diese Lösung ist je nach inhaltlicher Aufgabenstellung sinnvoll.
- Nachteil: Die Vielfalt fehlt und manche Aspekte werden weder beLEUCHTET noch beHANDELT...

Generell:

- Nutzen Sie bewusst die anderen Dimensionen um alle Zuhörer/Teammitglieder zu erreichen.
- Suchen Sie bei Erinnerungslücken am rechten Ort (z.B. oben links)
- Haben Sie Verständnis für die AndersARTigkeit Ihrer Mitmenschen

10. Exkurs - Die NoGo-Wörter bei Konfliktsituationen:

- a) Verwenden Sie nur in absoluten Ausnahmen Generalisierungen wie:
- "nie"
- "immer"
- "keiner"
- "alle"
- **b)** Auch auf das Wort "wenigstens" reagieren die meisten Menschen mit Aggression.
- c) Alle "warum-Sätze" sind aus der Kindheit ebenfalls mit Stress belegt und zwingend unbewusst in die Verteidigungsrolle. Alternativ lieber fragen: "Aus welchem Grund haben Sie…".

Viel Freude beim Ausprobieren - und natürlich Erfolg!

Für Fragen stehe ich Ihnen sehr gerne zur Verfügung:

www.KleinCoaching.de
Telefon: 0228/243 90 543
mail@KleinCoaching.de

Tanja Klein Systemischer Coach

