

„Die Katze auf dem Lilienweg“

Mottozielbildung und Embodiment
mit Hilfe der
Wunschelementetechnik
nach Maja Storch
als Beispiel für effektives
Hypnotherapeutisches Coaching

Abschlussarbeit für die Masterausbildung in
Ericksonscher Hypnotherapie

Ausbildungsinstitut: InHypnOs Osnabrück
Ausbildungsleitung: Elmar Woelm Ph.D.

Erstellt von: Paul Hempel
Hyposystemische Beratung
und Paarberatung, Plauen

Plauen, der 18. 4. 2014

Ich beginne diese Arbeit an einem regnerischen Apriltag.

Wenn ich aus dem Fenster blicke, sehe ich hellgraues Licht und das nasse und dankbare Grün der Bäume vor meinem Fenster. Es ist ein stiller Tag, ich kann das aufgeregte Zwitschern der Vögel nach einem heftigen Regeguss hören.

Auf der Fensterbank steht mein „Tänzer“, ein wunderschönes filigranes Stück Treibholz in der Form eines Tanzenden, ca. 30 cm hoch, auf einem keinen morschen Brett aufgestellt. Ein Geschenk von meiner Liebsten.

Als Erinnerung – ja, auch an sie, vor allem aber an mein eigenes und ganz persönliches Mottoziel, dass mich, seit ich es „gefunden“ habe, gut begleitet.

„Lässig, lustvoll und schön tanze ich im Licht“

Ein schönes Mottoziel. Es macht meinem Körper Freude, sich lässig wie ein Tänzer zu bewegen, gerade wenn es bei meiner Arbeit droht stressig und anstrengend zu werden. Um dann, wie eine Sonnenblume, nach dem „Licht“ zu schauen, und das wahrzunehmen, was gerade gut für mich ist und was gut läuft: in meinem Leben und in der gegenwärtigen Situation.

Denn auch Sonnenblumenkompetenzen stecken in meinem Mottoziel. *(Und schon haben wir den Brückenschlag zu den Grundlagen hypnosystemischen Denkens: „Alles Erleben ist das Ergebnis von Aufmerksamkeitsfokussierung“ G. Schmidt)*

Seit ich die Methode der Mottozielarbeit nach dem Züricher Reccourcenmodell (ZRM) kenne und in meiner Beratung anwende, habe ich viele sehr gute Erfahrungen mit dieser Technik gemacht und geradezu „verzaubernde“ Momente erlebt.

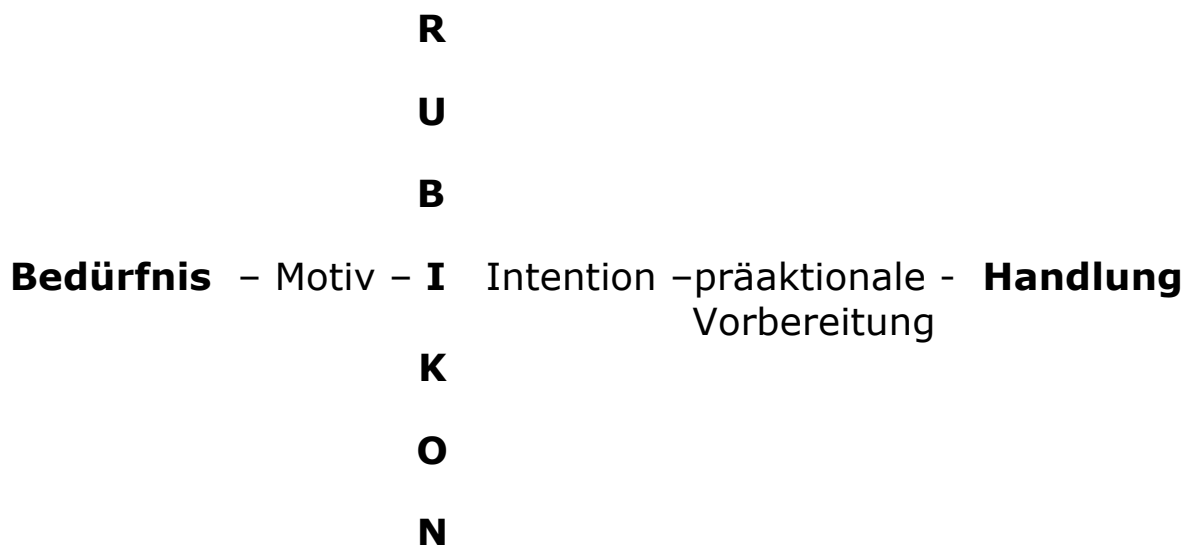
Sie lässt sich hervorragend in hypnosystemische Beratungskonzepte integrieren und ist insbesondere für den Alltagstransfer ins „Heimatsystem“ des Klienten bestens geeignet. Ich möchte an dieser Stelle besonders meinen Klienten danken für die gemeinsame kreative Arbeit. Und dass sie mir durch viel positives Feedback Mut gemacht haben, die Arbeit mit Mottozielen und Embodiment anzuwenden und auszubauen.

1. Die Idee der Arbeit mit Mottozielen und Embodiment im ZRM nach Maja Storch

Im folgenden werde ich kurz den Ansatz des ZRM und die Idee des Embodiment umreißen. Für alle, die mehr wissen wollen gibt es Literaturempfehlungen im Anhang.

„Wenn du ein Schiff bauen willst, so trommle nicht die Männer zusammen um Holz zu beschaffen, Werkzeuge vorzubereiten und Aufgaben zu vergeben, sondern lehre sie die Sehnsucht nach dem endlos weiten Meer.“ Antoine de Saint-Exupéry

Die Mottozielarbeit nach dem Züricher Ressourcenmodell (ZRM) ist ein Werkzeug der Motivationspsychologie. Theoretische Grundlage ist unter anderem das „Rubikon- Modell“ nach Heckhausen und Gollwitzer. An Hand des „Rubikon- Modells“ lässt sich der Weg von einem erlebten Bedürfnis über ein Motiv hin zu zielrealisierendem Handeln in einem fünfstufigen Modell beschreiben:



Der Name „Rubikon- Modell“ bezieht sich auf die Geschichte Julius Cäsars, der mit dem historischen Ausspruch „Alea iacta est“ (Der Würfel ist gefallen) mit seinem Heer den Fluss Rubikon in Oberitalien überschritt, Rom angriff und sich zum Kaiser machen ließ.

Das „Herzstück“ des Modells ist die Überschreitung des Rubikons, der Schritt vom **Motiv** zur Bildung einer **Intention**.

Dabei muss eine **Schwelle**, also besagter Rubikon überschritten werden.

Der Schritt über den Rubicon beschreibt in diesem Modell die **Verwandlung** eines **Motivs** in eine **Intention** und damit eine deutliche Änderung der Qualität des Zieles.

Ein **Motiv** steht für ein bewusstes, benenn- und beschreibbares Ziel, ganz im Sinne einer genauen Zielbeschreibung, z.B. nach Steve de Shazers Wunderfrage. Im Stadium der Motivbildung erleben wir noch innere Zielkonflikte und Ambivalenzen.

Ein „klassisches Beispiel“ für einen Zielkonflikt in der Phase der Motivbildung:

Das Ziel, mit dem Rauchen aufzuhören, wird vom Verstand voll unterstützt. **Gleichzeitig**, auf unbewusster Ebene, identifiziere ich mich mit meiner „Raucherpersönlichkeit“, ich nutze Rauchen als Belohnung, Pausenanlass, Konzentrationshilfe, Ritual, Kommunikationshilfe, Genussmittel...die Idee, mit dem Rauchen aufzuhören „verrät“ also einen wichtigen Persönlichkeitsanteil in mir.

Und dieser Anteil hat ein anderes Ziel: „weiterrauchen“!

Mit meinem bewussten und gewohnten Denkmuster:

„entweder- oder“, „gut und schlecht“ komme ich also bei meinem vernünftigen Ziel, mit dem Rauchen aufzuhören, nicht weiter. Mein Unbewusstes hat andere Interessen, die ich nur mit Disziplin, **Selbstkontrolle** und Willenskraft unterdrücken kann.

Das geht auch, macht aber keinen Spaß und ist sehr anstrengend.

Und da unwillkürliche Verhaltensmuster immer schneller und wirksamer sind als bewusste Verhaltensmuster (G. Schmidt), ist der Misserfolg wahrscheinlich: „Das Rauchen aufgeben ist ganz einfach- ich habe es schon hundert mal getan 😊.“

Das kennen die meisten Raucher und ehemaligen Raucher – ich bin selber einer, und ich habe immer gern geraucht.

Was also tun? Hilfe gibt es „in einer anderen Welt“, in der Welt des Unbewussten, des Unwillkürlichen, des Körperwissens. In der Welt der Bilder und Metaphern, der Emotionen, der Geschichten und Wunder.

In der Welt, in der ein „entweder – oder“ kein Widerspruch sein muss und als ein „sowohl als auch“ lebendig sein darf.

Es geht also ganz praktisch darum, das „Unbewusste“ als machtvolle Unterstützung „mit ins Boot zu holen“, Zielkonflikte aufzulösen und den „Rubikon“ zu überschreiten.

Dabei wird dann ein **Motiv** in eine **Intention** verwandelt.

Eine Intention beschreibt ein Ziel, das vom bewussten Verstand als gut und sinnvoll bewertet wird, jedoch auch von „ganzem Herzen“ und mit allen Sinnen bejaht und vom „Unbewussten“ unterstützt wird.

Genau hier finden wir den Brückenschlag zum Ericksonschen Ansatz: „Nutzte die Weisheit deines Unbewussten“.

Exkurs: Das „Unbewusste“

Der Begriff „Unbewusstes“ wird hier, ebenfalls im Ericksonschen Sinn, nicht als ein zu definierendes „Etwas“ verwendet.

„Unbewusstes“ dient uns in diesem Denken als Metapher für alle nicht bewussten, halb bewussten, automatisierten und unwillkürlich ablaufenden hirneurophysiologischen Prozesse. Es unterscheidet sich deutlich von der Idee des „Unterbewusstseins“ nach Freud.

Der Hirnforscher T. D. Wilson schlägt den Begriff des „Adaptiven Unbewussten“ vor um die ständigen Wachstums-, - Anpassungs- und Lernprozesse des Unbewussten und seine grundsätzliche Loyalität und Kompetenz für das somatisch- seelische Gesamtsystem zu beschreiben. Hirneurophysiologisch lassen sich heute im Hirnscanner diese Aktivitäten abbilden, messen und beobachten, ebenfalls parallele physiologische Phänomene wie Blutbildveränderungen und hormonelle Reaktionen. Lokalisieren lassen sich unwillkürliche Prozesse eher im Bereich des Mittelhirns (Limbisches System, Amygdala) und des Stammhirns.

Im klassischem ZRM- Training geschieht dieser Prozess **ohne** eine formale Tranceeinladung über die Arbeit mit ressourcenreichem Bildmaterial, inneren Bildern u. Metaphern. Nach meiner Erfahrung erleben Klienten dennoch oft sehr deutliche Trancephänomene, welche auch vom Berater beobachtbar sind. Eine Einladung zu einer leichten Trance über eine Tranceinduktion kann im übrigen für diese Art der Arbeit sehr unterstützend sein. Klienten haben so häufig einen leichteren Zugang zu ihren unbewussten Bildern und zu ihrem Körperwissen. (Maja Storch betont in ihren Vorträgen oft, dass moderater Alkoholgenuss ebenfalls sehr unterstützend wirken kann☺).

Ob ich mit oder ohne formale Tranceeinladung arbeite, entscheide ich danach, welche Erfahrungen und Erwartungen mein/e Klient/in mit hypnotherapeutischem Arbeiten hat . Meine Angebote mache ich grundsätzlich transparent.

Zielabschirmung: Das Überschreiten des Rubikons ist also das eigentliche Anliegen der Arbeit mit Mottozielen. Die Attraktivität dieses Prozesses wird noch deutlicher, wenn wir uns ein Phänomen betrachten das wir alle aus dem Alltag kennen und das für zielrealisierendes Handeln sehr hilfreich ist: das Phänomen der „Zielabschirmung“.

Wenn der Rubikon überschritten und aus unserem Motiv eine Intention geworden ist, beginnt das Unbewusste, unser Ziel zu beschützen und abzuschirmen gegen zielgefährdende Einflüsse.

Ein Beispiel:

Ein junges Paar überlegt, ob es gemeinsam ein Kind bekommen will. Vieles spricht dafür, vieles auch dagegen, sie überlegen, wägen ab, rechnen und befragen Freunde und Verwandte.

Sobald beide (oder nur einer, dann wird's auch wieder schwierig ☺) den Rubikon überschritten haben, sie sich also mit ganzem Herzen sich ein Kind wünschen, steigt die Anzahl der Kinderwagen in ihrer Stadt sprunghaft.

Überall gibt es ganz wunderbare Kinder zu sehen, die Läden sind mit einem mal voll mit den süßesten Babyklamotten und in den Illustrierten wird nur noch über überglückliche Eltern berichtet☺.

Dies sind Phänomene der Zielabschirmung, unser Unbewusstes verändert automatisch und unangestrengt unsere Wahrnehmung zugunsten der Zielrealisierung.

Aus diesen Überlegungen heraus es wird es auch verständlich, warum ich die Arbeit mit Mottozielen und Embodiment für so effektiv und nützlich für Beratung und Coaching halte.

Bleibt die Frage: Wie komme ich über den Rubikon?

Ein weiteres, für mich ganz wichtiges Denkmodell in Beratung und Coaching ist die „**Zielpyramide**“.

Ziele sind in diesem Modell nicht gleich Ziele, sondern sie sind hierarchisch geordnet.

Dazu eine Geschichte:

Ein Mann kommt in eine Stadt und geht an einer großen Baustelle vorüber. Er sieht 3 Maurer bei der Arbeit und fragt sie was sie dort täten:

Der Erste antwortet: „Ich mische Mörtel zusammen“.

Der Zweite: „Ich ziehe hier eine Mauer hoch“.

Der Dritte: „Wir errichten ein Kathedrale für unsere Stadt“.

Im Modell der Zielpyramide unterscheiden wir drei Zielebenen, die alle gleich bedeutend und wichtig sind:

In der Mitte – und wir steigen in der Regel auf dieser Ebene ein- liegt die **Ergebnisebene**.

Es geht also, ganz im Sinne der lösungsfokussierten Beratung, um ein klar benennbares Ziel welches beschreibbar, beobachtbar und messbar ist. **Was** soll erreicht werden?

Üblicherweise und in den meisten Beratungsansätzen, beispielsweise im lösungsfokussierten Ansatz und in der klassischen kognitiven Verhaltenstherapie gehen wir dann nach unten zur Basis allen Handelns: in die **Handlungsebene**.

Also: **wie** konkret mache ich das, **was** wären erste kleine Schritte, **wann** und **mit wem, wo, wie viel** usw.

Es geht also um klar beschreibbares und konkretes Handeln und Verhalten, um die berühmten kleinen Schritte.

Man spricht auf dieser Ebene auch von „kalten Zielen“...klares Handeln mit kühlem Kopf.

Dieser Schritt ist sehr sinnvoll – jedoch nur, wenn die Spitze der Pyramide Kraft und Energie für mein tägliches Handeln bereitstellt.

Die Spitze der Pyramide beschreibt die „heißen Ziele“, welche die Energie und den „langen Atem“ fürs tägliche Handeln bereitstellen. Wir bezeichnen sie als **Haltungsebene**.

Und in der Spitze geht es schlicht um das **Warum** – das heißt um innere Haltungen, Werte, Einstellungen und Emotionen, um Sinn und inneres Einverständnis auf bewusster **und** unbewusster Ebene.

Etwas tagtäglich zu tun (Handlungsebene) und darin wenig Sinn zu erleben fühlt sich unsäglich mühsam und zermürend an.

Von Nietzsche stammt der bekannte Ausspruch:

„Der Mensch kann jedes Wie ertragen, wenn er ein Warum hat.“

Die Zielpyramide

**W
A R
U M ?
WARUM ?**

*Haltungsebene
„heiße Ziele“*

**WAS ? WAS ?
WAS ? WAS ? WAS ? WAS ?
WAS SOLL ERREICHT WERDEN?**

Ergebnisebene

„kalte Ziele“

**WIE ? WANN ? MIT WEM ? WIE LANGE ?
WIE OFT ? WO GENAU? WOHIN? WIEVIEL ?** Handlungsebene

Mottoziele sind Zielformulierungen auf der **Haltungsebene**.

Sie unterscheiden sich in der Art ihrer Struktur und Sprache deutlich von Ergebnis -und Handlungszielen.

Es wird auch kein eigentliches Ziel formuliert, sondern eine **innere Haltung** in einem körperlich erlebbaren Bild ausgedrückt.

Das Schöne: Mit einem guten Mottoziel komme ich leicht über den Rubikon. Ein gutes Mottoziel „gefällt meinem Unbewussten“, es ist gut eingebettet in sinnliches und körperliches Erleben und mein Körper reagiert positiv, (s.u. somatische Marker), es ist „embodied“.

Mottoziele unterstützen **selbstregulierende** Willenskraft (in Abgrenzung zur selbstkontrollierenden Willenskraft des Verstandes).

Die Sprache eines Mottozieles ist adäquat mit Ericksonschen hypnotischen Sprachmustern („Milton Modell“ der Sprache). Wir verwenden eine poetische und sehr bildhafte Sprache. Sie ist eher weich, verallgemeinernd und wenig konkret. Logik ist unnötig, Fremdwörter und Fachbegriffe ungünstig. Und es darf auch ruhig etwas „kitschig“ sein. Entscheidend ist nur, dass es sich für den „Besitzer“ des Mottoziels gut anfühlt und sein ganz eigenes, mit dem Prozess der Mottozielbildung verknüpftes Erlebensnetzwerk aufruft.

Für Andere kann ein Mottoziel harmlos, sinnlos oder auch befremdlich wirken.

Für seinen Besitzer ist es jedoch das Substrat eines mit allen Sinnen durchlebten Suchprozesses und aktiviert mannigfaltige Bilder, Emotionen und Körperempfindungen.

Die Sprache der Mottozielarbeit auf der Haltungsebene ist somit diametral entgegengesetzt der Sprache auf der Ergebnis- und der Handlungsebene. Dort finden wir das „Meta- Modell“ der Sprache, wie wir es im NLP, der Verhaltenstherapie und den lösungsfokussierten Ansätzen verwenden.

In der Sprache der Psychoanalyse würde ein Mottoziel einer intrinsischen Motivation auf der Haltungsebene entsprechen. Ergebnis – und Handlungsziele können dagegen durchaus extrinsisch, also von außen her motiviert sein.

In der Sprache des Managements unterscheiden wir zwischen so genannten „Leadern“ und „Managern“.

Ein Leader schafft Visionen auf der Haltungsebene. Er erweckt die „Sehnsucht nach dem Meer“ (vergleiche oben das Zitat von Exupéry).

Ein Manager dagegen teilt die Arbeit ein und verteilt Bretter und Nägel auf der Handlungsebene.

Die Verknüpfung zwischen der Zielpyramide und dem Rubikon-Modell:

Um das Modell der Zielpyramide einzuordnen in die Logik des Rubicon Modells könnte man sagen, dass:

1. Für das Formulieren eines Handlungsmotivs der Einstieg in die Pyramide auf der **Ergebnisebene** sinnvoll ist. (Was soll eigentlich erreicht werden?). Wir sind noch vor dem Rubikon.
2. Für das Überschreiten des **Rubikons** (Intentionsbildung und Zielabschirmung) der Schritt nach oben zur **Haltungsebene** erfolgt.
3. Um letztlich dann konkret in Handlung zu kommen, brauchen wir klare und konkrete Handlungsziele in der präaktionalen Phase (s.o. Rubikon- Modell).

Der Weg wäre also: **Was** will ich erreiche? **Warum** will ich es erreichen und stimmt mein Unbewusstes dem zu? Und **wie** kann ich es letztlich umsetzen?

Lassen wir den zweiten Schritt weg oder ignorieren ambivalente Signale des Körpers können wir unser Ziel nur mit Willenskraft und Selbstdisziplin erreichen.

Für **kurzfristige** Ziele (Ich putze Fenster, weil sich die Schwiegermutter angekündigt hat), kann das durchaus in Ordnung sein.

Langfristige Ziele (Ich möchte innere Gelassenheit und Ruhe, ich möchte mich wohlfühlen in meinem Körper oder, ganz konkret, ich möchte meine Bikinifigur vom letzten Sommer wieder erreichen oder Klavier spielen lernen) brauchen eine adäquate unterstützende innere Haltung. Da wir es in Therapie, Coaching und Beratung nun eher mit solchen Zielen zu tun haben, lohnt es sich also, dass wir uns um die Haltungsebene kümmern. Im Übrigen ist die Arbeit mit Mottozielen sowohl für sehr **allgemein formulierte Anliegen** wie Gelassenheit, Lebensfreude, Mut und Selbstvertrauen als auch für ganz **konkrete Ziele** wie z. B. eine schriftliche Arbeit fertig stellen, vor Publikum frei sprechen zu können, abnehmen, einen Partner finden oder für eine Reise sparen ganz hervorragend geeignet. Neugierig geworden? Das ist schön 😊 😊 😊 😊 😊. Bevor wir aber zur konkreten Arbeit mit den Wunschelementen für Mottozielarbeit und Embodiment kommen, brauchen wir noch ein drittes Modell. Aber versprochen, es bleibt spannend!

Mit der „Prager Brücke“ den Rubikon überqueren

Folgende Ideen beziehen sich im wesentlichen auf die Arbeiten von Maja Storch im ZRM.

Der Begriff „Prager Brücke“ stammt von mir selbst und dient mir als Codierung von vier wichtigen Kriterien, die im ZRM ein Ziel erfüllen muss um über den Rubikon zu kommen. In der beraterischen Arbeit erlebe ich diese Kriterien bei Zielbeschreibungen als nützlich und sinnvoll.

Im therapeutisch – beraterischem Kontext erscheinen sie mir sinnvoller als Beispielsweise die Kriterien der „SMARTen“ Ziele.

Die Buchstaben **P R A G** stehen für:

Positiv **R**entabel **A**utonom und gutes **G**efühl

Ich stelle mir also vier „**Brückenbretter**“ vor, die mir dabei helfen über den Rubikon zu kommen.

Das 1. Brett: Positive Zielformulierung

Ziele sollten positiv bzw. als Annäherungsziel formuliert sein. Stellen sie sich vor: Ein Mann kommt an den Fahrkartenschalter und verlangt eine Fahrkarte. Er sagt:

„Ich möchte keine Fahrkarte nach Berlin. Und auch keine nach Köln. Und gleich gar nicht nach Osnabrück“.

Der Fahrkartenverkäufer wird dann natürlich, je nach Tagesverfassung freundlich oder schon etwas genervt, fragen: „Ja, und wohin wollen sie denn nun?“

So klar es uns beim Fahrkartenkauf ist, dass wir sagen müssen wohin wir fahren wollen: Im Alltag verwenden wir ständig negativ formulierte Ziele bzw. Vermeidungsziele!

Vermeidungsziele und Vermeidungsanweisungen sind allgegenwärtig, wir haben sie „mit der Muttermilch aufgesaugt“, sind mit ihnen sozialisiert.

Sätze wie: „Sei doch nicht so frech zu Tante Claudia“, „Mach dich nicht immer so schmutzig“, „Vergiss nicht, deine Hausaufgaben zu machen“ klingen uns sicher vertraut.

Das ist auch nicht schlimm, und wir kommen bei der genauen

Beschreibung von Ergebniszielen auch nicht um negative Zielformulierungen herum, z. B. „Mit dem Rauchen aufhören“. Nur nützen uns diese Art von Zielbeschreibungen wenig wenn wir über den Rubikon kommen und unser Unbewusstes mit ins Boot holen wollen.

Warum? Ganz einfach – Unser Mittelhirn kann kein „Nein“ verstehen.

Das ist der berühmte „Rosarote Elefant Effekt“:

„Denken Sie bitte jetzt **nicht an** einen rosaroten Plüschelafanten“.

Waren Sie schon mal in einer CT- Röhre?

Es könnte passieren, dass eine, es gut meinende, Schwester ihnen vorher sagt: „Und bitte nicht husten, wenn sie drin sind“. Nun ja- sie können sich vorstellen, wie es ihnen in der Röhre dann geht.

Bei der Formulierung eines Vermeidungszieles aktiviere ich in meinem Gehirn sofort gerade **das** neuronale Netzwerk, welches ich eigentlich vermeiden will!

„Hoffentlich bekomme ich keine Panikattacke“ ist zwar ein verständliches Motiv, fördert aber gründlich das Entstehen einer Panik.

Noch zu harmlos? Dann denken sie an den bekannten Slogan „Keine Macht den Drogen“.

Die Kampagne war sicher teuer und das Motiv als solches auch gut - aber nützlich?

Allein das Wort „Macht“ ist hochattraktiv für Jugendliche, und wenn wir schon mal an leckere Drogen denken....

Gerade in der Suchtarbeit sind Vermeidungsziele leider noch allgegenwärtig („der Teufel Alkohol“...☺). Würden sie so richtig gern ein „trockener Alkoholiker“ werden?

Schon allein aus der Betrachtung dieses ersten Kriteriums ergeben sich ganz viele Implikationen für Therapie und Beratung, die den Rahmen dieser Arbeit leider sprengen würden.

Also: Ein Haltungsziel / Mottoziel muss als **Annäherungsziel** formuliert sein, auch wenn das nicht immer einfach ist.

Kraftvolle Annäherungsziele, die mit allen Sinnen erlebt werden entwickeln eine geradezu magnetische Kraft! („Ich geh vom Nordpol zum Südpol zu Fuß...☺“).

Die „Zauberfrage“ in der Beratung, um auf Annäherungsziele zu fokussieren heißt: „ ...und was wollen sie denn stattdessen?“.

„Ich möchte nicht mehr so dick sein“ wird zu „Ich möchte eine schlanke schöne Figur haben“.

„Ich will mich nicht mehr zurückziehen“ wird zu „Ich möchte offen auf andere zugehen“.

„Ich möchte mich nicht mehr so wertlos und klein fühlen“ wird zu „ Ich möchte selbstbewusst und aufrecht sein“.

„Ich möchte keine Angst mehr haben“ wird zu „ Ich möchte sicher und gefasst in schwierigen Situationen bestehen“.

Ein sehr schönes Beispiel für positive und lustbetonte Zielformulierung ist die aktuelle „Anti – Aids“ Werbekampagne: „Ich will's lustvoll“, „Ich will's zärtlich“, „Ich will's wild“.

Im Übrigen achten wir auch auf versteckte Vermeidungsziele wie „unbeschwert“, „angstfrei“ „sorglos“ usw.

Solche Formulierungen sollten über somatische Marker (s.u.) auf Eignung geprüft werden.

Auch Steigerungen, also Komparative sind ungünstig.

„Ich möchte beweglicher werde“ heißt, ich mache im Hirn gleich einen Abgleich mit meiner momentan erlebten Unbeweglichkeit.

Besser ganz simpel: „Ich möchte beweglich sein“.

Also vermeiden Sie Vermeidungsziele! Und das ist ein wiederum klares Vermeidungsziel...☺. Sagte ich etwa, es sei einfach?

Das 2. Brett: Ziele sollten rentabel oder auch „ökonomisch“ sein

Das ist ganz einfach, aber eine häufige „Falle“.

Unser Unbewusstes empfindet ökonomisch, unser „Bauch“, „Mittelhirn“, „Unbewusstes“ oder wie wir es nennen wollen „rechnet“ in Kosten- Nutzen Kategorien.

In der Beratung suchen wir nach Lösungen für Probleme. Häufig übersehen wir dabei, dass **jede** Lösung einen Preis hat. Um ein Ziel zu erreichen muss ich Lebenszeit, Kraft, Geld, Geduld einsetzen, und ich muss konkurrierende Ziele zurückstellen. (Z.B. das Ziel „Ausschlafen“ statt „Ich gehe morgens joggen“).

Unser Kopf sagt „Ja“, unser Bauch macht seine eigene Rechnung auf. Er kommt zu dem Schluss „Lohnt sich nicht“. Und dann können wir vor dem Rubikon tolle Motive haben und Projekte voller Energie angehen...bei der erstbesten Gelegenheit „sabotiert“ unser kreatives und kluges Unbewusstes unser Projekt...weil...es lohnt sich halt nicht!

Ich selber wollte zum Beispiel mal Tschechisch lernen, weil wir gern in Tschechien Urlaub machen. Und ich finde es peinlich, im *Potravini* zu stehen und weiter als „*Dobri Den*“ komm ich nicht. (Bedürfnis: Ich möchte mich souverän fühlen).

Also kaufte ich mir einen Tschechisch Kurs mit CD und wollte ganz im Ernst Tschechisch lernen (ein Motiv- und ein astreines Annäherungsziel!).

Das ging dann auch 3 Abende ganz gut... bis dann andere Dinge wichtiger waren...und ich habe es einfach vergessen. Nur wenn ich mal ein anderes Buch suche fällt mein erstaunter Blick manchmal auf den Sprachkurs...und macht mir so ein „kleines schlechtes Gewissen“.

Was also tun? Ganz einfach: Prüfen sie, ob sich das Ziel rentabel anfühlt, am besten mit Hilfe von somatischen Markern. Wenn ja, gut, wenn nein, dann ist es nicht wichtig genug und es gibt vielleicht andere gute Ziele.

Ich kann auch den Wert (die Motivation) erhöhen: Z.B. indem ich mich in eine wunderschöne Tschechin verliebe, die kein Wort Deutsch kann.

Oder ich senke den Preis (Anspruch): Es reicht mir, wenn ich außer „*Dobri Den*“ noch „*Na Sledanu*“ kann...☺. Denn unser Bauch „denkt“ ökonomisch.

Das 3. Brett: Ziele sollten 100% autonom sein

*Herr, gib mir die Gelassenheit, Dinge hinzunehmen, die ich nicht ändern kann,
gib mir den Mut, Dinge zu ändern, die ich ändern kann,
und gib mir die Weisheit, das eine vom anderen zu unterscheiden.*

verm. Reinhold Niebuhr

„Ich möchte von meinen Kollegen mehr respektiert werden“.
„Ich möchte mit meiner Familie einen schönen Urlaub machen“.
„Mein Sohn soll bessere Zensuren schreiben“.
„Ich möchte beim Wettkampf den 1. Platz erringen“.
„Ich möchte gut schlafen können“.

Das sind alles verständliche Ziele. Und gute Motive. Nur über den Rubikon kommen wir mit ihnen nicht. Weil...ja, sie sind nicht autonom.

Um mit einem Ziel über den Rubikon zu kommen, muss es 100% autonom sein, d. h. es muss so wie in dem oben zitierten Gelassenheitsgebet etwas sein, was **ich** autonom und unabhängig von anderen erreichen kann.

Im hypnosystemischen Denken nach G. Schmidt würde das einer Unterscheidung zwischen Problem und Restriktion entsprechen.

Ein Problem (ein autonomes Ziel) und eine Restriktion (ein nicht autonomes Ziel) erfordern einen grundsätzlich verschiedenen Umgang.

Diese Unterscheidung ist für Beratung und Therapie wesentlich, würde uns aber zu weit weg vom Thema führen.

Überprüfen sie die oben genannten Beispiele auf das Kriterium „Autonomie“, und sie werden unschwer erkennen wo es „klemmt“.

Und, leider ja: Auch gut schlafen ist kein autonomes Ziel, denn unser Körper macht gerade das, was er für richtig hält ... und das ganz autonom! 😊.

Das 4. Brett: Ziele sollen so formuliert sein, dass sie ein "gutes Gefühl" auslösen.

Vielleicht haben sie in der Schule gerne Sport gemacht. Dann könnte es sein, dass das Wort „Sport“ ein gutes Gefühl in ihnen hervorruft, einen „positiven somatischen Marker“ aktiviert. Vielleicht assoziieren sie es mit dem Glücksgefühl, in einer Mannschaft Fußball oder Volleyball zu spielen, sich über ein Tor zu freuen, am Samstagnachmittag verschwitzt, dreckig und glücklich mit blutigem Knie nach Hause zu hinken und stolz von großen Erfolgen zu berichten.

Bei mir ist es anders. Nicht schlechter, nicht besser, nur anders. Ich assoziiere das Wort „Sport“ mit meinem damaligen Sportlehrer, dem Herrn Kastendick und auch mit dem schlechten Gefühl als letzter in die Mannschaft gewählt zu werden, mit vergessenen Turnbeuteln und muffigen Umkleideräumen und mit einer 4 auf dem Zeugnis.

Ich weiß jedoch, dass Sport eine tolle Sache ist.

Mein Verstand weiß es, mein Unbewusstes sagt ganz klar „Njet“ und sendet entsprechende Gefühle.

Angenommen, ich hätte nun das Anliegen (**Motiv**), mich dreimal in der Woche sportlich zu betätigen, und ich suche mir mit Hilfe von Wunschelementen ein Mottoziel, um mit diesem Motiv über den Rubikon zu kommen.

Dann sollte ich das Wort „Sport“ und alles, was etwas damit zu tun hat nicht verwenden! Nicht das es schlecht wäre, - nur - es funktioniert bei mir halt nicht.

Für sie dagegen, falls bei ihnen das Wort „Sport“ positive somatische Marker erzeugt, vielleicht ein kleines, wohliges Kribbeln im Bauch, ein angenehmes Zucken im Bein, ein kleines Lächeln im Gesicht oder es einfach etwas heller wird im Kopf oder im Herzen..., für sie wäre dann der Begriff „Sport“ fantastisch geeignet.

Maja Storch beschreibt das Kriterium Somatische Marker: 0% negativ und mindestens 70% positiv.

Das heißt, die Formulierungen dürfen keinerlei negativen Reaktionen hervorrufen.

Gleichzeitig sollten sie auf einer positiven Skala von 0- 100 % (0% = keine positiven Gefühle, 100% = „Besser geht es nicht“) gefühlt mit mindestens 70% positiv bewertet werden.

Was aber sind nun „somatische Marker?“

Den Begriff „somatische Marker“ führte 1994 der amerikanische Hirnforscher Antonio Damasio ein. Somatische Marker sind, kurz gesagt, bewertende Körpersignale des Unbewussten. Unser kompetentes Unbewusstes ist in der Lage, blitzschnell Situationen, Entscheidungen und jegliche Informationen aus der Umwelt zu bewerten.

Nicht so differenziert und logisch wie unser Großhirn, dafür aber schnell (ca.200 ms) und handlungswirksam.

Und das nach einem einfachen archaischen Ur-Prinzip, das wir übrigens auch mit Pantoffeltierchen gemeinsam haben:

Gut für mich oder schlecht für mich. Hin zu oder weg von !

Wir alle kennen dieses Gefühl, dass uns Menschen bei der ersten Begegnung sofort irgendwie nicht so geheuer sind, ohne dass es dafür einen vernünftigen Grund gäbe. Oft bestätigt sich dieses Gefühl, häufig aber auch nicht.

Dann hat uns unser Organismus einen negativen somatischen Marker gesendet. Irgendetwas in der Begegnung (Stimme, Kleidung, Geruch, Mimik oder die Art und Weise, Spagetti auf die Gabel zu wickeln) hat uns unwillkürlich an eine negativ gemarkerte Erfahrung erinnert und das entsprechende Erfahrungsnetzwerk im Gehirn aktiviert.

Das kann natürlich ein supernetter Mensch sein, dennoch wird uns unser Erfahrungsgedächtnis erst einmal „vorsichtshalber“ einen negativen somatischen Marker als „Warnung“ senden.

Es lohnt sich sehr, im Alltag eine gute und achtsame Wahrnehmung für diese kleinen Körperinformationen zu entwickeln, einen „Fahrstuhl“ zwischen Kopf und Bauch, wie es meine Lehrtherapeutin gerne nannte.

Über den Nutzen von somatischen Markern, z. B. für Entscheidungsfindung, wäre nun auch wieder viel zu berichten, aber führt uns zu weit weg von unseren Mottozielen.

Somatische Marker sind, nachdem die Kriterien „positiv, rentabel und autonom“ erfüllt sind, das wichtigste Handwerkszeug, wenn wir mit unseren Klienten selbstregulierende Willenskraft durch Mottozielarbeit unterstützen wollen.

Es muss sich **einfach gut anfühlen**, Wort für Wort!

Das Unbewusste ins Boot holen:

Würde ich nach China reisen und hätte die Absicht, mich in einem kleinen chinesischem Dorf niederzulassen, gute Nachbarschaft zu pflegen, mich vielleicht in eine schöne Chinesin zu verlieben ... nun, ich bräuchte dafür, neben einer Menge Mut natürlich, vor allem eines:

Ich müsste lernen, chinesisches zu sprechen.

Will ich mein Unbewusstes für gute und vernünftige Ziele gewinnen, dann sollte ich mit ihm auch in seiner Sprache sprechen.

Diese mehr im limbischen System angesiedelten Kompetenzen verstehen eine Sprache besonders gut, wie übrigens auch unsere Verwandten auf der Erde:

Katzen, Kühe, Hunde und Schweine: die Sprache der Bilder.

Bilder sind „Die Treppe ins Unbewusste“ (Maja Storch).

Unsere Sprache ist grundsätzlich auf unsere Fähigkeit, Wörter mit inneren Bildern zu verkoppeln angewiesen.

Sie sind sozusagen die Verbindung zwischen unserem abstrakten bewussten Denken und unserem Unbewussten.

„Frischgebackener Pflaumenkuchen mit Streuseln“ - das sind eben nicht nur einfache Wörter.

Diese Wörter aktivieren ein ganzes Netzwerk von positiven sensorischen Empfindungen, ein „Pflaumenkuchennetzwerk“.

Das riecht gut und das schmeckt toll. Ich erinnere mich an meine Oma, sehe schöne Bilder und habe freudige

Erwartungen...bis hin zu einer passenden Kienästhetik.

Versuchen sie doch mal, mit hängendem Kopf und gequälter Stimme: „Frischgebackener Pflaumenkuchen mit Streuseln“ zu sagen. Das fühlt sich zumindest komisch an, oder?

Ein gut gemachtes Foto im Backbuch hat natürlich genau diesen Effekt auch.

Im „klassischen“ ZRM wird deshalb mit einer standardisierten Bildkartei von 64 ressourcenaktivierenden Bildern gearbeitet.

(Pflaumenkuchen ist leider nicht dabei ☺)

Bei der Arbeit mit Wunschelementen, welche ich hier vorstellen möchte, kommen wir ohne Bildmaterial aus und arbeiten mit bilderzeugenden Begriffen.

2. Die Praxis: Mottozielbildung und Embodiment mit Hilfe der Wunschelementetechnik

„Jeder Tat muss der Sinn vorangehen, denn der Sinn ist die Quelle der Tat.“ Emmy Hennings

Es geht darum, für ein gutes Ziel „über den Rubikon“ zu kommen und aus einem Motiv eine Intention zu bilden.

Dafür suchen wir eine **Zielformulierung** auf der Haltungsebene.

Genau das ist ein **Mottoziel**: ein Satz, zwei Sätze oder auch mehr, die mein ganz persönliches Zielnetzwerk aktivieren und mich sowohl auf bewusster als auch auf unbewusster Ebene für zieldienliches Handeln motivieren.

Das Schöne: Diese Methode ist hervorragend geeignet für sowohl übergreifende allgemeine Motive (Gesundheit, Gelassenheit, innere Ruhe), als auch für konkrete Wünsche (frei reden können, mit dem Rauchen aufhören, sich frisch verlieben...☺).

Ich spreche hier bewusst von Motiven und Wünsche, denn in diesem Denken erfüllen diese Ziele allesamt nicht das Kriterium der Autonomie.

Eine günstige innere Haltung wird aber die Wahrscheinlichkeit, dass ich mich **zieldienlich verhalte** sehr erhöhen.

(Mit einer Haltung: „Ich interessiere mich für niemanden, der so doof ist, sich für mich zu interessieren“ funktioniert kein guter Flirt.: -))

Auch wenn das „Endprodukt“ aus nur einem Satz besteht, ist er das Ergebnis und das „Extrakt“ eines intensiven Suchprozesses und aktiviert zieldienliche innere Bilder, Metaphern, Geschichten, Gefühle, Sinneserfahrungen und vor allem Körpersensationen.

Wie schon anfangs erwähnt, ist die Sprache der Mottoziele eine sehr bildhafte, sinnlich- poetische, weiche, nicht logische und ruhig auch mal ordentlich kitschige Sprache.

Da darf sich die rote Sonne dann himmelblauselig auf weißen Zuckerwattenwolken wiegen☺. Hauptsache die somatischen Marker sagen freudig „Ja“ dazu. Und verstehen brauche ich es nur selbst.

Mottozielarbeit mit der Wunschelementetechnik lässt sich sehr gut in einen laufenden Beratungsprozess integrieren.

Ich persönlich biete sie erst in der Mitte oder auch gern als Abschluss der Beratung an, als „Abschiedsgeschenk“, da eine gute und gewachsene therapeutische Beziehung günstig für diese Arbeit ist.

Sie funktioniert aber auch hervorragend als Kurzintervention im Rahmen einer einzigen Beratungsstunde oder Coachings für ein ganz konkretes Anliegen.

Der Prozess selbst ist sehr klar strukturiert und transparent. Der Zeitaufwand liegt bei ca. 45 – 90 min, je nach Arbeitsstil des Beraters (ich brauche eher mehr Zeit).

Ebenfalls halte ich es für wichtig, das Angebot vorher auf der Metaebene transparent zu machen und der Intervention eine „Bühne“ zu bauen (Bernhard Trenkle).

In meiner Praxis erkläre ich im Vorfeld zumindest das Modell der Zielpyramide, das in der Regel für Klienten gut annehmbar und passfähig ist. Auch der Querverweis auf die Wirkmechanismen in der Werbung („ Ich will es..., ich will es mit“ ☺) wird gut angenommen.

Ich arbeite grundsätzlich mit Flipchart und schreibe alle Ideen und den gesamten Prozess groß und sichtbar mit.

Und so funktioniert es: Mein Klient benennt ein Thema, ein Anliegen, ein Ziel, einen Wunsch, einen Auftrag, je nach therapeutischer Schule kann man es ganz unterschiedlich nennen.

Und da wir uns noch vor dem Rubikon herumtreiben, braucht es auch kein Annäherungsziel, kein autonomes oder rentables Ziel zu sein und es braucht sich auch nicht gut anzufühlen. („Ich möchte Vegetarier werden und 10 Kilo abnehmen fühlt sich für die meisten Menschen nicht gut an.“☺)

Zur Unterstützung der Zielvorstellung ist es möglich, mit Hilfe einer Tranceeinladung eine kurze Fokussierung in eine schon einmal erlebte Zeit der „Ausnahme“ anzubieten.

(„...und erinnere dich jetzt an eine Zeit, in der du genau das schon einmal erlebt hast, was du dir wünschst“). Auch eine Progression in der Zeit ist denkbar im Sinne der Wunderfrage.

Als nächstes geht es darum, ressourcenreiche innere Bilder zu finden, die dieses Anliegen gut unterstützen können.

Bewährt haben sich „**Bildkategorien**“ aus verschiedenen Themenbereichen (Elemente). Diese Kategorien sind variabel und sind auch von den Erfahrungen des Beraters abhängig.

Bewährt haben sich für mich folgende 6 „Bilderboxen“:

ein Tier,

eine Pflanze,

eine Person,(konkrete Person, Promi, Berufsgruppe usw.)

eine Phantasiefigur, (Märchen, Roman, Film, Comic)

ein Fahrzeug,

eine Naturerscheinung/ Landschaft

Schritt 1:

Die erste Frage an meinen Klienten würde vielleicht lauten:
„Angenommen, es gäbe ein Tier, das genau diese Eigenschaften hat die sie sich wünschen und das ihren Zielzustand sozusagen verkörpert, welches Tier könnte das sein?“

Wichtig bei dieser Arbeit ist ein zügiges Tempo, welches der Berater ruhig unterstützen darf. Die ersten Bilder, die spontan kommen, sind in der Regel die nützlichsten und am wenigsten kognitiv „verunreinigt“.

Fällt es einem Klienten am Anfang schwer, Bilder zu generieren, kann man ruhig Angebote machen. (siehe auch Maja Storch „Ideenkorbtechnik“).

Diese Vorschläge können ruhig völlig unpassend und daneben sein, das fordert eher das kreative Potential des Klienten heraus. „...ein Waschbär? Oh nein, viel eher passt für mich ein Elefant“. Am Ende stehen ein oder auch mehrer Tiere auf dem Flipchart.

Und genauso wird dann mit den anderen Kategorien weitergemacht. Bei dem Stichwort „Person“ ist es günstig, vorher zu sagen, dass es eine bekannte Person aus der Familie, Bekanntenkreis, ein „Promi“, Schauspieler, eine Romanfigur, aber auch einfach eine Berufsgruppe oder eine Nationalität sein kann.

Die Kategorie „Fahrzeug“ dann weit machen. In- Liner, Weltraumschiffe und das Bobby- Car gehören auch dazu! Bei „Naturerscheinung“ alles was irgendwie in der Natur vorkommt verwenden, von Sternschnuppen bis Ostseewellen. Wenn eine Bilderkiste „klemmt“, die Kategorie einfach weglassen und entspannt weitermachen.

Ob unser Angebot passfähig ist oder nicht, merken wir am besten daran, ob es uns und unserem Klienten Freude macht und wir uns wohlfühlen bei der Arbeit.

Also: Alles was unser Klient anbietet ist gut, wir arbeiten mit Spaß und „beißen“ uns nirgends fest.

Am Ende von Schritt 1 haben wir eine schöne „Bildersammlung“ auf dem Flipchart stehen.

Es könnte sein, dass wir schon jetzt interessante Veränderungen bei unseren Klienten beobachten.

Zumindest wenn er richtig bei der Arbeit dabei und ein bisschen im „Flow“ ist, wird er ganz unwillkürlich beginnen, auf körperlicher Ebene diese Bilder umzusetzen (Embodiment).

Diese Phänomene entsprechen den ideomotorischen Zeichen bei einem Tranceerleben.

Schritt 2 :

Die nächste Bitte an unseren Klienten ist, dass er sich aus den gefundenen Wortbildern 3 heraussucht, die ihn am meisten ansprechen (bei denen es am meisten „klingelt“). Auch diese Auswahl erfolgt wieder schnell und aus dem Bauch heraus. Es können natürlich auch nur 2 oder auch 4 Begriffe sein.

Diese Begriffe wieder auf ein Flipchartblatt schreiben.

Für jedes Bild wird jetzt ein assoziativer Ideenkorb, am besten als Mind - Map, erstellt („Brain- Storming“).

Also welche Eigenschaften, Fähigkeiten, Verhalten, Aussehen, hat das Tier (Pflanze usw. ...), die ihnen für ihr Thema nützlich sein können? Welche Geschichten, Erinnerungen, Gefühle melden sich spontan?

Alle positiven und nützlichen Eigenschaften und Assoziationen dann als Stichwörter sammeln und aufschreiben. Alle positiv bewerten und unterstützen! (Pacing, Pacing... 😊)
Der Berater agiert als Schreiber, Begleiter und als Ideeneinbringer. Wie gesagt, es dürfen auch ruhig schräge und ungewohnte Ideen sein. Günstig sind immer sehr sinnliche und bildhafte Begriffe. Bei diesem Schritt erst mal **alles** aufschreiben.

Wenn für jedes Wortbild eine Sammlung an Assoziationen vorliegt, bitten wir unseren Klienten wieder, schnell und aus dem Bauch heraus (somatische Marker) die „schönsten“ und nützlichsten Begriffe zu nennen. Maja Storch nennt diese auch „Dessertwörter“.

Schritt 3 :

Wir haben jetzt also folgendes Material auf dem Flipchart:

- ca. 3 Wortbilder und

- für jedes Bild ca. 3 positive Assoziationen,
zusätzlich die positiven Erinnerung und das Erleben, das sich bei dem bisher durchlaufenen Suchprozess entwickelt hat.

Der folgende Schritt ist der wichtigste und auch für den Berater herausfordernd.

Es geht darum, aus dem vorhandenen Material, also aus den 3 Wortbildern und den ca. 9 ausgewählten Assoziationen gemeinsam mit dem Klienten ein schönes Mottoziel zu formulieren, zu „basteln“, welches sozusagen das griffige Extrakt oder Konzentrat des bisher erlebten Prozesses ist.

Dabei gilt die Regel: „One Stepp behind the Klient“!
Häufig haben Klienten erst mal gar keine Idee. Ich als Berater schlage dann vorerst sehr vorsichtig einzelne mögliche Satzfragmente vor.

Es entsteht ein vorsichtig tastender Suchprozess, ein „Verhandeln“ um Formulierungen, poetische Feinarbeit. In dieser Phase sind oft deutliche Trancephänomene zu beobachten, beim Klienten **und** beim Berater. Die Stimmung im Raum verdichtet sich und es ergibt sich eine Art mentaler „Tanz“, bei dem das Ergebnis, das Mottoziel, allmählich „eingekreist“ wird.

Praktisch ist es meist das Wortbild, welches vom Klienten als besonders hilfreich erlebt wird, zu verwenden.

Dieses Wortbild wird nun allmählich mit den anderen assoziativen Begriffen verknüpft und angereichert. Wieder wird nur ein Teil des Materials verwendet. Ich erlebe es in der Regel so, dass meine Klienten sich, nach anfänglichen Angeboten von mir, immer aktiver in den Prozess einbringen.

Eine weitere wichtige Aufgabe von mir als Berater ist es, vorgeschlagene Fragmente oder am Ende die ersten „Komplettentwürfe“ immer wieder langsam und eindrücklich vorzulesen und meinen Klienten aufzufordern, mit Hilfe der somatischen Marker das Ergebnis zu prüfen. Ich frage dann: „Was fehlt noch?“, „Welches Wort muss unbedingt noch mit rein?“, „Wie fühlt sich das jetzt an?“. Dabei ruhig zum „in sich hineinspüren mit geschlossenen Augen“ auffordern.

Zum Schluss noch einige Formulierungshilfen:

Ein Mottoziel sollte:

- in der Gegenwart formuliert sein
- die Kriterien „positiv, rentabel, autonom und gutes Gefühl auslösend“ erfüllen
- das Wort „Ich“ enthalten
- sehr bildhaft und sinnlich sein, die Sinne ansprechen (VAKOG)
- keine Steigerungen (Komparative), keine Fremdwörter (lassen keine Bilder entstehen), keine versteckten Vermeidungsziele enthalten.

Beispiele für versteckte Vermeidungsziele:

- < furchtlos, unaufhaltsam, ohne Reue
- < ohne Schuldgefühle, stressfrei
- < nicht mehr...wollen, ich höre auf mit..., frei von...
- < loslassen von..., unerschrocken, hemmungslos
- < ungebremst, wieder wie früher..., entspannt
(geht vielleicht, wenn Affektbilanz, d.h. somatische Marker zustimmen)
- ungünstig sind auch Modalverben: - ich will, ich möchte ...

Sehr nützlich als „Bindemittel“ sind so genannte „Jockerwörter“ die praktisch immer helfen wie:

- < Ich darf..., Ich erlaube mir... (Lust☺), Ich verschenke...
- < Ich gönne mir..., Ich genieße..., Ich gewinne..., Ich liebe...
- < Ich schenke mir..., Ich vertraue..., Ich freue mich an...

Einige Beispiele für Mottoziele:

Kraftvoll, eigensinnig und schön lebe ich mein Katzenleben, bleibe achtsam auf meiner Spur und trage dunkelrote Früchte.

Mystisch und stark wie ein Drache erwache ich und Sorge für Überraschungen.

Entspannt, stolz und unvollkommen gehe ich zufrieden auf meinem Lilienweg und freue mich auf Neues.

Katergleich und männlich stark tauche ich ein in meinen Bergsee und fühle mich wach und lebendig.

Als Wolf streife ich durch den Farn und der Wind trägt mich sanft davon.

Mit Leichtigkeit finde ich überall Halt.

Ich fliege hoch auf meiner weißen Zuckerwattenwolke.

Die Realisierung des Alltagstransfers:

Damit sich ein neu entwickeltes Mottoziel im Heimatsystem des Klienten gut etablieren und seine Wirkkraft entfalten kann, verwende ich 2 Ankertechniken: das Priming und das Embodiment.

Das Priming (engl. Anzünden):

Auf die Erkenntnisse der Primingforschung möchte ich an dieser Stelle nicht eingehen. Wichtig ist, dass sich Primingtechniken ganz hervorragend für jeden Alltagstransfer eignen.

In der Beratung neu entwickelten Ideen können so auf bewusster und unbewusster Ebene in den Alltag Einzug halten und dort lebendig und wirksam werden.

Die Idee selber ist einfach: Ich erkläre sie meinen Klienten immer mit der Frage, wie sie nach einem schönen Urlaub etwas vom Urlaubsgefühl in den Alltag „retten“ können: Natürlich mit Urlaubsfotos, Steinen, Muscheln, Fundstücken, Italienischen Abenden mit Pasta und Rotwein, Sand, Urlaubsmusik oder auch mit dem besonderen Duschgel, das im Urlaub so scharf gerochen hat. (Voila, und schon haben wir die ganze VAKOG versammelt ☺).

Nun: Priming funktioniert genau so. Es geht darum, das Alltagsumfeld mit ganz vielen Erinnerungshilfen an das neue Mottoziel zu „dekorieren“: Fotos, Blumen, Klebezettel, Figuren, passende Farbe der Kleidung, passende Musik usw., zu Hause, im Auto, auf Arbeit.

Es geht dabei nicht darum, sich bewusst an das Mottoziel zu erinnern sondern das „Unbewusste“ mit mottozielrelevanten Reizen zu „beduschen“ und so die neuen Intentionen zum Teil das Alltagsgefühls werden zu lassen.

Durch ihre bildhaften Anteile eignen sich Mottoziele besonders gut für die Primingtechnik.

Embodiment

Noch wichtiger als das Priming ist die Nutzung der Erkenntnisse der Embodimentforschung für den Alltagstransfer.

„Der Geist ist eingebettet in den Körper und der Körper ist eingebettet in seine Umwelt“ (Maja Storch).

Unser Körper reagiert physiologisch auf unwillkürlicher Ebene auf unser seelisches Befinden. Geht es uns schlecht, dann ist uns das auch anzusehen. Wir machen uns unwillkürlich klein, ziehen den Kopf ein, machen den Rücken krumm und verflachen die Atmung, bekommen eine Tunnelblick (Problemtrance).

Häufig nicht bewusst ist uns der **Rückkopplungseffekt**, den unsere „Problemphysiologie“ auf unsere Psyche hat:

Geht unser Körper in seine typische Problemhaltung, so unterstützt er automatisch alle „Problemnetzwerke“ im Gehirn („Cells that fire together wire together“, Heppsches Gesetz).

Dann kommt es zu einer Verstärkung des Problemerlebens durch negative Rückkoppelung.

Diesen Rückkoppelungseffekt kann ich aber sehr gut nutzen, um mein Unbewusstes zu unterstützen, mehr des gewünschten Erlebens zu aktivieren.

Das geschieht, indem ich bewusst eine Körperphysiologie aktiviere, welche meinem gewünschten Erleben entspricht.

(Ach, wie könnte das wohl aussehen? ☺).

„So wie man geht so geht es einem“ (G. Schmidt).

Für unsere Mottozielarbeit bedeutet das ganz praktisch, dass wir als letzten Schritt der gemeinsamen Arbeit unseren Klienten bitten, sich einmal genauso hinzustellen, wie es seiner Mottozielhaltung entspricht. Der Berater unterstützt dabei verbal. Wenn die Haltung vom Klienten als stimmig erlebt wird: kurze Tranceeinladung und Anleitung eines Körperscans durch den Berater. Speichern, speichern....

Danach natürlich laufen im Raum wie ein... Wolf, Katze, Bär, Traktor...;-)... dann Körperscan und speichern.

Ich bitte meine Klienten, diese Art zu stehen, zu laufen, oder zu sitzen zu Hause richtiggehend einzuüben. Das lässt sich auch

wunderbar mit Achtsamkeitsübungen verbinden wie z. B. mit Gehmeditation oder auch mit Übungen aus dem Tai Chi oder Qi Gong.

Auch die von Gunter Schmidt entwickelte „Problem- Lösungsgymnastik“ lässt sich an dieser Stelle sehr gut einsetzen. Auf diese Weise können wir sicherstellen, dass das neue Mottoziel und die damit verbundene Haltung in das Körpererleben „eingebettet“ wird und nicht nur bewusst kognitiv unterstützt wird.

Abschließend ein exemplarisches Beispiel zur Mottozielarbeit aus meiner Praxis:

Beschrieben wird eine Arbeit zur Bildung eines Mottoziels mit einem männlichen Klienten, ca. 50 Jahre, Werkzeugmacher, zurzeit arbeitsuchend, Suizidversuch mit nachfolgendem langem Klinikaufenthalt, zur Zeit ist er stabil.

Nennen wir ihn Herrn S.

Als Anliegen beschreibt er den Wunsch nach mehr Lebensfreude und innerer Ruhe. Gleichzeitig möchte er aber aktiv und zupackend bleiben, so wie er sich kennt.

Es handelte sich um die 4. Stunde im Beratungsprozess bei einer guten und stabilen Beratungsbeziehung.

Anliegen: Freude und Energie um Arbeiten aktiv anzugehen, bei gleichzeitiger innerer Ruhe.

- Skalierung (Skala 1 – 10): z.Z. 4

- gewünschtes Ziel: 6 -7 („...zu ruhig will ich auch nicht werden!“)

Vorbereitung: ausführliche „Produktinformation“ auf der Metaebene am Flipchart: Zielpyramide und Trichtermodell. Dabei bot sich das Arbeiten mit Metaphern aus seinem Arbeitshintergrund an (Maschinen warten und einrichten). Hr. S. hat aus den vergangenen Stunden gute Erfahrung mit Trancetechniken und macht zu Hause Selbsthypnose.

Schritt 1: Kurze Tranceeinladung:

„Angenommen, es gäbe ein Tier....das genau diese Eigenschaften von innerer Ruhebei gleichzeitiger Freude und Energie am Tun, am Arbeiten, am aktiv sein....genauso wie sie es sich wünschen....das ihren Zielzustand sozusagen verkörpert...ein Tier, das diese gewünschten Eigenschaften hat...welches Tier könnte das sein?“

Die Antwort kommt sehr schnell: **ein Schäferhund**

Weiter geht es wie oben beschrieben, immer mit kurzen Tranceeinladungen. Jedes neue Element wird herzlich begrüßt.

Am Ende haben wir auf dem Flipchart stehen:

Schäferhund

Buche

Brasilianer

Drache

Fahrrad

Sonnenuntergang

Schritt 2:

Mit Hilfe somatischer Marker („Bei welchen Wörtern „klingelt“ es am meisten, fühlt es sich am allerbesten an?“) ausgewählte Begriffe:

Buche – Fahrrad - Sonnenuntergang

Assoziationen („Ideenkorb“) zu

Buche: fest, kräftig, schützend, schön, Schatten spenden, verwurzelt sein, glatter Stamm, glitzernd, Licht fällt durch die Blätter, ruhiges Blätterrauschen

Fahrrad: stabil, sicher, leicht, flexibel, schnell, Rhythmus, gesund, macht Spaß, Bewegung, freundlich

Sonnenuntergang: Wohlgefühl, feuerrotes Licht, Stille, Abendstimmung, Wellenrauschen, durchatmen, Weite, Meer, Horizont, Sand, Nachtruhe, schön, Romantik, Liebe

Auswahl der „Dessertwörter“ (s.o.):

Buche: verwurzelt, fest, schützend

Fahrrad: Freude, ruhig, freundlich, gesund

Sonnenuntergang: Feuerlicht, durchatmen, Weite, Ruhe

Schritt 3:

Der Suchprozess wie oben beschrieben lässt sich an dieser Stelle nur schwer wiedergeben.

Angeboten werden von Berater immer wieder Satzfragmente wie: „ich atme Stille“ und „mit dem Fahrrad im Buchenwald“ oder „Sonneruhe unter Buchen“ usw. Diese werden von Hr. S. angenommen, abgelehnt oder modifiziert.

Als Mottozielsatz ergibt sich in der ersten Version:

„Mit gesunder Freude radel ich unter Buchen und atme feuerrote Ruhe“

Mit diesem Satz ist Hr. S. sehr einverstanden und er spürt sich für ihn stimmig an.

Ich schlage am Ende eine „Kurzform für die Hosentasche“ vor:

„Ich atme feuerrote Ruhe“.

Mit dieser Formulierung ist Hr. S. sehr zufrieden.

Danach, wie oben beschrieben, besprechen wir Möglichkeiten seine „feuerrote Ruhe“ im Alltag zu primen.

Anschließend wird das Embodiment geübt: im Raum stehen, atmen, laufen mit „feuerroter Ruhe“.

Abschließend die Bitte an Hr. S., diese Übungen zu Hause weiterzuführen.

Was mir an diesem Mottoziel besonders gut gefällt:

Es spiegelt sehr genau die gewünschte **Gleichzeitigkeit** von inner Ruhe und tatkräftiger Energie (feuerrot), verbunden mit einer körperlich erlebbaren, konkreten Handlungsidee (durchatmen).

Dieser kurze Satz ist auf unbewusster Ebene verknüpft mit allen anderen Bildern des Prozesses, vom Schäferhund bis zum Sonnenlicht, das durch Buchenlaub fällt.

Als „Zugabe“ noch einmal die Kurzzusammenfassung einer weiteren Arbeit, in diesem Fall eine Klientin, ca. 55 Jahre.

Anliegen: Autonomie, sich loslösen aus festgefahrenen Strukturen, Neues ausprobieren, ein lustvolles Lebensgefühl

Wortbilder und assoziierte „Desserwörter“:

Pirol

Rose: *Liebe, Wohlbefinden, schenken, Stacheln*

Segelflieger: *Freiheit, Leichtigkeit, Reichtum, Mut*

Goldmarie

Heißluftballon

Regenbogen: *Verheißung, Freude, Mystik, Geheimnis*

Aus diesem Material entstand ein wunderschöne Mottoziel, welches auch ein guter Abschluss für diese Arbeit sein darf:

*„Ich bin die glitzernde
Rosenfliegerin“*

Ich wünsche ihnen und euch viel Freude und gute Erfahrungen beim Arbeiten mit der Wunschelementetechnik.

Paul Hempel, Plauen im Mai 2014

Anhang

Verwendete Literatur:

Maja Storch / Fritz Krause
„Selbstmanagement – ressourcenorientiert“

Gunther Schmidt
„Einführung in die hypnosystemische Therapie und Beratung“

Maja Storch „Mein Ich – Gewicht“

Maja Storch „Rauchpause“

Maja Storch
„Motto- Ziele und Motivation“ – Workshop auf DVD

Maja Storch
„Embodiment im ZRM“ - Workshop auf DVD

Maja Storch
„Embodiment – die Intelligenz des Körpers“ - Vortrag auf DVD

Ich danke all meinen Klienten für die wunderbare Zusammenarbeit und die schönen Mottoziele.

Ich danke vom ganzen Herzen meiner Ina für ihre Begeisterung, für alle ihre guten Ideen, Unterstützung, Geduld, Ermutigung und fürs "Noch mal gründlich draufschaun".