

Birgitt Killersreiter
Eva-Maria Rottlaender

Beratung – Begleitung – Empowerment

Kommunikationsgrundlagen für
Sozial- und Gesundheitsberufe



(vgl. O'Connor, Seymour 2008, S. 95 f.). Ankern und Reframing werden häufig genutzt, um eine Verhaltensänderung herbeizuführen, wie z.B. Raucherentwöhnung, Angst vor dem/der Zahnarzt*in oder Prüfungsangst.



→ Kapitel 2.12.2:
NLP Technik – Reframing

2.12.2 Reframing

Reframing („Um-Rahmung“) bedeutet, einem Begriff, einem Verhalten oder einer Situation eine neue Bedeutung oder einen neuen Kontext zu geben. Ziel ist es, Strategien oder Gefühle zu verändern. Bei einem Bedeutungs-Reframing wird Verhalten mit einem neuen, positiveren Etikett versehen. Unpünktliche Menschen sind sehr beschäftigt, engagiert und vergessen so die Zeit, oder chaotische Menschen sind spontan und kreativ.

Bei einem Kontext-Reframing verwendet man die Ressourcen der Betroffenen, um einen neuen Kontext zu finden. Im Kontext Schule ist „*aufsässig sein*“ negativ bewertet und wird positiv umgedeutet zu „*sich der eigenen Haut erwehren*“ oder „*den eigenen Standpunkt durchsetzen*“ (siehe Abbildung 9, Reframing) (vgl. Bandler, Grinder 2010c, S. 21, 22).



Abb. 9: Reframing

2.12.3 Sprache als Repräsentation des Selbst

Mit der Sprache erschließen sich die Therapeut*innen die Welt des/der Klient*in. Veränderungen werden initiiert und neue Verhaltensmöglichkeiten eröffnet. Mit Sprache eröffnen Berater*innen ihren Klient*innen neue Handlungsoptionen und Ideen. Sie helfen zu reflektieren und das Verhalten anzupassen. Sprache bedeutet im NLP, eine Veränderung in den Denkmodellen der Klient*innen zu be-

wirken. Für die Linguisten Bandler (1950) und Grinder (1939) ist Sprache das wichtigste Medium der Modellbildung (vgl. Bandler, Grinder 2011b, S. 35).

Tilgungen

Bestimmte Informationen sind aus dem Gesagten (= Oberflächenstruktur) entfernt worden.

Deshalb muss in der Tiefenstruktur die vollständige Repräsentation vorhanden sein. Interessant ist es deshalb ausgelassene Informationen zu erfragen, anzureichern und zu konkretisieren. Sagt der/die Klient*in „*Ich fürchte mich*“, so kann der/die Berater*in die verkürzte Aussage akzeptieren, nach dem fehlenden Inhalt suchen oder Hypothesen über die fehlende Information formulieren. Die Frage ist hier an den/die Klient*in: „*Wovor fürchten Sie sich?*“ (vgl. Bandler, Grinder 2011b, S. 57).

Weitere Beispiele zu Tilgungen:

„*Paul aus der 11 b ist ein arroganter Arsch.*“ Frage: „*Wem gegenüber ist Paul arrogant?*“

„*Das ist ein günstiges Angebot?*“ Frage: „*Für wen genau? Was genau?*“

Verzerrungen

Menschen definieren sprachlich Entscheidungsprozesse in feststehende Ereignisse um. Der Nachteil dabei ist, dass diese Ereignisse nicht mehr veränderbar sind. Interessant ist es nun, diese Prozesse wieder in Erinnerung zu rufen. Im NLP heißen diese verdrängten oder festgelegten Erinnerungen Tiefenstruktur und die an der Oberfläche liegenden und verbalisierten Sätze Oberflächenstruktur. Eine Oberflächenstruktur repräsentiert z. B. der Satz: „*Ich bedauere meine Entscheidung sehr.*“ Um an die Tiefenstruktur dieser Aussage zu gelangen, bietet sich die Frage an: „*Es gibt also nach Ihrer Auffassung nichts, was Sie dazu bewegen könnte, diese Entscheidung zu verändern?*“ (vgl. Bandler, Grinder, 2011b, S. 59, 60).

Generalisierung

Besonders gern generalisieren wir Aussagen. Das bedeutet nach Bandler und Grinder im linguistischen Sinn, Wörter oder Wortfolgen zu formulieren, die keinen Bezug haben und nicht mit Verben vollständig spezifisch angereichert sind. Es werden unspezifische Substantive bevorzugt, wie z. B. Klient*in: „*Ich habe Angst.*“ Berater*in: „*Wovor?*“ Klient*in: „*Vor Menschen?*“ Berater*in: „*Wen genau?*“ (vgl. Bandler, Grinder 2011b, S. 63, 64)

Weiteres Beispiel zu Generalisierungen:

Klient*in: „*Mein Kind ängstigt mich.*“ Berater*in: „*Wie verängstigt Ihr Kind Sie?*“



→ Kapitel 2.12.3:
NLP Technik – Tilgung_
Verzerrung_Generalisierung



Tipps

Einschränkende Glaubenssätze blockieren die Entwicklung und ohne klares Ziel wird erwünschtes Verhalten nicht herbeigeführt. Dilts u. a. sprechen von „inneren Terroristen“, die die Zielerreichung stören. Der/die Berater*in sollte den derzeitigen Zustand ermitteln, das gegenwärtige Problem mit dem/der Klient*in erarbeiten und den erwünschten Zustand mit den ermittelten Ressourcen definieren. Einschränkende Glaubenssysteme wie: „Ich schaffe das sowieso nicht.“ „Ich bin dick.“ „So bin ich nun mal.“ „Gerade wenn ich anfangs Erfolg zu haben, geht alles den Bach herunter“, verhindern eine realistische Zielerwartung (vgl. Dilts, Hallbom, Smith 2015, S. 14 f.).

Werden generalisierte oder verzerrte Aussagen analysiert und Tilgungen erfragt, sollte das Fragewort „Warum“ nicht verwendet werden. Warum-Fragen tragen nicht zur Problemlösung bei, sondern führen zu neuen Generalisierungen. Der/die Klient*in könnte sich dadurch bedrängt fühlen.

Es gibt drei Typen von Warum-Fragen:

1. Warum hast du etwas getan, was du besser unterlassen hättest?
2. Warum hast du etwas unterlassen, was du besser getan hättest?
3. Warum ist das so/funktioniert das so?

Besser ist es zu fragen „Wie kommt es, dass ...?“ „Was hat bewirkt, dass ...?“ Im NLP ist es wichtig zu verstehen, was der Hintergrund des Ziels ist.



Check

In welchem Gemütszustand befindet sich der/die Klient*in, wie zeigt sich dieser Zustand in Mimik, Gestik und Sprache?

Welches Problem und welches Ziel hat der/die Klient*in?

Welche Ressourcen bringt der/die Klient*in mit und kann man diese mit der Ankertechnik aktivieren und verstärken?

Wie sind die sprachlichen Mitteilungen zusammengesetzt, was ist getilgt, was verallgemeinert?

In welchem Kontext formuliert der/die Klient*in Probleme, Einstellungen und Wünsche?



Technik

Ankertechnik im Wortlaut

1. Bestimmen sie die Situation, in der Sie ressourcenreicher sein wollen.
2. Identifizieren Sie die besondere Ressource, die Sie möchten, z. B. Selbstvertrauen.
3. Überprüfen Sie, ob die Ressource wirklich angemessen ist, mit folgender Frage:
Wenn ich die Ressource jetzt und hier haben könnte, würde ich sie wirklich benutzen?

4. Finden Sie eine Situation in Ihrem Leben, als Sie diese Ressource zur Verfügung hatten.
5. Suchen Sie die Anker aus, die Sie in den Systemen sehen, hören, fühlen oder verwenden möchten.
6. Setzen oder stellen Sie sich auf einen anderen Platz und versetzen Sie sich ganz in den erlebten Ressourcenzustand hinein. Wenn der Höhepunkt vorbei ist, gehen Sie heraus.
7. Erleben Sie den Ressourcenzustand noch einmal neu. Wenn der Ressourcenzustand auf dem Höhepunkt ist, verknüpfen Sie die drei Anker damit. Zustand so lange halten, wie Sie es wollen.
8. Testen Sie die Verknüpfung, indem Sie Anker aktivieren und sicherstellen, dass sich tatsächlich der verankerte Zustand einstellt.

Kontextreframing

Aussage Klient*in: „*Ich bin zu streng.*“ Überlegung Berater*in: „*Wo wäre dieses Verhalten nützlich?*“

Aussage Klient*in: „*Ich wünschte, ich könnte damit aufhören.*“ Überlegung Berater*in: „*Wo wäre dieses Verhalten eine Ressource?*“

2.13 Exkurs: Rapport, Pacing und Leading

Rapport bedeutet Übereinstimmung, Einklang oder Ähnlichkeit und ist eine Beziehung zwischen Kommunikationspartner*innen, die durch Vertrauen, Gleichklang, Einverständnis, Zuversicht, Anziehung oder Beteiligung gekennzeichnet ist. Rapport im NLP basiert auf Empathie, Harmonie, Verständnis und einer positiven Chemie zwischen den Kommunikationspartner*innen (vgl. Adler 2016, S. 84). Während der Anpassung (Matching) passen sich Mimik, Gestik und Stimme an den/die Kommunikationspartner*in an. Im NLP nennt man diese Phase Pacing (vgl. Adler 2016, S. 86 f.). Beim anschließenden Leading wird ein Prozess der Veränderung herbeigeführt und die Anpassung verfeinert. Beim Leading wird das Matching angewendet, um Körpersprache, Mimik, Gestik und Stimme des Kommunikationspartners zu verändern (vgl. Adler 2016, S. 98). Mit Stimme und Körpersprache werden fließende Übergänge gestaltet und Zustände verändert, z. B. von aufgeregt sein zu ruhig und gelassen sein. Verändert man seinen Zustand, so verändert sich auch der Zustand des „Gegenübers“. Pacing ist kein Nachäffen oder ein wahlloses Kopieren! Der/die Klient*in soll sich beim Pacing und Leading verstanden fühlen und entlastet werden. Manipulation oder Überforderung sind unbedingt zu vermeiden. Im Vordergrund steht der Respekt vor dem

Klienten bzw. der Klientin. Erfolgreiche Menschen schaffen Rapport und Rapport schafft Vertrauen. Einen guten Rapport kann man gemeinsam genießen. Kommt kein Kontakt zustande, so ist zu prüfen, warum und ob Kontakt überhaupt notwendig ist. Bei Kontakt und Kommunikation muss bewusst Wertschätzung einfließen. Die Anpassung erfolgt durch

- Spiegeln der Stimme: Tonlage, Lautstärke, Rhythmus, Wortwahl
- Spiegeln des Atems: Rhythmus, Tiefe, Ort des Atmens, seufzen, aufatmen
- Spiegeln der Bewegung: Rhythmus, Geschwindigkeit, Umfang, mit welchem Körperteil
- Spiegeln der Körperhaltung: nach vorne gebeugt, zurückgelehnt, Beinstellung, Armstellung
- Überkreuz spiegeln (cross over mirroring, cross matching). Atmung und Bewegung werden mit einer Bewegung eines anderen Körperteils aufgenommen. Beispiele: Jedes Mal, wenn sich die andere Person am Kinn kratzt, bewegen Sie den Finger auf dem Tisch. Sie nehmen den Rhythmus des Atems mit der Fußspitze auf.
- Zeitlich versetzt spiegeln. Beispiel: Der/die Klient*in setzt sich anders hin, Sie warten ca. 2 Atemzüge und setzen sich dann auch neu.

2.14 Die vier Ohren der Kommunikation – Werte, Persönlichkeit und inneres Team

Der Psychologe und Kommunikationswissenschaftler Friedemann Schulz von Thun entwickelte Ende der 70er Jahre das Kommunikationsquadrat (siehe Abbildung 10) eingeführt. Jede Äußerung enthält eine sachliche Information, eine Information über den Sender, eine Information zur Beziehung zum Empfänger oder zur Meinung vom Empfänger und eine Aufforderung an den Empfänger (vgl. Schulz von Thun 2019a, S. 27 f.). Zwischenmenschliche Kommunikation ist manchmal so schwierig, weil wir es uns frei aussuchen können, auf welchem Ohr man besonders gut hört. Menschen hören gern auf dem Beziehungs-ohr. Selbst bei reinen Sachdarstellungen wird der Beziehungsaspekt hineininterpretiert. So wird bei einer Sachmitteilung eine zwischenmenschliche Ebene berührt, Nachrichten als Kritik an der eigenen Persönlichkeit bewertet, dem Empfänger einer Nachricht das eigene innere Selbst offenbart und eine Handlung automatisiert ausgeführt, obwohl dies nicht erwartet wurde (vgl. Schulz von Thun 2019a, S. 51 f.).