

# Der Storycode

**Band 1:**

**Wir machen Wirklichkeit**

**Ralf Stumpf  
Mirela Ivanceanu**

**T<sub>2</sub>C**

# Der Storycode

**Band 1:**

## Wir machen Wirklichkeit

**Ralf Stumpf**

**Mirela Ivanceanu**

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags nicht gestattet. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

1. Auflage

Copyright © 2009 Ralf Stumpf Seminare – Ralf Stumpf und Mirela Ivanceanu GbR

Verlegt von T<sub>2</sub>C – Time2Change, Berlin  
[www.t-2-c.de](http://www.t-2-c.de)

ISBN: 978-3-941685-02-4

# Der Storycode

**Band 1: Wir machen Wirklichkeit**

**In Vorbereitung:**

Band 2: Die Wirklichkeitsmaschine

# Inhalt

Die Entdeckung des Storycodes .....	5
<b>Was ist der Storycode? .....</b>	<b>6</b>
Umgeben von Geschichten .....	7
Was sind Geschichten? .....	9
Der Storycode und die Heldenreise im eigenen Leben.....	11
Der Monomythos und die Stationen der Heldenreise.....	17
Vertraute Welt: eigentlich ist alles in Ordnung.....	18
Der Ruf des Abenteurers: der Veränderungswunsch wird bewusst.....	18
Überschreiten der ersten Schwelle: Eintritt in die magische Welt.....	19
Transformation: der Held wird verwandelt .....	19
Die Rückkehr: der Held stellt das Paradies wieder her .....	21
<b>Wie funktioniert der Storycode? .....</b>	<b>22</b>
Wir machen Wirklichkeit.....	23
Geschichten schaffen Wirklichkeit.....	24
P.L.A.T.O. und Z.E.U.S. trinken S.E.K.T.: .....	24
Schlechte Geschichten entschärfen .....	26
Die Struktur großer Geschichten: die Heldenreise .....	29
Die Entdeckung der eigenen Meisterschaft .....	30
Die letzten drei Berater habe ich verklagt .....	31
Geschichten erschaffen.....	32
Selbstmarketing: Die Geburt der Heldin .....	33
Geschichten platzieren.....	36
Wie es weitergeht .....	37
Marin Markov entdeckt DIE HYMNE.....	38
Die Wirklichkeitsmaschine .....	41
<b>ANHANG.....</b>	<b>42</b>
Lösungsvorschläge zu den Übungen .....	42
Sprichworte übersetzen .....	42
Die Pjotriwitsch-Geschichte .....	43
Der alte Mann und das Pferd .....	43
Tempo 80 in der Stadt.....	44
Die Entdeckung der eigenen Meisterschaft.....	44
Die letzten drei Berater habe ich verklagt. ....	44
Über die Autoren.....	46
Die Ressourcekärtchen.....	47
»Spielend leicht aktivieren Sie Ihre Ressourcen« .....	47
Sie sind herzlich willkommen!.....	48

# Die Entdeckung des Storycodes

Als wir im Frühjahr 2008 unseren Kunden mitteilten, dass wir ab sofort kein NLP<sup>1</sup> mehr machen, sondern den Storycode, war die Verblüffung groß – so groß, dass kaum einer den zweiten Teil der Botschaft hörte: Storycode ist die Verbindung von NLP und Storytelling. Wir machen schon sehr lange NLP, kennen und schätzen das Potenzial der Methode und werden auch weiterhin mit NLP arbeiten. Was also war passiert, dass wir das klassische NLP aufgaben und den Schritt zu etwas Neuem wagten?

Das Neue war besser – viel besser! Doch es kostete uns viele Jahre der Vorbereitung und manchen Irrweg, um das zu erkennen. Als wir den Storycode schließlich entdeckten, sahen wir klar, dass unsere ganze Geschichte folgerichtig auf diesen Punkt zulief.

In diesem Buch öffnen wir Ihnen die Türen des Storycode-Labors und geben Ihnen Einblick in unsere Arbeit. Wir haben in den letzten Jahren intensiv mit Storycode gearbeitet und viele Gespräche über die Methode geführt. Aus diesem reichen Schatz überreichen wir Ihnen nun einige der schönsten Stücke.

Viele Texte in diesem Buch haben wir auch auf unserer Homepage [www.ralf-stumpf.de](http://www.ralf-stumpf.de) veröffentlicht. Jetzt präsentieren wir diese Texte in einer neuen Zusammenstellung, teilweise überarbeitet und ergänzt, versehen mit neuen verbindenden Texten, erweitert um Übungen und vertieft durch Erklärungen der Techniken.

Auf den nächsten Seiten erfahren Sie, was der Storycode ist, was Geschichten sind, wie Geschichten wirken, was die Heldenreise mit Ihrem eigenen Leben zu tun hat und welche wichtige Rolle NLP bei all dem spielt. Genießen Sie die Reise, denn es geht um Sie!

Berlin, im November 2009

The image shows two handwritten signatures in black ink. The signature on the left is 'Ralf Stumpf' and the signature on the right is 'Mirela Ivanceanu'. Both are written in a cursive, flowing style.

---

<sup>1</sup> Das Neuro-Linguistische Programmieren (NLP) wurde in den 1970er Jahren von Richard Bandler und John Grinder entwickelt. Die Methode beschäftigt sich auf eine sehr praktische Art damit, wie Menschen »funktionieren« – sowohl in ihrem Verhalten, als auch in ihrer Persönlichkeit. Weitere Informationen finden Sie auf <http://www.ralf-stumpf.de/nlp.html>

**Teil 1:**

# ***Was ist der Storycode?***

*Mit unseren Geschichten  
erschaffen wir die Welt*

# Umgeben von Geschichten

Zwei Fische hatten gehört, dass es etwas gäbe, das Wasser heißt und das unglaublich wichtig sein soll. Sie machten sich also auf den Weg und fragten viele andere Fische, ob sie wüssten, was denn dieses Wasser sei. Doch keiner kannte eine Antwort. Nach langer ergebnisloser Suche wollten sie beinahe aufgeben, als ihnen ein sehr alter Fisch sagte, er kenne einen Fisch, der sei noch viel älter als er selbst und wohne in einer Höhle und wenn überhaupt jemand weiß, was Wasser sei, dann der. Die beiden Fische schwammen also zu dem ganz alten Fisch und fragten diesen, ob er wüsste, was Wasser ist. »Ja« sagte der Fisch, »ich weiß, was Wasser ist!« – »Und ...?« fragten die beiden. »Zuerst müsst ihr verstehen, dass alles, was euch umgibt, Wasser ist.« – Da sahen die beiden Fische sich lange an und der eine sagte zum anderen: »Du, der weiß es auch nicht!« und sie schwammen davon.

Mit Geschichten ist es ähnlich: Alles, was uns umgibt, sind Geschichten. Unsere Persönlichkeit besteht aus Geschichten. Was wir wahrnehmen, wie wir etwas verstehen und wie wir darauf reagieren, hängt von unseren Geschichten ab. Geschichten füllen den Raum zwischen den Atomen. Mit Geschichten erschaffen wir unsere Welt und erhalten sie am Leben.

Mit Geschichten meinen wir damit nicht irgendwelche Märchen, Anekdoten oder Romane. Im Storycode sind Geschichten jede sinnvolle und zeitliche Ordnung von Fakten. Was passiert, wenn Sie »eine Tube Zahnpasta« und »ein Pilot« lesen? Wahrscheinlich werden Sie sofort einen Zusammenhang konstruieren, indem Sie zum Beispiel beides in einem Bild sehen (Zähneputzen im Cockpit?) oder bei Ihnen sogar spontan eine Geschichte entsteht. Nur die wenigsten Menschen werden ein Bild von der Zahnpasta sehen und unabhängig davon ein anderes Bild vom Piloten. Wir beginnen sofort Zusammenhänge zu konstruieren.

Die wichtigsten Geschichten erzählen wir uns über Ursachen, Bedeutungen und Möglichkeiten – also über Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Wenn irgendetwas in Ihrem Leben geschieht, dann haben Sie sicher eine Idee, warum das so passiert ist, was es bedeutet und was sich daraus ergeben kann. Diese Ideen bestehen normalerweise aus einer Abfolge von Bildern, Texten und Gefühlen. Auf der Leinwand würde man so etwas einen Film nennen. Wenn es in Ihrem Kopf passiert, dann nennen wir es eine Geschichte.

Alles, was uns umgibt, sind Geschichten. Alle diese Geschichten folgen bestimmten Mustern, die im Storytelling seit Jahrtausenden immer besser beschrieben werden. Das Verblüffende ist, dass Sie mit den Werkzeugen, mit denen Hollywoods beste Drehbuchautoren ihre Geschichten erschaffen, auch an Ihren inneren Geschichten arbeiten können. Es sind die gleichen Muster! Die Geschichten auf der Leinwand folgen in ihrer Struktur den inneren Geschichten. Deswegen können Millionen von Menschen mit einem Film in Resonanz gehen: es sind die gleichen Muster. Sie erkennen sich selbst auf der Leinwand.

Im Storycode nutzen wir NLP als Schlüssel, um die Storytelling-Techniken sehr bewusst auf die inneren Geschichten in der Persönlichkeit anzuwenden. Die Ergebnisse sind atemberaubend!

Die bewusste Arbeit mit Geschichten ist eine Kunst, die sehr viele Jahre braucht, bis man sie virtuos beherrscht. (Wäre es anders, dann gäbe es deutlich mehr exzellente Kinofilme.) Doch glücklicherweise führen bereits die Einsteigertechniken des Storycodes zu einem angenehmeren und glücklicheren Leben. Sobald Sie beginnen, Geschichten bewusst wahrzunehmen und bewusst damit umzugehen, verändert sich Ihre Wahrnehmung und Sie haben mehr Möglichkeiten, Ihr Leben selbstbestimmt zu leben.

Dieses Buch lädt Sie dazu ein, diese Reise zu beginnen!

# Was sind Geschichten?

Wenn Menschen das Wort »Geschichte« (oder »Story«) hören, haben sie die unterschiedlichsten Vorstellungen, was wir damit meinen. Im Oktober 2009 gaben wir ein Interview auf dem DVNLP-Kongress in Hamburg, wo wir natürlich auch danach gefragt wurden, was wir denn im Storycode unter Geschichten verstünden ...:

## Frage: Was meint ihr eigentlich mit Geschichten?

Ralf Stumpf: Geschichten sind unsere subjektive Art, die Wirklichkeit zu ordnen. Ich erkläre es gerne an einem einfachen Modell. Wir unterteilen »das Ganze« in zwei Ebenen: die untere Ebene nennen wir PLATO. Plato ist in diesem Fall Engländer und die Buchstaben stehen für Person, Location, Activity, Time und Object. Wenn es also um eine konkrete Person, einen konkreter Ort, eine Tätigkeit, einen Zeitpunkt oder einen Gegenstand geht, dann sind wir auf dieser unteren Ebene. Diese Ebene entspricht den unteren Ebenen im Modell der logischen Ebenen des NLP<sup>2</sup> (Ebenen I bis III, bzw. VAKOG) und den Wahrheiten erster Ordnung des Konstruktivismus. Hier haben wir 100 % Inhalt und 0 % Bedeutung. Diese Ebene ist bedeutungslos, denn Bedeutung ist ausschließlich auf der oberen Ebene. Was auf der unteren Ebene ist, kann man darstellen, zeigen oder verfilmen. Wenn Sie einen Film drehen, können Sie mit dieser Liste zum Ausstatter gehen und ihn bitten, für die Sachen zu sorgen: eine Wiese, Sonnenaufgang, Vogelgezwitscher, ein Wurm im Gras.



<sup>2</sup> Die logischen Ebenen sind ein vollständiges Modell des Menschen und umfassen Kontext, Verhalten, Fähigkeiten/Strategien, Wahrnehmungsfiler, Glaubenssätze, Werte, Selbstbild, Zugehörigkeit, Weltbild (auch Spiritualität), Mission und Vision. Mit den logischen Ebenen ist es z.B. möglich, Verhalten (= untere logische Ebenen) und Verhaltensursachen (= obere logische Ebenen) genau zu beschreiben, zu messen und zu verändern. Die logischen Ebenen gehen zurück auf ein Modell von Gregory Bateson, welches von Robert B. Dilts vor etwa 20 Jahren ins NLP eingebracht und dort kontinuierlich weiterentwickelt wurde. Weitere Infos finden Sie z.B. in der NLPedia: [www.nlpedia.de](http://www.nlpedia.de)

Über Plato thront ZEUS und dessen Buchstaben stehen für zusammenhängend, emotional, universal und sinnvoll. Sätze auf dieser Ebene haben zwar keinen Inhalt, klingen aber sehr bedeutsam: »Ein frühzeitiger Markteintritt führt zu signifikanten Wettbewerbsvorteilen.« Wenn Sie mit diesem Satz zum Filmausstatter gehen und ihn bitten, das betreffende zu besorgen, ernten Sie bestenfalls einen ratlosen Blick. Diese Ebene entspricht den höheren logischen Ebenen des NLP (und dem Milton-Modell, denn dieses ist die Sprache der höheren logischen Ebenen!) und den Wahrheiten zweiter Ordnung des Konstruktivismus.

Wenn Plato und Zeus sich treffen, dann fließt SEKT. Diese Buchstaben stehen für simpel (einfach), emotional, konkret und typisch (archetypisch!) und das sind die Geschichten, die wir meinen. Geschichten verbinden beide Ebenen zu etwas Ganzem. Die Inhalte der unteren Ebene bekommen durch die Geschichte Sinn und Ordnung, die bedeutungsvollen Zusammenhänge der oberen Ebenen werden durch die Geschichte darstellbar: »Der frühe Vogel fängt den Wurm!«

*Mirela Ivanceanu: Die Geschichten, die wir meinen, bestehen in der Praxis meistens nur aus ein oder zwei Sätzen. So ein Satz stellt bestimmte Inhalte der unteren Ebene in einen emotionalen und sinnvollen Zusammenhang. Es macht Klick und der Zuhörer nickt verstehend, weil der Satz zu seiner Geschichte passt. Vergleichen Sie die Sätze »Finanzberater tragen dicke goldene Uhren« und »Finanzberater züchten Nelken.« Beim ersten Satz nicken die meisten, denn dazu haben sie eine Geschichte und innerlich fließt S.E.K.T. Der zweite, eigentlich genauso gebaute Satz, ist Plato pur: kein Zusammenhang, keine Emotion (außer Verwirrung), nicht übertragbar und irgendwie sinnlos. (...)*

---

Was wir im Storycode »Geschichten« nennen, heißt im NLP »Modell der Welt«, im Konstruktivismus »Konstrukt«, Korzybski (NLT) nennt es »Landkarte« (»Die Landkarte ist nicht das Gebiet«) und Robert Anton Wilson spricht von »Masken«. Wir bevorzugen den Begriff »Geschichten«, weil unser »Abbild der Wirklichkeit« kunstvollen Regeln folgt, die wir auch in der Dichtung finden. Deswegen klingen für uns so technische Vokabeln wie Konstrukt, Modell oder Landkarte zu logisch-linear. Wenn wir Wirklichkeit machen, dann ist dies weniger ein rational-logischer Prozess, als vielmehr ein künstlerisch-kreativer. Darauf bezog sich auch Nietzsche, als er meinte, wir seien alle größere Künstler, als wir dächten.

Im folgenden, ebenfalls im Oktober 2009 geführten Interview, hatte ich (RS) die Gelegenheit zu demonstrieren, welches Potenzial in scheinbar kleinen Ein-Satz-Geschichten steckt und wie wir mit diesen unsere Realität formen – und umformen können.

# Der Storycode und die Heldenreise im eigenen Leben

*(Interview mit Ralf Stumpf)*

*Die Realität, die wir wahrzunehmen glauben, ist längst nicht so stabil, wie sie uns erscheint. Physiker, Psychologen und Gehirnforscher sind seit über 100 Jahren dabei, unser Konzept der Wirklichkeit auf den Prüfstand zu stellen. Die Realität entpuppt sich mehr und mehr als ein Konstrukt, welches wir aktiv erschaffen. Wir (Ralf Stumpf und Mirela Ivanceanu) erforschen seit Jahren, welche Rolle Geschichten bei diesem Prozess spielen. In diesem Interview erkläre ich (RS) die von uns begründete Storycode-Methode und zeige Möglichkeiten, die subjektive Wirklichkeit zu verändern.*

**Frage: Herr Stumpf, für die meisten Menschen gilt es eher als Zeichen geistiger Gesundheit, klar zwischen Wirklichkeit und Fiktion zu unterscheiden. Sie behaupten nun, der Unterschied wäre kleiner als wir denken?**

Ralf Stumpf: Die Menschen gehen ins Kino, um dort genussvoll zu sehen, was sie selbst niemals erleben wollen. Doch das, was wir auf der Leinwand sehen, hat exakt die gleiche Struktur, in der wir auch unser Leben erleben. Das ist der Grund, warum uns diese Geschichten so ansprechen: Wir kennen die Geschichte aus unserem eigenen Leben. Es ist die Heldenreise und die wird seit Jahrtausenden immer wieder erzählt und erlebt.

**Wenn man sich so umsieht, dann sehen die meisten Menschen nicht wirklich wie Helden aus.**

Wenn man sich unter einem Helden nur einen muskelbepackten Schwertträger vorstellt, dann gibt es allerdings nur wenige heutzutage. Die Heldenreise beschreibt im Kern eine Transformation. In Kulturen, in denen sich die Schamanen damit noch auskannten, wurden alle Stammesmitglieder sehr bewusst durch Rituale geführt, die eine tiefe Transformationserfahrung boten. Diese Rituale gehen durch einen Moment großer Angst. Man glaubt zu sterben – und stirbt natürlich nicht. Dadurch wird es zu einer starken Erfahrung, die einem hilft, spätere Transformationen im Leben zuversichtlicher anzupacken.

Jeder Mensch, der eine Transformation erlebt, erlebt eine Heldenreise. Die Geburt ist die erste. Letztendlich ist aber jede Veränderung eine Heldenreise, zum Beispiel jede große Entscheidung oder jede Veränderung einer inneren Überzeugung oder auch jede Kaufentscheidung. Ein guter Verkäufer wird seinen Kunden den Kauf als Heldenreise erleben lassen!

**Sie behaupten also, dass die vielen großen und kleinen Ereignisse in unserem Leben alle dem selben Plan folgen? Dann stünde der Ablauf aller Ereignisse ja von vorneherein fest – was er ja offensichtlich nicht tut.**

Die Heldenreise existiert nicht in der Wirklichkeit »da draußen«, sondern in unserer subjektiv erlebten Welt. Durch die Forschungsergebnisse der letzten Jahrzehnte wird immer klarer, dass wir keine Chance haben, die wirkliche Welt zu erkennen. Wenn Sie lesen, was die Quantenphysiker schreiben und Sie versuchen sich anschließend vorzustellen, dass die »Materie« in Wirklichkeit nur aus Wahrscheinlichkeitswellen besteht und das, was wir als massiv erleben, zu 99 % aus Leere besteht – also, ich kann mir das nicht wirklich vorstellen! Theoretisch wissen wir heute, dass unsere Sinnesorgane jeweils nur auf einen kleinen Ausschnitt des elektromagnetischen Spektrums reagieren. Das meiste bekommen wir nicht mit. Schon Ihr Hund lebt in einer gänzlich anderen Welt, weil er deutlich schlechter sieht, aber dafür hunderttausendmal besser riechen kann.

Sobald wir auf die Welt kommen, verwenden wir Jahre unseres Lebens darauf, die Sinnesindrücke zu kategorisieren und in eine sinnvolle Ordnung zu bringen. Genaugenommen sind das die Jahre, in denen wir die Welt konstruieren, sie buchstäblich erschaffen.

Dieser Prozess des bedeutungsgebenden Ordnen endet allerdings nicht damit, dass wir Gegenstände erkennen. Die wirklich erstaunliche Leistung unseres Bewusstseins besteht darin, dass wir irgendwann außer Gegenständen auch noch Ereignisse wahrnehmen und noch später diese Ereignisse mit größeren zeitlichen Abfolgen verbinden. Damit haben wir ein Konzept von Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft entwickelt und beginnen, Geschichten zu erleben und Geschichten zu erzählen. Die ersten Geschichten hören wir von anderen, meistens von den Eltern. Damit erklären sie uns Zusammenhänge, Ursache/Wirkung und Bedeutungen. Irgendwann erzählen wir diese Geschichten dann selbst (vor allem uns selbst im inneren Dialog). Damit beginnt dann dieser andauernde selbsthypnotische Textstrom, mit dem wir unser Wirklichkeitskonstrukt aufrechterhalten. Dabei ist das Ganze so unendlich fragil!

Wenn wir über Geschichten reden und darüber, dass diese praktisch immer dem selben Muster folgen, dann meine ich damit nicht die Gegenstände oder Ereignisse »da draußen«, sondern deren Abbild und Deutung im Gehirn. Und da ist es wirklich erstaunlich, wie das subjektive Erleben immer wieder dem selben Muster folgt.

### **Mit diesem Muster meinen Sie die Heldenreise?**

Ja. Am bekanntesten und verbreitetsten ist da der Monomythos von Joseph Campbell. Campbell hat Jahre seines Lebens darauf verwendet, Mythen und Geschichten auf der ganzen Welt zu sammeln. Dabei fiel ihm auf, wie ähnlich sich diese Geschichten sind. Irgendwann hat er diese allgemeine Form beschrieben und nannte es den Monomythos, weil es der *eine* Mythos ist, der immer wieder erzählt wird. Deswegen heißt sein Buch: Der Heros in tausend Gestalten.

### **Können Sie die Stationen der Heldenreise kurz erläutern?**

Es gibt verschiedene Varianten, die sich auch in der Anzahl der Stationen unterscheiden. Lassen Sie mich Ihnen eine Kurzform vorstellen: Es beginnt mit dem Helden in seiner vertrauten Umgebung. Der Held fühlt sich ganz wohl und denkt, eigentlich(!) sei doch alles in Ordnung. Dann kommt der Ruf des Abenteurers und der kommt immer unerwartet und

unerwünscht, weswegen der Held dem Ruf normalerweise nicht folgen will. Nach einem mehr oder weniger langem Zögern macht er sich schließlich auf den Weg und überschreitet die erste Schwelle, den Punkt ohne Wiederkehr. Dann kommt die Phase von Abenteuern und Kämpfen, von Freunden und Feinden. Im Film ist das der Hauptteil. Bei einem 90-Minuten-Film kann diese Phase durchaus 60 Minuten einnehmen. Doch irgendwann kommt der Held an den Punkt, den Campbell die tiefste Höhle nennt, den Punkt der Transformation. Hier geht es immer um Leben und Tod und fast immer setzt der Held sein Leben aufs Spiel. Doch natürlich kommt er durch! Wenn Helden sterben, dann nicht hier, sondern später. Nach der Transformation bekommt der Held das Elixier und tritt die Heimreise an (manchmal noch ausgeschmückt mit wilden Verfolgungsjagden). Schließlich kommt der Held nach Hause und bringt – in der Happy-End-Version – das Elixier zu den Daheimgebliebenen.

### **Und in dieser Abfolge sollen alle Ereignisse unseres Lebens stattfinden?**

Jetzt müssen Sie zwischen den Ereignissen und deren (Be)Deutung unterscheiden! Natürlich weiß kein Mensch, was genau die Zukunft bringt und was genau morgen passiert. Andererseits schafft es auch kaum einer, mit gutem Gefühl in einer Welt zu leben, die er als sinnlos, chaotisch, ungeordnet und zufällig erlebt. Wahrsager hatten immer ihr Publikum – heute nennt man es halt »wissenschaftliche Prognose«.

Eine der beeindruckendsten Leistungen unseres Gehirns ist es, Muster zu erkennen. Wenn ich drei Punkte aufmale und Sie frage, was Sie sehen, dann sagen die meisten Menschen: ein Dreieck! Aber das Dreieck haben Sie selbst erschaffen, in »Wirklichkeit« sind da nur drei Punkte. Unser Gehirn erkennt Muster in der Außenwelt, die es selbst erschaffen hat. Wenn Sie diesen Prozess verstanden haben, dann ist die Antwort auf Ihre Frage ein klares Ja! Unser Leben und die Szenen unseres Lebens finden in der Form der Heldenreise statt – weil wir diese Form unbewusst selbst hinein bringen. Und wir bringen sie hinein, weil sie unserer eigenen Form entspricht.

Kennen Sie diese Experimente, wo man Babys, die nur ein paar Tage alt sind, Bilder von menschlichen Gesichtern zeigt? Diese Bilder sind sehr abstrakt, eigentlich nur zwei große Augen und ein lächelnder Mund – ein Smiley! Babys reagieren auf so etwas, weil sie »es« erkennen. Aber sie erkennen es nur, weil dieses Bild auch in ihnen ist. Ihr Hund könnte mit so einem Bild wohl nur sehr wenig anfangen.

Die Heldenreise ist in uns und deswegen finden wir sie außen, in den Ereignissen unseres Lebens.

### **Wenn dieses Muster wirklich so fest steht, wie Sie sagen, was bringt es mir dann, mich damit zu beschäftigen? Die Sachen werden doch in jedem Fall so stattfinden!**

Hier gilt es, sehr klar zwischen zwei Ebenen zu unterscheiden, den »Dingen« und der Bedeutung, die wir diesen Dingen geben. Im Konstruktivismus nennt man das Wahrheit erster und zweiter Ordnung, im NLP sind das die unteren und oberen logischen Ebenen. Ich nenne es Plato und Zeus: Plato steht für Person, Location, Activity, Time und Object; Zeus für zusammenhängend, emotional, universal und sinnvoll.

Die Heldenreise *als Form* existiert nur auf der oberen Ebene – bei Zeus! Mit welchen *konkreten Inhalten* jede Station dieser Reise sich ereignet – da sind wir erstaunlich frei!

Die Form der Heldenreise ist so tief in uns eingeschrieben, dass wir eine Geschichte umso mehr glauben, je mehr sie dieser Form entspricht. Doch *wie genau* wir diese Form erfüllen, da haben wir erstaunlich viele Freiheiten. Bei der Frage, ob Sie diese Freiheiten nutzen oder an sich vorüber ziehen lassen, da entscheidet sich, ob Sie im Glück oder im Unglück leben! Wenn Sie lieber im Glück leben, die Freiheit also voll ausnutzen wollen, dann lohnt es sich, den Monomythos virtuos zu beherrschen. Storycode hat seinen Namen daher, dass es der Code zur oberen Ebene (Zeus) ist. Mit dem Storycode können Sie Bedeutungen, Zusammenhänge oder Emotionen bewusst steuern.

### **Können Sie uns dafür Beispiele nennen?**

Sehr gerne! Ein wichtiges Element einer Geschichte ist, wann sie beginnt und wann sie endet. Wenn Sie eine Geschichte ändern wollen ... das heißt: wenn Sie die Bedeutung ändern wollen, die bestimmte Dinge für Sie haben und dafür die Geschichte ändern wollen, die diese Bedeutung festlegt!, ... dann können Sie die Geschichte früher beginnen lassen (also die Vorgeschichte erzählen), oder Sie können die Geschichte weiter erzählen. Fast jeder kennt diese Techniken aus dem Alltag, wo wir sie unbewusst verwenden – leider meistens zum Negativen! Das mit der Fortsetzung heißt dann zum Beispiel: »Du wirst dich später darüber ärgern!« oder »in ein paar Jahren wirst du an mich denken und mir Recht geben!« Das sind Sätze, in denen uns jemand eine Fortsetzung unserer Lebensgeschichte »vorschlägt«, die wir akzeptieren oder ablehnen können.

### **So einfach ist das?**

So einfach ist das! Allerdings muss einem die Struktur wirklich klar sein, sonst stochert man nur rum und bekommt Ergebnisse im Zufallsbereich.

Lassen Sie sich bitte von diesen einfachen, kurzen Sätzen nicht täuschen. Dahinter stehen jeweils ausführliche und große Heldengeschichten! Gerade weil uns deren Formen unbewusst so sehr vertraut sind, wirken diese lapidaren Sätze. »Du wirst dich später darüber ärgern!« ist der klassische Plot vom Aufstieg und Niedergang. Wir haben diese Geschichte in großer Form schon oft gehört und im Kino gesehen. Heldengeschichten prägen! Wenn jemand diese Saite in uns zum klingen bringt, dann sagen wir unbewusst »stimmt, das kenne ich, so ist es, so wird es weitergehen!«

### **Und wie geht der Profi mit so etwas um?**

Das Wissen über den Prozess hat bereits immunisierende Wirkung! Wenn Sie Geschichten erkennen und auch wissen, bei welchen Sie persönlich gerne einsteigen, dann wirken diese schon deutlich weniger. Bei allen anderen Geschichten gilt, dass man Geschichten nur verändern kann, indem man sie vergrößert! Zum Vergrößern gibt es viele Möglichkeiten, zum Beispiel können Sie die Quelle benennen, das heißt Sie sagen, wer die Geschichte erfunden hat und sprechen vielleicht auch noch über dessen Motivation: »Das sagst du (das sagst *du!*), weil du mich liebst und willst, dass ich ein glückliches Leben lebe.« Auch in diesem Satz

steckt wieder eine ganze Heldengeschichte, denn wir haben einen Helden (du), der Held hat ein Ziel (dass ich glücklich lebe) und es gibt eine Schwierigkeit (ich will nicht auf seine gut gemeinten Ratschläge hören). In diesem Fall ist der andere der Held. Natürlich kann ich die Geschichte auch aus meiner Perspektive erzählen, dann bin ich der Held, ich habe ein Ziel (das kann ebenfalls ein glückliches Leben sein) und es gibt Schwierigkeiten – zum Beispiel die gut gemeinten Ratschläge meiner Mitmenschen, die mich verunsichern.

### **Jetzt wird es wirklich spannend! Und wie geht's weiter?**

Sehen Sie: es funktioniert! Sobald man das Muster aktiviert, gehen wir damit in Resonanz. Was Sie jetzt erwarten, wem Sie jetzt entgegenfeuern, das ist der Show-down, der klassische Kampf des Helden gegen den Bösen. Sie fragen sich, ob der Held gewinnen wird. Unbewusst wissen Sie natürlich, dass der Held immer gewinnt und es in Wirklichkeit um die Frage geht, *wie* er es anstellt. Das Fachwort für diese Stelle der Geschichte ist die Transformation. In der Transformation verwandelt sich der Held und überwindet die Schwierigkeit. Genau genommen wird erst hier der Held zum Helden.

### **Wie könnte das bei unseren beiden Geschichten aussehen?**

Auch für die Transformation gibt es eine Fülle bewährter Muster. Eines davon ist, dass der Held innen findet, was er außen gesucht hat. Im ersten Beispiel könnte das bedeuten, dass die Person, die will, dass *ich* glücklich lebe, sich dazu bekennt, *selbst* glücklich leben zu wollen. Im zweiten Beispiel könnte ich in mir die Weisheit und den Rat finden, den ich bei den Ratschlägen der anderen nie gefunden habe. In der Praxis würde man das natürlich sehr viel ausführlicher und pathetischer formulieren. Große Geschichten brauchen auch eine große Form und große Emotionen!

### **Bitte geben Sie uns zum Abschluss eine Demonstration, wie Sie es formulieren würden!**

»Du wirkst auf mich wie jemand, der glücklich leben will, der in sich eine große und tiefe Sehnsucht hat, nach einem wirklich glücklichen Leben. Doch Du bist verwirrt, denn Du kennst den Weg nicht. Viele Menschen, die Dir nahe stehen, Freunde, Familie, ... Menschen, die Dich lieben und die Du liebst, sie geben Dir gut gemeinte Ratschläge. Doch diese Ratschläge verunsichern Dich: Ist das wirklich Dein Weg ...? Manchmal bist du müde vom vielen Suchen, Prüfen und Entscheiden und Du fragst dich, ob Du jemals Deinen Weg zu einem glücklichen Leben finden wirst.

Vielleicht ist heute der Augenblick gekommen, wo Du zugibst, dass niemand Dir den Weg wird zeigen können – außer Du selbst! Der Rat, die Weisheit und die Sicherheit, die Du bei den anderen gesucht hast, sind in Dir. Wenn Du ehrlich bist, spürst Du das schon sehr lange. Heute ist der Tag, an dem Du die Suche bei den anderen aufgibst und endlich auf Dich selbst hörst.

Jetzt bist Du wirklich frei, die Liebe und die guten Wünsche der anderen anzunehmen, ohne Dich verpflichtet zu fühlen, ihre Tipps in Deinem Leben umsetzen zu müssen. Und wenn Du das nächste Mal an einen Punkt kommst, an dem Du darüber entscheidest, wie Du Dein Leben lebst, dann frage nicht die anderen, sondern höre auf Deine innere Weisheit.«

**Großartig! Ich hätte nicht gedacht, dass in einem so kleinen und alltäglichen Beispiel wirklich eine so große Heldenreise stecken kann.**

Die Heldenreise ist in jedem Augenblick Ihres Lebens. Wenn Sie die Reise bewusst gehen, erleben Sie wirkliche Freiheit und Fülle.

**Herr Stumpf, ich danke Ihnen herzlich für das Gespräch!**

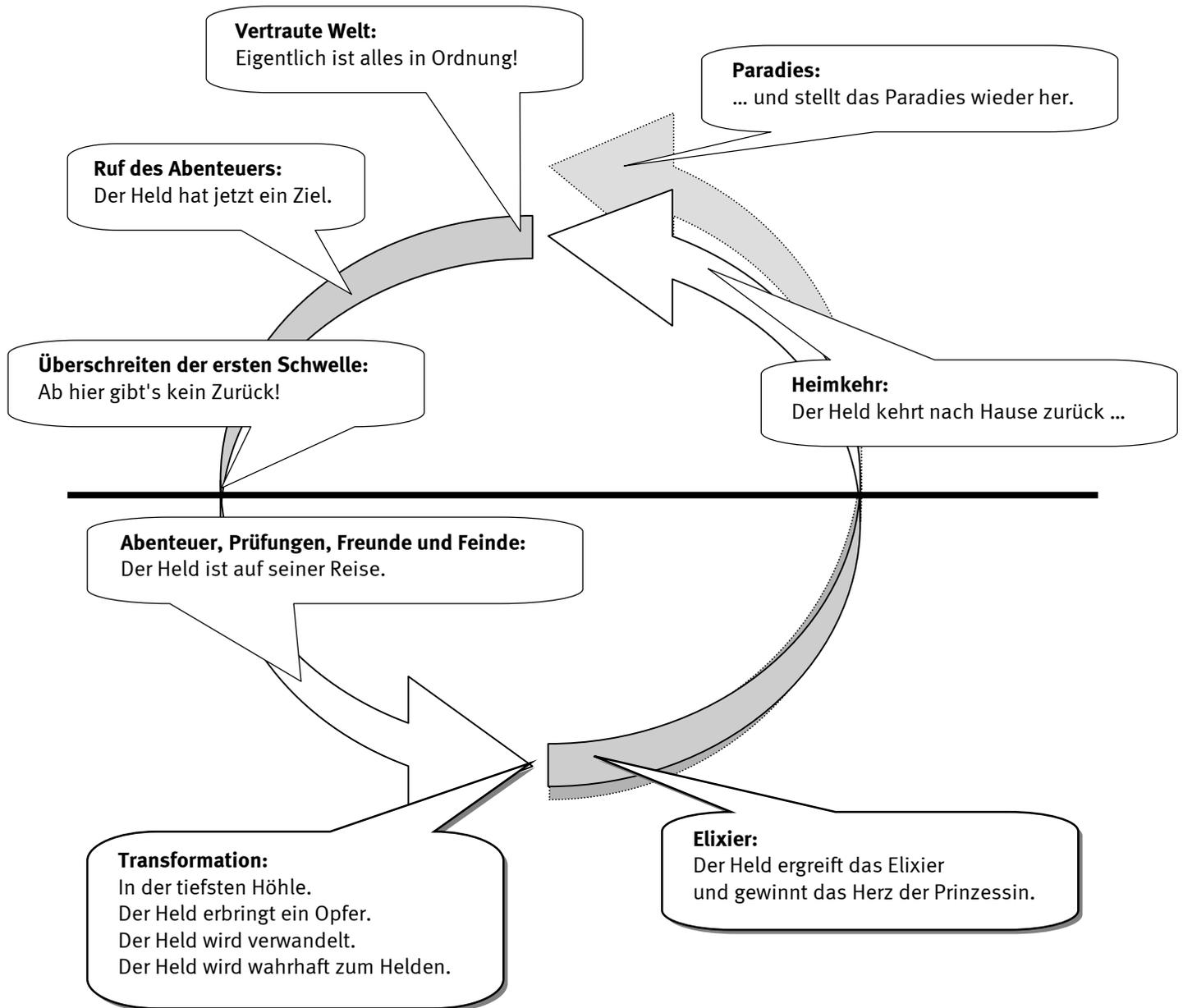
*Die Abschlussgeschichte folgt dem Monomythos. Als ich dieses Interview gab, hatte ich leider keine Möglichkeit, die Schritte zu kommentieren. Jetzt hole ich dieses gerne nach:*

<b>Vertraute Welt:</b>	<i>Du wirkst auf mich wie jemand, der glücklich leben will,</i>
<b>Erinnerung an das Paradies:</b>	<i>der in sich eine große und tiefe Sehnsucht hat, nach einem wirklich glücklichen Leben.</i>
<b>Schwierigkeit:</b>	<i>Doch Du bist verwirrt, denn Du kennst den Weg nicht. Viele Menschen, die Dir nahe stehen, Freunde, Familie, ... Menschen, die Dich lieben und die Du liebst, sie geben Dir gut gemeinte Ratschläge. Doch diese Ratschläge verunsichern Dich: Ist das wirklich Dein Weg ...?</i>
<b>Vor der Transformation, Einleitung des Tiefpunkts:</b>	<i>Manchmal bist du müde vom vielen Suchen, Prüfen und Entscheiden und Du fragst dich, ob Du jemals Deinen Weg zu einem glücklichen Leben finden wirst.</i>
<b>Einleitung der Transformation:</b>	<i>Vielleicht ist heute der Augenblick gekommen,</i>
<b>Opfer:</b>	<i>wo Du zugibst, dass niemand Dir den Weg wird zeigen können – außer Du selbst!</i>
<b>Transformation:</b>	<i>Der Rat, die Weisheit und die Sicherheit, die Du bei den anderen gesucht hast, sind in Dir. Wenn Du ehrlich bist, spürst Du das schon sehr lange. Heute ist der Tag,</i>
<b>Opfer (Wiederholung):</b>	<i>an dem Du die Suche bei den anderen aufgibst</i>
<b>Transformation (Wiederholung):</b>	<i>und endlich auf Dich selbst hörst.</i>
<b>Auferstehung, Gewinn (1 &amp; 2):</b>	<i>Jetzt bist Du wirklich frei, die Liebe und die guten Wünsche der anderen anzunehmen, ohne Dich verpflichtet zu fühlen, ihre Tipps in Deinem Leben umsetzen zu müssen.</i>
<b>Heimkehr, Abschlussprüfung:</b>	<i>Und wenn Du das nächste Mal an einen Punkt kommst, an dem Du darüber entscheidest, wie Du Dein Leben lebst, dann frage nicht die anderen, sondern höre auf Deine innere Weisheit.«</i>

*Der Monomythos ist ein grundlegender Bestandteil des Storycode. Bevor wir also zu den praktischen Übungen an Ihren eigenen Geschichten kommen, erklären wir Ihnen den Monomythos am Beispiel dreier »Kinderfilme«. Wenn Sie selbst Ihre Storytelling-Studien an guten Filmen vertiefen wollen, dann empfehlen wir Ihnen, mit Kinderfilmen aus Hollywood zu beginnen, weil in diesen das Muster der Heldenreise am offensichtlichsten verwendet wird – ganz besonders von den Disney-Studios!*

# Der Monomythos und die Stationen der Heldenreise

(Mit Beispielen aus *Shrek (I)*, *Monsters, Inc.* und *Star Wars (I)* – die bei so komplexen Filmen natürlich immer nur eine Möglichkeit sind.)



## Vertraute Welt: eigentlich ist alles in Ordnung

Die vertraute Welt ist stabil, dem Helden geht es soweit gut, und im Großen und Ganzen ist alles in Ordnung. Es ist keinesfalls so, dass der Held leidet, einen starken Veränderungswunsch hat, oder von sich aus zur Heldenreise aufbrechen will.

- *Shrek in seinem Sumpf geht's gut. Er hat Spaß und genießt das Leben. Von außen ist es offensichtlich, dass er geliebt werden will und es ihm vielleicht sogar an Selbstliebe mangelt. Aber er für sich hat damit kein Problem.*
- *Die Monster der Monster AG leben ihr Leben und machen ihren Job. Natürlich ist es absolut nicht in Ordnung, Kinder zu ängstigen und dabei selbst in Panik vor den Kleinen zu sein. Aber so ist das Leben halt ...*
- *Luke Skywalker lebt ein Leben, das für den Sohn von Anakin Skywalker und Prinzessin Padmé indiskutabel ist. Aber er weiß nichts davon, er kennt es nicht anders und das Leben in der Wüste ist für ihn so weit ganz cool.*

Der Held in der vertrauten Welt ist normalerweise nicht unglücklich. Vielleicht spürte er dumpf und unbewusst, dass es im Leben mehr gibt für ihn. Aber wenn der Herold kommt und den Ruf des Abenteuers überbringt, dann ist der Held davon nicht begeistert.

Wenn Sie in einer Heldengeschichte die vertraute Welt darstellen, dann stellen Sie sie grundsätzlich positiv dar.

Im Nachhinein oder von außen betrachtet ist natürlich überdeutlich klar, was nicht in Ordnung ist, wieso der Held zur Reise aufbrechen muss und warum der Ruf des Abenteuers selbstverständlich Gehör findet. Hier werden sowohl das Ziel, als auch die Motivation für die Reise begründet.

## Der Ruf des Abenteuers: der Veränderungswunsch wird bewusst

Der Ruf des Abenteuers wird vom Herold überbracht. Meistens handelt es sich beim Herold um einen Menschen, es kann aber auch ein Ereignis oder ein Gegenstand sein. Mit dem Ruf des Abenteuers wird unübersehbar, was in der vertrauten Welt absolut nicht in Ordnung war. Der Ruf kommt unpassend, ungelegen, ungeliebt. Der Held zögert, verweigert sich, versucht vielleicht zu fliehen. Der Herold bekommt natürlich keinen Dank – ganz im Gegenteil. Doch letztendlich ist dem Helden klar, dass es keine wirkliche Alternative zur Reise gibt. Oder anders gesagt: Wer sich dem Ruf des Abenteuers wirklich verweigert, ist kein Held.

An dieser Stelle der Reise ist der Held nicht aktiv, sondern ganz im Gegenteil: Der Ruf kommt zum Helden, der Ruf kommt über ihn. Zufall spielt hier oft eine große Rolle.

- *Shrek findet seinen Sumpf voller Fabelwesen und hat plötzlich einen »Beziehungsesel« an der Backe.*
- *Boo schlüpft in die Welt der Monster und hängt sich an Sulley.*
- *R2D2 bringt Prinzessin Leias Botschaft zu Luke.*

Die Szene, in der der Held den Ruf annimmt und die Reise beginnt, kann wieder aktiv sein. Im NLP ist das zum Beispiel die bewusste Formulierung des Ziels.

- *Shrek will Fiona zu Lord Farquaad bringen und so seinen Sumpf zurück erhalten.*
- *Sulley will Boo zurück in die Menschenwelt bringen, und »keiner hat etwas bemerkt«.*
- *Luke will Leia befreien und den Todesstern zerstören, und alles ist wieder in Ordnung.*

## Überschreiten der ersten Schwelle: Eintritt in die magische Welt

Die Schwelle trennt die vertraute Welt von der magischen Welt, das Bewusste vom Unbewussten, das Diesseits vom Jenseits, das Bekannte vom Unbekannten, die Außenwelt von der Innenwelt. Jede Heldenreise ist immer auch eine Reise zum eigenen Selbst.

- *Shrek verlässt DuLoc und macht sich auf zur Prinzessin.*
- *Sulley und Mike bringen Boo zurück in die Monster AG.*
- *Luke geht zu Obi Wan und die Reise beginnt.*

Das Überschreiten der ersten Schwelle ist nicht leicht. Der Held wird mit seinen Ängsten konfrontiert und häufig trifft er auf einen Schwellenhüter. Außerdem ist die Schwelle der »Punkt ohne Wiederkehr«: Ab hier ist der Weg in die tiefste Höhle kürzer, als der Rückweg in die vertraute Welt. Das ist dem Helden aber normalerweise nicht bewusst. Meistens nimmt er sogar noch irrträumlich an, auf dem direkten Rückweg zu sein und nur ein paar Schönheitsreparaturen vorzunehmen.

- *Wenn Shrek mit der Prinzessin und dem Esel auf dem Rückweg nach DuLoc ist, liegt seine vertraute Welt (= Innenwelt) längst in Trümmern. Er allerdings geht davon aus, dass bald alles wieder so sein wird wie früher.*
- *Auch Sulley und Mike wollen Boo schnellstmöglichst zurückbringen, damit das gewohnte Leben weitergehen kann.*
- *Und Luke Skywalker entdeckt nur ganz langsam, dass er nicht mehr in seine alte Welt passt, auch nicht, nachdem der Todesstern vernichtet ist.*

Mit dem Überschreiten der ersten Schwelle gibt es keinen Zweifel mehr daran, dass der Held auf einer Heldenreise ist. Vorher hätte man vielleicht noch so tun können, als ob das alles nicht viel bedeutet. Mit dem Schritt über die Schwelle wird der Einsatz klar und auch die Möglichkeit des Scheiterns.

## Transformation: der Held wird verwandelt

Die Transformation ist der entscheidende Punkt der Heldenreise. In der Transformation wird der Held verwandelt. Eigentlich wird der Held erst an diesem Punkt wirklich zum Helden.

In der einfachsten Form der Erzählung besteht die Transformation aus einem Satz:

- *in diesem Augenblick habe ich entschieden ... habe ich mir versprochen ... habe ich beschlossen ... habe ich mir gesagt ... habe ich gesehen ...*

Die Transformation geht vom Helden aus und ist aktiv. Weniger geeignete Formulierungen sind: *ergab es sich, fand ich zufällig, hat mir jemand gesagt, konnte ich nicht mehr übersehen, ...*

**Nach der Transformation** erreicht der Held sein Ziel (oder sein eigentliches Ziel). Dieser Moment erscheint oft als Geschenk (passiv).

Wenn die Transformation ausführlicher erzählt werden soll, gibt es folgende Möglichkeiten:

**Vor der Transformation** ist der Tiefpunkt, der dunkelste Moment der Geschichte, die Ölbergsszene:

- *ich war am Ende ... mein Leben lag in Trümmern ... ich wusste nicht mehr weiter ... ich hatte alle Möglichkeiten erschöpft ... mir ging es so schlecht wie noch nie im Leben ... es war aus ...*

In der tiefsten Höhle (= Tiefpunkt) **bringt der Held ein Opfer**. In vielen großen Mythen entledigt sich der Held an dieser Stelle seiner Kleidung und ist nackt. Dies ist ein Symbol dafür, dass der Held auf alle äußeren Attribute und Hilfsmittel verzichtet (logische Ebenen I bis VI) und bereit ist, sein Leben hinzugeben. In der »alltäglichen« Heldenreise opfert der Held etwas, was ihm wirklich wichtig ist und von dem er glaubt, dass er eigentlich nicht ohne es leben kann. Das Opfer kann eine Ressource sein, die bisher gute Dienste geleistet hat, ein liebgewonnener Glaubenssatz oder ein vertrautes Selbstbild. Oft opfert der Held hier sein Ziel oder gibt das auf, wonach er die ganze Reise gestrebt hat.

Von außen betrachtet sieht das Opfer häufig nach dem genauen Gegenteil aus: Man versteht nicht, was dabei ein Opfer sein soll, denn er sieht vielmehr wie ein Gewinn aus oder wie die Befreiung von einer Last. Doch für den Helden ist es definitiv das größte Opfer, das er je erbracht hat. Spirituell betrachtet stirbt hier das Ego.

- *Shrek überwindet sich, hört auf den Esel, nimmt dessen Hilfe an, verlässt seinen Sumpf und geht zur Prinzessin. Dagegen war der Kampf mit dem Drachen ein Kinderspiel.*
- *Sulley opfert die Freundschaft mit Mike (und den Schreck-Rekord) und riskiert, im Schneesturm zu erfrieren.*
- *Luke Skywalker schaltet den Zielcomputer ab und vertraut der Macht.*

Wenn der Held ein Opfer bringt, dann erreicht er nach der Transformation nicht nur sein Ziel, sondern bekommt normalerweise auch das, was er geopfert hat (oder das, wofür das Opfer steht) in verwandelter Form zurück.

## Die Rückkehr: der Held stellt das Paradies wieder her

Der Held überschreitet wieder die Schwelle – diesmal vom magischen Wald in die vertraute Welt. Er hat das Elixier dabei und die Prinzessin. Er kehrt nach Hause zurück und stellt das Paradies wieder her – häufig nicht nur für sich, sondern auch für die Daheimgebliebenen.

Jetzt kann der Held zum Mentor werden.

An dieser Stelle ist die Prämisse durch die Geschichte bewiesen. (Beim Erzählen ist es allerdings meistens eleganter, die Prämisse der Erzählung voranzustellen.)

- *Shrek und die Prinzessin sind vereint und feiern mit dem Esel und allen Fabelwesen eine große Party im Sumpf.*
- *Mike erweist Sulley den größten Freundschaftsdienst und stellt die Türe wieder her, so dass Sulley und Boo wieder zusammenkommen können.*
- *Luke Skywalker ist (am Ende des VI. Teils) mit seiner Schwester vereint und sein Vater, Obi Wan und Yoda lächeln ihn an.*

Teil 2:

# ***Wie funktioniert der Storycode?***

*Das, was Sie »die Wirklichkeit« nennen,  
ist de facto ein kunstvolles Produkt,  
welches Sie selbst erschaffen.*

# Wir machen Wirklichkeit

Nachdem Sie nun einige Grundlagen des Storycode kennen, können Sie diese im eigenen Leben anwenden. Dabei können Sie sowohl oben, als auch unten ansetzen, also bei PLATO oder bei ZEUS:

1. **PLATO findet ZEUS:** In Ihrem Leben gibt es »Material«, bei dem Ihnen nicht gefällt, welche Bedeutung (Ursachen, Konsequenzen) Sie ihm zuschreiben. Sie wollen die Geschichte ändern.
2. **ZEUS findet PLATO:** In Ihrem Leben gibt es Bedeutungen, Botschaften oder Aussagen, die Sie gerne ganz konkret untermauern wollen.

Für beide Anwendungen finden Sie auf den nächsten Seiten Beispiele.

Jetzt sind Sie dran – darum geht's:

- Sie wissen, was eine Geschichte ist und wie Sie sie erkennen
- Sie können schlechte Geschichten entschärfen
- Sie können gute Geschichten fördern
- Sie können neue Geschichten erschaffen
- und Sie wissen, wie man eine Geschichte gut platziert!

# Geschichten schaffen Wirklichkeit

## P.L.A.T.O. und Z.E.U.S. trinken S.E.K.T.:

Wie Sie sich erinnern, finden Sie auf der einen (unteren) Ebene alles, was Sie mit Ihren fünf Sinnen wahrnehmen können. Hier befindet sich der gesamte Inhalt, das Merkwort dafür ist P.L.A.T.O.: Person, Location, Activity, Time und Object. Wenn also eine bestimmte Person, ein bestimmter Ort, eine bestimmte Tätigkeit, ein Zeitpunkt oder ein Gegenstand vorkommt, dann ist es diese Ebene der »Wahrheit erster Ordnung«.

Über Plato thront Z.E.U.S. und der steht für zusammenhängend, emotional, universal (übertragbar) und sinnvoll (bedeutend). Auf dieser Ebene werden die Fakten der unteren Ebene geordnet und verstanden. Hier geht es um Interpretation und Bewertung. Dies sind die »Wahrheiten zweiter Ordnung«.

Geschichten verbinden die beiden Ebenen und erschaffen die Wirklichkeit, weil sie die Fakten ordnen und ihnen Bedeutung geben. Darauf ein Gläschen S.E.K.T.: Geschichten sind simpel (einfache Botschaft), emotional, konkret (bildhaft) und typisch (sie entsprechen dem Muster der Heldenreise, dem Monomythos!)

### Beispielsätze:

<b>Untere Ebene, P.L.A.T.O., inhaltsvoll/bedeutungslos:</b>	<b>Obere Ebene, Z.E.U.S., inhaltsleer/bedeutungsvoll:</b>	<b>Geschichte, S.E.K.T., beide Ebenen, inhalts- und bedeutungsvoll:</b>
Vogelgezwitzcher, die Sonne geht auf, ein Wurm im Gras.	Ein frühzeitiger Markteintritt führt häufig zu nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen.	Der frühe Vogel fängt den Wurm.
Ein kleiner Vogel, ein großer Vogel, ein Haus, eine Hand.	Bei Alternativen ist es besser, eine verfügbare zu wählen, die weniger wertvoll ist, als eine potentielle, die wertvoller ist.	Lieber den Spatz in der Hand, als die Taube auf dem Dach.
Quietschen, Räder, Fett	Die Verwendung von Ressourcen ist direkt proportional zur Deutlichkeit, mit der ein Problem auf sich aufmerksam macht.	Das Rad, das am lautesten quietscht, bekommt das meiste Fett.

### Übung: Sprichworte übersetzen

Nehmen Sie sich einige Sprichworte, übersetzen Sie deren Botschaft in Sachtext und überprüfen Sie, inwieweit Sie P.L.A.T.O., Z.E.U.S. und S.E.K.T. finden. – Bekommen Sie ein Gespür für die Eleganz von Geschichten ...?

**Übungsmaterial:**

Wasch mir den Pelz, aber mach mich nicht nass. – Viele Köche verderben den Brei. – Wes Brot ich ess', des Lied ich sing. – Man kann nicht gleichzeitig auf zwei Hochzeiten tanzen. – Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer. – Viele Wege führen nach Rom. – Alte Füchse gehen schwer in die Falle. – Rom wurde auch nicht an einem Tag gebaut. – (Lösungsvorschläge finden Sie im Anhang.)

**Übung: Welche Geschichten spielen in Ihrem Leben eine Rolle?**

Notieren Sie die Geschichten (meistens wird ein Satz reichen), benennen Sie die Aussage und sortieren Sie, welche Geschichten positiv und welche negativ auf Ihr Leben wirken. Welche Gruppe überwiegt?

Hier einige Anregungen für Bereiche, in denen Sie nach Geschichten suchen können:

- Die drei P
  - Persönlich: Welche Geschichten erzählen Sie sich selbst?
  - Privat: Welche Geschichten erzählen Sie Freunden & Familie, welche Geschichten hören Sie von diesen?
  - Professionell: Welche Geschichten spielen in Ihrem Beruf eine Rolle? Von Ihnen, Ihren Kollegen, Vorgesetzten, Mitarbeitern, Kunden, ...?
  
- Die fünf Lebensbereiche:
  - Gesundheit, körperliches Wohlbefinden
  - Beziehungen, soziales Wohlbefinden, lieben
  - Geld, materielles Wohlbefinden
  - Persönliche Entwicklung, mentales Wohlbefinden, lernen
  - Sinn, spirituelles Wohlbefinden

# Schlechte Geschichten entschärfen

**Wie es nicht funktioniert:** widersprechen, dementieren, richtigstellen, Fakten nennen.

**Wie es funktioniert:** Der einzige Weg, eine gute Geschichte zu neutralisieren, führt über eine noch bessere und größere Geschichte. Dafür gibt es unter anderem diese drei guten Möglichkeiten:

1. Die Vorgeschichte erzählen: Sie bestimmen, wann die Geschichte beginnt!
2. Die Fortsetzung erzählen: Sie bestimmen, wann die Geschichte endet!
3. Das Bild vergrößern, z.B. die Quelle nennen: Sie bestimmen, was noch dazu gehört!

(Die Möglichkeiten lassen sich auch hervorragend kombinieren!)

## Beispiel – die Vorgeschichte:

»Ich habe gehört, der Herr Huber kann ja ganz schön viel Alkohol vertragen, der soll ja gut im Training sein ...!« --- »Ach diese alte Geschichte! Die ist vom Pjotriwitsch, der wollte unseren Huber bei einer Verhandlung unter den Tisch trinken und hat nicht gemerkt, dass der Huber beim Anstoßen den Wodka immer auf den Boden gekippt hat! Der Teppich war hinterher quietschnass, aber der Pjotriwitsch lag da schon unterm Tisch. Hinterher war der stocksauer und konnte es sich nicht anders erklären, als das unser Huber Trinker ist und hat dieses dumme Gerücht gestreut.« --- »Ach Gott, die Pjotriwitsch-Geschichte haben Sie gehört ...? Als der Huber merkte, dass sein Alkoholkonsum langsam auffällt, hat er sich tatsächlich einen Geschichtencoach genommen und die haben diese Räubergeschichte erfunden. Die Pjotriwitsch-Geschichte hat dem Huber 2.000 Euro gekostet!«

## Übung:

Finden Sie eine weitere Vorgeschichte, mit der Sie den Sinn der Geschichte wieder umdeuten können! (Lösungsvorschläge im Anhang)

## Beispiel – die Fortsetzung:

Ein alter Mann und sein Sohn lebten in einem Dorf. Sie waren sehr arm, aber selbst Könige waren neidisch auf sie, denn sie besaßen ein wunderschönes Pferd.

Die Könige boten phantastische Summen für das Pferd, aber der Mann sagte dann: »Dieses Pferd ist für mich kein Pferd, sondern ein Freund. Und wie könnte man seinen eigenen Freund verkaufen?« Der Mann war arm, aber sein Pferd verkaufte er nie.

Eines Morgens fand er sein Pferd nicht im Stall. Das ganze Dorf versammelte sich, und die Leute sagten: »Du dummer alter Mann. Wir haben gewusst, dass das Pferd eines Tages gestohlen würde. Es wäre besser gewesen, es zu verkaufen. Welch ein Unglück! Welch ein Unglück! Nein!«

Der alte Mann sagte: »Geht nicht so weit, das zu sagen. Sagt einfach: 'Das Pferd ist nicht im Stall.' Ob es ein Unglück ist oder ein Segen, weiß ich nicht.«

Die Leute lachten den Alten aus. Sie hatten schon immer gewusst, dass er ein bisschen verrückt war. Aber am nächsten Tag kehrte das Pferd plötzlich zurück. Es war nicht gestohlen worden, sondern in die Wildnis ausgebrochen. Und nicht nur das, es brachte auch noch ein Dutzend wilder Pferde mit. Wieder versammelten sich die Leute und sie sagten:

»Alter Mann, du hattest recht. Es war kein Unglück, es hat sich tatsächlich als ein Segen erwiesen.«

Der Alte entgegnete: »Wieder geht ihr zu weit. Sagt einfach: 'Das Pferd ist zurück.' Wer weiß, ob das ein Segen ist oder nicht?«

Der Sohn begann, die Wildpferde zu trainieren. Schon eine Woche später fiel er vom Pferd und brach sich die Beine. Wieder versammelten sich die Leute. Sie sagten: »Wieder hattest Du recht! Es war ein Unglück. Dein einziger Sohn kann nun seine Beine nicht mehr gebrauchen, und er war die einzige Stütze deines Alters. Jetzt bist du ärmer als je zuvor. So ein Unglück!«

Der Alte antwortete: »Geht nicht so weit. Sagt nur, dass mein Sohn sich die Beine gebrochen hat. Niemand weiß, ob dies ein Unglück oder ein Segen ist. Das Leben kommt in Fragmenten und mehr bekommt ihr nie zu sehen.«

Es ergab sich, dass das Land nach ein paar Wochen einen Krieg begann. Alle jungen Männer des Ortes wurden zwangsweise zum Militär eingezogen. Nur der Sohn des alten Mannes blieb zurück, weil er verkrüppelt war. Der ganze Ort war von Klagen und Wehgeschrei erfüllt, weil dieser Krieg nicht zu gewinnen war und man wusste, dass die meisten jungen Männer nicht nach Hause zurückkehren würden.

Sie kamen zu dem alten Mann und sagten: »Du hattest recht, alter Mann – es hat sich nicht als Unglück erwiesen. Dein Sohn ist zwar verkrüppelt aber immerhin ist er noch bei dir. Unsere Söhne sind für immer fort.«

Der alte Mann antwortete wieder: »Ihr hört nicht auf zu urteilen. Niemand weiß! Sagt nur, dass man euere Söhne in die Armee eingezogen hat und dass mein Sohn nicht eingezogen wurde. Doch nur Gott, der das Ganze kennt, weiß, ob dies ein Segen oder ein Unglück ist.«

### Übung:

Setzen Sie die Geschichte weiter fort! (Lösungsvorschläge im Anhang)

**Beispiel – das Bild vergrößern:**

Was halten Sie davon, dass einer in der Stadt mit Tempo 80 unterwegs war? --- Es war ein Krankenwagen. --- Allerdings war der nicht im Einsatz, sondern auf dem Weg ins Depot. --- Übrigens war es auf der Stadtautobahn. --- In einer einspurigen Baustelle, wo Tempo 40 vorgeschrieben war. ---

**Übung:**

Finden Sie weitere Informationen, die die Aussage wieder verändern. (Lösungsvorschläge im Anhang)

**Übung:**

Nehmen Sie jetzt die negativen Geschichten, die in Ihrem Leben eine Rolle spielen und wenden Sie die drei Techniken an:

1. Lassen Sie die Geschichte früher beginnen,
2. erzählen Sie die Fortsetzung oder
3. vergrößern Sie das Bild.

# Die Struktur großer Geschichten: die Heldenreise

*(der Monomythos nach Joseph Campbell)*

Die Heldenreise haben Sie bereits am Beispiel guter Filme kennengelernt. Um dieses Muster nun ganz praktisch auf Ihr eigenes Leben anzuwenden, genügt anfangs eine extrem verdichtete Form, die nur aus drei Bausteinen besteht:

1. Es gibt einen Held (Protagonist) und der Held hat ein Ziel.
2. Etwas steht dagegen: der Bösewicht (Antagonist)
3. Der (tiefe) Held findet eine Lösung, indem er sich selbst verändert. Das ist die eigentliche Heldwerdung! Der Held bringt ein Opfer (meistens ist er bereit zu sterben, setzt also sein Leben ein), stirbt einen symbolischen Tod und erlebt eine Auferstehung. Psychologisch gesprochen opfert der Held hier sein Ego!

(Der flache Held löst das Problem »einfach so«, d.h. ohne sich selbst zu verändern.)

## **Übung: Geschichten stärken durch eine klare Struktur**

Nehmen Sie die positiven Geschichten und beantworten Sie folgende Fragen:

1. Wer ist der Held? Was ist dessen Ziel? – Es muss sich um eine konkrete Person (bzw. ein Wesen) handeln, keine Abstraktion (Organisation, Firma, ...)!
2. Was steht dagegen? (Welche Kraft, welche Energie – innerhalb oder außerhalb des Helden?) Gibt es eine konkrete Person, die diese Gegenkraft symbolisiert?
3. Wie löst der Held das Problem? Inwieweit ist er zu einem Opfer bereit und verwandelt sich?

Was mit diesen drei einfachen Elementen möglich ist, erleben Sie in der Geschichte eines Verkäufers, der unversehens zum Meister reift und in der überraschenden Antwort eines Beraters an seinen Kunden, welcher das Gespräch mit einer Drohung beginnt ...

# Die Entdeckung der eigenen Meisterschaft

Einer unserer Kunden ist Vertriebsmitarbeiter in einer großen Berliner Firma. Als er auf uns zukam, ging es ihm nicht gut: Er war erst seit kurzem bei dieser Firma und alle anderen in seinem Team waren schon deutlich länger dabei als er. Seine Hauptschwierigkeit aber bestand darin, dass er ein fachfremder Quereinsteiger war. Ursprünglich kam er aus einem ganz anderen Bereich. Zu seiner jetzigen Firma kam er, weil er als Kunde von den Produkten wirklich begeistert war. Doch jetzt, in der Position des Verkäufers, fehlte ihm der Schwung, um wirklich loszulegen.

Dieser Mann war dann wirklich sehr erstaunt, als er bemerkte, wie sehr sein Leben dem Muster der Heldenreise entsprach. Wir fanden in seiner Biografie das klassische Motiv des Schülers, der keinen Meister findet, weil er selbst ein Meister ist. In seinem Fall war das so, dass er aus einer großen Leidenschaft heraus, sich all sein Wissen selbst beigebracht hatte. In seinem Freundeskreis galt er schon lange als Experte, und man vertraute ihm. Auch seine Entscheidung für die Produkte der Firma kam aus ihm selbst und war nicht von einem Verkäufer beeinflusst. Je länger wir uns über seine Geschichte unterhielten, umso mehr erkannte er seine eigenen, meisterlichen Qualitäten.

Seine Geschichte enthielt sogar einen klassischen Tiefpunkt: Vor einiger Zeit hatte er einen Freund falsch beraten, was für diesen zu deutlichen Nachteilen führte. Zu dieser falschen Beratung war es gekommen, weil ihm Informationen fehlten, die er als außenstehender Privatmann nicht haben konnte. Nach dieser Erfahrung musste er sich entscheiden, entweder seine Freunde künftig zu Profis zu schicken, oder selbst professionell zu beraten. Er entschied sich für den zweiten Weg, gab seinen alten Beruf auf und begann ein neues (Berufs-)Leben.

Nachdem ihm bewusst war, wie groß seine Geschichte eigentlich war, war unser Mann wie verwandelt: Zum einen hatte er jetzt eine packende Geschichte, die er seinen Kunden erzählen konnte. Zum anderen sah er jetzt deutlich seinen eigenen Weg der Meisterschaft. Dies gab ihm die Kraft und den Rückhalt, um bei seinen Kunden überzeugend aufzutreten.

Inzwischen ist er der zweitbeste Verkäufer der Firma und freut sich jeden Tag darüber, dass er die richtige Entscheidung getroffen hat.

## Übung:

Formulieren Sie, was das Ziel des Helden ist, was die Schwierigkeit ist und worin die Lösung (Transformation) besteht! (Lösungsvorschläge im Anhang)

# Die letzten drei Berater habe ich verklagt

Im Rahmen eines Seminars erzählte uns ein Verkäufer von einem Kunden, der ihn vor eine große Herausforderung stellte: der Kunde eröffnete das Gespräch mit dem Satz »die letzten drei Berater habe ich verklagt.« Es ist verständlich, dass so eine Einleitung den Verkäufer nervös macht. Nachdem in der Gruppe jeder irgendetwas in dieser Richtung schon einmal selbst erlebt hatte, nahmen wir den Satz als Beispiel für eine Intervention im Monomythos. Die Grundfrage dabei ist, auf welcher Heldenreise sich der Kunde befindet, der einen solchen Satz spricht. Normalerweise wird die Antwort des Verkäufers sich entweder auf den Verkäufer beziehen (z.B.: »Mir können sie vertrauen!«; »Wenn sie mir nicht vertrauen, können wir nicht zusammenarbeiten.«), oder auf die Sachebene (z.B.: »Ich bin seit 20 Jahren in diesem Geschäft und Hunderte von Kunden vertrauen mir.«), oder den Satz des Kunden hinterfragen (z.B.: »Was brachte sie zu dieser Entscheidung?«). Wenn wir den Monomythos als Vorlage für eine Antwort verwenden, dann äußern wir eine Vermutung darüber, wo sich der Held (in diesem Fall der Kunde) auf seiner Reise befindet: »Was Sie da sagen klingt für mich so, als wären sie auf der Suche nach jemandem, dem sie wirklich vertrauen können. Und sie haben offensichtlich auf dieser Suche einige schlechte Erfahrungen gemacht und vielleicht fragen Sie sich, ob sie überhaupt jemals jemanden finden werden, dem sie wirklich vertrauen können. Ich frage mich dabei, inwieweit sie sich selbst vertrauen (können). ... Vielleicht ist es so, dass sie erst dann einem anderen Menschen wirklich vertrauen können, wenn sie gelernt haben sich selbst und ihren Entscheidungen wirklich zu vertrauen.«

So eine Erwiderung ist natürlich ebenso stark wie riskant. Es versteht sich von selbst, dass man solche Sätze nur dann sagen kann, wenn die Beziehung dies trägt. Deswegen ist im Storycode die Kombination von Storytelling (in diesem Fall die Geschichte im Monomythos) und NLP so wichtig: Die NLP-Techniken für nonverbale Kommunikation ermöglichen es, sehr schnell eine gute Beziehung aufzubauen und während man dem Kunden diese überraschende Antwort gibt andauernd zu überprüfen, inwieweit man diesen noch erreicht.

In unserem konkreten Fall war es so, dass diese beispielhafte Antwort (die wir im Seminar natürlich ausführlich begründeten, herleiteten und erweiterten) den anwesenden Verkäufern in späteren Verkaufsgesprächen sehr geholfen hat. Soweit wir wissen hat keiner jemals genau diesen Text verwendet, aber unser Text war eine gute Vorlage für ähnliche Texte, die in der jeweiligen Situation gut passten.

## Übungen:

- Was sind in diesem Beispiel Ziel, Schwierigkeit und Lösung?
- Unsere Geschichte verwendet den Wert »Vertrauen« – formulieren Sie mit einem anderen Thema eine andere Heldengeschichte als Antwort auf den Kunden!

(Lösungsvorschläge im Anhang)

# Geschichten erschaffen

## Übung: Botschaften (Z.E.U.S.) in Geschichten (S.E.K.T.) übersetzen:

Nehmen Sie sich nun einige abstrakte Aussagen, die Sie mit guten Geschichten unwiderstehlich überzeugend formulieren wollen, z.B.:

- Ich bin hochmotiviert.
- Unsere Firma ist kundenfreundlich.
- Ich finde leicht Lösungen.
- Unsere Familie hält zusammen.

Übersetzen Sie diese Aussagen dann in P.L.A.T.O., indem Sie konkrete Personen, Tätigkeiten und Ereignisse finden, in denen sich die Aussage zeigt:

**Ich bin hochmotiviert:** Neulich, als wir frühmorgens die Präsentation für die Firma Müller hatten, da bin ich vorher noch zu diesem tollen Bäcker in der Meyerstraße gefahren und habe diese leckeren Croissants gekauft, ganz frische! Der ganze Besprechungsraum hat danach geduftet und als die Müllers reinkamen sind die buchstäblich dahingeschmolzen und wollten unbedingt wissen, wo es diese Croissants gibt. Da wusste ich, dass ich auf der Siegerstraße bin, denn nun wollten die was von *mir*! – Nachdem sie unterschrieben hatten, habe ich es ihnen dann verraten ...

**Unsere Firma ist kundenfreundlich:** Von einem amerikanischen Kaufhaus erzählt man, dass einem Kunden Schneeketten umgetauscht wurden, die der dort gar nicht gekauft hatte! (Quelle: »Was bleibt: Wie die richtige Story Ihre Werbung unwiderstehlich macht« von Chip und Dan Heath)

**Ich finde leicht Lösungen:**

**Unsere Familie hält zusammen:**

## Übung: Die Struktur finden

Machen Sie dann mit Ihren eigenen Geschichten das, was Sie bereits trainiert haben: Finden Sie den Helden, die Schwierigkeit und die Lösung.

Zu welchen verblüffenden Ergebnissen diese Kunst führen kann, wenn man sie virtuos beherrscht, erleben Sie mit einer Seminarteilnehmerin, die im Rahmen ihrer Geschichte als Heldin geboren wird ...

# Selbstmarketing: Die Geburt der Heldin

Wahre Helden werden von Jungfrauen geboren und bei ihrer Geburt geht im Osten ein Stern auf. Sie kennen solche Geschichten, doch hätten Sie gedacht, dass es *Ihre* Geschichte ist? Sie können die Muster, an denen wir Helden erkennen, auch auf sich selbst übertragen, wenn Sie verstehen, dass es um die *Struktur* geht, nicht um das *Bild*.

In einem Selbstmarketing-Seminar haben wir mit einer Frau, die philosophische Beratung anbietet, an ihrer Heldinnenpersönlichkeit gearbeitet. Für die Funktion der Geschichte (den Plot) brauchen Sie vor allem drei Elemente:

1. das Ziel der Heldin,
2. die dagegen stehende Schwierigkeit und
3. die letztendliche Lösung.

Um die Persönlichkeit der Heldin zu zeigen, braucht diese eine besondere positive Eigenschaft und einen Makel. Außerdem hat die Heldin eine besondere Geburt, wirkt Wunder in ihrer Kindheit und tritt auf besondere Art und Weise in die Öffentlichkeit. Im Laufe der Vorgeschichte bekommt sie auch häufig einen neuen Namen verliehen.

Unsere Heldin reagierte auf diese Liste so, wie fast alle Menschen reagieren. Sie behauptete, nichts davon treffe auf sie zu. – Nach einer knappen Stunde hatten wir dann die folgende spannende Geschichte herausgearbeitet:

Das **Ziel der Heldin** war es und ist es, eine wirkliche Verbindung zur Welt und zum Sein aufzubauen. Das ist es, was sie mit ganzer Kraft will und wovon sie ihr ganzes Leben lang angetrieben wird. (Diesen Antrieb empfinden wir als sehr aktiv und von der Heldin ausgehend, obwohl die Formulierung im deutschen etwas passiv klingt!) **Dagegen stehen** grundlegende Wertekonflikte in der Persönlichkeit. **Die Lösung** auf dem Weg der Heldin besteht darin, die Philosophie ganz praktisch für das eigene Leben zu nutzen und zum Beispiel von Sokrates zu lernen.

So funktionieren Selbstmarketing-Geschichten: Das Produkt, welches Sie vermarkten wollen, sollte auf dem Höhepunkt der Geschichte (in der Transformation, wenn der Held die Schwierigkeit überwindet und das Ziel erreicht) eine wichtige Rolle spielen. Das Ziel und die Schwierigkeit sollten so beschaffen sein, dass Ihre Kunden sich damit identifizieren können. Im Grunde sind Ihr Ziele und Ihre Schwierigkeit auch das Ziel und die Schwierigkeit Ihrer Kunden. Deswegen passt die Transformation (das Produkt!), die Sie durchgemacht haben auch für Ihre Kunden. Sie sind jetzt der erfahrene Mentor und führen Ihre Kunden den gleichen Weg, den Sie selbst schon erfolgreich gegangen sind.

**Die besondere Fähigkeit**, die unsere Heldin von Anfang an über die Reihen der Sterblichen erhebt, ist es, Fragen zu stellen. Wenn Sie eine Selbstmarketing-Geschichte aufbauen, dann dürfen Sie auch ruhig ein wenig Humor verwenden. Unsere Kundin kann hier erzählen, dass die Warum-Phase bei ihr nie aufgehört hat. In der Geschichte sollte aber sehr deutlich werden, dass diese Frau eine wirkliche Expertin darin ist, Fragen zu stellen. Sie kennt sich aus mit allen Arten von Fragen und weiß von jeder Frageform, was diese bewirkt und wie man sie einsetzt. Es ist eine Qualität, die sie schon ihr ganzes Leben hat und worin sie täglich besser wird. Es ist die wirklich besondere Qualität der Heldin! Im Selbstmarketing ist das der Identifikationspunkt für die Kunden, wo diese sagen: Das möchte ich auch können, so möchte ich auch sein!

**Die Geburt der Heldin** muss nicht mit der physischen Geburt zusammenfallen. In unserem Fall war das so, dass der Vater dieser Frau starb, als sie 10 Jahre alt war. Angesichts seines Todes fragte sie sich: Was ist das Leben? Wie will ich leben? – Diese beiden Fragen haben sie bis heute nicht mehr losgelassen. Das war der Moment, als unsere Kundin als Heldin geboren wurde. Bitte machen Sie sich klar, wie stark und berührend sich diese Geschichte erzählen lässt! Geschichten im Selbstmarketing transportieren eine starke Botschaft, und sie transportieren sie sehr emotional und sehr tief.

Neben der besonderen positiven Qualität hat ein Held immer auch einen Makel ...

**Der Makel der Heldin** kann regelrecht abstoßend sein. Diese negative Eigenschaft verhindert die Überidentifikation der Kunden. Angesichts des Makels sagen diese: Ich bin ganz anders, so will ich nicht sein.

Wenn Menschen sich als Held beschreiben, dann schrecken sie meistens davor zurück, beim Makel etwas wirklich Schlimmes zu sagen. Bedenken Sie deshalb Folgendes: Wenn Ihnen hier nichts einfällt, dann fällt ihnen Kunden bestimmt etwas ein! Niemand wird Sie nur positiv sehen. Irgend etwas Unattraktives findet man auch bei ihnen. Da ist es doch besser, *Sie* entscheiden, welches der Makel ist!

Hüten Sie sich davor, Ihren Kunden eine eigentlich positive Eigenschaft als Makel zu verkaufen. Das ist leicht zu durchschauen. (Fast jeder sagt im Bewerbungsgespräch, wenn er nach seinen Schwächen gefragt wird, er wäre ein wenig zu ehrgeizig.) Nennen Sie also etwas wirklich Unattraktives, aber erzählen Sie es so, dass es Ihnen Respekt verschafft und man vielleicht sogar ein bisschen Angst vor Ihnen bekommt.

Bei unserer Heldin war es so, dass sie im Kindergottesdienst war, als ihr Vater starb. Dies war das letzte Mal in ihrem Leben, dass sie in der Kirche war. Sie wendete sich ab, von einem Augenblick zum anderen, schlug die Türe hinter sich zu und war nicht mehr gesprächsbereit. Diese Charaktereigenschaft zeigte sie auch später noch ein paar Mal. Man weiß von ihr (jetzt sind wir mitten im Storytelling ...), dass sie manchmal so reagiert. Deswegen lohnt es sich, sie respektvoll zu behandeln, denn wenn sie eine Beziehung beendet, dann ist es für immer. (Das ist doch wirklich eine schlechte Eigenschaft!)

In ihrer Jugend **bewirkt die Heldin ihre ersten Wunder**. In diesem Fall sind es die Wunder, die durch gute Fragen geschehen. Es gab einige Momente, wo unsere Kundin anderen Men-

schen einfache (philosophische) Fragen stellte, wodurch sich deren Leben entscheidend verbesserte. Wunderbar! Irgendwann in dieser Zeit bekam sie von anderen auch **den Beinamen »Sokrates«** verliehen. (Zumindestens erzählen wir so die Geschichte ...)

Wenn man so im Gespräch die Begebenheiten findet, die dem Helden-Muster entsprechen, ist man erstaunt, wie offensichtlich die Geschichten sind. Wie konnte man diese wichtigen Episoden übersehen? – Ganz einfach: Wenn man nicht mit dem entsprechenden Geschichten-Filter nach solchen Momenten sucht, dann fällt einem gar nicht auf, wie bedeutsam und tief diese Stellen in der Biografie sind.

Die Stelle, als unsere Heldin wirklich **in die Öffentlichkeit trat**, war eine solche Stelle: zu der Zeit studierte sie Maschinenbau und sie war wirklich ganz anders, als die anderen. Sie interessierte sich für Philosophie und verwendete diese ganz praktisch für den Alltag. Von den meisten Kommilitonen wurde sie seltsam angesehen und als Freak betrachtet. Doch es gab einige, die sie sehr als Gesprächspartnerin schätzten und immer wieder zu ihr kamen, weil sie wussten, dass diese Frau wirklich gute Fragen stellt. Irgendwann in dieser Zeit bietet die Heldin zum ersten Mal ganz offiziell philosophische Beratung an und tritt damit in die Öffentlichkeit. Dadurch wird auch ihr selbst klar, wohin das Leben sie ruft. Sie bricht ihr Studium ab und zieht von Stuttgart nach Hamburg. Dort beginnt sie ein neues Leben und eröffnet eine Praxis für philosophische Beratung.

Was im Seminar eine Stunde hochspannender Dialog war, haben wir hier in einigen Absätzen zusammengefasst. Wenn Sie dabei gewesen wären, dann hätten Sie erlebt, wie emotional und tief alle diese Geschichten sind. Gleichzeitig gibt es darin genügend Stellen, über die man herzlich lachen kann. Alle die dabei waren, waren von der Geschichte fasziniert und beeindruckt. Alle hatten hinterher etwas zum weitererzählen. Und genau das ist die Essenz von gutem Selbst-Marketing: Sie erzählen eine Geschichte über sich, die so gut ist, dass andere diese weitererzählen!

**Übung:** Formulieren Sie Ihre eigene Heldengeschichte:

- Was ist ihr Ziel?
- Was ist die Schwierigkeit?
- Was ist die Lösung?
- Was ist ihre besondere Qualität/Fähigkeit?
- Was ist ihr Makel?
- Wie ist Ihre Heldengeburt?
- Welche »Wunder« haben Sie bewirkt?
- Wie war Ihr Schritt in die Öffentlichkeit?
- Wie lautet Ihr neuer Name?

# Geschichten platzieren

Wenn Sie Ihre Geschichten dann erzählen, dann bitte niemals offensichtlich! Beobachten Sie sich, wie Sie normalerweise Geschichten erzählen – an der Kaffeemaschine, abends beim Glas Wein, zwischendurch. Am besten, Sie verplappern sich: »Ach Gott, das hätte ich eigentlich gar nicht erzählen dürfen ...!« Lassen Sie jede Einleitung und Überleitung weg, sagen Sie bestenfalls »da fällt mir ein ...« oder »ich kann mich erinnern ...«. Vertrauen Sie darauf: Die bessere Geschichte spricht sich herum!

# Wie es weitergeht

Geschichten schaffen Wirklichkeit – jede Wirklichkeit! Geschichten bestimmen, was wir wahrnehmen und wie wir es wahrnehmen (einordnen, bewerten.) »Nicht die Dinge machen uns Angst oder Freude, sondern unsere Meinung über die Dinge« wusste schon Epiktet vor 2.000 Jahren. Geschichten füllen den Raum zwischen den Atomen der stofflichen Welt und erschaffen so die subjektive Welt. Von Ihren Geschichten hängt es ab, wie Sie sich selbst und Ihre Mitmenschen wahrnehmen, was Sie über Ihre Vergangenheit (Ursachen), Gegenwart (Bedeutungen) und Zukunft (Möglichkeiten) denken. Wenn Sie die Geschichte ändern, dann ändern Sie die Welt. Mit besseren Geschichten leben Sie in einer besseren Welt.

Es bringt nichts, über das schlechte Programm zu schimpfen, wenn einem der Sender gehört!

Es ist ihr Film, Sie sind Drehbuchautor, Regisseur und Hauptdarsteller – machen Sie etwas Schönes daraus, so wie Marin Markov in unserer letzten Geschichte ...

# Marin Markov entdeckt DIE HYMNE

Ständig erzählen wir uns Geschichten: über Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft; über Ursachen, Bedeutung und Möglichkeiten. Viele dieser Geschichten sind negativ und machen uns das Leben schwer. Dabei ist es so einfach, sich bessere Geschichten zu erzählen. Mit etwas Aufwand können Sie sich sogar exzellente Geschichten erzählen!

Marin Markov<sup>\*)</sup> kam zu uns für ein Führungskräfte-Coaching. Ein typischer Fall: Er ist fachlich exzellent und leistet in seiner Firma gute Arbeit. Da ist es fast selbstverständlich, dass er Karriere macht. Doch Karriere machen bedeutet, eine Führungsaufgabe zu übernehmen. Marin Markov ist in seinem Fachgebiet exzellent, doch Führen hat er nie gelernt, da ist er Anfänger. Er will die neue Aufgabe übernehmen – aber fragen Sie nicht, welche Geschichten er sich darüber erzählt! Mit solchen Geschichten im Kopf könnte niemand führen.

In unserer ersten Sitzung fand Marin Markov SEINE HYMNE und die hat sein Leben verändert. DIE HYMNE gibt ihm die Kraft, Leidenschaft und Begeisterung, um seine neue Aufgabe anzupacken. In DER HYMNE nutzen wir Storytelling in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft auf verschiedenen Ebenen<sup>\*\*)</sup>.

Machen Sie mit! Nehmen Sie sich einen Satz, den sie gerne mit hundertfacher Motivation und tausendfacher Überzeugung anreichern würden. Bei Marin Markov war es:

*»Ich bin eine gute Führungskraft!«*

In der ersten Runde erzählen wir die Vorgeschichte, die Gegenwart und die Fortsetzung. Natürlich erzählen wir gute Geschichte, doch wir bleiben in einem Bereich, der für unsere Kunden völlig glaubwürdig ist. Wir bleiben bei der »Wahrheit«. Im Coaching finden wir für jeden Zeit-Raum eine kleine Geschichte, die wir am Ende in einen Satz fassen. Bei Marin Markov waren dies:

**Die Vorgeschichte:** *Ich bin eine gute Führungskraft, nachdem ich damit Jahrzehnte an Erfahrung habe.* (Dieser Satz war für ihn anfangs verblüffend, doch geführt zu werden ist genauso Führungserfahrung, wie zu führen – vor allem dann, wenn diese Erfahrungen bewusst gemacht wird!)

**Die Gegenwart:** *Ich bin eine gute Führungskraft und Menschen können in meiner Gegenwart gut arbeiten und erzielen gute Ergebnisse.*

**Die Fortsetzung:** *Ich bin eine gute Führungskraft, so dass meine Mitarbeiter noch in Jahren und Jahrzehnten von unserer Zusammenarbeit schwärmen werden und ich Teil ihrer Geschichte geworden bin.* (In diesem Satz steckt viel Coaching-Arbeit! Am Ende half ein Positionswechsel: Wie die meisten Menschen hatte auch Marin Markov in seinem Leben ein paar sehr gute Lehrer, Ausbilder oder Führungskräfte. An diese Menschen denkt er heute noch gerne zurück. Sie sind Teil seiner Geschichte geworden. Jetzt, da er selbst Führungskraft wird, wechselt er die Seiten und wird seinerseits Teil der Lebensgeschichten seiner Mitarbei-

ter. In gewisser Weise gibt er damit etwas zurück, was er selbst bekommen und gerne angenommen hat. Die Sache so zu betrachten half ihm, diese Fortsetzung seiner Geschichte annehmen und aussprechen zu können.)

In der zweiten Runde DER HYMNE geht es wieder um Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft, doch diesmal auf einer inneren, psychologischen Ebene. Wir richten den Blick auf die internale Prozesse, die von selbst stattfinden, wie ein Naturgesetz, zwangsläufig. Was Marin Markov hier genannt hat, kann er nicht abstellen, den es geschieht automatisch:

**Ursache:** *Ich bin eine gute Führungskraft, weil mich dieses Thema schon immer fasziniert und begeistert hat.*

**Bedeutung:** *Ich bin eine gute Führungskraft, denn ich interessiere mich für Menschen.*

**Folge:** *Ich bin eine gute Führungskraft, deshalb sind wir erfolgreich.* (Zeitlich korrekt wäre »werden wir erfolgreich sein«. Doch die gegenwärtige Formulierung war die emotional stärkere Version.)

In der dritten Runde bleiben wir in der Persönlichkeit, doch diesmal geht es um bewusste Entscheidungen in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft:

**Vorbedingung:** *Ich bin eine gute Führungskraft, wenn ich mir wirklich klargemacht habe, was Führung für mich bedeutet.*

**Bedingung (gegenwärtig, andauernd):** *Ich bin eine gute Führungskraft, immer wenn ich selbst bewusst bin.* (Hier haben wir mit der phonetischen Doppeldeutigkeit von Selbstbewusstsein gespielt: Ich bin selbstbewusst/ich bin (mir meiner) selbst bewusst!)

**Folge:** *Ich bin eine gute Führungskraft, deshalb können meine Mitarbeiter lernen und sich entwickeln.*

In der vierten und letzten Runde DER HYMNE nutzen wir noch Archetypen zur Verstärkung. Es gibt viele Archetypen und zwei davon sind besonders wichtig:

**Der Schatten** vertritt die dunkle Seite der Seele: *Ich bin eine gute Führungskraft, obwohl ich oft ungeduldig bin.*

**Der Mentor** symbolisiert das höhere Selbst und sein Vorbild gibt Kraft: *Ich bin eine gute Führungskraft, genauso wie Mahatma Gandhi.* (Auch dieser Satz fiel anfangs nicht leicht, aber ein Coaching ist eine Zeit, in der sich besondere Dinge ereignen dürfen!)

An dieser Stelle des Coaching geht es dem Klienten normalerweise auf eine komfortable Art gut. Es ist ein angenehmes Coaching, wie Wellness. Der Coachee ist zufrieden und denkt, das es das war. – Doch der Coach weiß, dass der Höhepunkt noch bevorsteht: DIE HYMNE! Mit DER HYMNE wird aus Zufriedenheit Begeisterung und der Coachee wird einen wirklich auf-rüttelnden und tief verändernden Moment of Excellence erleben.

DIE HYMNE wird geschaffen, indem wir die Nebensätze aus den vier Durchgängen zu Hauptsätzen (und damit zu Hauptsachen!) umformen. (Teilweise sind hier kleine Veränderungen am Satzbau hilfreich.) Die Satzteile, die sich nach dem Komma von »ich bin eine gute Führungskraft,« verstecken konnten, treten jetzt ins strahlende Licht des Bewusstseins:

***Ich bin eine gute Führungskraft.***

***Ich habe Jahrzehnte an Führungserfahrung.***

***Menschen können in meiner Gegenwart gut arbeiten und sie erzielen gute Ergebnisse.***

***Meine Mitarbeiter werden noch in Jahren und Jahrzehnten von unserer Zusammenarbeit schwärmen und ich werde Teil ihrer Lebensgeschichte.***

***Führung hat mich schon immer fasziniert und begeistert.***

***Ich interessiere mich für Menschen.***

***Zusammen sind wir erfolgreich.***

***Ich mache mir wirklich klar, was Führung für mich bedeutet.***

***Ich bin mir selbst bewusst.***

***Meine Mitarbeiter können lernen und sich entwickeln.***

***Obwohl ich oft ungeduldig bin,  
bin ich eine gute Führungskraft,  
genauso wie Mahatma Gandhi.***

An dieser Stelle war Marin Markov erschüttert. Wie die meisten Coachees wollte er zuerst nicht glauben, dass er selbst all diese Sätze gesagt hatte. In DIESER HYMNE steckt wahrhaft Kraft! In den Tagen und Wochen nach dem Coaching las er diesen Text mindestens einmal am Tag. In DIESER HYMNE fand er die Motivation und Leidenschaft, um seinen Weg zur exzellenten Führungskraft erfolgreich zu gehen.

\*) Marin Markov heißt in Wirklichkeit anders.

\*\*) DIE HYMNE ist die erweiterte Storycode-Version der NLP-Technik des Belief Audit von Robert Dilts.

**Übung:** Formulieren Sie Ihre HYMNE:

- Zeitlich:
  - Die Vorgeschichte
  - Die Gegenwart
  - Die Fortsetzung
- Zwangsläufig:
  - Ursache
  - Bedeutung
  - Folge
- Bewusste Entscheidung:
  - Vorbedingung
  - Bedingung (gegenwärtig, andauernd)
  - Folge
- Archetypen
  - Der Schatten (obwohl)
  - Der Mentor (genau so wie)

# Die Wirklichkeitsmaschine

Es heißt, es gäbe eine Verschwörung. Manche behaupten, seit einigen Jahrzehnten, andere sagen seit Jahrtausenden. Es soll eine mächtige Gruppe geben, die kontrolliert, was wir denken. Sie steuern die Medien und sorgen dafür, dass wir nur ganz bestimmte Informationen bekommen. Sie sorgen dafür, dass wir vieles niemals erfahren. Sie sorgen dafür, dass wir das wenige, was wir erfahren, nur in ganz bestimmten Zusammenhängen erfahren. Dadurch steuern sie, was wir von bestimmten Informationen halten, wie wir uns damit fühlen und welche Reaktion uns angemessen erscheint. Sie schrecken nicht einmal davor zurück, psychoaktive Substanzen ins Wasser zu geben! Kurz gesagt: Sie steuern, was wir als »die Wirklichkeit« betrachten.

Glauben Sie an diese Verschwörung? Hier ist die Wahrheit: Diese Verschwörung gibt es und sie ist mitten in Ihrem Kopf! Denn nichts anderes als das hier Beschriebene macht Ihr Gehirn die ganze Zeit. Bevor irgendwelche Informationen in Ihr Bewusstsein kommen, werden diese gefiltert, zusammengefasst, größtenteils gelöscht, emotional eingefärbt und in einen Zusammenhang gestellt. Das, was Sie »die Wirklichkeit« nennen, ist de facto ein kunstvolles Produkt, welches Sie selbst erschaffen. Ihr Gehirn ist die Wirklichkeitsmaschine.

Es dauert nicht lange und die Wirklichkeitsmaschine läuft nahezu perfekt! Wir bekommen die Maschine in unseren ersten Lebensjahren eingestellt. Doch leider steht sie bei den meisten auf Automatik! Dabei könnte man die Wirklichkeitsmaschine genauso gut bewusst steuern. Doch an allen Hebeln und Schaltern sind Schilder angebracht, die uns warnen: Vorsicht! Nicht berühren! Lebensgefahr! – Man hat uns beigebracht, es sei gefährlich, diese Maschinen selbst zu bedienen. Die meisten Menschen haben Angst, verrückt zu werden oder den Kontakt zur Realität zu verlieren. Doch das ist bereits geschehen: Wir leben in einer von uns selbst erschaffenen Traumwelt.

Wir wollen Ihnen helfen, selbst die Regie über Ihr Leben zu übernehmen und Ihre Wirklichkeitsmaschine bewusst zu bedienen. Die objektive Welt besteht aus Atomen, die subjektive Welt aus Geschichten. Mit Geschichten erklären Sie sich, woher etwas kommt, was es bedeutet und was sich daraus ergibt (oder nicht ergibt). Geschichten machen Wirklichkeit. Storycode ist der Schlüssel, um mit diesen Geschichten bewusst umzugehen.

Betrachten Sie Ihr Leben nicht als einen fertigen Film, den Sie passiv vom Kinosessel aus konsumieren, sondern als ein Meisterwerk, an dessen Entstehung Sie aktiv mitwirken: als Regisseur, Autor, Produzent und Hauptdarsteller! Bei uns lernen Sie, wie es geht.

In diesem Band haben Sie Ihre Geschichten noch »per Hand« umgestaltet. Im nächsten Band konstruieren Sie Ihre Wirklichkeitsmaschine und erleben so automatisch eine bessere Geschichte.

Dies war der Ruf des Abenteurers.

Vielleicht haben Sie die Schwelle in die magische Welt bereits überschritten ...?

– Die Reise hat begonnen!

# ANHANG

## Lösungsvorschläge zu den Übungen

### Sprichworte übersetzen

Geschichte, S.E.K.T., inhalts- und bedeutungsvoll:	Untere Ebene, P.L.A.T.O., inhaltvoll/bedeutungslos:	Obere Ebene, Z.E.U.S., inhaltsleer/bedeutungsvoll:
<i>Das Sprichwort</i>	<i>Fragen Sie sich, mit welchem PLATO Sie dieses Sprichwort verfilmen könnten? Welche Bilder, Szenen und Einstellungen bräuchten Sie ...?</i>	
Wasch mir den Pelz, aber mach mich nicht nass.	Ein Pelz (ein pelziges Tier); Wasser; jemand, der waschen kann.	Es gibt Menschen, die etwas Angenehmes haben wollen, doch eine damit notwendigerweise verbundene Unannehmlichkeit vermeiden möchten.
Viele Köche verderben den Brei.	Viele Köche; ein verdorbener Brei	Wenn zu viele Menschen an der Fertigstellung eines Projekts beteiligt sind, kommen diese zu einem schlechteren Ergebnis, als ein Einzelner gekommen wäre.
Wes Brot ich ess', des Lied ich sing.	Brot; jemand, der Brot isst; Gesang	Ich richte mein Verhalten nach den Standards der Stelle, von der ich meine aktuell verwendeten Ressourcen bekomme.
Man kann nicht gleichzeitig auf zwei Hochzeiten tanzen.	Eine Hochzeit; noch eine Hochzeit; ein Tänzer	Es gibt Alternativen, die zwar beide gleichermaßen wünschenswert sind, die man aber nicht gleichzeitig realisieren kann.
Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer.	Ein kalter Frühlingstag; eine Schwalbe	Ein einzelnes Anzeichen, welches auf ein erwünschtes Ergebnis oder Ereignis hinweist, ist noch kein Beweis für den vollständigen Eintritt dieses Ergebnisses oder Ereignisses.

Viele Wege führen nach Rom.	Rom; ein Weg nach Rom; noch ein Weg nach Rom; ein weiterer Weg nach Rom; ...	Bei einem großen Ziel gibt es viele verschiedene Strategien, die zur Realisierung führen.
Alte Füchse gehen schwer in die Falle.	Ein alter Fuchs; eine leere Fuchsfalle	Mit der Zeit sammelt man Erfahrungen, wodurch es immer unwahrscheinlicher wird, einen entscheidenden Fehler zu begehen.
Rom wurde auch nicht an einem Tag gebaut.	Rom; Bauleute; vergehende Zeit (z.B. viele »Kameraeinstellungen« von Tag und Nacht)	Auch wenn man von fertiggestellten großen Projekten jetzt das Ergebnis auf einmal wahrnehmen kann, ist es doch wichtig, sich bewusst zu sein, dass dieses Ergebnis seine Zeit gebraucht hat.

## Die Pjotriwitsch-Geschichte

### Übung – die Vorgeschichte:

Ach die Pjotriwitsch/Storycoach-Geschichte! Der Huber hat nie getrunken, aber er hat sich viel mit Storytelling beschäftigt. Er wollte wissen, welche Geschichten sich herumsprechen und hat sowohl die Pjotriwitsch, als auch die Storycoach-Geschichte in Umlauf gesetzt und behauptet, dass er – je nachdem, wer welche Geschichte eher glaubt – erstaunlich viel über das Menschenbild des »Geschichtenglaubers« erfährt. Welcher Geschichte haben Sie denn mehr geglaubt ...?

## Der alte Mann und das Pferd

### Übung – die Fortsetzung:

- Der Krieg wurde doch gewonnen und die Söhne kamen mit reicher Beute nach Hause. – Der Krieg hatte die Söhne verändert und sie waren nun gewalttätig und überheblich.
- Der König, dem die Pferde nicht verkauft wurde, nahm sie sich mit Gewalt. – Die Pferde waren von so außergewöhnlich anderem Charakter, dass man den alten Mann an den Königshof bat, um sich der Pferde des Königs anzunehmen.

## Tempo 80 in der Stadt

### Übung – das Bild vergrößern:

Hinter dem Krankenwagen fuhr ein Einsatzwagen der Polizei mit Blaulicht und forderte ihn auf, schneller zu fahren. --- Allerdings hat er bei diesem Tempo beinahe einen Bauarbeiter verletzt! --- Sagte ich eigentlich schon, dass es sich bei dem ganzen um eine Filmproduktion gehandelt hat? ---

## Die Entdeckung der eigenen Meisterschaft

### Möglichkeit 1 (die offensichtliche):

- Ziel: Der Held will wirklich Experte zu diesem Thema sein.
- Schwierigkeit: Als Außenstehender bekommt man zu wenig Informationen über das Produkt.
- Transformation: Der Held opfert sein bisheriges Berufs-Leben und fängt als Berater bei der Firma an.

### Möglichkeit 2 (tiefer):

- Ziel: Der Held will »es« wirklich wissen und geht davon aus, dass wirkliches Wissen nur in Freiheit und Unabhängigkeit entstehen kann.
- Schwierigkeit: Indem der Held sich ausschließlich auf sich selbst verlässt, bekommt er zu wenig Informationen und bringt sich und andere in Gefahr.
- Transformation: Der Held opfert seine Freiheit gegenüber der Firma und lässt sich anstellen. Dadurch bekommt er Zugang zum wirklichen (Produkt-)Wissen und erlebt dadurch eine viel umfangreichere Freiheit in der Beratung von Kunden und Freunden.

## Die letzten drei Berater habe ich verklagt.

### Übung – Was sind in diesem Beispiel Ziel, Schwierigkeit und Lösung?

- Ziel: Der Held (= der Kunde) sucht Vertrauen.
- Schwierigkeit: Es gibt niemanden, dem der Held wirklich vertrauen kann.
- Lösung (nach dem Muster »der Held findet innen, was er außen sucht«): Der Held lernt, sich selbst zu vertrauen.

**Übung – Unsere Geschichte verwendet den Wert »Vertrauen« – formulieren Sie mit einem anderen Thema eine andere Heldengeschichte als Antwort auf den Kunden!**

- Ziel: Der Held (= der Kunde) sucht Perfektion.
- Schwierigkeit: Es gibt niemanden, der wirklich perfekt ist.
- Lösung (nach dem Muster »das Ziel hinter dem Ziel«): Der Held erkennt, dass er Perfektion gesucht hat, um Enttäuschung zu vermeiden. Dadurch wurde er jedes mal enttäuscht (denn niemand ist perfekt!). Er erkennt, dass er damit vor allem sich selbst getäuscht hat. Jetzt, wo er ehrlich zu sich selbst ist, kann er gut mit den Fehlern anderer Menschen umgehen und für sich einen optimalen Berater finden.

»Was Sie da sagen klingt für mich so, als wären sie auf der Suche nach jemandem, der wirklich perfekt ist. Offensichtlich haben Sie bisher aber nur Menschen gefunden, die Fehler gemacht und sie enttäuscht haben. Vielleicht fragen Sie sich, ob sie überhaupt jemals jemanden finden werden, der perfekt ist und keine Fehler macht. Möglicherweise gibt es keinen Menschen auf dieser Welt, der wirklich perfekt ist und ich frage mich, inwieweit sie bei dieser Suche selbst einen Fehler gemacht haben und sich selbst getäuscht haben. Wenn Sie ehrlich zu sich sind, dann gestehen Sie sich ein, dass niemand perfekt ist und jeder Mensch mal einen Fehler macht. Wenn Sie das berücksichtigen, können Sie auf eine schlaue Art mit den Fehlern und Schwächen anderer Menschen umgehen und für sich einen optimalen Berater finden.«

# Über die Autoren



**Ralf Stumpf und Mirela Ivanceanu** sind die Entwickler der Storycode-Methode, in der sie das strukturierte Vorgehen des NLP mit der Erzählform der Heldenreise zu einer tiefgreifenden Transformationserfahrung verbinden.

**Ralf Stumpf** ist Musiker, NLP-Trainer und -Coach, Leiter des Trainingsinstituts »Ralf Stumpf Seminare« in Berlin und Begründer des stärkenorientierten Ansatzes für persönliche Veränderung (»Stärkenorientiertes Coaching«). Im Einzelcoaching und in Seminaren (Ausbildung, offene Seminare und Firmenseminare) begeisterte er Tausende von Menschen und half ihnen, Zugang zu ihren Ressourcen zu finden. Ziel seiner Arbeit ist es, dass Menschen so viele Ressourcen haben, dass erwünschte Veränderungen wie von selbst geschehen.

**Mirela Ivanceanu** ist Dipl. Betriebswirtin, NLP-Lehrtrainerin (DVNLP, ARONLP), NLP-Coach (DVNLP, ARONLP) und Reikimeisterin. Sie ist seit 2003 selbständig als Trainerin und Coach tätig und leitet gemeinsam mit Ihrem Mann Ralf Stumpf das Institut »Ralf Stumpf Seminare« in Berlin. Mit ihrer Arbeit unterstützt sie Menschen dabei, mit sich und mit der Fülle des Lebens in Kontakt zu sein, ihre einzigartigen Qualitäten zu verwirklichen und dadurch das eigene Leben und das Leben anderer zu bereichern.

**Kontakt zu den Autoren** erhalten Sie über deren Website [www.storycode.de](http://www.storycode.de) und per E-Mail an [info@ralf-stumpf.de](mailto:info@ralf-stumpf.de)

**Newsletter:** Ralf Stumpf und Mirela Ivanceanu informieren regelmäßig über Neuigkeiten, wie z.B. den zweiten Band dieses E-Books. Den Newsletter können Sie kostenlos bestellen, das Abo-Formular finden Sie auf jeder Seite der Homepage in der rechten Randspalte.

Von den Autoren von »Der Storycode – Band 1: Wir machen Wirklichkeit«:

# Die Ressourcekärtchen

## »Spielend leicht aktivieren Sie Ihre Ressourcen«

Die Ressourcekärtchen sind das Selbstcoaching-Set mit

- ⇒ 32 Spielkarten mit ressourcervollen Fragen
- ⇒ 100-seitigem Begleitbuch mit
- ⇒ Erläuterungen zu jeder Karte
- ⇒ 12 grundlegenden Spielvarianten und
- ⇒ 12 fortgeschrittenen Spielvarianten
- ⇒ *plus* Zugang zum exklusiven Web-Bereich
- ⇒ *plus* monatlichem Coaching-Newsletter mit weiteren Spielvarianten



Die Ressourcekärtchen sind ein neuartiges Selbstcoachingkonzept, mit dem Sie effektiv und spielerisch Ihre Stärken aktivieren können. 32 Kärtchen mit ressourcervollen Fragen und ein Begleitheft mit 24 Spielvarianten laden Sie dazu ein, sich täglich spielend leicht mit Ihren Ressourcen zu beschäftigen: Alleine, zu zweit, oder in der Gruppe. In jedem Spiel stellen Sie sich ressourcervolle Fragen und geben Sie sich ressourcervolle

Antworten: über 10.000 in einem Jahr! Erleben Sie die Veränderung, wenn Sie Ihre Ressourcen leben.

Weitere Informationen, Bezugsmöglichkeiten und ein ausführliches Gespräch mit Mirela Ivanceanu über ihre Erfahrungen mit den Ressourcekärtchen finden Sie auf unserer Website: <http://www.ralf-stumpf.de/die-ressourcekaertchen.html>

# Sie sind herzlich willkommen!



In unseren Räumen in Berlin-Prenzlauer Berg bieten wir fast jedes Wochenende und häufig in der Woche **Storycode- und NLP-Seminare an**, zum Beispiel: Was die Geschichte antreibt: Der Held hat ein Ziel und es gibt eine Schwierigkeit. Doch es gibt eine Lösung! (Flacher oder tiefer Held?) – Die Transformation (Opfer, Verwandlung, Elixier, Schatz und Schätzchen.) – Storycode-Intensivwoche – Storycode im Verkauf – NLP im Smalltalk (am Beispiel von Self-Nurturing, Six-Step-Reframe, ...) – Stationen der Heldenreise: Der Ruf des Abenteurers (der Herold); Heimkehr – Die Prämisse (der Mentor) – Die Archetypen und ihre Funktion im Monomythos (der Schatten) – NLP-Practitioner-Training »Upgrade Your Life« – Theaterimprovisation & Storytelling *Firmenseminare und Vorträge auf Anfrage!*

Weitere Informationen finden Sie auf unserer sehr ausführlichen Website

## [www.storycode.de](http://www.storycode.de)

**Übernehmen Sie die Regie: Es lohnt sich nicht, über das schlechte Programm zu schimpfen, wenn einem der Sender gehört!**

Ralf Stumpf Seminare  
Ralf Stumpf und Mirela Ivanceanu GbR  
Jablonskistraße 25  
10405 Berlin

Telefon: (0 30) 53 14 15 14 0  
E-Mail: [info@ralf-stumpf.de](mailto:info@ralf-stumpf.de)  
Web: [www.ralf-stumpf.de](http://www.ralf-stumpf.de)

Storycode ist eine eingetragene Marke von Ralf Stumpf und Mirela Ivanceanu

***Zwischen Ihnen und Ihrem  
Glück steht nur die Geschichte,  
die Sie sich erzählen –  
als Mauer oder als Brücke!***