

Hypnose im Alltag



Hans-Peter Zimmermann

Hypnose im Alltag

**Hypnotische Sprachmuster
in Politik, Verkauf und Werbung**

Hans-Peter Zimmermann

Coto Edition

Hans-Peter Zimmermann

Hypnose im Alltag

**Hypnotische Sprachmuster
in Politik, Verkauf und Werbung**

©1998 Hans-Peter Zimmermann

Karikaturen ©1998 Anita Zimmermann
Alle Rechte, insbesondere das Recht der
Vervielfältigung und Verbreitung sowie der
Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf
in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm
oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche
Genehmigung des Autors reproduziert oder unter
Verwendung elektronischer Systeme gespeichert,
verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Neu überarbeitete und für Tablets optimierte
Ausgabe © 2014 Hans-Peter Zimmermann

Jegliche kommerzielle Nutzung bedarf der
schriftlichen Genehmigung des Autors:
hpz@hpz.ch

Das Original dieses Dokuments befindet sich auf
<https://hpz.ch>

Das lernen Sie hier...

Für wen ist dieses Buch?.....	8
Ein Vorwort, das Sie lesen sollten.....	9
Wie sieht's aus mit der Ethik?	15
Ein Wort an die NLP-Freaks und all jene, die zu wenig über NLP wissen... ..	19
Was ist denn nun eigentlich Hypnose?	25
Hypnotische Phänomene, und warum Sie sie kennen sollten.....	26
Amnesie	26
Hypermnesie	27
Glieder-Katalepsie	29
Anästhesie und Analgesie	30
Ideomotorische Signale	31
Halluzinationen.....	33
Kinästhetische Delusionen.....	35
Posthypnotische Suggestionen.....	37

Was vermutlich weder die Bühnen-Hypnose noch die therapeutische Hypnose können.....	41
Was ist denn der Unterschied zwischen Hypnose, Entspannung und Meditation?	49
Autoritäre, permissive und indirekte Suggestion....	55
Hypnotische Sprachmuster, und wie sie funktionieren... ..	61
Der eingebettete Befehl	61
Das Ja-Set	64
Die Präsupposition oder Implikation	68
Gedankenlesen	72
Konversationelle Postulate	75
Rhetorische Fragen	80
Nominalisierung und Satzfragmente	86
Verletzung der Selektionsbeschränkung	89
Fehlender Referenzindex	90
Das zerpfückte Vorwort.....	93

Die heimlichen Verführer.....	103
Psychagog oder Psychopath?	109
Johnny Hochdruck und ein weiteres Manipulations- Muster.....	115
Muss ich jetzt paranoid werden oder was?	123
Ein paar Literatur-Tipps für Interessierte	129
Literatur in deutscher Sprache	129
Literatur in englischer Sprache	134



Über den Autor:

Der gebürtige Schweizer [Hans-Peter Zimmermann](#) ist seit 1991 bekannt als Bestseller-Autor, Erfolgs-Trainer und Experte für Kleinbetriebs-Marketing.

Während eines Kalifornien-Aufenthalts von 1993 bis 1998 absolvierte er eine Ausbildung in Klinischer Hypnose. Seine über 1000-seitige Doktorarbeit (in Englisch) ist im Mitglieder-Bereich seines [Insider-Clubs](#) verfügbar.

Zimmermann unterrichtet seit 1998 erfolgreich Therapeuten und Laien in Klassischer, Ericksonscher, aufdeckender und systemischer Hypnotherapie.

Von 2012 bis 2016 pendelte er erneut zwischen seiner alten und neuen Heimat hin und her und engagierte sich zusätzlich in der Film-Industrie.

Das Buch «Hypnose im Alltag» zeigt auf eindrückliche und leicht verständliche Weise, wie Sprache direkt auf unser Nervensystem wirkt, und wie Sie sich davor schützen können.

Für wen ist dieses Buch?

- Für die Teilnehmer meiner [Seminare](#),
- Für alle Menschen, die wissen möchten, wie Sprache auf unser Nervensystem wirkt,
- Für Therapeuten, die sich einen Überblick über Ericksonsche Sprachmuster verschaffen möchten, und die auf komplizierte Experten-Sprache verzichten können.

Ein Vorwort, das Sie lesen sollten...

Liebe Leserin, lieber Leser,

Möglicherweise haben Sie sich soeben gemütlich hingesetzt und zu sich gesagt: «Jetzt gönne dir mal ein wenig Ruhe und lies dieses interessante Buch!» Ich möchte Ihnen zu diesem Entscheid gratulieren, und zwar aus folgendem Grund:

Ich bin der Meinung, dass 99 Prozent von dem, was «da draußen» in der Welt geschieht, Hypnose ist. Denken Sie nur an eine lange Fahrt auf der Autobahn... ist es Ihnen auch schon passiert, dass Sie sich plötzlich fragten, wie Sie die letzte halbe Stunde verbracht haben?

Oder denken Sie an eine alltägliche Situation in einem Fahrstuhl. Sie wissen, Sie möchten von der zehnten in die erste Etage. Sie steigen ein und drehen sich um in Richtung Tür, weil Sie immer sehen möchten, in welcher Etage Sie sich befinden. Und Sie zählen innerlich mit:

10... 9... 8... 7... 6... 5... 4... 3...

Die Tür geht auf, Sie schreiten auf den Flur und stellen verwundert fest, dass Sie noch nicht in der ersten

Etage angelangt sind. Es fühlt sich einfach noch nicht an wie die erste Etage, nicht wahr?

Wenn Sie dann wieder in den Fahrstuhl steigen, um schließlich dort auszusteigen, wo Sie immer schon hin wollten, sagen Sie zu sich selbst: «So ist's richtig. Hervorragend! Jetzt bist du da, wo du immer schon hin wolltest.»

Ein weiteres Beispiel für eine Alltags-Trance: Sie sitzen vor dem Fernseher, den Blick starr auf die Mattscheibe gerichtet, und wie in einem Traum ziehen all diese Bilder an Ihnen vorbei. All diese bekannten und lange vergessenen Bilder...

Ich weiß nicht, wann es Ihnen genau aufgefallen ist, dass in diesen Momenten der ganz normalen Alltags-Hypnose, so wie jetzt, der Weg zu Ihrem Unterbewusstsein nahezu hindernisfrei ist und alles, was ich jetzt zu Ihnen sage, in Ihrem Unterbewusstsein all die kleineren und größeren Veränderungen vornehmen kann, die nötig sind, damit Sie genau dort hin kommen, wo Sie hin kommen möchten.

Wenn ich mich vor einiger Zeit in Klinischer Hypnose habe ausbilden lassen, dann nicht in erster Linie, weil ich hypnotisieren wollte, sondern um zu *enthypnotisieren*. Selbstverständlich überlasse ich es völlig Ihnen, wann Sie heute aus der Massen-Hyp-

nose aufwachen möchten. Und Sie sind auch völlig frei, dieses Buch heute noch zu Ende zu lesen, oder noch bis morgen zu warten.

Ob Sie wohl ebenso gespannt sind wie ich, wie es weiter geht? Und während sich der gesunde Skeptiker in Ihnen fragt, ob dieses Buch tatsächlich etwas für Sie ist (so ist's richtig!), hat sich Ihr Unterbewusstsein möglicherweise längst zum Weiterlesen entschlossen.

Übrigens.. Ihnen ist sicher aufgefallen, dass ich nie gesagt habe: «Tun Sie genau das, was ich von Ihnen verlange.» Nein, daran würden Sie ja sofort erkennen, dass ich Sie manipulieren will, nicht wahr? Es würde mir auch nicht im Traum einfallen, Ihnen zu suggerieren: «Sorgen Sie dafür, dass dieses Buch ein Bestseller wird!» Da würden Sie kurz schmunzeln und das Buch in eine Ecke werfen. Sie haben recht: In diesem Buch geht es um viel subtilere Methoden. Wer sie kennt, der lebt erstens viel bewusster, und zweitens wird er dafür sorgen, dass sich mit jedem Tag und in jeder Hinsicht der selbstbestimmte Anteil seiner Persönlichkeit gegenüber dem fremdbestimmten ausdehnen kann.

Es ist ja nicht immer so, dass nur anständige Menschen Sie mit hypnotischen Sprachmustern bezirzen. Das können auch mal schamlose Ausbeuter sein. Oder machtgierige Politiker. Oder Sektenführer. Oder Priester und Pfarrer, falls das nicht dasselbe ist. Und was dann geschieht, das ist Ihnen ja von der Geschichte her bestens bekannt.

So, liebe Leserin und lieber Leser: Jetzt Hand aufs Herz! Haben Sie gemerkt, wie ich Sie mit jedem Satz dieses Vorworts manipuliert habe? Falls Sie nicht Hypnose-Experte sind, vermutlich nicht. Mit diesem Buch möchte ich Sie aus der Alltags-Trance herausholen und Ihnen zeigen, wie gewisse Menschen und auch die Massenmedien (zum Teil mit voller Absicht und ziemlich schamlos) mit Ihrem Unterbewusstsein ihr Spielchen treiben. Sind Sie bereit? Also, los geht's!

Ich werde Ihnen alles erklären, was Sie wissen müssen, um sprachliche Manipulation im Alltag sofort zu erkennen und unschädlich zu machen. Übrigens... wir kommen selbstverständlich auf dieses Vorwort noch zurück. Es strotzt nur so vor hyp-

notischen Sprachmustern. Seien Sie also bitte auch vor mir auf der Hut!

Zum leichteren Verständnis habe ich fünf Bereiche wie folgt gekennzeichnet:

Therapeutischer Bereich

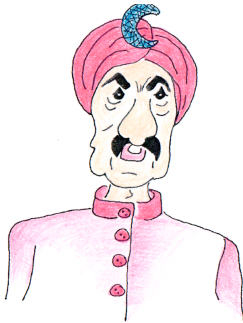


Politik



Verkauf

Werbung



Bünnen-Hypnose

Lassen Sie mich noch ein Wort zum Thema Ethik sagen...

Wie sieht's aus mit der Ethik?

Haben Sie übrigens das Vorwort gelesen? Wenn nein, dann sollten Sie es unbedingt tun, bevor Sie weiterfahren. Denn im Gegensatz zu anderen Vorwörtern ist dieses hier sehr wichtig für das Verständnis der folgenden Kapitel.

Also, hier ist meine klare Meinung zum Thema Ethik in Werbung und Verkauf:

Mir soll jedes Mittel recht sein, sofern es zu langfristigem Glück und Erfolg aller Beteiligten führt. Wenn Sie zum Beispiel einen Kleinbetrieb besitzen (mein Lieblings-Zielpublikum!) und ein redlicher Mensch sind, der hervorragende Arbeit leistet und seinen Kunden beim Problemlösen hilft, dann müssen Sie ja dafür sorgen, dass die Menschen erfahren, dass es Sie gibt und wie man Ihre Dienste in Anspruch nehmen kann. Wenn Sie sich so positionieren, wie ich es in meinem Buch «Groß-Erfolg im Kleinbetrieb» vorgeschlagen habe, werden Sie immer weniger Werbung benötigen und können immer mehr zu ganz normaler, solider Information übergehen.

Wenn Sie jedoch der Marketing-Manager einer Zigarettenfirma sind, dann wissen Sie genau, dass Ihre Kunden niemals das Glück und den Erfolg bekommen werden, den Sie in Ihrer Werbung versprechen. Das ist meiner Meinung nach ethisch fragwürdig, und ich bin froh, dass wir in einem Universum leben, wo das Gesetz von Aktion und Reaktion voll funktioniert.

Dasselbe gilt für einen Manager von Seppi-Cola, der glaubt, der Menschheit einen Gefallen zu tun, wenn er sie mittels hypnotischer Methoden dazu bringt, zur Seppi-Flasche anstatt zur Hoppla-Flasche zu greifen. Weder Seppi-Cola noch Hoppla-Cola liefern das, was versprochen wird.

Versprochen wird nämlich folgendes: Dazu gehören, Jungsein, Freunde gewinnen, genauso erfrischt sein, wie wenn man sich unter einen Wasserfall stellt. Geliefert wird in beiden Fällen ein künstlich braun gefärbtes Gesöff ohne jeglichen Nährwert. Ich weiß es aus eigener Erfahrung, denn ich trinke selbst regelmäßig davon. Kann mich mal jemand aus der Trance holen, bitte!

Glauben Sie ja nicht, dass Sie als intelligenter Mensch gegen hypnotische Manipulation gewappnet sind! Intelligenz hat damit sehr wenig zu tun. Die Art Hypnose, die oft in der Markenwerbung und in

der Politik angewandt wird, sorgt dafür, dass Ihre höheren Zentren (unter anderem das Großhirn) weitgehend ausgeschaltet sind. Hypnotische Werbung und Propaganda richten sich direkt an Ihr Stammhirn, das wegen seines entwicklungsgeschichtlich eher fortgeschrittenen Alters auch Reptilienhirn genannt wird.

Und jetzt noch etwas zum Thema NLP...

Ein Wort an die NLP-Freaks und all jene, die zu wenig über NLP wissen...

Falls Sie nicht wissen, was NLP ist: Diese Abkürzung steht für Neurolinguistisches Programmieren. «Neuro» hat mit dem Nervensystem zu tun und «Linguistik» ist die Lehre der Sprache.

Hier ganz kurz die Entstehungsgeschichte von NLP: Zwei Amerikaner, der Linguist John Grinder und der Informatiker Richard Bandler, haben in den frühen 70er Jahren drei Therapeuten und deren Methoden eingehend studiert: Den amerikanischen Arzt und Hypnose-Therapeuten Milton Erickson, die Familientherapeutin Virginia Satir und den Verhaltenstherapeuten Fritz Perls.

Daraus haben die beiden ein neues, ziemlich großes Gebiet der Psychotherapie entwickelt, das zum größten Teil auf dem Einsatz hypnotischer Sprachmuster beruht. Der Klient geht dabei oft mit offenen Augen in eine Trance, ohne es zu wissen. Im therapeutischen Bereich verwende ich selbst gewisse NLP-Techniken (immer mit dem Einverständnis des Klienten), und ich bin begeistert von den unglaub-

lich schnellen und dauerhaften Resultaten. Zum Beispiel kann eine sogenannte Teile-Integration einen Raucher innerhalb von zehn Minuten nicht nur zu einem glücklicheren Menschen, sondern auch zu einem Nichtraucher machen. Und wenn Sie seit Jahren schon eine Phobie mit sich herumschleppen, werden Sie sie mit dem NLP-Phobiemodell in etwa 15 Minuten los sein.



Das Raffinierte am NLP sind eigentlich nicht einmal die Techniken; die sind meines Erachtens fast allesamt aus irgendwelchen bestehenden therapeutischen Schulen zusammengeklaut worden. Nein, das eigentliche Verdienst, das man Bandler und Grinder neidlos zugestehen muss, ist die radikale Umsetzung in sofortige Resultate und die Einstellung, die hinter der NLP-Therapie stehen soll: Nämlich dass wir Menschen alle Ressourcen zur Verfügung haben, die wir brauchen, um uns zu ändern, und dass der Therapeut dem Kunden lediglich hilft, sich auf seiner eigenen geistigen Landkarte besser zurechtzufinden.



Bandler und Grinder haben jedoch in meinen Augen einen schwerwiegenden Fehler begangen: Sie sagten sich, wenn NLP in der Therapie so gut funktioniert, warum zeigen wir dann den Menschen nicht, wie sie diese Techniken auch in der Business- und vor allem der Verkaufs-Welt anwenden können?

Unter anderem entwickelten sie eine Technik, mit der man die «interne Kaufstrategie» eines Menschen herausfinden kann. Wenn man diese kenne, so die NLP-Gründer, könne man einem Menschen nahezu alles verkaufen.

Als Rechtfertigung für ihr fragwürdiges Tun gaben sie solche und ähnliche Sätze von sich, die heute von jedem NLP-Freak nachgeplappert werden:

«Schließlich manipulieren wir immer, egal ob es uns bewusst ist oder nicht. Warum sollen wir es dann nicht bewusst und mit System tun?» Das ist meiner Meinung nach ein Trugschluss. Gerade *weil* Sie nach der Lektüre dieses Buches wissen, wie Manipulation funktioniert, sollten Sie damit vorsichtiger und ehrlicher umgehen.

Falls Sie also ethisch unsaubere Absichten haben, werden Sie jetzt möglicherweise den unwiderstehlichen Drang verspüren, dieses Buch beiseite zu legen und es nie wieder aufzumachen...

Gottseidank ist das Universum auch hier sehr gerecht: In Deutschland sind Fälle bekannt, wo man ganze Verkaufsorganisationen in NLP geschult hat. Die Umsätze gingen zunächst schlagartig nach oben, sackten jedoch nach ein paar Monaten so tief ab, dass die Firma Konkurs anmelden musste.

Eigentlich logisch, nicht? Nachdem der hinterste und letzte Kunde gemerkt hatte, dass man ihn wider Willen in einen Verkaufs-Abschluss hinein manipuliert hatte, sprach sich die fragwürdige Ethik dieser Firma sehr rasch herum.

Also, nochmals eine Warnung an alle NLP-Freaks: NLP und hypnotische Sprachmuster gehören meiner Meinung nach ins Therapie-Umfeld, wo aktive Hypnose betrieben wird, das heißt, wo sich Klient und Therapeut über deren Verwendung einig sind. In Verkauf und Management haben diese Techniken nichts zu suchen! Sonst sind Sie selber schuld, wenn das Universum erbarmungslos zurück schlägt.

Sind Sie einverstanden, dass wir uns zuerst ein wenig über die spannenden Grundsätze der Hypnose unterhalten, bevor wir zu den noch spannenderen hypnotischen Sprachmustern schreiten? Gut.

Was ist denn nun eigentlich Hypnose?

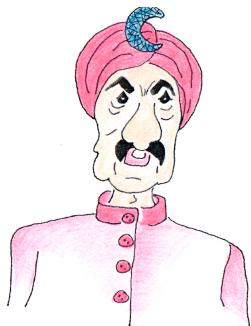
Trösten Sie sich: Ich habe über ein Jahr gebraucht, bis ich einigermaßen verstand, was Hypnose ist. Und ich weiß es noch immer nicht zu hundert Prozent. Das finde ich ja gerade das Spannende an diesem Gebiet, dass man offenbar nie ausgelernt hat. Haben Sie also ein wenig Geduld mit sich und auch mit mir. Ich werde Ihnen in diesem Kapitel erst einmal sagen, was Hypnose *nicht* ist, und dann den Versuch einer Definition wagen.

Zunächst einmal: Hypnose ist *nicht* Schlaf. Jeder Hypnotisierte bekommt alles mit, was geschieht. Und er hat auch das Gefühl, dass sein freier Wille voll funktioniert. Ich sage absichtlich «er hat das Gefühl», denn es wäre vermutlich gelogen, wenn man sagen würde, sein freier Wille funktioniere hundertprozentig. Doch davon später. Je nach Tiefe der Hypnose können verschiedene hypnotische Phänomene auftreten. Die meisten davon sind Ihnen durch die sogenannte Bühnen- oder Show-Hypnose sicher bestens bekannt:

Hypnotische Phänomene, und warum Sie sie kennen sollten...

Amnesie

Amnesie bedeutet das Vergessen gewisser Gedächtnis-Inhalte.



In der Bühnen-Hypnose suggeriert der Hypnotiseur beispielsweise dem Hypnotisierten, dass er sich nicht mehr an seinen Namen erinnern werde, sobald er die Augen aufmache. Wenn die Versuchsperson später nach ihrem Namen gefragt wird, scheint sie sich tatsächlich nicht daran erinnern zu können. Erst wenn der Hypnotiseur die Suggestion rückgängig macht, wird der Name wieder erinnert.

Ich persönlich finde es unverantwortlich, mit Amnesie herumzualbern. Natürlich ist der Gedanke verlockend, zum Beispiel einen Raucher dazu zu brin-

gen, dass er sich nicht mehr daran erinnern kann, jemals geraucht zu haben. Aber wer garantiert uns denn, dass wir damit nicht auch gleichzeitig Gedächtnis-Inhalte löschen, die für die Entwicklung dieses Menschen von ausschlaggebender Bedeutung sind?

Hypermnésie

Hypermnésie ist das Gegenteil von Amnesie und bedeutet «gesteigertes Erinnerungsvermögen». Das heißt, der Hypnotisand erinnert sich an Ereignisse, die er eigentlich vergessen geglaubt hat, oder die er gar nie bewusst wahrgenommen hat. Dieses Phänomen wird in der Show-Hypnose nicht allzu oft verwendet, dafür umso öfter in der Therapie, und in manchen Ländern auch bei polizeilichen Ermittlungen.

Im therapeutischen Umfeld wird beispielsweise ein traumatisches Ereignis aus der Vergangenheit mittels Hypnose noch einmal durchlebt und kann so quasi «aus dem



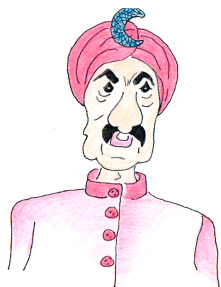
Nervensystem gelöscht» werden. Die Resultate mit solchen Therapieformen sind schnell und gründlich.

Bei polizeilichen Ermittlungen kann man sich das Phänomen der Hypermnésie zum Beispiel wie folgt zunutze machen: Ein forensischer (=kriminalistischer oder gerichtsmedizinischer) Hypnotiseur versetzt einen Mann in Trance, der in einem Restaurant zusammen mit seiner Frau zu Abend aß, während nachgewiesenermaßen am Nebentisch eine Verbrecherbande einen Einbruch plante. Der Zeuge behauptet zwar, er habe nichts mitbekommen, und das mag auch stimmen. Wenn man ihn jedoch hypnotisiert und ihm suggeriert, dass er sich an alles erinnern kann, wird er möglicherweise wichtige Hinweise liefern können.

Bitte merken Sie sich: Wenn man diesen Mann nachher fragt, was er bei der Hypnose gefühlt habe, wird er vermutlich sagen, er hätte das Gefühl gehabt, dies alles frei zu erfinden. 70 oder mehr Prozent seiner Hinweise können sich jedoch als der Wahrheit entsprechend herausstellen.

Glieder-Katalepsie

Bereits leichte Trance-Zustände genügen, um beispielsweise einem Arm zu suggerieren, dass er ganz automatisch nach oben schweben soll. Der Hypnotisand hat dabei das Gefühl, dass «etwas von innen her» seine Muskeln bewegt. Ein kataleptischer Arm kann stundenlang in der Luft schweben, ohne dass die Versuchsperson ermüdet. Manchmal spürt der Hypnotisand nicht einmal mehr, wo der Arm sich genau befindet.



Vielleicht haben Sie schon einmal bei einer Bühnen-Show die sogenannte kataleptische Brücke erlebt: Der Hypnotiseur suggeriert dem Hypnotisanden, dass sein ganzer Körper steifer und steifer werde. Dann legt er ihn zwischen zwei Stühle und stellt sich mit seinem ganzen Körpergewicht auf ihn. Was so spektakulär aussieht, können Sie jederzeit mit offenen Augen zu Hause durchführen; es braucht nur eine ganz leichte Trance dazu. Aber bitte: Kraxeln Sie nicht auf einem Menschen mit Rückenproblemen herum!

Anästhesie und Analgesie

Anästhesie heißt Empfindungslosigkeit. Analgesie, ein Unterbegriff der Anästhesie, bedeutet Schmerzlosigkeit. Bei der Analgesie spürt der Patient noch, dass an ihm gearbeitet wird, aber er empfindet keinen Schmerz. Die Anästhesie geht noch eine Stufe weiter: Da empfindet der Patient gar nichts mehr. Die beiden Begriffe werden jedoch oft synonym verwendet.

Vielleicht sind Ihnen Fälle von indischen Fakiren bekannt, die in der Versenkung (=Selbst-Hypnose) sich eine Nadel durch die Haut oder die Zunge stechen, ohne ein Zeichen von Schmerz von sich zu geben.

Im Lauf der Geschichte wurde so ziemlich jede erdenkliche Operation durchgeführt mit Hypnose als einzigem Anästhetikum, das heißt, ohne chemische Anästhesie. Und es gibt auf der ganzen Welt Zahnärzte, die Hypnose anstelle von chemischen Anästhetika anbieten.



Hypnotische Anästhesie für Zahnbehandlungen können Sie übrigens selber lernen, das ist sehr leicht. Sagen Sie einfach bei Ihrem nächsten Zahnarzt-Besuch zu Ihrem Kiefer: «Du gehst im Park spazieren. Solange ich auf diesem Zahnarzt-Stuhl sitze und meine Augen geschlossen halte, wirst du völlig gefühllos sein.»

Wenn ich zum Zahnarzt gehe, erledige ich einfache Eingriffe ohne chemische Anästhetika, bei komplizierteren Verfahren verlange ich einen Viertel der normalen Novocain-Dosis. Sehr gut hilft mir auch der folgende Trick: Immer dann, wenn der Zahnarzt den Bohrer ansetzt, sage ich innerlich zu mir: «Im Moment ist niemand da. Bitte hinterlassen Sie eine Nachricht, dann rufen wir Sie zurück.» Sie lachen, aber es funktioniert prima!

Ideomotorische Signale

Ich weiß nicht, wie viel Erfahrung Sie damit haben. Aber möglicherweise haben Sie schon festgestellt, dass Ihr Unterbewusstsein mehr weiß, als Ihr logisches Denken manchmal wahrhaben will. Wenn Sie beispielsweise wissen möchten, ob Ihre schwan-

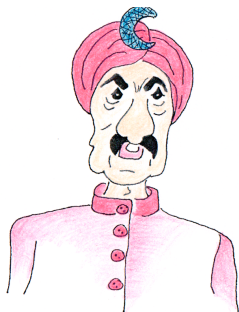
gere Freundin ein Mädchen oder einen Jungen erwartet, können Sie Ihrem Unterbewusstsein die folgende Suggestion geben: «Wenn du ja sagen willst, bewegst du den Zeigefinger der rechten Hand. Wenn du nein sagen willst, bewegst du den Mittelfinger.» Stellen Sie dann Ihrem Unterbewusstsein die Frage: «Ist es ein Junge?»

Einer der beiden Finger wird sich sofort etwas anders anfühlen als der andere, und in den meisten Fällen werden Sie dort ein Ziehen oder gar ein Zucken verspüren. Das sind sogenannte ideomotorische Signale, also Signale, die von Ihrem Unterbewusstsein direkt an Ihr motorisches Nervensystem geschickt werden.

Die genauen körperlichen Vorgänge sind noch unbekannt. Für die Experten unter Ihnen: Man vermutet, dass das limbische System eine wichtige Rolle spielt, die dem Hypothalamus direkt übergeordnete Zentrale des vegetativen Nervensystems und des endokrinen Regulationssystems. Menschen, die ein Pendel benutzen, tun dies eigentlich nur, um diese ideomotorischen Signale zu verstärken und deutlicher sichtbar zu machen. Das hat also nichts mit Zauberei zu tun, sondern lediglich mit einer Verstärkung der unbewussten Signale.

Halluzinationen

Bei Halluzinationen unterscheidet man zwischen positiven und negativen Halluzinationen. Eine positive Halluzination bedeutet, dass der Hypnotisand etwas wahrnimmt, was nicht da ist. Eine negative Halluzination bedeutet, dass der Hypnotisand etwas nicht wahrnimmt, was in Wirklichkeit da ist. Meiner Meinung nach hat dieses Phänomen keinen therapeutischen Wert und sollte eigentlich auch bei einer Hypnose-Show mit großer Vorsicht genossen werden. Halluzinationen sind nämlich unter anderem ein Symptom, das bei Schizophrenie auftritt, und ich bin mir nicht so sicher, ob man mit solchen Dingen herumspielen sollte.



Gerade weil dieses Phänomen so publikumswirksam ist, wird es natürlich von Bühnen-Hypnotiseuren immer wieder gern eingesetzt.

Beispielsweise suggeriert der Hypnotiseur seinem «armen Opfer», auf seiner Hand befinde sich ein Kanarienvogel, der gleich davonfliegen wolle, und die Aufgabe des Hypno-

tisanden sei es, diesen Vogel am Davonfliegen zu hindern. Zum Ergötzen des Publikums wird nun die Versuchsperson mit ihrem imaginären Kanarienvogel kreuz und quer über die Bühne rennen. Sie wissen jetzt auch schon, wie man das nennt, nicht wahr? Richtig, eine positive Halluzination.

Hier ist ein Beispiel für eine negative Halluzination: Der Show-Hypnotiseur suggeriert der Versuchsperson, dass seine Uhr vom Handgelenk verschwunden sei und er sie überall suchen werde. Der Hypnotisand wird darauf bestehen, dass seine Uhr verschwunden sei, obwohl das Publikum sehen kann, dass dem nicht so ist. Halluzinationen sind nur möglich in einer sehr tiefen Trance. Man nennt sie auch schlafwandlerische oder somnambulistische Trance. Da jedoch fast 20 Prozent der Bevölkerung fähig sind zu solcher Trance-Tiefe, wird es für jeden Bühnen-Hypnotiseur ein leichtes sein, in seinem Publikum zwei bis drei brauchbare Versuchspersonen zu finden. Dazu kommt noch, dass Bühnen-Hypnotiseure immer Freiwillige suchen und nie jemanden zum Mitmachen zwingen. Die Tatsache, dass sich jemand freiwillig für so etwas meldet, sagt schon einiges aus über diesen Menschen:

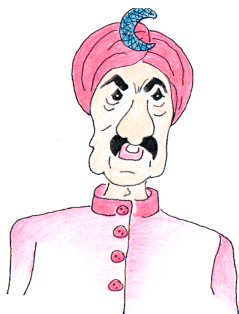
- a) Er will offenbar hypnotisiert werden,
- b) er will Spaß haben und weiß, dass das Publikum auch Spaß haben möchte,
- c) er ist bereit, sich zur Schau zu stellen.

Der Bühnen-Hypnotiseur kann daher davon ausgehen, dass unter 20 Freiwilligen mindestens acht brauchbare Versuchspersonen zu finden sind, und er kennt relativ einfache Suggestibilitäts-Tests, mit deren Hilfe er die Richtigen heraus pickt.

Kinästhetische Delusionen

Auch dieses Phänomen gehört in den Bereich der Show-Hypnose, und es wirft in besonderem Masse die Frage auf, inwieweit wir Menschen überhaupt eine objektive Welt wahrnehmen können, oder anders gefragt: ob wir nicht einfach Spielbälle unseres Nervensystems sind, das jedermann programmieren kann, sofern er die Geheimnisse kennt, die dahinter stecken. Der Hypnotiseur suggeriert beispielsweise, dass die Stühle auf der Bühne, sobald er bis drei gezählt habe, ganz heiß würden, so heiß, dass keiner es mehr darauf aushalten werde. Sobald

der Hypnotiseur bis drei gezählt hat, werden die Versuchspersonen beginnen, unruhig auf dem Stuhl hin- und her zu rutschen, bis sie plötzlich aufspringen und sagen, sie hielten es nicht mehr aus.



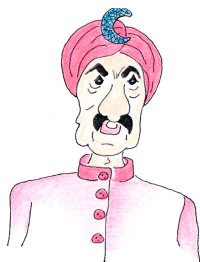
Dieses Phänomen kann so weit gehen, dass der Hypnotiseur den Hypnotisanden mit einem Eiswürfel berührt, während er ihm suggeriert, es sei ein glühendes Eisen. Die Versuchsperson wird nicht nur das Gefühl haben, der Eiswürfel sei heiß; seine Haut wird sogar mit Brandblasen reagieren.

Der Vollständigkeit halber sei hier erwähnt, dass einige Hypnose-Experten der Meinung sind, in letzterem Fall wende der Show-Hypnotiseur einen Trick an. Es gibt nämlich eine chemische Substanz, die er unmerklich auf die Haut des Probanden auftragen kann, und die dafür sorgt, dass die Haut eine brandblasenähnliche Reaktion zeigt.

Posthypnotische Suggestionen

Posthypnotische Suggestionen sind Suggestionen, die auch nach der Hypnose noch ihre Wirkung behalten.

In der Therapie nutzt man dieses Phänomen, indem man dem Klienten nach der ersten Sitzung etwa Folgendes suggeriert: «Mit jeder Hypnose-Sitzung werden Sie leichter und schneller in Trance gehen. Ihr Unterbewusstsein wird in den kommenden Tagen und Wochen alle kleineren und größeren Veränderungen vornehmen, die nötig sind, damit Sie genau dort hin kommen, wo Sie möchten.»



Der Bühnen-Hypnotiseur wird zu seiner Versuchsperson sagen: «In einem Augenblick werde ich bis drei zählen, dann werden Sie Ihre Augen öffnen. Jedes Mal, wenn ich meine Krawatte berühre, werden Sie den unwidersteh-

lichen Drang verspüren, von Ihrem Stuhl aufzustehen und sich zu strecken.» Die Versuchsperson wird sich genau an diese Anweisungen halten. Wenn man sie fragt, ob sie denn die Suggestion mitbekommen habe, wird sie sagen: «Selbstverständlich.» Auf die Frage, ob sie denn nicht widerstehen könne, wenn der Hypnotiseur an die Krawatte greife, wird sie etwa wie folgt antworten: «Ich könnte schon, aber warum sollte ich? Ich fand es eine gute Idee, mich zu strecken.»

Auch hier sind sich die Experten uneinig, was die Erklärung für diese Reaktion betrifft. Die einen sind der Meinung, dass auch hier der Gruppendruck ausschlaggebend sei; die anderen sind überzeugt, dass es sich hier um eine induzierte Zwangshandlung handelt, und dass der Proband mit seinen Erklärungsversuchen lediglich "rationalisiert", d.h. für seine unvernünftige Handlung eine vernünftige Erklärung sucht.

Damit hätten wir die wichtigsten hypnotischen Phänomene kurz angeschnitten. Wie gesagt, die genauen physiologischen Zusammenhänge sind noch nicht ganz klar. Es gibt auch immer noch Experten, die behaupten, es gebe gar keine hypnotischen Phänomene, und Bühnen-Hypnose funktioniere nur,

weil die Versuchspersonen dem Hypnotiseur einen Gefallen tun wollten. Angesichts der vielfach dokumentierten wissenschaftlichen Hypnose-Experimente scheint mir jedoch so eine Meinung als unhaltbar. Es mag wohl einzelne Fälle von Bühnen-Hypnose geben, wo Simulation von echter Hypnose schwer zu unterscheiden ist. Aber mit etwas Übung kann man durch reines Beobachten eines Menschen erkennen, ob er sich in Trance befindet oder nicht.

Was vermutlich weder die Bühnen-Hypnose noch die therapeutische Hypnose können...

Hier liegt eines der größten Missverständnisse in Sachen Hypnose begraben: Nach Meinung der meisten Hypnose-Experten ist es unmöglich, dass ein Hypnotisierter, egal wie tief seine Trance ist, eine Suggestion ausführt, die sich gegen seine Moralbegriffe richtet. Zahlreich sind die Filme, in denen ein Bösewicht, dummerweise mit Hypnose-Kenntnissen ausgerüstet, einen gutmütigen Menschen in der Hypnose darauf «programmiert», seine eigene Frau umzubringen. Dies wäre nur möglich, wenn der gutmütige Mensch alles andere als gutmütig wäre und ihm die Ausrede, er sei halt hypnotisiert worden, gerade recht käme.

Tausende von Experimenten zeigen: Wenn eine Suggestion gegeben wird, die sich gegen den ethischen Code der Versuchsperson richtet, kommt diese entweder aus der Trance zurück oder tut gar nichts und wartet auf vernünftigeren Suggestionen. Vor

Jahren machte der folgende spektakuläre Versuch Schlagzeilen: Einem hypnotisierten Menschen wurde suggeriert, dass er mit beiden Händen in einen Topf voller giftiger Schlangen greifen solle. Und, oh Skandal: Er tat es! Natürlich schützte eine unsichtbare Glaswand ihn vor dem tödlichen Biss. Was die Zeitungen uns damals verschwiegen, war der Kommentar der Versuchsperson nach dem Experiment: «In der Hypnose bekommt man ja alles mit, und der logische Verstand ist nicht völlig ausgeschaltet. Mir war klar, dass die Versuchsleiter hier die nötigen Vorsichtsmaßnahmen getroffen haben mussten. Hätte ich Grund zur Annahme gehabt, dass ich gebissen würde, hätte ich die Aufgabe abgelehnt. Ich bin ja nicht blöd!»

Genau so irreführend war ein anderer Versuch, bei dem ein Hypnotisierter auf Geheiß mit einem Messer auf das ahnungslose Publikum los ging. Auch sein Kommentar hätte einiges zur Klärung beigetragen: «Ich wusste doch, dass das ein Plastikmesser war. Mit einem echten Messer hätte ich das nie getan.»

Die amerikanische Psychiaterin Josephine Hilgard und ihr Mann, der Psychologe Ernest Hilgard, haben in den 70er Jahren etwas entdeckt, was mich total faszinierte, als ich zum ersten Mal darüber las:

Ernest Hilgard, damals Professor an der Stanford University, hypnotisierte einen blinden Studenten und suggerierte ihm, dass er für die Dauer des Versuchs auf beiden Ohren vollständig taub sei. Die Tatsache, dass die Versuchsperson von Geburt an blind war, ist insofern wichtig, als man somit ausschließen kann, dass sie in irgend einer Weise visuelle Informationen hätte bekommen können. Der Taubheitsversuch gelang hervorragend. Wenn Hilgard zwei Hölzer so zusammenschlug, dass sie die Lautstärke eines Pistolenschusses erreichten, zuckten alle im Raum zusammen, mit Ausnahme der «tauben» Versuchsperson.

Einer von Hilgards Studenten stellte dann eine sehr interessante Frage, nämlich, ob denn nicht ein Teil der Versuchsperson wahrnehme, was geschehe, da ja schließlich seine Ohren medizinisch gesehen völlig in Ordnung seien. Hilgard griff diese Frage auf und sagte zur immer noch hypnotisierten und «tauben» Versuchsperson: «Wie Sie wissen, gibt es Teile unseres Nervensystems, die Aktivitäten ausführen, welche außerhalb unseres Bewusstseins liegen, wie zum Beispiel die Blutzirkulation und die Verdauung. Nun, es kann auch sein, dass es intellektuelle Vorgänge gibt, die außerhalb unseres Bewusstseins liegen, wie zum Beispiel diejenigen, die ihren Ausdruck in den Träumen finden. Obschon Sie hyp-

notisch taub sind, gibt es vielleicht einen Teil von Ihnen, der meine Stimme hören und die Information verarbeiten kann. Wenn das der Fall ist, möchte ich, dass sich der Zeigefinger Ihrer rechten Hand bewegt.» Zum Erstaunen aller bewegte sich der Zeigefinger der Versuchsperson! Damit aber nicht genug: Der hypnotisierte Student sagte gleich darauf: «Bitte stellen Sie mein Gehör wieder her, damit Sie mir sagen können, was passiert ist. Ich habe gespürt, dass sich mein Zeigefinger bewegt hat, und ich möchte wissen, was Sie mit mir gemacht haben.»

Die Hilgards haben aus diesem und vielen weiteren Experimenten den Schluss gezogen, dass bei jedem Menschen in jedem Moment eine Art «versteckter Beobachter» sei, der alles mitbekomme, egal was geschieht. Ich habe diese Tatsache schon mehrfach selbst erlebt. Beispielsweise habe ich einmal einen Mann hypnotisiert, von dem bekannt war, dass er nach einem Segel-Unfall drei Tage lang im Koma gelegen hatte. Die folgende Suggestion genügte, um von ihm einen detaillierten Bericht über alles, was vorgefallen war, zu bekommen: «Du weißt, dass in dir drin immer ein Teil ist, der alles beobachtet. Dieser Teil hat auch alles mitbekommen bei deinem Segel-Unfall. Ich möchte jetzt dem Teil in dir, der dich bis jetzt mit gutem Grund vor diesen Erinne-

rungen geschützt hat, sagen 'Dies hier ist ein sicherer Ort, und du kannst den Blick nun freigeben auf all diese Vorfälle, damit wir sie anschauen, bearbeiten und entkoppeln können.' Wenn ich bis drei gezählt habe, werden alle Erinnerungen da sein, und du wirst mir in Ruhe erzählen können, was vorgefallen ist. Auf drei sind wir zwei Minuten vor dem Unfall. Eins, zwei, drei... erzähl' mir, was geschieht!»

Dass die Hilgards mit ihrem versteckten Beobachter recht haben, bestätigt sich auch, wenn ein Kunde mir nach einer hypnotischen Intervention erklärt, er habe vermutlich geschlafen und die Therapie hätte möglicherweise nicht gewirkt. In solchen Fällen sage ich folgendes zu ihm: «Wir werden das gleich testen. Schließe bitte nochmals die Augen. In einem Augenblick werde ich bis drei zählen, und dann wird der Teil in dir, der immer alles beobachtet, mir ganz genau sagen können, was in der letzten halben Stunde passiert ist. Eins, zwei, drei... wir stehen am Anfang der Sitzung. Erzähl mir, was du siehst, hörst und fühlst.» Diese Suggestion bewirkt immer, dass der Kunde detailgenau erklärt, was während der Hypnose-Sitzung vor sich gegangen ist. Wenn er einmal sagt, er könne sich nicht erinnern, brauche ich nur zu antworten: «Ich weiß, dass du dich nicht erinnerst. Wenn du etwas erfinden müsstest, was

wäre denn geschehen?» Und dann folgt eine exakte Schilderung der Ereignisse.

Warum habe ich so viel Gewicht auf diesen «versteckten Beobachter» gelegt? Weil das bedeutet, dass sich nie jemand darauf hinaus reden kann, er sei hypnotisiert und daher unzurechnungsfähig gewesen. Oder mit anderen Worten: Ja, es gibt hypnotische Phänomene. Aber es gibt *immer* einen Teil in uns, der diese Phänomene beobachtet und eingreifen kann, wenn ihm etwas nicht passt.

Sie können natürlich dagegen einwenden, dass beispielsweise jeder Krieg ein Resultat von hypnotischer Beeinflussung sei. Wie wäre es sonst möglich, ein friedliches Volk zum legalisierten Massenmord anzustiften. Das stimmt insofern, als ein Feindbild während Monaten oder gar Jahren aufgebaut werden muss, bevor es wirksam werden kann. Allerdings bin ich der Meinung, dass die meisten Menschen, die in einer Kriegs-Situation stecken, in ihrem tiefsten Inneren wissen, dass es sich bei den Aggressionen gegen den «Feind» eigentlich um unverarbeitete Aggressionen gegen sich selbst handelt.

Das oberste Gebot heißt daher für mich «Eigenverantwortung übernehmen». Wer sich als Opfer sieht, wird seine Welt nicht groß verändern können. Wer hingegen erkennt, dass wir alle Schöpfer sind, der wird das vollbringen, was unbewusste Menschen als Wunder zu bezeichnen pflegen.

Was ist denn der Unterschied zwischen Hypnose, Entspannung und Meditation?

Hypnose ist ein tief entspannter Zustand, so viel ist sicher. Wie aber unterscheidet sich dieser Zustand beispielsweise von normaler Entspannung, Meditation oder autogenem Training?

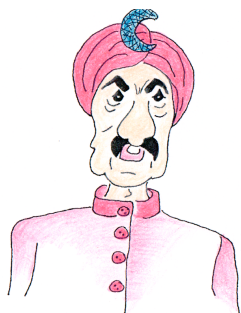
Die Antwort lautet: Es muss eine Wechselbeziehung zwischen Hypnotiseur und Hypnotisand zustande kommen. Man nennt diese Wechselbeziehung auch Rapport (ausgesprochen: «Rapoor»).

Nun gibt es hier bereits eine wichtige Unterscheidung: Weiß der Hypnotisand, dass er hypnotisiert wird und ist er damit einverstanden? Das nennt man aktive Hypnose. Oder hat er keine Ahnung, dass man Hypnose-Techniken an ihm ausprobiert? Das wäre passive Hypnose.

Nehmen wir als erstes den Fall, wo der Hypnotisand einverstanden ist mit der Hypnose und sie willentlich herbeiführen möchte. Je nachdem, ob die Hypnose therapeutischen, forensischen oder unter-

halterischen Zwecken dient, wird der Hypnotisand unterschiedlich suggestibel sein, das heißt, er wird gewisse Suggestionen befolgen und andere nicht. Ein Beispiel: Die Suggestion, sich auf einen Stuhl zu stellen und zu quaken wie eine Ente, wird in einer unterhalterischen Situation (Bühnen-Show) von den meisten Versuchspersonen mit Leichtigkeit befolgt, wogegen die gleiche Suggestion in einem therapeutischen oder forensischen Kontext nur ungläubiges Kopfschütteln hervorrufen wird.

Fazit: Ein Teil von uns ist offenbar auch in tiefer Trance in der Lage, die jeweilige Situation zu erkennen und zu beurteilen, ob eine Suggestion im jeweiligen Kontext angemessen ist oder nicht. Gewisse Experten sind aus diesem Grund zum Schluss gekommen, dass eigentlich jede Hypnose eine Selbst-Hypnose sei. Schließlich könne der Hypnotiseur nichts ausrichten, wenn der Hypnotisand das nicht wolle. Und diese Selbstkontrolle sei in jeder Phase der Hypnose intakt. Andere Hypnose-Fachleute legen großen Wert darauf, dass der Hypnotiseur nicht als «mächtiger» angeschaut wird als der Hypnotisand. Man mache nicht Hypnose *an* jemandem, sondern *mit* jemandem zusammen.



Natürlich versuchen viele Show-Hypnotiseure, diese Tatsache zu vertuschen, indem sie sich wohlklingende Phantasie-Namen geben (zum Beispiel Don Ales-sandro) und sich verkleiden wie Menschen, die magische Kräfte besitzen.

Lassen Sie sich dadurch nicht täuschen! Wer sich freiwillig als Versuchskaninchen für eine Bühnenshow meldet und die Suggestibilitäts-Tests besteht, die der Bühnen-Hypnotiseur mit ihm durchführt, der hat bereits freiwillig Rapport hergestellt. Er signalisiert dem «Don Alessandro» auf der Bühne: «Hey, ich bin dabei. Ich helfe mit. Zusammen schmeißen wir jetzt eine höllische Show, okay?»

Die Frage, auf die wir alle gewartet haben, lautet nun: Was wäre, wenn es Hypnose-Techniken gäbe, die auch dann wirken, wenn jemand nichts davon weiß? Die Antwort: Es gibt sie. Und damit sind wir bei unserem Thema...

Lassen Sie mich nur noch kurz das zweite Kriterium von Hypnose beschreiben, dann geht's gleich los!

Das zweite Merkmal, das Hypnose von anderen Entspannungstechniken unterscheidet, ist die «Eingung des Bewusstseinsfeldes» und die «Erhöhung der Konzentration». Das bedeutet: Ab einer gewissen Tiefe der Hypnose lenkt der Hypnotisierte seine Aufmerksamkeit nur noch auf diejenigen Dinge, auf die ihn der Hypnotiseur aufmerksam macht. Alles andere ist für ihn unwichtig und «nicht vorhanden», es sei denn, er fühle sich unmittelbar bedroht.

Wenn beispielsweise während einer Hypnose-Sitzung ein Feueralarm losgeht und der Hypnotisierte allen Grund zur Annahme hat, dass es sich um einen echten Alarm handelt, wird er mit absoluter Sicherheit sofort und selbständig aus der Trance zurückkommen und sich in Sicherheit bringen. Andere Geräusche wie zum Beispiel ein Presslufthammer stören die Tiefe der Trance in der Regel nicht, sondern können von geschickten Hypnotiseuren sogar dazu verwendet werden, die Trance zu vertiefen.



Während einer Hypnose-Sitzung mit einem meiner Klienten (in einem Hotelzimmer) begann ein Arbeiter im Nebenzimmer unerwartet, mit einem Presslufthammer zu hantieren. Nachdem ich kurz leer geschluckt hatte, sagte ich zu meinem Klienten: «Und du kannst möglicherweise sogar laut und deutlich hören, wie die alten Strukturen weggebohrt werden und all dem neuen Verstehen Platz machen können. So ist's richtig. Und je lauter sie werden, all die Dinge, die dich bisher behindert haben, desto tiefer und tiefer kann sich jetzt das Verständnis in deinem Bewusstsein, oder ist es das Unterbewusstsein, ich weiß es nicht... genau! So ist's richtig...»

Wenn man so vorgeht, nimmt die Trance in der Regel eher zu als ab. Es funktioniert übrigens auch mit Rasenmähern. Bei einer Gruppen-Entspannung während meines «Live your Dream»-Seminars in Kalifornien begannen die mexikanischen Hotel-Angestellten im dümmsten Moment, den Rasen vor unserem Seminarzimmer zu mähen. Gottseidank fiel mir sofort die Suggestion ein: «Und ich weiß nicht, wann du beschlossen hast, über die alten Blockaden nicht mehr Gras wachsen zu lassen, sondern es zu mähen, hinzuschauen, und sie abzulegen, ein für allemal, um genau dorthin zu kommen, wo du hin

willst. So ist's richtig... mähen... loslassen, neues Verstehenlernen säen... jetzt.»

Diese Art der Verwendung äußerer Einflüsse nannte Milton Erickson «Utilisation». Und damit sind wir jetzt definitiv bei Erickson und seinen hypnotischen Sprachmustern.

Autoritäre, permissive und indirekte Suggestion...

Vor Milton Erickson gab es nur *eine* Art der Suggestion, nämlich die direkte oder autoritäre. Der Hypnotiseur sagte zum Hypnotisanden:

«Du schließt deine Augen!»

«Du nimmst einen tiefen Atemzug!»

«Du wirst jetzt müder und müder!»

Sie können sich sicher vorstellen, dass Menschen, die es nicht gewohnt sind, Befehle entgegenzunehmen, damit ihre liebe Mühe haben. Daher hieß es früher auch, es könne nur ein bestimmter Prozentsatz von Menschen hypnotisiert werden.

Erickson sagte dazu: «Bullshit! Jeder Mensch kann hypnotisiert werden.» Ich entschuldige mich bei Ericksons Erben für diesen Ausdruck. Ich stelle mir halt vor, Erickson habe tatsächlich «Bullshit» gesagt.

Erickson fand nämlich heraus, dass es auch andere, weniger offensichtliche Möglichkeiten gibt, Dinge zu suggerieren. Die erste solche Möglichkeit ist die permissive (=um Erlaubnis bittende) Suggestion.

Das klingt dann beispielsweise so:

«Es kann sein, dass du jetzt Lust hast, ganz einfach deine Augen zu schließen und dich zu entspannen, weil du weißt, wie wunderbar angenehm so eine Entspannung sein kann, nicht wahr?»

«Und weißt du, niemand kann dich daran hindern, jetzt gleich drei tiefe Atemzüge zu nehmen und dich noch tiefer zu entspannen.»

«Und wenn du jetzt möglicherweise spürst, wie du müder und müder wirst, bist du völlig frei, dich dagegen zu wehren oder dich ganz einfach fallen zu lassen in eine tiefe, tiefe Entspannung.»



Haben Sie kapiert, wie das geht? Der Hypnotiseur nimmt den Suggestionen quasi die autoritäre Spitze. Die Suggestion ist dann das, was sie ihrem Wortstamm nach immer schon war, nämlich ein «Vorschlag». Und zwar ein Vorschlag, den der Hypnotisand annehmen und befolgen kann oder auch nicht. Mit dieser Entdeckung allein konnte Erickson bereits viele Menschen hypnotisieren, die

sich vorher als «nicht hypnotisierbar» bezeichnet hatten. Er ging jedoch noch zwei Schritte weiter...

Indirekte Suggestion:

«Wissen Sie, ich frage mich manchmal, wie oft im Tag ein durchschnittlicher Mann an Sex denkt.»

Haben Sie diesen Satz verstanden? Dann habe ich eine Überraschung für Sie: Das war nämlich eine ausgewachsene Suggestion! Direkt formuliert würde sie lauten:

«Stellen Sie sich jetzt sofort eine Sex-Szene vor!»

Das hätte jedoch in einigen von Ihnen Widerstand geweckt, da Sie sich ja bestimmt nicht vorschreiben lassen, was Sie zu denken haben, nicht wahr? Also komme ich ganz locker im Konversations-Stil daher und sage: «Wissen Sie, ich frage mich manchmal, wie oft im Tag ein durchschnittlicher Mann an Sex denkt.» Damit Sie diesen Satz verstehen, muss Ihr Gehirn Suchprozesse auslösen, und beim Wort Sex wird es mit absoluter Sicherheit sexuelle Bilder liefern (Ich hoffe sehr, dass Sie damit positive Gefühle verbinden; andernfalls sollten Sie möglichst rasch einen Therapeuten aufsuchen). Jetzt überlegen Sie sich aber einmal, was das bedeutet! Es bedeutet: Wann immer Sie den Mund aufmachen, um jeman-

dem etwas mitzuteilen, suggerieren Sie! Wenn ich Ihnen mit dem scheinbar harmlosen Satz komme «Heute regnet es wieder einmal», dann suggeriere ich Ihnen möglicherweise folgendes: «Stell' dir einmal alle Regentage in deinem Leben vor, und wie lausig du dich fühlst, wenn es regnet. Fühle dich jetzt lausig!»

Habe ich gesagt «wann immer Sie den Mund aufmachen?» Es ist noch schlimmer! Machen Sie einmal den folgenden Versuch: Schlagen Sie vor einer Gruppe von Menschen ein rohes Ei auf, riechen Sie daran und verziehen Sie angeekelt Ihr Gesicht. Dann reichen Sie das Ei herum mit der Aufforderung, dass einer nach dem anderen daran riechen soll. Ich garantiere Ihnen: Mindestens die Hälfte wird angeekelt das Gesicht verziehen und behaupten, das Ei sei faul.

Es funktioniert übrigens genauso gut mit Weinkorken, wenn nicht noch besser! Setzen Sie sich mit ein paar Menschen, die sich als Weinkenner bezeichnen, zusammen, und verziehen Sie beim ersten Schluck Wein deutlich das Gesicht. Sagen Sie dann ganz selbstsicher und bestimmt: «Dieser Wein hat Korken, da könnt ihr mir sagen, was ihr wollt!» Hier

wird die Quote der «Mitläufer» zwischen 80 und 100 Prozent liegen!

Milton Erickson hat sich dann folgendes überlegt: Wenn wir schon mit jedem Satz das Nervensystem unseres Gegenübers programmieren, dann müsste es doch vereinzelte Sprachmuster geben, die folgende Bedingungen erfüllen:

- Sie setzen die Kritikfähigkeit des Sprach-Empfängers herunter und sorgen dafür, dass die im Sprachmuster eingebetteten Suggestionen eher befolgt werden.
- Sie beschäftigen das Gehirn mit Suchprozessen und sorgen damit für eine Vertiefung der Trance.

Und hier sind diese Sprachmuster...

Hypnotische Sprachmuster, und wie sie funktionieren...

Sind Sie einverstanden, wenn ich Sie soweit wie möglich vor linguistischen Fachbegriffen verschone und Ihnen einfach für jedes Sprachmuster ein paar Beispiele liefere. Die meisten Beispiele bedürfen keiner näheren Erläuterung, und Sie werden sofort verstehen, worum es geht (Uuuups, haben Sie die Suggestion mitbekommen?)

Der eingebettete Befehl

«Ich würde es nie wagen, Ihnen einen Befehl zu erteilen. Und schon gar nicht: 'Behalten Sie dieses Buch in der Hand, bis Sie es zu Ende gelesen haben!'

«...und vielleicht haben Sie schon einmal zu sich selbst gesagt: 'Augen schließen' ist nicht unbedingt nötig, aber es hilft beim 'Entspannen'!」»

Haben Sie gemerkt, was da geschieht? Im ersten Beispiel ist der Befehl sogar ganz klar ausgesprochen, und der Empfänger hat das Gefühl, der Sender habe keine manipulativen Absichten. Das

Problem ist nur: Unser Unterbewusstsein kann keine Verneinungen direkt verarbeiten. Beweis gefällig?

Denken Sie bitte jetzt an irgend etwas, nur nicht an einen rosaroten Elefanten! Bitte jetzt nicht an einen rosaroten Elefanten denken. Ich habe gesagt, kein rosaroter Elefant jetzt!

Na, hat's klick gemacht?

Sie haben recht: Damit Sie sich vorstellen können, was Sie sich nicht vorstellen sollen, müssen Sie es sich zuerst einmal vorstellen. Dieses Prinzip macht man sich zunutze und bettet einen Befehl so ein, dass das Bewusstsein keinen Widerstand leistet und der Befehl ungefiltert ans Unterbewusstsein gelangen kann.

Das zweite Beispiel wirkt als eingebetteter Befehl aufgrund der Betonung. Man nennt das auch «analoges Markieren». Das bereits etwas eingelullte Bewusstsein kann keine Manipulation feststellen, und das Unterbewusstsein hört nur 'Augen schließen' und 'Entspannen'.

Wohlverstanden, in einem therapeutischen Zusammenhang ist das durchaus wünschenswert. Der Klient bittet ja förmlich darum, dass der Therapeut alles tut, was in seiner Macht steht, um ihn genau dorthin zu bringen, wo er (der Klient) hin möchte.



beispielsweise zu mir sagt 'Trink Seppi-Cola, das erfrischt!'

Anders sieht es jedoch aus, wenn irgendein Süßgetränke-Hersteller (nennen wir ihn Seppi-Cola) einen Fußball-Star anheuern würde, der in einer TV-Werbung die folgenden Worte von sich gäbe: «Ich bezeichne mich als selbstbewussten Menschen.

Und ich schätze es überhaupt nicht, wenn jemand



Oder nehmen Sie den Fall eines geistesgestörten Politikers, der etwas gegen Bartträger hat und eine Rede wie folgt beginnt:
«Liebe Landsleute, als ich zum ersten Mal den Satz hörte 'Bartträger sind Anarchisten', traute ich meinen Ohren nicht.»

Haben Sie die eingebetteten Befehle und Suggestionen erkannt? Wenn Sie das bereits hochspannend finden, warten Sie's ab! Das ist ja erst der Anfang...

Das Ja-Set

«Wer von Ihnen legt Wert auf persönliche Freiheit? Wer von Ihnen ist der festen Überzeugung, dass jeder Mensch das Recht hat, glücklich zu sein? Wer von Ihnen ist fest entschlossen, sein Leben nicht von jemand anderem bestimmen zu lassen, und schon gar nicht von einer fremden Macht? Wer von Ihnen ist jetzt bereit, seine Werte zu verteidigen und sich freiwillig zu unserer Armee zu melden?»



Sie haben es sicher gemerkt: Hier geht's um Polit-Propaganda. Diesmal hat der geistig leicht angeknackste Redner das Ja-Set verwendet, um seine Zuhörer einzuwickeln. Und das geht so: Es werden Fragen gestellt oder Statements abgegeben, zu denen die Mehrzahl der Zuhörer mit Leichtigkeit ja sagen kann. Je mehr Ja's der Redner sammeln kann, desto größer ist die Chance, dass er am Ende das **große Ja** bekommt.

Die ersten drei Ja's in unserem Beispiel machen noch Sinn, nicht wahr? Das letzte ist jedoch völlig unlogisch. Die Angehörigen der Armee sind weder frei noch glücklich. Und ihr Leben wird zum größten Teil von den Vorgesetzten bestimmt. Das logische Filter, das diese Ungereimtheit entdecken könnte, ist jedoch bei vielen Zuhörern nicht mehr intakt, denn nach den ersten drei Ja's tritt eine Art automatische Reaktion ein. Man hat schon so oft ja gesagt, dass es ein Leichtes ist, damit noch eine Weile weiterzumachen. Und schließlich klingt das alles ziemlich logisch, nicht wahr? (Uuuups, schon wieder ein ja

gesammelt...) Machen wir zwischendurch einen Abstecher ins ethische Sauberland.

In der Therapie würde man das Ja-Set beispielsweise so verwenden:

«Du spürst den Kontakt, den deine Füße mit dem Boden haben, du hörst das leise Summen der Klimaanlage und die Stimmen der Menschen draußen vor der Tür, du kannst die Gedanken beobachten, die kommen und gehen... und all dies bedeutet, du kannst jetzt mit mir in eine tiefe, tiefe Trance gehen.»



Schauen Sie nochmals genau hin! Sie spüren den Kontakt, den Ihre Füße mit dem Boden haben (ja, das stimmt). Sie hören das leise Summen der Klimaanlage (ja, das stimmt). Sie hören die Stimmen der Menschen draußen vor der Tür (ja, das stimmt). Sie können (wenn Sie wollen) die Gedanken beobachten, die kommen und gehen (ja, das stimmt). Bedeutet das tatsächlich, dass Sie jetzt mit mir in

eine tiefe Trance gehen können? Nein, natürlich nicht! Aber wenn Sie so einen Satz in einem therapeutischen Kontext äußern, werden Sie an Ihrem Klienten deutliche Zeichen der Trance feststellen können.

Nehmen wir ein moralisch weniger sauberes Beispiel aus der Verkaufspsychologie: Ein Verkäufer, der bewusst oder unbewusst mit hypnotischen Methoden arbeitet, sagt zum Kunden: «Sehe ich das richtig: Sie möchten für diese Anlage nicht zu viel bezahlen?»

Kunde: «Ja, das sehen Sie richtig.»

Verkäufer: «Und Sie möchten hundertprozentig sicher sein, das Richtige zu kaufen?»

Kunde: «Ja, auch das ist richtig.»

Verkäufer: «Und gehe ich recht in der Annahme, dass eine gute Förderleistung und eine solide Garantie für Sie mindestens zehn Mal wichtiger ist als ein Dumping-Preis?»

Kunde (zuerst leicht zögernd, dann zustimmend): «Ja, das kann man so sagen.»



Verkäufer: «Gut, dann ist die Anlage XY für Sie die richtige. Wann bräuchten Sie sie denn spätestens?»

Preisfrage:

Warum hat der Kunde wohl kurz gezögert bei seiner letzten Antwort?

Lösung:

Vermutlich weil er gemerkt hat, dass etwas mit ihm geschieht. Aber die Frage des Verkäufers war für ihn zu kompliziert, als dass er sie in dieser kurzen Zeit hätte analysieren können. Der Verkäufer hat dann gleich mit einer Präsupposition nachgehakt. Und damit sind wir beim nächsten Sprachmuster...

Die Präsupposition oder Implikation

Präsupposition bedeutet so viel wie Vor-Annahme oder Implikation, und wenn Sie die folgenden Beispiele lesen, werden Sie sofort spüren, worum es hier geht:

«Möglicherweise haben Sie den Spitzenverkäufer in sich drin noch nicht entdeckt.»

Hier präsupponiere ich, dass in Ihnen drin ein Spitzenverkäufer steckt. Wenn ich einfach so zu Ihnen sagen würde «Sie sind ein Spitzenverkäufer», würden einige Leser mit Widerstand reagieren und sagen «Ich bin ganz sicher kein Verkäufer-Typ!» Also tue ich so, als ob ich Ihnen alle Möglichkeiten offen ließe, und Sie merken vermutlich gar nicht, dass ich Ihnen suggeriere, Sie seien ein Spitzenverkäufer.

Dieses Prinzip mache ich mir an meinen Seminaren zunutze, und ich gehe davon aus, dass ich damit den Spitzenverkäufer in jedem einzelnen Teilnehmer wecken kann (Uuuups, schon wieder eine Implikation). Wenn der Verkäufer im obigen Abschnitt seinen Kunden fragt, bis wann er denn die Anlage spätestens brauche, dann präsupponiert er, dass der Verkäufer die Anlage tatsächlich kaufen will.

Unser colaverkaufender Fußball-Star könnte beispielsweise die folgende Präsupposition einfließen lassen:
«Deshalb überlasse ich es



völlig Ihnen, wann Sie uns heute anrufen wollen, um Ihre Gratis-Probesendung zu bestellen und sich selbst zu überzeugen, dass nichts so sehr erfrischt wie Seppi-Cola.»

Haben Sie die Präsupposition erkannt? Richtig, es waren gleich zwei. Unser Star präsupponiert erstens, dass Sie anrufen werden, und zwar heute noch, und zweitens, dass nichts so sehr erfrischt wie sein Süßgetränk.

Milton Erickson soll einmal in einem Anflug von köstlicher Selbstironie das folgende Bonmot geprägt haben:

«Meine Patienten sollen völlig frei sein, auf welche Weise sie genau das tun wollen, was ich von ihnen verlange.»

Dieser Ausspruch zeigt haargenau, worum es bei der Präsupposition geht: Ihr Bewusstsein denkt, es ist völlig frei zu entscheiden, während Ihr Unterbewusstsein keine Wahl hat, sondern das tun muss, was verlangt wird. Und wenn der Rapport stimmt und keine ethischen Regeln verletzt werden, wird es das auch fein säuberlich tun.



Kehren wir noch einmal zurück zu unserem fiktiven Anti-Bart-Politiker. Bei ihm könnte sich eine Präsupposition etwa so anhören: «Und ich weiß nicht, meine Damen und Herren, ob Sie zuerst genügend eigene Beispiele gesammelt haben müssen oder ob Sie jetzt schon

überzeugt sind, dass 99 Prozent aller Barträger Anarchisten sind.»

Wenn Sie übrigens denken, dieses Beispiel sei weit hergeholt, dann darf ich Sie darauf aufmerksam machen, dass da mal einer war, der ein ganzes Volk in Hypnose versetzt hat, um ihnen beizubringen, dass Menschen, die einen Gott namens Jahwe anbeten und Grünbaum oder Feuerstein heißen, Schuld an sämtlichen Misereen dieser Welt seien!

Übrigens... in diesem Abschnitt war schon ein weiteres Sprachmuster versteckt. Haben Sie es erkannt? Hier kommt's...

Gedankenlesen

«Möchten Sie mehr Zeit für sich haben? Sie haben recht. Wer möchte das nicht!»

In diesem Satz steckt das Prinzip des Gedankenlesens. Wenn ich zu Ihnen sage «Sie haben recht», dann tue ich dies, weil ich annehme, dass die meisten Menschen auf die Frage, ob sie mehr Zeit für sich haben möchten, mit ja antworten.

Milton Erickson sagt, so ein Satz verstärke den Rapport. Das Unterbewusstsein spüre «da ist jemand, der weiß, was ich denke» und fühle sich verstanden.



Unser Bart-Politiker würde dieses Prinzip vielleicht wie folgt ausnützen: «Meine Damen und Herren, liebe Landsleute, Sie fragen sich jetzt sicher 'Wie kommt er da drauf?' Ich bin sehr froh, dass Sie das fragen, denn ich habe genau so ungläubig den Kopf geschüttelt wie Sie, als ich zum ersten Mal mit den harten Tatsachen konfrontiert wurde.»

Haaaalt, stopp! Unser Politiker überbortet mal wieder! Haben Sie die Muster erkannt?

«Sie fragen sich jetzt sicher» ist Gedankenlesen in Reinkultur.

«Ich bin sehr froh, dass Sie das fragen» gibt gleich noch einen drauf.

«Ungläubig den Kopf schütteln» ist der dritte Gedanke, den der Massen-Hypnotiseur auf wunderbare Weise erraten hat. Und dann folgt eine ganz perfide Präsupposition, nämlich diejenige, dass das, was er jetzt gleich erzählen wird, «harte Tatsachen» seien.



In wirksamen Werbetexten werden Sie dieses Sprachmuster sehr oft antreffen. Da kann es zum Beispiel heißen:

«Jetzt fragen Sie sich sicher, ob so etwas nicht sündhaft teuer ist. Wir haben eine Überraschung für Sie...»

Und schließlich noch der therapeutische Kontext. Einfache Gedankenlese-Muster klingen dort etwa so:

«Dein Bewusstsein fragt sich jetzt möglicherweise, ob du es schaffen wirst, diese neuen Erkenntnisse in Resultate umzusetzen.» Wenn man diesen Satz in andere Sprachmuster einbettet, kommt zum Beispiel

diese sehr wirksame therapeutische Suggestion zustande:

«Und während sich dein Bewusstsein fragen mag, ob du diese neuen Erkenntnisse in Resultate umsetzen kannst, ist dein Unterbewusstsein bereits dabei, alle kleineren und größeren Veränderungen vorzunehmen, die nötig sind, um dich genau dorthin zu bringen, wo du hin willst. Ja, genau dorthin.»

Haben Sie verstanden, worum es hier geht? Gut! (Uuuups, schon wieder Gedanken gelesen)

Übrigens... wäre es Ihnen eventuell möglich, den nächsten Abschnitt jetzt gleich zu lesen?



Konversationelle Postulate

Der letzte Satz des letzten Abschnitts war bereits ein konversationelles Postulat. Anstatt Ihnen zu befehlen «Lesen Sie den nächsten Abschnitt jetzt gleich», biete ich meine Aufforderung in eine «harmlose» Frage, eben ein konversationelles Postulat, ein und sage:

«Übrigens... wäre es Ihnen eventuell möglich, den nächsten Abschnitt jetzt gleich zu lesen?»

Weitere Beispiele gefällig?

«Wäre es Ihnen möglich, das Fenster zu öffnen?» Zugegeben, wenn Sie diese Frage einem pubertären Naseweis stellen, wird er sagen «ja, es wäre mir möglich» und sich nicht von der Stelle rühren. Die Mehrheit der «normalen» Erwachsenen jedoch wird diese Frage als Befehl auffassen und ihn gehorsam ausführen. Damit will ich um Gottes willen nichts gegen solche höflichen Floskeln gesagt haben, und es ist auch völlig in Ordnung, jemanden auf diese Weise um einen Gefallen zu bitten.

In der Therapie verwenden wir konversationelle Postulate zum Beispiel so: «Du brauchst dich jetzt nicht mehr zu bewegen» oder «Ich frage mich, ob du dich erinnern kannst an den Moment, kurz bevor du heute morgen aufgewacht bist.»



Im ersten Beispiel ist ganz klar der Befehl versteckt: «Nicht mehr bewegen!» Im zweiten Beispiel fordert der Therapeut dazu auf, sich zu erinnern an den Moment kurz vor dem Aufwachen. Das ist natürlicherweise ein ziemlich schläfriger und unbewusster Zustand, und wenn der Klient aufgefordert wird, daran zu denken, wird er automatisch in Trance gehen.

Natürlich kann man die Wirkung eines Sprachmusters noch erhöhen, wenn man es mit anderen hypnotischen Formulierungen verbindet. Zum Beispiel so:

«Du brauchst dich jetzt nicht mehr zu bewegen (konversationelles Postulat), nur so viel, wie es nötig ist, um dich... genau... (Gedankenlesen) dorthin zu

bringen, wo dein Unterbewusstsein sagt (Gedankenlesen), dass du hin sollst, um mit dieser Sitzung genau das zu erreichen, was du willst... immer schon erreichen wolltest (Gedankenlesen), und immer schon wusstest, dass du es verdient hast (Gedankenlesen), tief, tief und noch tiefer (eingebetteter Befehl und Ambiguität) in dir drin. So ist's richtig (Gedankenlesen). Und, nicht wahr (Rhetorische Frage), du weißt ja... (Satzfragment und Gedankenlesen), wie es ist,... (Satzfragment) so ist's richtig... (Gedankenlesen), tiefer sinken... (Satzfragment), Träumen... (Satzfragment), Schweben... (Satzfragment) und all das neue Verstehen (Nominalisierung), all das neue Lernen (Nominalisierung) tief, tief eindringen lassen. Und ganz einfach... gaaaanz einfach..., während du tiefer sinkst, (implizierter Kausativ) all dies zu sehen... (fehlender Referenzindex) und zu hören... und zu spüren (Wiederholung). So ist's gut (Gedankenlesen)!»

Ja ja, ich weiß schon: Ich habe Sie ganz schön gefordert. Ich werde Ihnen gleich erklären, was Nominalisierungen und Satzfragmente und fehlende Referenz-Indices sind. Immer schön eins nach dem anderen, ja?

Zuerst wollen wir unserem NLP-Verkäufer nochmals einen Besuch abstatten. Er würde ein konversationelles Postulat beispielsweise so verwenden:

«Herr Kunde, wäre es Ihnen möglich, heute schon zu bestellen, damit wir Ihnen den gewünschten Rabatt gewähren können?»



Wenn der Kunde hier mit «ja» quittiert, hat er zwar nur ja gesagt zur Möglichkeit, heute schon zu bestellen. Der Hochdruck-Verkäufer wird dies jedoch als ein Ja zum ganzen Geschäft deuten und den Verkauf als abgeschlossen betrachten.



Und schließlich, bevor wir weitermachen, unser Politiker, der die Barträger am liebsten vergasen möchte. Er wird konversationelle Postulate wie folgt in seine Rede einbauen:

«Ich habe gehört, was meine politischen Gegner von

mir fordern: Sie wollen Beweise sehen für meine Behauptungen. Sie wollen objektive Gründe hören für meine Beschuldigungen. Aber ich frage Sie, meine sehr verehrten Damen und Herren: Brauchen wir Beweise, um unsere Freiheit zu verteidigen? Brauchen wir Gründe, um Recht und Ordnung in diesem unserem Lande aufrecht zu erhalten? Oder hat ein Gefühl auch noch seine Daseinsberechtigung in einem Rechtsstaat wie dem unsrigen?»

Das ist natürlich alles absoluter Hafenkäse, da haben Sie völlig recht. Und ich gebe zu, dass ich der Illustration halber ein wenig übertrieben habe. Sie finden, nein? Das haben aber Sie gesagt! Aber Spaß beiseite. Was der Politiker unserem Unterbewusstsein mit diesen scheinbar nichtssagenden Phrasen unterjubeln will, ist folgende Botschaft: «Vergiss das Denken und glaube, was ich dir sage!»

Mein Vorschlag: Wenn Ihnen gelegentlich mal eine Hitler-Rede begegnen sollte, untersuchen Sie sie doch einmal auf hypnotische Sprachmuster. Sie werden überrascht und gleichzeitig beeindruckt sein, was ein einzelner Mensch durch Missbrauch von Sprache anrichten kann! Wenn Sie sich vor sprachlicher Manipulation schützen wollen, hier ist mein Tipp: Egal ob es sich um einen Politiker, einen

Hochdruck-Verkäufer oder gar um einen Stamm-tisch-Kollegen handelt: Immer dann, wenn Sie versucht sind zu sagen «Keine Ahnung, was er gesagt hat, aber es macht irgendwie Sinn», sollten Sie nochmals genau hinschauen und hinhören. Die Chance ist sehr groß, dass dieser Mensch Sie, bewusst oder unbewusst, mit hypnotischen Sprachmustern bezirzt hat.

Und jetzt sind Sie sicher bereit für den nächsten Abschnitt. Oder?

Rhetorische Fragen

Jawohl, das «oder» im letzten Absatz war eine rhetorische Frage. Auch sie sorgt dafür, dass der Hörer innerlich ein kleines «Ja» abgibt. Zusätzlich sorgen Sie dafür, dass er das ganze Informations-Paket, das Sie ihm kurz davor aufgetischt haben, praktisch in einem Aufwasch gutheißt und als Tatsache abhakt. Spannend, gell? (Uuups, rhetorische Frage...)

Hier sind ein paar Beispiele aus Werbung und Verkauf:



«150 Euro pro Monat für Ihre natürliche Schönheit haben in jedem Haushalt-Budget Platz. Finden Sie nicht auch?»

«Als selbstbewusste Frau lassen Sie sich bestimmt nicht gerne vorschreiben, was Sie kaufen sollen. Hab' ich recht?»

«Auch junge Haut braucht Pflege. Stimmt's?»

«Sagen Sie selbst: Ist das nicht halb geschenkt?»

Sie haben es sicher gemerkt: Eine rhetorische Frage ist eine Frage, auf die es praktisch nur eine mögliche Antwort gibt, und zwar in der Regel «ja».

In der Therapie mache ich mir dieses Muster zunutze, um den Haß, den manche Klienten gegenüber einem Mitmenschen empfinden, aus ihrem Nervensystem zu löschen. Das klingt dann beispielsweise so: «Wenn du diesen Menschen jetzt vor dir siehst und dir vergegenwärtigst, dass er keine Ahnung hat, was Liebe ist, kommst du dir dann schwächer oder stärker vor als er?»



Der Klient antwortet hier immer mit «stärker». «Und ist es nicht so auf dieser Welt, dass der Stärkere dem Schwächeren hilft?» (Rhetorische Frage)

«Ja.»

«Was kannst du als starker Mensch denn tun, um diesem armen schwachen Menschen zu helfen?»

In diesem Augenblick geschieht beim Klienten eine sensationelle Verwandlung. Sein Körper entspannt sich, seine Gesichtszüge werden schlagartig weicher, schöner und gelöster, und er antwortet ungefähr mit den folgenden Worten:

«Ich könnte ihm etwas Liebe schicken, ihn mit Licht füllen.»

Von diesem Moment an ist das negative Gefühl aus dem Nervensystem gelöscht und kann nicht reproduziert werden. Wer es einmal erlebt hat, wird mir beipflichten: Eine phantastische Geschichte!

Nun zu unseren Mißbrauchs-Heinis, und wie sie rhetorische Fragen einsetzen.

Zuerst Johnny Hochdruck, der Verkäufer: «Wenn ich das richtig sehe, Herr Kunde, möchten Sie für möglichst wenig Geld möglichst viel Leistung bekommen?»

Kunde: «Ja, das ist richtig. Wer möchte das nicht!»

Verkäufer: «Genau. Und Sie legen wert auf eine hohe Förderleistung, nicht wahr?»

Kunde: «Ja, das ist besonders wichtig.»

Verkäufer: «Und Sie sind einverstanden, dass jeder Monat, in dem Sie noch (Präsupposition) mit der alten Anlage verbringen, Sie zwischen 1000 und



3000 Euro zusätzlich kostet, ganz abgesehen davon, dass Sie einen Mann mehr benötigen?»

Kunde (nach kurzem Zögern): «Ja, das stimmt auch.»

Verkäufer: «Gut. Wenn Sie mir hier unterschreiben, können Sie noch diesen Monat von den Einsparungen profitieren. Das möchten Sie doch, oder?»

Und dann wird Johnny Hochdruck dem Kunden den Füllfederhalter in die Hand drücken und, wie es im Büchlein auf Seite 77 steht, «still und geduldig auf den Verkaufs-Abschluss warten».

Wenn Sie jetzt entgegen «darauf würde ich nie hereinfallen», glaube ich Ihnen das aufs Wort. Mir geht es genauso. Aber Sie können mir ebenso glauben, dass es täglich Tausende von Menschen gibt, die solche Tricks noch nicht durchschauen und etwas kaufen, was sie eigentlich gar nicht wollten.



Und schließlich zum zweiten Missbrauchs-Heini, dem Politiker Dr. Giovanni Corrupto (der Dokortitel sei scheint's gekauft). Ich verrate es Ihnen jetzt schon: Das Finale wird eine rhetorische Frage sein.

Passen Sie gut auf: Erkennen Sie alle anderen Sprachmuster?

«Ich sage, meine sehr verehrten Damen und Herren: Wir haben schon genügend eigene Probleme in unserem Land! Und ich sage: Wir können auf Elemente verzichten, bei denen man nie genau weiß, ob sie für oder gegen unser Vaterland kämpfen, und die glauben, nur weil sie Haare im Gesicht hätten, seien sie etwas Besseres. Ich fordere Freiheit und Sicherheit für jeden einzelnen von uns. Denn das wollen wir doch alle! Ist es nicht so? (Die Menge brüllt ja) Ich kann Sie nicht hören! Ist es nicht so???»

Haben Sie das gehört? Mit diesem letzten Satz, den ja jeder vernünftige Mensch bejahen muss, hat der Politiker sich ein Ja geholt für all seine vorherigen

Aussagen. Und dass solche Techniken funktionieren, können Sie tagtäglich in politischen Diskussionen bestätigt finden.

Lassen Sie mich noch ein paar Sprachmuster erklären, und dann wollen wir gemeinsam untersuchen, wie selbst ich versucht habe, Sie mit diesem Buch zu manipulieren. Ja, Sie lesen richtig: Nicht einmal vor mir sind Sie sicher!

Nominalisierung und Satzfragmente

Nominalisierung heißt: Aus einem Verb einen Substantiv, oder zu deutsch, aus einem Tätigkeitswort ein Dingwort machen. Beispiel gefällig? Bitte sehr, bitte gleich.

In der Therapie würden wir beispielsweise die Trance vertiefen, indem wir nicht sagen «du verstehst das jetzt viel besser», sondern «Du kannst all das neue Verstehen jetzt ganz leicht und einfach integrieren.»

Ein Satzfragment ist ein Satz, der nicht fertig ausgesprochen wird, oder der mitten im Satz beginnt. In

der therapeutischen Hypnose hört man viele solche Sätze, oftmals kombiniert mit Nominalisierungen:

«All das neue Verstehen,
all die lange vergessenen
Bilder... genau... so ist's
richtig... und du weißt ja...,
all dieses Lernen..., und du
tiefer sinken kannst...
jetzt..., da du weißt, du bist
geborgen und sicher..., wie
von selbst...,
Selbstsicherheit...,
Träumen können...,
besser werden...»



Solche Satzfragmente sind in der klassischen Werbung sehr beliebt, vor allem wenn es darum geht, das Publikum zu etwas zu überreden, was kein vernünftiger Mensch tun würde, wenn er darüber nachdächte. Hier ist ein Ausschnitt aus einer Zigaretten-Reklame:

*«Herbst...
die Zeit der Reife...
der milden Klarheit sonnig-später Tage...
wir lieben sie...
genauso wie unsere MILDE SORTE.»*

Fieser geht's nicht! Hier wird mit Hilfe von Satzfragmenten Stimmung gemacht, die sofort für eine neue nervliche Verknüpfung ausgenutzt wird. In dieser Zigaretten-Reklame steckt noch ein weiteres hypnotisches Sprachmuster...

Verletzung der Selektionsbeschränkung

Was so kompliziert klingt, ist eigentlich ganz einfach. Schauen Sie noch einmal auf unser Zigaretten-Beispiel vom vorherigen Abschnitt. Gibt es so etwas wie späte Tage? Nein, die gibt es nicht. Es kann etwas spät am Tag geschehen, aber späte Tage? Nein. Ein Psycholinguist würde etwa die folgende Erklärung abgeben: «Wenn der Klient einen solchen Satz hört, fällt die Last, eine Bedeutung für diese Kommunikation zu konstruieren, auf ihn. Das löst transderivationale Suchprozesse im Gehirn aus, die wiederum die Trance verstärken.»

Zu Deutsch: «Die milde Klarheit sonnig-später Tage» klingt so schön, dass man mir sogar eine Kehlkopf-Operation unterjubeln könnte (das wird ja dann in zwanzig Jahren auch nötig sein, selbst wenn die Sorte noch so mild ist...)

Fehlender Referenzindex

«Während Sie diesen Abschnitt lesen, beobachten Sie bitte, wie bestimmte Gefühle in Ihrem Körper deutlicher spürbar werden!» Wie? Was? Bestimmte Gefühle? Was für Gefühle? Wenn ich diesen Satz zu Ihnen sage, löse ich in Ihrem Gehirn wieder Suchprozesse aus, die bewirken, dass Sie tiefer in Trance gehen und nicht merken, was ich Ihnen verkaufen will.

Das Ganze hat noch einen weiteren Effekt: Während Sie jetzt auf Ihre Gefühle im Körper achten, werden Sie feststellen, dass sie tatsächlich deutlicher werden. Sie werden daraus den (falschen) Schluss ziehen, dass die Gefühle zunehmen, weil *ich* es so suggeriert habe. In Wirklichkeit haben jedoch Sie selbst sie stärker gemacht, indem Sie Ihre Aufmerksamkeit darauf lenkten.

Tad James, einer meiner Lehrer, verwendet unter anderem die Suggestion: «Du wirst gleich feststellen, dass sich eine deiner Hände etwas anders anfühlt als die andere.» Der Klient stellt nach ein paar Sekunden verblüfft fest: «Das stimmt tatsächlich!» Darf ich Ihnen verraten, warum sich eine Hand anders anfühlt als die andere? Weil es eine *andere*

Hand ist, darum! Das hat rein gar nichts mit irgend welchen magischen Fähigkeiten des Hypnotiseurs zu tun, sondern lediglich mit seinen Kenntnissen in Bezug auf Sprache.

So, jetzt wo Sie über die wichtigsten hypnotischen Sprachmuster Bescheid wissen, wollen wir gemeinsam mein Vorwort zerpfücken. Sind Sie bereit?

Das zerpfückte Vorwort...

Liebe Leserin, lieber Leser, Möglicherweise haben Sie sich soeben gemütlich hingesetzt...

Jawohl, das ist eine indirekte Suggestion, dass Sie sich gefälligst hinsetzen sollen!

...und zu sich gesagt: «Jetzt gönne dir mal ein wenig Ruhe und lies dieses interessante Buch!»

Genau. Ein eingebetteter Befehl in Reinkultur! Und eine Präsupposition, dass das Buch interessant ist.

Ich möchte Ihnen zu diesem Entscheid gratulieren, und zwar aus folgendem Grund: Ich bin der Meinung, dass 99 Prozent von dem, was «da draußen» in der Welt geschieht, Hypnose ist. Denken Sie nur an eine lange Fahrt auf der Autobahn...

...oder versuchen Sie, nicht daran zu denken. So oder so: Ich zwingen Ihr Gehirn, Bilder von Autofahrten hervorzuholen und bringe Sie so unmerklich in Trance! Dadurch vergessen Sie auch, dass ich soeben eine Behauptung aufgestellt habe, die man eigentlich überprüfen sollte, nämlich dass 99 Prozent unseres Alltags Hypnose sei.

...ist es Ihnen auch schon passiert, dass Sie sich plötzlich fragten, wie Sie die letzte halbe Stunde verbracht haben?

Zustimmung holen. Ja-Set.

Oder denken Sie an eine alltägliche Situation in einem Fahrstuhl.

Schon wieder, gell?

Sie wissen, Sie möchten von der zehnten in die erste Etage. Sie steigen ein und drehen sich um in Richtung Tür, weil Sie immer sehen möchten, in welcher Etage Sie sich befinden. Und Sie zählen innerlich mit: 10... 9... 8... 7... 6... 5... 4... 3...

Uiiiiii, deutlicher geht's nicht mehr. Ein Vorwand, um Sie hinunter zu zählen in eine tiefe, tiefe Trance... jetzt!

Die Tür geht auf, Sie schreiten auf den Flur und stellen verwundert fest, dass Sie noch nicht in der ersten Etage angekommen sind.

Woher weiß der das? Gedankenlesen?

Es fühlt sich einfach noch nicht an wie die erste Etage, nicht wahr?

Eine rhetorische Frage, um ein weiteres Ja zu bekommen.

Wenn Sie dann wieder in den Fahrstuhl steigen, um schließlich dort auszusteigen, wo Sie immer schon hin wollten,...

Oiiii, woher weiß der, wo ich immer schon hin wollte? Und wo will ich genau hin? Hier steckt ein weiteres Sprachmuster drin, das wir nicht speziell behandelt haben, nämlich die Ambiguität oder Doppeldeutigkeit. «Wo Sie immer schon hin wollten» deutet auf die gewünschte Etage hin, aber auch aufs ganze Leben. Ein schönes Beispiel für Ambiguität in der Werbung werde ich Ihnen später noch liefern.

...sagen Sie zu sich selbst: «So ist's richtig. Hervorragend! Jetzt bist du da, wo du immer schon hin wolltest.»

Indirekte Suggestion, die bewirken soll, dass Sie sich bei mir in guten Händen fühlen.

Ein weiteres Beispiel für eine Alltags-Trance: Sie sitzen vor dem Fernseher, den Blick starr auf die Mattscheibe gerichtet,...

Starren auf einen bestimmten Punkt, das nennt sich Fixation. Eine uralte hypnotische Methode!

...und wie in einem Traum ziehen all diese Bilder an Ihnen vorbei. All diese bekannten und lange vergessenen Bilder...

Welche Bilder? Aha, fehlender Referenzindex!

Ich weiß nicht, wann es Ihnen genau aufgefallen ist,...

Ein nettes Präsuppositiönchen, gell? Ich diskutiere gar nicht darüber, ob es Ihnen überhaupt aufgefallen ist, ich frage mich nur, wann genau!

...dass in diesen Momenten der ganz normalen Alltags-Hypnose, so wie jetzt,...

Hier steckt nicht nur die Präsupposition drin, dass Alltags-Hypnose normal ist, sondern auch, dass Sie jetzt gerade eine solche erleben...

...der Weg zu Ihrem Unterbewusstsein nahezu hindernisfrei ist und alles, was ich jetzt zu Ihnen sage, in Ihrem Unterbewusstsein all die kleineren und größeren Veränderungen vornehmen kann, die nötig sind, damit Sie genau dort hin kommen, wo Sie hin kommen möchten.

Na ja. Alles klar?

*Wenn ich mich vor einiger Zeit in Klinischer Hypnose habe ausbilden lassen, dann nicht in erster Linie, weil ich hypnotisieren wollte, sondern um zu **enthypnotisieren**.*

Das kann jeder sagen, gell? Sind Ihre nächtlichen Träume tatsächlich Träume? Oder träumen Sie ab und zu, Sie wachten auf und dächten nur, geträumt zu haben, während in Wirklichkeit die Träume der Wachzustand sind. Hallo, sind Sie noch da? *Selbstverständlich überlasse ich es völlig Ihnen, wann Sie heute aus der Massen-Hypnose aufwachen möchten.*

Uiiiiii, wieder so eine Präsupposition. Haben Sie tatsächlich die freie Wahl? Oder sind Sie nur frei, in welcher Weise Sie heute genau das tun wollen, was ich von Ihnen verlange?

Und Sie sind auch völlig frei, dieses Buch heute noch zu Ende zu lesen, oder noch bis morgen zu warten.

Präsupponiert, dass Sie das Buch zu Ende lesen werden. Das Dumme ist nur: Dieses Buch ist so spannend, dass man einfach weiterlesen will. Oder?

Ob Sie wohl ebenso gespannt sind wie ich, wie es weiter geht?

Richtig. Das wäre dann ein schönes konversationelles Postulat!

Und während sich der gesunde Skeptiker in Ihnen fragt,...

Mit anderen Worten: Ich präsupponiere, dass in Ihnen drin ein Skeptiker ist, und erst noch ein gesunder! Und ich lese Ihre skeptischen Gedanken...

...ob dieses Buch tatsächlich etwas für Sie ist (so ist's richtig!),...

Aha! Das Unterbewusstsein immer loben, wenn es auf dem richtigen Weg ist!

...hat sich Ihr Unterbewusstsein möglicherweise längst zum Weiterlesen entschlossen... jetzt!

Möglicherweise ist das eine ganz ausgebuffte permissive Suggestion! Und sie soll erst noch bewirken, dass der gesunde Skeptiker in Ihnen drin gefälligst die Klappe hält.

Übrigens.. Ihnen ist sicher aufgefallen,...

Klar. Gedankenlesen!

...dass ich nie gesagt habe: «Tun Sie genau das, was ich von Ihnen verlange.»

Und wir geben gleich noch einen drauf: Ein eingebetteter Befehl.

Nein, daran würden Sie ja sofort erkennen, dass ich Sie manipulieren will, nicht wahr?

Eine rhetorische Frage, um Sympathie zu holen und ein Ja zu bekommen.

Es würde mir auch nicht im Traum einfallen, Ihnen zu suggerieren: «Sorgen Sie dafür, dass dieses Buch ein Bestseller wird!»

Nochmals ein versteckter Befehl!

Da würden Sie kurz schmunzeln und das Buch in eine Ecke werfen.

Gedankenlesen.

Sie haben recht: In diesem Buch geht es um viel subtilere Methoden.

Und noch einmal Gedankenlesen. Hey, die Methoden sind so subtil, dass Sie nicht einmal merken, dass ich sie gerade jetzt an Ihnen anwende! Raffiniert, nicht?

Wer sie kennt, der lebt erstens viel bewusster...

Dazu wird man wohl noch ja sagen dürfen...

...und zweitens wird er dafür sorgen, dass sich mit jedem Tag und in jeder Hinsicht der selbst bestimmte Anteil seiner Persönlichkeit gegenüber dem fremdbestimmten ausdehnen kann.

Auch das klingt vernünftig... (das zweite Ja in einem Ja-Set)

Es ist ja nicht immer so, dass nur anständige Menschen Sie mit hypnotischen Sprachmustern bezirzen.

Oiiii, das ist happig. Das dritte Ja im Ja-Set, diesmal ein unüberlegtes Ja. Da steckt die Präsupposition drin, dass ich ein anständiger Mensch bin. Das stimmt zwar, aber Sie sollten es mir nicht einfach glauben, sondern selbst zu diesem Schluss kommen.

Das können auch schamlose Ausbeuter sein. Oder machtgierige Politiker. Oder Sektenführer. Oder Priester und Pfarrer, falls das nicht dasselbe ist.

Worauf bezieht sich jetzt «falls das nicht dasselbe ist»? Auf Priester oder Pfarrer? Oder auf Pfarrer und Sektenführer? Das Muster nennt sich Doppeldeutigkeit oder Ambiguität. Habe ich Ihnen damit etwa untergejubelt, dass Pfarrer dieselben Scharlatane sind wie Sektenführer? Das mag zwar stimmen, aber auch hier möchte ich Sie dazu auffordern, Ihre eigenen Erfahrungen zu sammeln und nicht irgend einem daher gelaufenen Autor zu glauben, selbst wenn er Zimmermann heißt.

Und was dann geschieht, das ist Ihnen ja von der Geschichte her bestens bekannt.

Ist es das tatsächlich? Oder ist das wieder so ein Trick mit fehlendem Referenzindex, der Ihr Gehirn beschäftigen und Sie einlullen soll, damit Sie nicht merken, was mit Ihnen geschieht?

Die heimlichen Verführer...



Wollen wir zusammen noch ein krasses Beispiel aus der Werbung analysieren? Jede Ähnlichkeit mit existierenden Süßgetränke-Produzenten ist natürlich rein zufällig. Nehmen wir also unseren Fußball-Star, der etwas knapp bei Kasse ist und sein Budget aufpolieren

will, indem er für Seppi-Cola wirbt. Sie sitzen gemütlich und in leichter Trance vor Ihrem Fernseher, und schauen zu, wie Jimmy Football einen Penalty voll ins Tor manövriert. Seine verschwitzten Kollegen wollen sich gerade im Siegesrausch auf ihn stürzen, und das ganze Stadion johlt vor Entzücken, doch Jimmy hat etwas Besseres zu tun: Er wendet sich ab, läuft direkt auf die Kamera zu und weiß zu berichten:

«Hallo, ich bin Jimmy Football. Ich bezeichne mich als selbstbewussten Menschen. Und ich schätze es

überhaupt nicht, wenn jemand beispielsweise zu mir sagt 'Trink Seppi-Cola, das erfrischt!'.»

Das kennen Sie schon, nicht wahr? Richtig, das ist erstens ein eingebetteter Befehl, zweitens der erste Teil eines Ja-Sets, und drittens die Vorbereitung für eine Präsupposition. Dadurch nämlich, dass Jimmy sich als selbstbewusst bezeichnet, bereitet er den Boden vor, um auch Ihnen die Suggestion einzupflanzen, dass selbstbewusste Menschen Seppi-Cola trinken. Kapiert?

Jimmy trinkt einen Schluck Seppi-Cola und wirkt unglaublich erfrischt. Das Bild wird noch verstärkt mit der ganz kurzen Einblendung eines enorm attraktiven, halbnackten Liebespaares, das unter einem Wasserfall seine sexuelle Hitze kühlt. Mit einem orgasmisch angehauchten «Aaaahhh» fährt Jimmy fort:

«Ich muss mich selbst überzeugen können.»

Aha! Das zweite Ja in einem Ja-Set. Der Zuschauer glaubt immer noch, dass er auf Werbung nicht hereinfällt und alles voll im Griff hat. Aber da hat er die Rechnung ohne den Jimmy gemacht...

«Und Seppi-Cola überzeugt mich immer und immer wieder. Aber hey, wenn Sie so selbstsicher sind wie ich,...»

Immer und immer und immer wieder. Die Wiederholung lullt ein und überzeugt. Und jetzt kommt's! Das dritte Ja in einem Ja-Set...

«...dann genügt Ihnen mein Wort nicht,...»

Genau, da haben wir's. Dieser Mann will mich nicht manipulieren. Oder etwa doch?

«...dann wollen Sie sich selbst überzeugen.»

Und wenn Sie jetzt mit ja antworten, sagen Sie gleichzeitig ja zu Jimmys nächstem Vorschlag...

«Deshalb überlasse ich es völlig Ihnen,...»

Klar! Der Kunde soll absolut frei sein zu entscheiden, wann er genau das tun will, was ich von ihm verlange!

«...wann Sie uns anrufen wollen,...»

Richtig, ein Präsuppositionchen zur rechten Zeit hat noch keinem geschadet.

«...um Ihre Gratis-Probensendung zu bestellen...»

Jetzt ist es raus! Und die Probensendung ist ja ohnehin schon meine. Ich muss sie nur noch abrufen.

«...und sich zu überzeugen, dass nichts so sehr erfrischt wie Seppi-Cola.»

Das wäre dann wieder eine ausgekochte Präsupsition. Ich könnte mich ja auch vom Gegenteil überzeugen lassen, nämlich dass Seppi-Cola ein künstliches Getränk ohne jeden Nährwert ist. Aber diesen Fall hat Jimmy mit seiner Präsupsition bereits auf geschickte Weise ausgeschlossen. Wie kann er jetzt dafür sorgen, dass ich nicht zu lange warte mit Anrufen? Jimmy ist auch hier nicht verlegen. Er will gerade wieder zu seinen Kollegen aufs Spielfeld zurück, als ihm in letzter Sekunde einfällt:

«Ach ja, bevor ich's vergesse: Dieses Angebot gilt nur noch diese Woche!»

Im Zuschauer breitet sich Panik aus. Schockschwerenot, was würde geschehen, wenn man dieses Angebot verpasste? Nicht auszudenken!

«*Okay, ich muss mich beeilen! Tschüss.*»

...sagt Jimmy und eilt zurück aufs Spielfeld. Raffiniert hat er das gemacht, finden Sie nicht auch? Anstatt Ihnen zu sagen, **Sie** sollen sich beeilen, formuliert er eine Ericksonsche indirekte Suggestion.

Gerade kürzlich ist mir im amerikanischen Fernsehen ein weiteres Beispiel aufgefallen, wie man dem Zuschauer dank Ambiguität (Doppeldeutigkeit) eine indirekte Suggestion einflößen kann:

«Hallmark» ist eine sehr bekannte Firma, die unter anderem Glückwunschkarten für alle möglichen Anlässe herstellt. Hallmarks neuester Fernseh-Spot geht so: Ein hübscher Mann in adrettem Business-Anzug kommt in ziemlicher Eile zu einem Lift, dessen Türen sich gerade schließen wollen. «Zufälligerweise» befindet sich im Lift bereits eine hübsche Frau, die eine Papier-Tragetasche mit Hallmark-Werbeaufdruck ihr eigen nennt. Mit dieser Tragetasche blockiert sie die Lichtschranke des Lifts und sorgt dafür, dass Mister Business-Man gerade noch den so dringend benötigten Fahrstuhl erreicht. Das Schauspiel mit der praktischen Tragetasche wiederholt sich noch zweimal, und bevor der adrette Jüngling durch die Drehtür seines Geschäftshauses entwischt, zwinkert er Frau Hallmark zu mit der

Bemerkung: «I need one of these» (Ich brauche auch so eine). Der logische Teil unseres Gehirns bezieht diesen Satz natürlich auf die Tragetasche, während das Unterbewusstsein mindestens zwei weitere Bedeutungen konstruiert, nämlich erstens: «Ich brauche auch so eine hübsche Frau!» und zweitens «Ich brauche auch so eine Hallmark-Glückwunschkarte!» Und das ist es letztendlich, was uns der Werber verkaufen wollte.

Psychagog oder Psychopath?



Schauen wir zum Schluss nochmals unserem Politiker über die Schulter. Ein paar Ungeheuerlichkeiten seiner Jahrhundert-Rede kennen Sie ja schon:

«Liebe Landsleute, als ich zum ersten Mal den Satz hörte 'Bartträger sind Anarchisten', traute ich meinen Ohren nicht.»

Der Zuhörer traut seinen Ohren auch nicht. Da hat er mit dem Redner schon mal etwas gemeinsam (Rapport!) Und der Samen ist gepflanzt: Der Zuhörer macht sich zum ersten Mal in seinem Leben Gedanken darüber, ob Bartragen und Anarchismus etwas miteinander zu tun haben könnten.

«Und selbst als mir später namhafte Wissenschaftler unwiderruffliche Beweise unter die Nase hielten, rief ich aus: 'Das kann doch nicht sein!'

Raffiniert, nicht wahr? Während Giovanni Corrupto den Skeptiker spielt und damit Rapport erzeugt mit den Skeptikern im Publikum, flößt er ihrem Unterbewusstsein ein, dass es unwiderrufliche Beweise gebe für die ungeheuerlichen Behauptungen, die er gleich aufstellen wird. Dabei bleibt er natürlich so unspezifisch wie möglich. Die Ausdrücke «später» und «namhafte Wissenschaftler» geben Ihrem Gehirn Sucharbeiten auf und sorgen dafür, dass der logische Teil Ihres Bewusstseins beschäftigt bleibt, während Giovanni seine geistesgestörten Theorien in Ihr Unterbewusstsein katapultiert.

«Ich nehme an, liebe Landsleute, Sie kennen sich in Weltgeschichte ein wenig aus.»

Natürlich kennen sich die wenigsten aus! Aber sie würden gerne, oder? Also ist es relativ leicht, hier ein Ja zu bekommen. Mit anderen Worten: Das könnte der Beginn eines Ja-Sets sein. Gut aufpassen, wie's weitergeht!

«Und ich nehme auch an, liebe Landsleute, dass man Ihnen kein X für ein U vormachen kann!»

Claro! Das zweite Ja.

«Ich darf daher auch annehmen, dass es vollaufgenügt, wenn ich Ihnen ein paar Namen nenne: Fidel Castrop-Rauxel! Allatonah Genaussi! Jassbier Haaramblatt!»

Nein, diese letzte Aussage darf er eigentlich nicht annehmen. Aber da es sich um die dritte Frage in einem Ja-Set handelt, ist die Chance groß, dass er bei der großen Masse damit durchkommt. Außerdem sind die Gehirne seiner Zuhörer jetzt vollauf damit beschäftigt, in ihren Gedächtnis-Datenbanken irgendwelche Informationen zu diesen Namen zu finden, während er ihr Unterbewusstsein getrost weiter füttern kann.

«Ich weiß nicht, meine Damen und Herren, ob Sie zuerst genügend eigene Beispiele gesammelt haben müssen oder ob Sie jetzt schon überzeugt sind, dass 99 Prozent aller Barträger Anarchisten sind.»

Mit anderen Worten: Es ist nur eine Frage der Zeit, bis Sie überzeugt sind. Mister Corrupto präsупponiert, dass Sie irgendwann überzeugt sind. Außerdem suggeriert der gute Mann: «Wenn Sie eigene Beispiele sammeln, haben Sie gar keine andere Wahl als zum selben Schluss zu kommen wie ich. Also

brauchen Sie gar nicht erst zu sammeln, sondern können mir meinen Stuss auch so glauben.»

«Meine Damen und Herren, liebe Landsleute, Sie fragen sich jetzt sicher 'Wie kommt er da drauf?！」»

Gedankenlesen ist der beste Weg, um dem Widerstand die Spitze zu brechen...

«Ich bin sehr froh, dass Sie das fragen,...»

Oh, der Mann begrüßt Opposition! Ein starker Charakter!

«...denn ich habe genau so ungläubig den Kopf geschüttelt wie Sie, als ich zum ersten Mal mit den harten Tatsachen konfrontiert wurde.»

Achtung Präsupposition: Sie schütteln ungläubig den Kopf. Achtung Präsupposition: Was ich erzähle, sind harte Tatsachen.

«Ich habe gehört, was meine politischen Gegner von mir fordern: Sie wollen Beweise sehen für meine Behauptungen. Sie wollen objektive Gründe hören für meine Beschuldigungen.»

Das nennt sich Oekologie-Check: Wie wird die Umwelt reagieren? Giovanni muss seinen Zuhörern hier eine Immunspritze verabreichen, damit nicht irgendwelche Leute bewirken, dass Sie Ihr Gehirn wieder einschalten.

«Aber ich frage Sie, meine sehr verehrten Damen und Herren: Brauchen wir Beweise, um unsere Freiheit zu verteidigen? Brauchen wir Gründe, um Recht und Ordnung in diesem unserem Lande aufrecht zu erhalten? Oder hat ein Gefühl auch noch seine Daseinsberechtigung in einem Rechtsstaat wie dem unsrigen?»

Jawohl, hier finden wir die Wiederholung und das Ja-Set. Außerdem eine unzulässige Verknüpfung von «Gefühl», «Rechtsstaat» und unbewiesenen Behauptungen.

«Ich sage, meine sehr verehrten Damen und Herren: Wir haben schon genügend eigene Probleme in unserem Land!»

Könnte wieder der Anfang eines Ja-Sets sein. Aufpassen!

«Und ich sage: Wir können auf Elemente verzichten, bei denen man nie genau weiß, ob sie für oder gegen unser Vaterland kämpfen, und die glauben, nur weil sie Haare im Gesicht hätten, seien sie etwas Besseres.»

Wie? Was? Wo? Den letzten Satz habe ich nicht ganz verstanden, Aber da ich ein armes dummes Würmchen bin und Dr. Giovanni Corrupto ein studierter Mann, wird er sicher recht haben.

«Ich fordere Freiheit und Sicherheit für jeden einzelnen von uns. Denn das wollen wir doch alle! Ist es nicht so?»

Freiheit und Sicherheit haben zwar nichts mit der ungeheuerlichen Behauptung zu tun, Bartträger seien Anarchisten. Aber Freiheit und Sicherheit, ja, das wollen wir. Das war das zweite Ja im Ja-Set, aufgemotzt mit einer rhetorischen Frage. Gesehen? Gut! (Die Menge brüllt «ja»)

«Ich kann Sie nicht hören! Ist es nicht so???»

Ja, ja, gebet dem Volk Brot und Spiele und lasst sie ein wenig ihre Stimmbänder wetzen. Je lauter das letzte Ja, desto lauter das große Ja für Giovanni Corrupto auf dem Wahlzettel. Bravo, Giovanni!

Johnny Hochdruck und ein weiteres Manipulations-Muster...

Wenn wir den Abschluss mit unserem Hochdruck-Verkäufer machen, dann aus zwei Gründen:

Erstens halte ich diese Art von Verkaufen für unsauber und moralisch nicht korrekt und möchte mit diesem Schluss ein Plädoyer verbinden gegen jegliche Form von unredlicher Manipulation im Business, bei der der eine Partner nicht weiß, was der andere tut.



Und zweitens will ich Ihnen, so quasi zum Nachtsch, noch ein zusätzliches Muster verraten, das die meisten 0815-NLP-Verkaufstrainer ihren Seminar-Teilnehmern empfehlen. Das tue ich nicht, um Sie dazu zu verleiten, diese Methode ebenfalls anzuwenden (wenn Sie's dennoch tun, sind Sie selber schuld), sondern damit Sie in Zukunft

erkennen, wenn jemand Sie damit manipulieren will. Das Geheimnis heißt: Strategie ermitteln.

Als das System zum ersten Mal entdeckt wurde, machte es vor allem im Spitzensport Furore, und es scheint dort sehr gut zu funktionieren. Wenn Sie beispielsweise Golfspieler sind und Ihre Fähigkeiten um ein Vielfaches verbessern möchten, könnten Sie einen NLP-Coach anheuern. Dieser würde erstens sehr viel Geld verlangen und zweitens von Ihnen fordern, dass Sie ihm die drei besten Golfspieler der Welt für einen Tag zur Verfügung stellen. Diesen Golfspielern würde unser NLP-Coach jetzt so komische Fragen stellen wie:

«Wenn Sie den Ball platzieren, haben Sie da ein inneres Bild, einen inneren Klang, oder mehr ein Gefühl? Oder sagen Sie etwas zu sich selbst?»

«Aha, ein Bild. Was sehen Sie?»

«Ist das Bild groß oder klein?»

«Ist es bunt oder schwarzweiß?»

«Ist es bewegt oder ein Stehbild?»

«Ist es scharf oder unscharf?»

«Wenn Sie den Schläger ansetzen, haben Sie da ein inneres Bild, einen inneren Klang, oder mehr ein Gefühl? Oder sagen Sie etwas zu sich selbst?»

Und so weiter, und so fort. Der NLP-Coach versucht herauszufinden, wie sich die Strategie des Champions zusammensetzt. Dazu müssen Sie insgesamt fünf Begriffe kennen:

- visuell hat mit Sehen zu tun
- auditiv hat mit Hören zu tun
- kinästhetisch hat mit Fühlen und Bewegen zu tun
- intern läuft innerlich (im Kopf) ab
- extern läuft äußerlich ab

Am Schluss der Übung hat der NLP-Spezialist dann vielleicht die folgende Strategie eruiert: «Wenn der Golf-Champion den Ball plaziert, sagt er zu sich in einem ruhigen, festen, deutlichen Ton: 'So, heute bin ich wieder mal der Beste.' Diese Stimme hört er in beiden Ohren, aber im linken etwas lauter. Sie kommt von links oben. (auditiv-intern) Dann schaut der Champion nach vorne in Richtung des Lochs (visuell-extern), sieht seinen letzten Sieg (visuell-intern) und bekommt ein warmes Gefühl im Bauch (kinästhetisch-extern). Wenn er den Schläger aufzieht, schaut er zuerst auf den Schläger (visuell-extern) und dann nochmals in Richtung des Lochs (visuell-extern)...» und so weiter, und so fort. Sie haben das Prinzip sicher vom Ansatz her begriffen.

Der NLP-Experte wird natürlich noch weitere so genannte «Submodalitäten» unterscheiden, aber ich will Sie hier nicht damit erschrecken, und auch nicht mit Synästhesien, Polaritäts-Responses oder Meta-Responses. Wichtig ist: Am Schluss der Analyse hat der Fachmann eine klare Strategie, die er jetzt bei mittelmäßigen Golfern «einpflanzen» kann. Und siehe da, es funktioniert! Die Resultate sind phänomenal. Ich habe früher diese Technik verwendet, um den Teilnehmern an meinen Fortgeschrittenen-Seminaren innerhalb kürzester Zeit beizubringen, wie sie ein zwei Zentimeter starkes Holzbrett mit ihrer flachen Hand entzweischlagen können. Das ist eine Strategie, die einmal jemand bei Top-Karatekämpfern ermittelt hat, und sie ist für alle Menschen sofort anwendbar. Bis jetzt hat jedenfalls noch jeder (und jede!) sein Brett ohne Kraft-Anwendung entzweigeschlagen.

Aber auch hier sind die NLP-Gründer Bandler und Grinder leider übermütig geworden. Sie fanden heraus, dass jeder Mensch eine ganz bestimmte Kauf-Strategie hat. Wenn Sie zum Beispiel Frau Meier von nebenan fragen, was genau geschieht, wenn sie sich dazu entschließt, eine neue Nähmaschine zu kaufen, wird sie Ihnen möglicherweise antworten:

«Also, zuerst sah ich die Nähmaschine in einem Katalog oder Schaufenster (visuell-extern). Dann sagte ich zu mir 'das wäre eigentlich etwas, eine neue Nähmaschine' (auditiv-intern oder auditiv-digital). Dann bekam ich ein gutes Gefühl (kinästhetisch-extern). Dann studierte ich Prospekte, wobei ich zuerst die Bilder betrachtete (visuell-extern) und dann möglichst viele Informationen sammelte (auditiv-digital). Dann ging ich ins Geschäft und ließ mir vom Verkäufer die Maschine erklären (auditiv-extern). Dann setzte ich mich hin (kinästhetisch-extern) und nähte ein paar Stiche (kinästhetisch-extern). Dann sagte ich laut 'ja, das ist es' (auditiv-extern), und schließlich sagte ich zum Verkäufer 'die nehme ich' (auditiv-extern).»

Der NLP-Experte wird mit Frau Meier noch ein paar weitere Kauf-Entscheide durchspielen und schließlich eine Strategie notieren, die alle Kauf-Entscheide von Frau Meier gemeinsam haben, zum Beispiel:

- visuell-extern
- auditiv-intern
- kinästhetisch-extern
- visuell-extern
- auditiv-digital
- auditiv-extern
- kinästhetisch-extern

- kinästhetisch-extern
- auditiv-extern
- auditiv-extern

Nun erzählen die NLP-Freaks, dass man dieser Frau Meier alles verkaufen könne, wenn man genau nach dieser Strategie verfähre und beispielsweise folgendes von sich gebe:

«Frau Meier, ich kann Ihnen einen Staubsauger zeigen (visuell-extern), bei dem Sie zu sich sagen können 'das ist das, was ich schon immer gesucht habe' (auditiv-intern) und der Ihnen auch ein gutes Gefühl gibt (kinästhetisch-extern). Ich möchte Ihnen diesen Staubsauger vorführen (visuell-extern) und Ihnen die nötigen schriftlichen Informationen liefern (auditiv-digital), nachdem Sie nicht nur mich angehört (auditiv-extern), sondern den Staubsauger in die Hand genommen (kinästhetisch-extern) und sich selbst überzeugt haben (kinästhetisch-extern). Hört sich das für Sie verlockend an (auditiv-extern) oder könnten Sie zumindest ja sagen (auditiv-extern) zu einer kleinen Vorführung?»

Klingt wie der größte Scheibenkleister, den Sie je gehört haben, oder? Ich bin völlig mit Ihnen einverstanden. Viele NLP-Freaks sind jedoch von dieser

Technik überzeugt und berichten auch stolz von Fällen, wo der Kunde voll in Trance gegangen sei und gesagt habe:

«Wissen Sie was? Ich habe keine Ahnung, was Sie da erzählen, aber es macht irgendwie Sinn.»

Vielleicht ist bei Ihnen die Frage aufgetaucht, wie denn so ein Verkäufer Ihre Kauf-Strategie ermitteln würde, denn das würden Sie doch merken. Die NLP-Leute sagen, nein, das merken Sie eben nicht. Man müsse Ihnen nur die Frage stellen, ob Sie sich an Ihren letzten größeren Einkauf erinnern könnten. An Ihren Augenbewegungen könne man dann ablesen, wie Ihre Strategie aussieht. Ich will Sie hier nicht mit den sogenannten «Eye Access Cues» belästigen; diese Theorie können Sie in jedem NLP-Einführungsbuch nachlesen (Führend in NLP-Literatur ist übrigens der Junfermann-Verlag). Tatsache ist, dass man an den Augenbewegungen eines Menschen gewisse Rückschlüsse auf sein seelisches Geschehen ziehen kann.

Ich möchte zum Schluss dieses Kapitels nur eines sagen: Eine solche Strategie-Technik zu lernen und anzuwenden, ist dermaßen schwierig, dass ein solcher Verkäufer sich während des Verkaufsgesprächs nur noch auf die Technik konzentrieren wird und

nicht mehr auf Sie und Ihre Bedürfnisse. Und das, liebe Leserin und lieber Leser, werden Sie auf jeden Fall merken!

Die besten Verkäufer sind immer noch diejenigen, die sämtliche Techniken beiseite lassen und einfach der Einkaufs-Helfer des Kunden sein wollen. Das sind Menschen, die eine so gute Energie ausstrahlen, dass man einfach mit ihnen zusammen sein will. Falls Sie Scharlatane von echten Einkaufs-Helfern unterscheiden möchten, achten Sie darauf, ob der Verkäufer Sie nach Ihrem letzten Kauf-Entscheid fragt und Sie etwas seltsam beobachtet. Dann hauen Sie ihm seine NLP-Technik um die Ohren und grüßen Sie ihn freundlich von mir!

Muss ich jetzt paranoid werden oder was?

Ich gratuliere Ihnen! Wenn Sie bis hierher gelesen haben, waren Sie entweder in Trance und haben sich dabei wunderbar erholt, oder Sie haben die wichtigsten hypnotischen Sprachmuster voll begriffen und werden in Zukunft erkennen, wenn Sie jemand manipulieren will.

Sicher fragen Sie sich nun: «Wie geht's jetzt weiter? Was kann ich damit anfangen?» Oder mit anderen Worten: «Muss ich jetzt paranoid werden oder was?»

Die Antwort: Nein, das müssen Sie nicht. Ich wollte Ihnen auch keine Angst machen, denn damit hätte ich ja eine äußerst destruktive Suggestion in die Welt gesetzt. Wenn ich ab und zu davon gesprochen habe, dass Sie sich «schützen» sollen gegen Manipulation, dann nehme ich diese Aussage hier hoch offiziell zurück. Denn wer glaubt, dass es etwas gibt, wovor er sich schützen muss, der gibt diesen Dingen unnötig Energie. Und wenn wir Energie in etwas investieren, dann wird es größer; das haben Sie vielleicht selbst schon erfahren.

Ich treffe immer wieder esoterisch angehauchte Menschen an, die mir erzählen, sie würden sich vor schlechten Energien schützen, indem sie sich eine «hellblaue Lichtglocke» um ihr Haus herum vorstellten. Darauf habe ich immer eine burschikose Antwort: «Ein Waschlappen mit Lichtglocke ist immer noch ein Waschlappen!» Oder mit anderen Worten: Wenn ich eine Lichtglocke brauche, um mich zu schützen, setze ich eine selbst erfüllende Prophezeiung in die Welt, nämlich dass es etwas gibt, das außerhalb von mir existiert und stärker ist als ich.

Dazu ist zu sagen: Licht ist *immer* stärker als Dunkelheit. Jemand, der aus Liebe handelt, ist *immer* stärker als jemand, der aus einem Macht- oder Sicherheitsbedürfnis heraus handelt. Daher braucht derjenige, der aus Liebe handelt, auch keine Lichtglocke, weil er energetisch gesehen sowieso nichts anderes ist als Licht. In ähnlich verirrter Weise machen sich in letzter Zeit mehr und mehr selbst ernannte FengShui-Experten breit. Feng Shui ist die alte chinesische Kunst der Platzierung und Innendekoration. Dass Ihr Heim so etwas ist wie eine zweite Haut, und dass man aus Ihrer Wohnungseinrichtung viele Rückschlüsse auf Ihre Person ziehen kann, das mag uns ja allen noch einleuchten, nicht wahr? Dass wir aber mit Hilfe von BaGua-

Spiegeln die Energie der bösen Nachbarn postwendend zurückschicken und mit Hilfe von Bambusflöten und Doppel-Achten «schlechtes Chi» fernhalten und im Zweifelsfall immer den FengShui-Experten zu Rate ziehen sollen, ist meiner Meinung nach ebenfalls ins Kapitel der Manipulation und Massen-Hypnose einzuordnen und hat nichts anderes zum Zweck, als Angst zu verbreiten und abhängig zu machen.

Denken Sie daran: Sie sind unabhängig und frei und für Ihr eigenes Leben verantwortlich. Viel wichtiger als jeder «Schutz» scheint mir, dass Sie Zivilcourage zeigen, wenn Sie Manipulationsversuche entdecken. Das hört sich so einfach an. Aber überlegen Sie einmal, wie wenig Menschen in der Massen-Hypnose des Dritten Reiches aufgestanden sind und gesagt haben: «Auch wenn Millionen die selben Parolen brüllen, das macht für mich alles keinen Sinn!»

Meine Empfehlung: Betrachten Sie das, was Sie in den letzten paar Stunden gelernt haben, doch einfach als eine Erweiterung Ihres Horizonts. Sie wissen jetzt besser, wie Sprache funktioniert und was sie im menschlichen Nervensystem bewirkt. Gehen Sie locker mit diesen neuen Kenntnissen um. Untersuchen Sie Werbebotschaften, Verkaufsgespräche und politische Reden auf hypnotische Sprachmuster,

und freuen Sie sich, dass Sie so viel darüber wissen. Seien Sie aufmerksam, behalten Sie Ihren Denkapparat eingeschaltet, aber sehen Sie bitte nicht hinter jeder Straßenecke einen versteckten Manipulator. Denn eines dürfen Sie nicht vergessen: Jeder Mensch, der den Mund aufmacht, um zu kommunizieren, will irgend etwas damit erreichen.

Okay, *fast* jeder! Die meisten Menschen, die einen Text schreiben oder eine Rede halten, möchten, dass man ihre Argumente versteht und ein Stück weit sich in ihre Welt hinein fühlen kann. Die einzige Frage, die wir uns immer wieder stellen müssen, ist: Was steckt für eine Absicht dahinter? Ist hier Macht oder Liebe im Spiel? Dazu kann ich nur einen Rat abgeben: Bilden Sie Ihre Intuition so aus, dass Sie das eine vom anderen unterscheiden können.

Und noch etwas: Jetzt, wo Sie wissen, wie hypnotische Sprachmuster sofortige Resultate bewirken, können Sie sich sicher auch vorstellen, was für phantastische Wirkungen jemand erzielen kann, der diese Erkenntnisse in der Therapie und im Coaching einsetzt. Ich möchte Sie dazu ermuntern, das faszinierende Gebiet der Hypnose-Therapie und der damit verwandten Therapieformen weiter zu erforschen. Ich träume von einer Welt, in der die Kinder nicht jahrelang zu irgend einem Schulpsychologen geschickt werden, um dann schließlich den Stempel

«Legasthenie» oder «Aufmerksamkeits-Defizit-Störung» aufgedrückt zu bekommen. Wenn die Eltern lernen würden, ihre eigenen Kinder mit ein paar einfachen Techniken vom Schulstress und anderen seelischen Blockaden zu befreien, wäre meines Erachtens sehr viel für den Weltfrieden getan. Und wenn Ehepartner endlich erkennen würden, dass die Ehe kein Vergnügungspark, sondern ein Klassenzimmer ist, bei dem jeder abwechselungsweise einmal den Schüler und einmal den Lehrer spielt, dann hätten wir zumindest schon mal den Frieden in unseren Familien hergestellt.

Und Sie wissen ja: Wenn jeder vor seiner eigenen Türe sauber macht, ist's auf einmal überall sauber! In diesem Sinne wünsche ich Ihnen ein friedliches Reinemachen. Auf dass Ihr Leben mindestens so spannend wird wie dieses Buch! (Ja, ich weiß: Das ist eine Präsupposition. Aber es war doch ziemlich spannend, oder?)

Ein paar Literatur-Tipps für Interessierte

Literatur in deutscher Sprache

- Meinhold, Werner J.: Das große Handbuch der Hypnose, Theorie und Praxis der Fremd- und Selbsthypnose, Ariston Verlag Kreuzlingen, 1980 und 1997, ISBN 3-7205-1957-0, 639 Seiten

Ein sehr ausführliches und seriöses Werk, allerdings für Laien nicht in allen Bereichen leicht verständlich.

- Eberwein, Werner und Schütz, Gerhard: Die Kunst der Hypnose, Dialoge mit dem Unbewussten, Junfermann Verlag Paderborn, 1996, ISBN 3-87387-265-X, 270 Seiten

Ich bin nicht mit allem einverstanden, was die flotten Jungs erzählen. Aber das Buch enthält eine hervorragende Einführung in Trance-Logik und beantwortet oft gestellte Fragen zum Thema Hypnose.

- Bongartz, Bärbel und Walter: Hypnose, wie sie wirkt und wem sie hilft, Rowohlt Verlag Reinbek, 1992, ISBN 3-499-19133-4, 151 Seiten

Ein guter Überblick, auch was die Geschichte der Hypnose angeht. Walter Bongartz ist Hypnoseforscher an der Universität Konstanz und scheint's eine Kapazität auf diesem Gebiet. Wie die beiden jedoch die Reinkarnations-Therapie mit ein paar Sätzen abhaken, klingt für mich eher nach Voreingenommenheit als nach wissenschaftlicher Sorgfalt. Mein Tipp: Nicht alles glauben, was drin steht!

- Wendel, Mathias und York, Ute: Maskenball der Seele / Neue Wege der esoterischen Reinkarnations-Therapie, Knaur Verlag München, 1993, ISBN 3-426-86027-9, 295 Seiten*

Hier ist die Revanche für Bärbel und Walter Bongartzens Reinkarnations-Ignoranz: Ein Buch, das einzig und allein den Tiefen der Seele und den phänomenalen Resultaten der Reinkarnations-Therapie gewidmet ist. Der Inhalt klingt fast wie ein Märchen, aber ich habe in meiner Praxis massenhaft solche Beispiele erlebt. Der Dethlefsen-Schüler Wendel behauptet zwar, wie so viele Reinkarnations-Therapeuten, er verwende keine Hypnose. Aber das zeigt lediglich, dass er entweder nichts von Hypnose

verstehen oder aber das Publikum nicht mit diesem Reizwort erschrecken will.

- Bowman, Carol: Ich war einmal.../Kinder erinnern sich an frühere Leben, und wie Eltern damit umgehen können, Heyne Verlag München, 1998, ISBN 3-453-13857-0*

Carol Bowman habe ich an einer Konferenz der Association for Past Life Research and Therapy kennengelernt. Sie ist vertrauenswürdig, und ihr Buch ist eines der besten und spannendsten, die ich zu diesem Thema kenne. Es kam im März 1998 in deutscher Sprache heraus und richtet sich vor allem an Eltern von Kleinkindern. Ich finde, es ist ein Muss für alle Menschen, die über ihre eigene Nasenspitze hinausschauen möchten.

- Freitag, Erhard F. und Zacharias, Carna: Die Macht Ihrer Gedanken / Kraftzentrale Unterbewusstsein, Goldmann Verlag München, 1986, ISBN 3-442-13618-0, 254 Seiten

Wer noch nie etwas vom Unterbewusstsein und von der Kraft der Gedanken gehört hat, könnte möglicherweise von diesem Buch begeistert sein. Ich geb's zu, ich habe es nur diagonal gelesen und ab und zu gegähnt. Außerdem geht mir der legendäre Joseph Murphy, der das Vorwort geschrieben hat,

mit seinem Fanatismus manchmal auf die Nerven. Aber das ist mein Problem; ich werd's demnächst mal therapieren ;-)

- Witt, Klaus: Allergie? Nein danke! Gesundheit? Ja bitte! Junfermann Verlag Paderborn, 1995, ISBN 3-87387-251-X, 208 Seiten

Witts Tochter hat scheint's früher unter Neurodermitis gelitten, einer Krankheit, bei der die Schulmedizin relativ hilflos dasteht. Aus Begeisterung über ihre Heilung hat er dieses Buch geschrieben. Interessant für Allergiker, Eltern von Allergikern, und natürlich Therapeuten.

- Bandler, Richard: Bitte verändern Sie sich... jetzt! Transkripte meisterhafter NLP-Sitzungen, Junfermann Verlag Paderborn, 1991, ISBN 3-87387-020-7, 299 Seiten

Wie man vom Originaltitel «Magic in Action» auf so einen bescheuerten deutschen Titel kommt, und erst noch beim Junfermann-Verlag, ist mir ein Rätsel. Richard Bandler, einer der Mitbegründer von NLP, würde so eine plumpe Suggestion niemals über die Lippen bringen. Wer ein bisschen etwas über NLP und hypnotische Sprachmuster weiß, wird das Buch mit Genuss lesen. Das Ganze ginge selbstverständ-

lich auch mit weniger Reden und Showmanship, aber dann wäre es nicht von Richard Bandler ;-)

- Schick, Klaus H.: NLP&Rechtschreibtherapie / Praxishilfen für Unterricht und Therapie, Junfermann Verlag Paderborn, 1995, ISBN 3-87387-163-7, 150 Seiten

Ich habe vor allem ein wichtiges Werkzeug kennengelernt in diesem Buch: Wie man Menschen mit Rechtschreib-Schwierigkeiten helfen kann.

- Gordon, Daniel: Therapeutische Metaphern, Junfermann Verlag Paderborn, 1996, ISBN 3-87387-240-4, 208 Seiten

Ich habe das Buch noch nicht gelesen. Vielleicht liegt das an der Widmung, die da lautet «für Richard Bandler und John Grinder, die ich beide liebe, mag und respektiere... und das ist nicht nur Gerede.» Wenn einer das schreibt, dann *ist* es Gerede. Oder habe ich da noch ein Problem, das ich aufarbeiten sollte? ;-) Warum das Buch hier erwähnt ist: Weil es genau von diesen hypnotischen Sprachmustern und deren Verwendung in Metaphern handelt. Wenn es jemand von Ihnen gelesen hat, können Sie mir ja schreiben, ob es sich lohnt.

Literatur in englischer Sprache

- Havens, Ronald und Walters, Catherine: Hypnotherapy Scripts, Brunner/Mazel Publishers New York, 1989, ISBN 0-87630-547-8, 196 Seiten

Das beste Buch zum Thema hypnotische Sprachmuster, das ich kenne. Das ändert jedoch nichts an der Tatsache, dass ich für die meisten angesprochenen Fälle eher TimeLine- und Reinkarnations-Therapie verwenden würde, da die klassischen Hypnose-Skripte meines Erachtens das Problem nur überdecken anstatt entfernen.

- Overdorf, John und Silverthorn, Julie: Training Trances / Multi-Level Communication in Therapy and Training, Metamorphous Press Portland, 1994, ISBN 1-55552-069-3, 238 Seiten

Ein hervorragendes Buch zum Thema Ericksonsche Sprachmuster. Ich habe John und Julie an einem Huna-Seminar auf Hawaii persönlich kennengelernt. Im Badeanzug ein flottes Pärchen; auf der Trainer-Bühne überschreiten sie oftmals die Grenze zu nervigen NLP-Freaks, die vor lauter Mittel den Zweck nicht mehr sehen und ihre eigene Genialität fast nicht mehr ertragen. Na ja, Richard Bandler macht schließlich allen vor, wie's geht, gell?

- Hilgard, Ernest R. und Hilgard, Josephine R.: Hypnosis in the Relief of Pain, Brunner/Mazel New York, 1975, ISBN 0-87630-700-4, 294 Seiten
An sich ein Buch für Experten. Aber es enthält Informationen über die Versuche mit dem "versteckten Beobachter", die auch für Laien interessant sein können.
- Elman, Dave: Hypnotherapy, Westwood Publishing Glendale, 1964, ISBN nicht bekannt, 338 Seiten
Ein hervorragendes Buch zum Thema Hypno-Analyse und hypnotische Anästhesie. Elman hat sein ganzes Leben damit verbracht, Medizinern und Zahnmedizinern die hypnotische Anästhesie beizubringen. Er erklärt Schritt für Schritt, wie man einen Menschen ins hypnotische Koma bringt, das jeden chirurgischen Eingriff mit nur einem Bruchteil der Menge an üblichen Anästhetika ermöglicht. VORSICHT: Laien sollten mit dem hypnotischen Koma nicht herumalbern (ich zähle auch die meisten Bühnen-Hypnotiseure zu den Laien!)
- Krasner, A.M.: The Wizard Within / The Krasner Method of Clinical Hypnotherapy, American Board of Hypnotherapy Press, 1991, ISBN 0-9624829-2-7, 266 Seiten

Ein kurzweilig geschriebenes Buch von einem der Hypnotherapie-Pioniere Amerikas.

- Rosen, Sidney: My Voice will go with You / The Teaching Tales of Milton H. Erickson, Norton& Company New York, 1982, ISBN 0-393-30135-4

Wer den faszinierenden Arzt Milton Erickson und seine Methoden besser kennen lernen möchte, sollte dieses Buch studieren. Viele seiner Heil-Erfolge klingen fast zu schön, um wahr zu sein. Aber wer längere Zeit mit Hypnotherapie arbeitet, sollte sich an kleine und größere Wunder gewöhnen ;-)

- Woolger, Roger: Other Lives, Other Selves / A Jungian Psychotherapist Discovers Past Lives, Bantam Books, 1988, ISBN 0-553-34595-8, 386 Seiten

Die klassische Story: Ein klinischer Psychologe mit akademischen Scheuklappen wird von der Realität dazu gezwungen, sich mit Reinkarnations-Therapie zu befassen... und seine Heil-Erfolge verzehnfachen sich! Woolger sagt, montags, mittwochs und freitags glaube er an Reinkarnation. Mir ist es egal, wer daran glaubt. Aber wer ein echter Therapeut sein will, der tut zumindest gut daran, an die Wirkung der Reinkarnations-Therapie zu glauben.

- Blake Lucas, Winifred: Regression Therapy / A Handbook for Professionals Volume I and II, Deep Forest Press Crest Park, 1993, ISBN 1-882530-00-4 und 1-882530-02-0, beide Bücher je ca. 550 Seiten
Das beste und gründlichste Buch zum Thema Regressions-Therapie (inklusive Reinkarnations-Therapie). Und das sage ich nicht nur, weil Winifred, übrigens eine Rogers-Schülerin der ersten Stunde, eine gute Freundin von mir war. Sie starb im Jahr 2006 im Alter von 94 Jahren und blieb bis ins hohe Alter jugendlich. Während fünf Jahren hat sie die Meinungen und Fallbeispiele namhafter Reinkarnations-Therapeuten zusammengetragen und in diesem spannenden und kompetenten Werk verewigt.