



Deine Story

Warum Geschichten?

Unser Gehirn, namentlich das so genannte limbische System, versucht die Welt nicht nur über Worte, sondern über Geschichten zu begreifen. Und so erzählen sich Menschen seit Jahrtausenden Geschichten. Von den Erzählungen der Schamanen am Lagerfeuer über die Sagen aus der Antike bis hin zu den Kinofilmen der Moderne: Wir lieben Storys.

So unterschiedlich Helden und Heldinnen und deren Herausforderer charakterlich gestrickt sein mögen: Stories folgen stets einem klaren Muster.

Sie beginnt immer mit einer großen Herausforderung, bei der etwas Wichtiges auf dem Spiel steht. Und sie konfrontiert die Helden und Heldinnen auf dem Höhepunkt mit einem Drachen, einem großen Angstmacher. Nachdem dieser besiegt worden ist, hat sich etwas verändert: Der Held, die Heldin ist klüger und reifer geworden – und ist damit über die Herausforderung hinausgewachsen.

Die Heldenreise kennst du ja schon sehr gut aus der Ausbildung. Du hast gelernt sie im Coaching und der Therapie richtig einzusetzen. Nun geht es um dich und eine Geschichte und damit um dein Business bzw. deine Praxis.

Wie Du „Deine“ Geschichte findest

In den meisten Fällen beschäftigen wir uns mit einem Lebensthema, weil wir irgendwann herausgefordert worden sind.

Sei es, dass eine Beziehung scheiterte und wir seitdem an einem liebevolleren Miteinander arbeiten, oder dass wir ein Projekt an die Wand gefahren haben und danach lernten, wie wir es besser machen können: Unser Leben steckt voller Geschichten von Rückschlägen, Lernprozessen und kleinen und großen Siegen.

Was tun, wenn sich Dein Sieg in kleinen Etappen ergeben hat?

Das ist normal. Von wenigen Ausnahmen abgesehen, verläuft unser Leben selten „revolutionär“. Die kleinen, evolutionären Schritte sind weit aus häufiger an der Tagesordnung.

Aber es gab vermutlich ein paar Situationen, die besonders prägnant waren. Erfahrungen, die vielleicht sinnbildlich für Deinen persönlichen Entwicklungsprozess stehen können.

Derartige Situationen auf Schlüsselszenen zu verdichten, ist legitim. Eine Geschichte hat nicht die Aufgabe, Dein Leben eins zu eins abzubilden, sondern eine Botschaft anhand wahrer Erlebnisse zu illustrieren.

Was tun, wenn Du partout keine Geschichte findest

Du kannst alternativ auch die Geschichte eines Teilnehmenden oder Kunden erzählen. Hauptsache: Wahr, spannend und lehrreich.

Starte mit Brainstormings, um das Skelett zu bauen

Auf den folgenden Seiten findest Du die Struktur – plus Fragen. Führe am besten ein paar Brainstormings durch, um zunächst Deine Geschichte als Gliederung oder Mindmap aufzubauen.

Sobald das „Skelett“ steht, kannst Du Deine Geschichte mit Details ausschmücken.

Füge pittoreske Details hinzu

Kleine, prägnante Details machen Deine Geschichte spannend und lebendig. Aber liefere nicht zu viel, sonst wird Deine Geschichte zu lang.

Erzähle Deine Geschichte

Sobald Du Deine Geschichte grob stehen hast, erzähle sie zunächst Dir selbst – laut.

Letzteres ist wichtig. Wir denken leise oft anders als wenn wir sie hörbar wiedergeben.

Sobald Du „laut erzählst“, zeigt sich schnell, wie ausgereift Deine Geschichte ist.

Deswegen wirst Du eventuell ins Stocken geraten oder an bestimmten Stellen spüren, dass die Geschichte zu überfrachtet oder zu sparsam gestrickt ist. Macht nichts. Du übst ja noch.

Sobald Du Dich einigermaßen sicher im Sattel fühlst, erzähle Deine Geschichte anderen. Dabei wirst Du merken, an welchen Stellen Dir die Zuhörenden gebannt zuhören – und an welchen sie aussteigen.

Prüfe dabei:

- Wirkt die Geschichte glaubwürdig?
- Kann sie ein Außenstehender verstehen oder benötigt er mehr Details?
- Oder ist die Geschichte zu lang(weilig)?
- Ist genügend Spannung in Deiner Story?
- Verfügt die Geschichte über einen spannenden Höhepunkt?
- Erleben die Leute nach dem Ende ein „Aha“?

Was Deine Story spannend macht

Konflikte. Herausforderungen. Und dass etwas auf dem Spiel steht, das von Bedeutung ist. Je größer die Gefahr, in der Geschichte etwas sehr Wesentliches zu verlieren (beruflicher Erfolg, eine große Summe Geld, eine Beziehung, die Dir sehr am Herzen liegt etc.), desto gebannt werden Dir Deine Zuhörenden folgen.

Womit Du Deine Zuhörenden abholst

Durch: Dich.

Je authentischer, je menschlicher (und damit auch schwächer) Du Dich zeigst, desto mehr werden sich Deine Kunden mit Dir identifizieren.

Mach Dir dabei keine Sorgen, wie das beim Anderen ankommt.

Wir alle sind (auch) schwach. Und wir identifizieren uns immer am besten mit Helden oder Heldinnen, die unter den gleichen Herausforderungen leiden.

Mach Dir keine Sorgen wegen Deines Rufes: Je tiefer am Anfang Dein Absturz ist, desto höher wirkt am Ende Dein Erfolg.

Das Story-Raster

Was war Dein Schmerzpunkt?

Mit welchen Herausforderungen bist Du persönlich konfrontiert worden?

Inwiefern war das besonders schmerzhaft und schwierig für Dich?

Was hat Dich das Problem persönlich, emotional, zwischenmenschlich, beruflich, finanziell und spirituell gekostet?

Welche weiteren Nebenwirkungen und Nachteile musstest Du in Kauf nehmen?

Beispiel Hypnose

Mein Schmerzpunkt: Durch die extreme Allergie war der Sommer eine Qual

Wie habe ich darunter gelitten? Frustriert. Trauer. Stress.

Welche weiteren Nachteile musste ich in Kauf nehmen? Das Leben wurde dunkler

Und nun du:

Der Weg zur Lösung

Was hast Du studiert, ausprobiert und getan, um Dein Problem zu lösen?

Schildere Deinen persönlichen Weg inklusive Zickzack-Kurven, Rückschlägen und Sackgassen.

Wenn Dir zu viele kleine Geschichten und Erinnerungen einfallen, verdichte sie zu zwei oder drei Beispielen. Und genau so kannst Du Deine Story später auch präsentieren: „Ich habe 3 Jahre an dem Thema gearbeitet und musste dabei immer wieder Rückschläge in Kauf nehmen. Zum Beispiel ging ich eines Tages...“

In guten Geschichten gerät der Held oder die Heldin übrigens oft erst noch den dunkelsten Punkt der Nacht. Eine Situation, in der alles zu scheitern droht.

Beispiel Hypnose

Der Weg: Ich habe zunächst zahlreiche Bücher zu dem Thema gelesen. Ich habe dann auch das eine oder andere davon umgesetzt, was mir und das Leben meiner Partnerin vereinfachte. Aber es reichte nicht.

Der Sieg

Was war Dein Durchbruchserlebnis, mit dem Du Deine Lösung gefunden hast?

An dieser Stelle solltest Du erläutern, was Du aktiv getan hast, um Dich aus dem Problem heraus zu manövrieren.

Beispiel Hypnose

Ich fuhr nach Holland, und entschied mich für ein einziges Projekt/Mission: Ich will Menschen helfen ihr volles Potential zu erkennen und zu entfalten.

Das Elixier

Welche Einsicht und welche Fähigkeiten wurden Dir zuteil, die Du heute weitergeben kannst?

Einsichten sind „Aha-Erlebnisse“, die Dir einen vollkommen neuen Blick auf die Welt im allgemeinen oder auf das Problem im speziellen ermöglichen.

Fähigkeiten sind spezielle Stärken, die Du Dir durch die Herausforderung erarbeitet hast.

Beispiel Hypnose

Einsicht, dass ich nur Erfolg haben konnte, wenn ich mich aufs Wesentliche konzentriere. Weniger, aber besser. So wurde ich Coach

Das Happy End

Welches Ziel wurde erreicht?

Beispiel Hypnose

Durch Reduzierung auf das Wesentliche bekam ich meine Ziele und Projekte realisiert – ohne Stress. Mein Verdienst verdreifachte sich und ich konnte meine Träume verwirklichen.

Paradies

Welche Folgewirkungen sind durch die Transformation entstanden? Wie hat sich Dein Leben danach als Folge über das Ziel hinaus verändert? Was waren Nebenwirkungen: Persönlich? Zwischenmenschlich? Und beruflich?

Beispiel Hypnose

Kreativer freier arbeiten, Bücher schreiben. Mehr Selbstvertrauen. Mehr Freiheit, meinen eigenen Dingen nachzugehen. Mehr Zeit für meine Partnerschaft und Hobbies.

Nun haben wir in der Ausbildung ja schon viel über Geschichten, Suggestionen und das Verwenden von Metaphern gesprochen. Du kennst mittlerweile die Wirkung und kannst sie einsetzen. Nun geht es aber um dich.

Gehe wie oben beschrieben vor, du solltest dir Gedanken machen (schriftlich) wie du deine Story spezifisch aufbauen kannst um deine persönliche Marke aufzubauen und auszuarbeiten. Die Kraft wie Geschichten wirken konntest du ja schon oft selbst erfahren. Nutze diese Wissen nun für dich und dein Business bzw. für deine Praxis. Wie immer, wenn du Hilfe brauchst kannst du als Teilnehmer/in zu deinen Sonderkonditionen ein individuelles Coaching als Ergänzung buchen.

Viel Spaß und viel Erfolg!

Dein Andreas Ermertz

Du möchtest noch tiefer einsteigen oder dich persönlich coachen lassen, um deine Ziele zu erreichen? Andreas Ermertz hat genau für deine Anforderungen das richtige Mittel:



Andreas Ermertz bietet neben persönlichen Coachings vor allem Aus- und Weiterbildungen in Hypnose an, sodass du deine Ziele erreichst.

www.andreas-ermertz.de



Die Andertz Academy bietet dir Digitalkurse, die du bequem zuhause im Selbststudium machen kannst und dadurch deine persönlichen Ziele selbst erreichen kannst.

www.andertz-akademie.de



Andertz Business bietet dir maßgeschneiderte Unternehmenslösungen in den Bereichen Change, Gesundheit und Strategie.

www.andertz.de