



**AndErtz, Menschen auf einer tiefen Ebene erreichen:  
Archetypen fürs Business nutzen.  
Erlebe dein unbewusstes Potential!**

# Inhalte

Herzlichen Glückwunsch!

Du hältst einen Auszug aus meinem Kurs „Archetypen fürs Business nutzen“ in Händen, der dir aufzeigt, wie du Menschen auf einer tieferen Ebene erreichen kannst.

Ich zeige dir in diesem Skript, egal ob du Anfänger oder Fortgeschrittener bist, auf leicht verständliche Weise, wie du dein unbewusstes Potential nutzen kannst.

Ich wünsche dir viel Spaß bei der Lektüre!

Bei Fragen, nimm gerne direkt mit mir über meine Internetseite Kontakt auf:

[www.andreas-ermertz.de](http://www.andreas-ermertz.de)

Ich freue mich auf deine Anfrage!

Dein Hypnoselehrer

Andreas Ermertz

## **Inhalt**

Marke	<i>Seite 4</i>
Magier/in	<i>Seite 9</i>
Rebell/in	<i>Seite 13</i>
Spaßmacher/in	<i>Seite 16</i>
Liebende/r	<i>Seite 21</i>
Normalo	<i>Seite 25</i>
Heiler/in	<i>Seite 29</i>
Herrscher/in	<i>Seite 33</i>
Kreative/r	<i>Seite 37</i>
Idealist/in	<i>Seite 41</i>
Weise/r	<i>Seite 45</i>
Heldin	<i>Seite 49</i>
Abenteurer /in	<i>Seite 53</i>

# Marke

Ein starker Markencharakter hilft Dir, Dich in einer Branche, in der es viele ähnliche Angebote gibt, deutlich abzugrenzen.

Dabei steht eine Marke keineswegs nur für ein bestimmtes Aussehen, bestimmte Hausfarben oder ein signifikantes Logo.

Eine gut positionierte Marke steht für eine Lebenseinstellung.

Warum?

Menschen schaffen sich stets ein Umfeld, das ihrer Philosophie entspricht. Deswegen schließen sie sich Schützenvereinen an, tragen die Trikots ihres Fußballvereins, lassen sich als Hipster lange Bärte wachsen und besuchen in ihrer Freizeit das angesagte Trendcafé.

Das gilt auch für Produkte.

Menschen kaufen Marken, um eine bestimmte Lebensphilosophie zum Ausdruck zu bringen.

- Charakter: Was treibt den Archetyp an (Sehnsucht), welche Ziele verfolgt er, welche Strategie nutzt er dabei und welche Gaben besitzt er?
- Story: So treten Archetypen in Märchen, Sagen, Romanen und Filmen in Erscheinung. Und so kannst Du auch Deine eigene Geschichte erzählen, um Deine Lieblingskunden zu erreichen.
- Figuren & Symbole: Menschen, Romanfiguren und Symbole, die mit dem Archetypen einhergehen.
- Werte: Wofür ein Archetyp steht.
- Bildwelt: Motive und Farben (die Du für Deinen Auftritt berücksichtigen kannst).
- Sprache: Tonalität und Wortwahl.

- Produkte und Dienstleistungen: Wofür ist der Archetyp besonders geeignet?
- Markenbeispiel für Trainer/innen



- Weitere Marken-Beispiele: Welche anderen Marken damit arbeiten.

## Schritt 1: Welcher Archetyp steht für Dich?

Achte deswegen darauf, welcher Archetyp eine Saite in Dir zum Schwingen bringt – und kommuniziere Dein Angebot aus dieser Haltung heraus.

Larry Winget (links) entspricht zum Beispiel dem Archetyp des Rebellen: Deswegen bietet er seine Seminare zum Thema „Glücklich werden“ als

Rocker an, der Sonnenbrille und Totenkopfringe trägt.

Gerald Hörhan bedient sich des gleichen Archetypen und bietet seine Vermögensberatung als „Investmentpunk“ an ([www.investmentpunk.academy](http://www.investmentpunk.academy)).



Kann man Archetypen mischen?

Ja. Allerdings sollte man 1 *Hauptarchetypen* wählen – und ihn dann mit einem, maximal zwei weiteren Archetypen ergänzen.

So treten Andrea und Veit Lindau als „Liebende“ auf. Deswegen lebt ihre Homepage zum Thema „Liebe radikal“ konsequent von leuchtend roten Farben, Feuer- und Drachenmotiven. Sehr leidenschaftlich eben.

Zugleich bedienen sich Veit und Andrea auch des Rebellen-Archetypen, wie der Titel, aber auch die Schriftart zeigen.

## Beginne beim Motto

Jeder Archetyp steht für eine Grundeinstellung. Lese Dir die folgende Auflistung durch und markiere spontan, welcher Archetyp Dich besonders anspricht:

- Abenteurer: Ich bereite Dich auf eine neue Reise vor.
- Herrscher: Ich mach Dich zur besten Führungskraft.
- Rebell: Ich mach Dich frei und unabhängig.
- Normalo: Ich helfe Dir, ein bodenständiges Leben zu führen.
- Heiler: Ich helfe Dir, mit Dir selbst und Anderen in Einklang zu kommen.
- Held: Ich zeige Dir, wie Du gegen alle Widerstände gewinnen kannst.
- Magier: Ich zaubere etwas Neues in dein Leben.
- Weiser: Ich mach Dich zum klugen und erfahrenen Experten.
- Spaßmacher: Ich bringe mehr Spaß und Action in Dein Leben.
- Liebender: Ich helfe Dir, sinnliche Lebensfreuden zu genießen.
- Kreativer: Ich verschaff Dir mehr Selbstausdruck und Kreativität.
- Idealist: Ich bringe Dir auf einfache Weise mehr Glück.

Alternativ: Sieh Dir die entsprechenden Videos im Login Bereich deiner Ausbildung an, und achte darauf, welcher Archetyp Dich besonders anspricht.

## Schritt 2: Überprüfe Dein Wahl

Sobald Du Deinen Archetypen identifiziert hast, lies Dir seine Beschreibung durch (siehe nächste Seiten)

Passt das noch?

Entspricht Dein Angebot charakterlich den „Produkten und Angeboten“ unter dem jeweiligen Archetyp?

### Schritt 3: Storybuilding

Alle erfolgreichen Trainer/innen, Therapeuten/innen Coaches und Berater/innen erzählen zu Anfang über sich eine Geschichte:

- Wie waren sie selbst mal von dem Problem betroffen, das sie heute mit ihrem Angebot lösen?
- Wie sind sie damit umgegangen? *Rebellen* stellen sich gegen die aktuelle Ordnung, *Helden* verändern sie. *Weise* ziehen sich zurück, um eine Lösung zu finden, *Liebende* suchen das Miteinander etc.
- Welche Art von Lösung haben sie gefunden? *Magier* verfügen über eine Zauberformel, die von alleine wirkt. *Weise* liefern Expertenwissen und *Helden* motivieren zur Eigeninitiative etc.

Vergleiche doch Deine eigene Geschichte mit denen der Archetypen. Wenn sie sich ähneln, erzähle Deine Geschichte ab jetzt wie einen spannenden Spielfilm.

### Schritt 4: Auftreten

Frage Dich, was Du von den *Bildwelten* und der *Sprache* der Archetypen für Deine Website, Deine Prospekte, Deine Produkte und Angebote übernehmen kannst und möchtest.





**Magier:** Ideen, Innovation, Wunder...

## Magier/in

Motto: Ich zaubere etwas Neues in dein Leben.

### Charakter

- Sehnsucht: Herausfinden, wie die Welt funktioniert, und die Gesetze und Prinzipien nutzbar machen
- Ziel: Aus Visionen etwas Reales schaffen
- Angst: Unerwartete, negative Konsequenzen
- Strategie: Vision entwickeln und leben
- Falle: Manipulativ werden
- Gabe: Intuition

## Story

- Schmerzpunkt: Die Welt befindet sich einem Kampf oder Krieg
  - Harry Potter: Lord Voldemort bedroht die Welt der Zauberer und Hexen
  - Du erlebst Zuhause oder im Job erhebliche Schwierigkeiten, Konflikte etc.
- Weg: Der Magier zieht aus, die Gesetzmäßigkeiten der Welt zu studieren, zum Beispiel Astronomie, Architektur, Psychologie, Chemie.
  - Harry Potter: Er besucht die Zauberschule Hogwarts, um seine magischen Fähigkeiten zu trainieren.
  - Du studierst Bücher, besuchst Seminare, experimentierst mit Techniken, um Deine Fähigkeiten weiter auszubauen.
- Sieg (Herausforderung): Der Konflikt spitzt sich zu und der Magier muss seine frisch erworbenen Kräfte anwenden.
  - Harry Potter: Er stellt sich Voldemort und vernichtet ihn gemeinsam mit seinen Freunden.
  - Du stellst Dich den Schwierigkeiten und Konflikten und löst sie mit Deinem frisch erworbenen Wissen.
- Elixier (Einsicht, Lösung): Der Magier verfügt über neue Fähigkeiten, die er nun der Welt zuteil werden lässt.
  - Harry bringt am Ende zum Ausdruck, wie wichtig Freundschaften sind.
  - Du lässt anderen Deine Fähigkeiten durch Seminare, Coachings und Beratungen zuteil werden.
- Happy End: Die Zauberer und Hexen können wieder frei leben. Harry und seine Freunde heiraten und haben Familie.

## Figuren & Symbole

Alchemist, Merlin, Jungbrunnen

## Werte

- Innovativ
- Intuitiv
- Kreativität
- Erfolgsorientiert
- Kraft/Macht

## Bildwelt

Magier, Elixier, Essenz, Regenbogen, funkensprühende Sterne, Galaxien, Kristallkugel, Zauberstab, Zauberhut.

## Sprache

Magisch, geheimnisvoll, tiefgründig, inspirierend, fließend.

## Produkte und Dienstleistungen

Wähle den Archetyp, wenn Du Menschen hilfst

- sich zu transformieren, ein neuer Mensch zu werden
- magische Kräfte für ihr Ziele einzusetzen
- Ihr Bewusstsein zu verändern
- durch leichte Anwendbarkeit außergewöhnliche Ergebnisse zu erreichen
- sich gegenüber Hilflosigkeit und einer übermächtigen Natur abzugrenzen

## Markenbeispiel für Trainer/innen

Richard Bartlett von Matrix Energetics

## Weitere Beispiele

- Garnier: Miracle Cream
- John Frieda: Wunderkur
- Actimel Joghurt, der die Abwehrkräfte durch etwas Geheimnisvolles verstärkt
- Melittafilter mit den Aromaporen, die für mehr Kaffeegenuss sorgen.



**Rebell:** Freiheit, Unabhängigkeit, Individualität

## Rebell/in

Motto: Ich mach Dich frei und unabhängig.

### Charakter

Sehnsucht: Rache oder Revolution

Ziel: Die Regeln zu brechen und zu zerstören, was nicht funktioniert

Angst: Machtlos, inkonsequent

Strategie: Disruptiv handeln, zerstören, schockieren

Falle: Dunkle Seite, Kriminalität

Gabe: Radikalität, Freiheit, Empörung

## Story

- Schmerzpunkt: Die Welt ist in den Händen korrupter oder autoritärer Kräfte und alle passen sich an.
  - School of Rock: Der Musikunterricht an einer Privatschule ist dröge, bis der erfolglose Rockmusiker Dewey unter falscher Flagge einen Job als Aushilfslehrer ergattert.
  - Du passt Dich Zuhause oder im Beruf an.
- Weg: Der Rebell, der sich wie in einem Gefängnis fühlt, begehrt auf, bricht alle Regeln und greift das Establishment an. Dabei gewinnt er weitere Anhänger.
  - School of Rock: Dewey hilft den Schülern, aber auch den Mitarbeitern in der Schule ihre Talente zu entdecken – und zeigt ihnen zugleich anhand des Rock'n Roll wie man rebellisch denkt.
  - Du brichst mit den Konventionen und machst die Dinge anders.
- Sieg (Herausforderung): Der Konflikt spitzt sich zu, der Rebell wird gefangen, aber seine Anhänger retten ihn.
  - School of Rock: Dewey fliegt auf und wird aus der Schule geworfen. Die Schüler lassen sich das nicht bieten und überzeugen Lehrer und Eltern durch einen großartigen Rockauftritt.
  - Immer mehr Leute begreifen, dass Dein Weg richtig ist, und so kommt es zur Rebellion.
- Elixier (Einsicht, Lösung): Wenn viele Menschen sich entscheiden, frei und unabhängig zu handeln, kann das Establishment entmachtet werden.
  - School of Rock: Steh zu Dir, wie Du bist.

- Du lehrst die Menschen, ihr eigenes Leben zu führen.
- Happy End: Dewey kann die „School of Rock“ weiterführen.

## Figuren & Symbole

Robin Hood, Lady Gaga, Madonna, Richard Branson, Marilyn Manson, die Initiatoren des arabischen Frühlings oder von Occupy, Greenpeace, Widerstandskämpfer im 2. Weltkrieg, Punk Rocker, Arnachie-Zeichen oder Arnachie-Faust, roter Stern

## Werte

- Revolutionär
- Frei
- Radikal
- Rebellisch
- Subversiv
- Aufständisch
- Individuell
- Unabhängig, allein

## Bildwelt

Zerstörung, Ruinen, zerbrochene Fenster, Graffiti, oft dunkle Farben mit krassen Kontrasten (Schwarz/Weiß/ Rot), Piratenflagge mit Totenköpfen

## Sprache

Selbstbewusst, radikal, provokativ.

## Produkte und Dienstleistungen

Wähle den Archetyp, wenn Du Menschen hilfst

- einen *radikalen* Durchbruch zu erreichen

- „Out of the Box“ denken, Ihr kennt ja die Übung zu genüge
- *revolutionäre* Veränderungen durchzuführen
- wie ein Bulldozer etwas zu *zerstören*, was sie gefangen hält
- alte Strukturen zu *zersprengen*
- sich von „Spießern“ und „Betonköpfen“ abzugrenzen

## Markenbeispiele für Trainer/innen

Larry Winget: Der Pitbullterrier und Rocker unter den Trainern

Investmentpunk Gerald Hörhan

## Weitere Beispiele

Harley-Davidson: Die Rocker, die mit ihrem Motorrad in die Freiheit fahren.

Cola Rebell (Slogan: Erwecke den Rebellen in Dir)

Virgin bricht alle Regeln der herkömmlichen Fluglinien.





**Spaßmacher:** Spontanität. Freude. Leben im Augenblick.

## Spaßmacher/in

Motto: Ich bringe mehr Spaß und Action in Dein Leben.

### Charakter

- Sehnsucht: Im Augenblick zu leben und einfach Spaß zu haben
- Ziel: Eine großartige Zeit zu erleben
- Angst: Langeweile
- Strategie: Spaß, Witze reißen, lustig sein
- Falle: Sein Leben vergeuden, oberflächlich, nicht ernst genommen werden
- Gabe: Freude

## Story

- Schmerzpunkt: Die Welt wird von Langweilern, Bürokraten und Spießern regiert, bis der Spaßmacher auftaucht.
  - Ziemlich beste Freunde: Der schwerreiche und bis zum Hals gelähmte Philippe führt ein Leben, in dem ihn jeder bemitleidet – bis der kleinkriminelle Driss auftaucht und ihn als Pfleger lustig und respektlos behandelt.
  - Dein berufliches oder privates Leben ist dröge.
- Weg: Der Spaßmacher stellt viel Unfug an und bringt die Leute zum lachen. Sie werden lockerer, humorvoller und toleranter, die Welt bunter und verrückter.
  - Ziemlich beste Freunde: Driss zeigt Philippe, der bisher in einer Welt von Opern und moderner Malerei gelebt hat, die Wonnen von Funkmusik und lockerer Lebensführung.
  - Du beginnst, die Dinge immer mehr mit Humor zu nehmen.
- Sieg (Herausforderung): Etwas ernstes passiert, das die Leichtigkeit in Frage stellt. Die Autoritäten sehen ihre Macht in Gefahr und stellen sich gegen den Spaßmacher. Oder er wird mit persönlichen Schwierigkeiten konfrontiert. Aber am Ende nimmt der Spaßmacher auch das mit Humor und zeigt so, wie kraftvoll es ist, die Dinge nicht allzu ernst zu sehen.
  - Ziemlich beste Freunde: Driss motiviert Philippe, seine Brieffreundin persönlich zu treffen. Philippe bekommt zunächst kalte Füße, wagt es am Ende aber doch. Driss wird mit seinem Stiefbruder konfrontiert, der auf die schiefe Bahn geraten ist.
  - Je leichter Du das Leben nimmst, desto einfacher gelingt es Dir, eine besonders große Schwierigkeit zu überwinden.
- Elixier (Einsicht, Lösung): Humor ist die beste Medizin.

- Ziemlich beste Freunde: Bring mehr Spaß in Dein Leben, dann wird auch ein sehr schwieriges Schicksal meisterbar.
- Du lehrst die Menschen, ihr Leben mit Leichtigkeit und Humor zu nehmen.
- Happy End: Philippe kommt am Ende mit seiner Brieffreundin zusammen. Driss und ihn verbindet auch weiterhin eine große Freundschaft.

## Figuren & Symbole

Pipi Langstrumpf, Charlie Chaplin, Stefan Raab, Eckhart von Hirschhausen, Narrenkappe, Fasching, Konfetti, Smiley, Clown

## Werte

- Sorglos
- Unbefangen
- Unvorhersehbar
- Verrückt
- Spaß
- Spontan
- Witzig

## Bildwelt

Grelle, bunte Farben, verspielte Elemente, lustige, provokative Bilder, Comedy

## Sprache

Lustig, schrill und schräg.

## Produkte und Dienstleistungen

Wähle den Archetyp, wenn Du Menschen hilfst

- nicht alles so ernst zu nehmen
- mehr Spaß zu haben
- über sich selbst lachen zu können
- Probleme mit einer Portion Humor zu nehmen
- eine gute Zeit zu haben

## Markenbeispiel für Trainer/innen

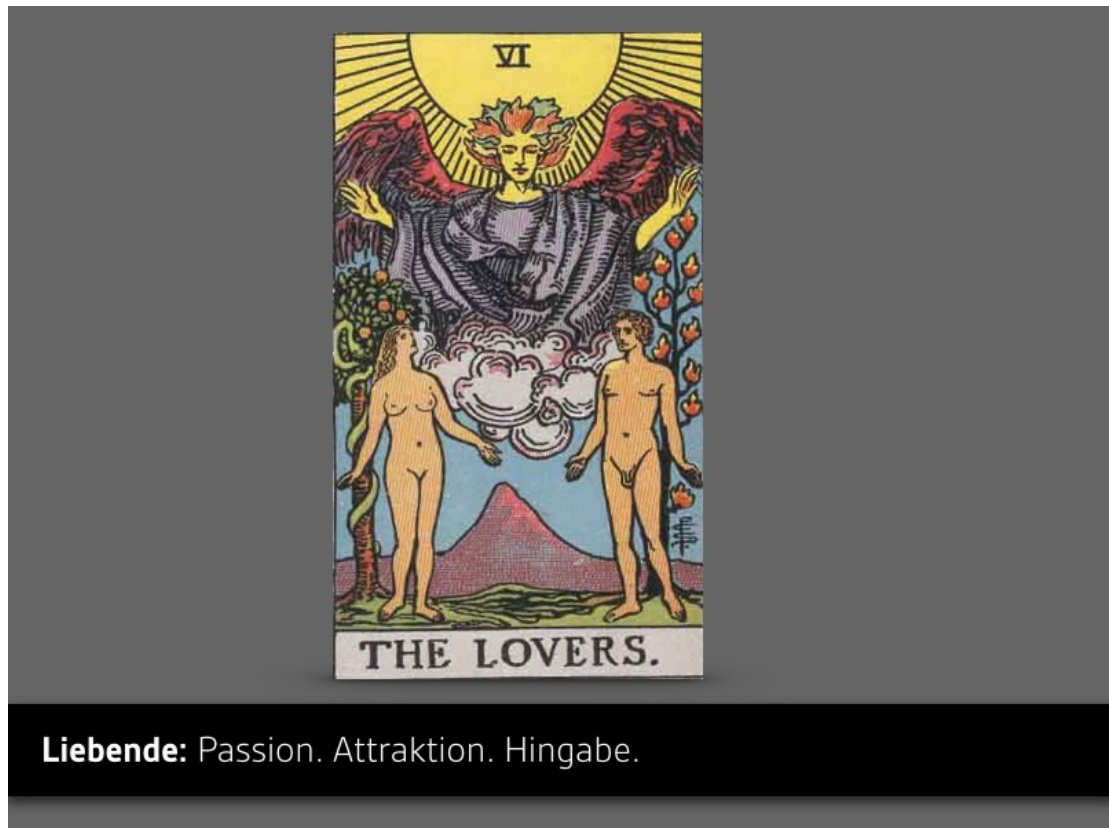
Harald-Alexander Korp

Prof. Dr. Christian Blümelhuber (Marketing ist Porno)

## Weitere Beispiele

- Axe: Duschgel und Deo-Marke, die die übliche Werbung der Anderen persifliert.
- M & Ms, die immer wieder in Slapstick Nummern verstrickt werden.

# Liebende/r



Motto: Ich helfe Dir, sinnliche Lebensfreuden zu genießen.

## Charakter

- Sehnsucht: Erfüllung durch sinnliches Erleben von Nähe zu finden
- Ziel: Sich tief auf seine Beziehungen, seine Arbeit, sein Zuhause einzulassen und sie auf sinnliche Weise zu verschönern
- Angst: Alleine sein, Mauerblümchen, ungeliebt sein
- Strategie: Emotional und körperlich attraktiv sein
- Falle: Obsession, Abhängigkeit, Gier
- Gabe: Leidenschaft, Dankbarkeit, Wertschätzung, Schönheit

## Story

- Schmerzpunkt: Der Held war unglücklich und allein, aber dann traf er die Heldin, bei der sein Herz Feuer fing.
  - Titanic: Der arbeitslose Maler Jack verliebt sich auf der Titanic in die unglückliche Rose, die zur „besseren Gesellschaft“ zählt. Rose ist mit einem Mann verlobt, den sie nicht liebt, den sie aber wegen seines Geldes heiraten soll.
  - Du bist unglücklich, weil Dein Leben unerfüllt ist.
- Weg: Die Beiden trennten jedoch Barrieren (verfeindete Familien wie in „Romeo und Julia“, Klassenunterschiede etc).
  - Titanic: Rose verliebt sich in Jack, aber hat Angst, zu ihrer Liebe zu stehen.
  - Du verliebst Dich in einen Menschen, aber ihr seid verschieden.
- Sieg (Herausforderung): Held und Heldin werden mit Irrungen und Wirrungen konfrontiert, die sie aber meistern, weil sie ihrem Herzen folgen.
  - Titanic: Rose entscheidet sich für Jack. Kurz darauf rammt die Titanic einen Eisberg. Rose wird mit ihrer eigenen Lebensangst konfrontiert und lernt, sich für ihre eigenen Belange einzusetzen.
  - Ihr beide erlebt eine Zeit der Missverständnisse und Konflikte, die Euch auseinander treiben. Aber ihr erinnert Euch rechtzeitig daran, dass ihr den anderen liebt und entscheidet Euch für den Partner (Veit Lindau erzählt, dass er vor seiner Hochzeit fremd gegangen ist.)
- Elixier (Einsicht, Lösung): Nur die Liebe sorgt für eine harmonische Partnerschaft
  - Titanic: Folge Deinem Herzen.

- Du lehrst die Menschen, wie sie sich und andere besser lieben können.
- Happy End: Am Ende sehen wir die alte Rose als glückliche Frau, die ihren Weg als Künstlerin gegangen ist.

## Figuren

Der Geschäftsmann (Richard Gere) und die Prostituierte (Julia Roberts) in „Pretty Woman“, der Vampir und das normale Mädchen in den Twilight Filmen, Jack und Rose in Titanic

## Werte

- Leidenschaft
- Intimität
- Feuer
- Anziehung
- Attraktivität
- Genuss
- Freude
- Nähe
- Passion
- Hingabe

## Bildwelt

Sinnliches, Luxuriöses, Sommer, Blumen, Natur, Feuer, Sex, rote Farben

## Sprache

Verführerisch, schön, poetisch, liebevoll, leidenschaftlich, feurig, begeisternd, hingebungsvoll.

## Produkte und Dienstleistungen

Wähle den Archetyp, wenn Du Menschen hilfst

- Liebe und Freundschaft zu finden
- schöner und attraktiver zu werden
- sich auf Nähe und Intimität einzulassen
- bei der Arbeit ein besseres Team zu bilden (mehr Freude und Nähe)

## Markenbeispiel für Trainer/innen

Andrea und Veit Lindau

## Weitere Beispiele

Chanel No. 5

Milka: Die zarteste Versuchung seit es Schokolade gibt





**Normalo:** Bodenständig, Jedermann, Gemeinschaft

## Normalo

Motto: Ich helfe Dir, ein bodenständiges Leben zu führen.

### Charakter

- Sehnsucht: Durch Gemeinschaft Erfüllung finden
- Ziel: Anpassen, um dazu zu gehören
- Angst: Auffallen, vertrieben oder abgelehnt zu werden
- Strategie: Solide werden, normal sein
- Falle: Sich selbst aufgeben
- Gabe: Realismus, Empathie, Bodenständigkeit

## Story

- Schmerzpunkt: Die Welt befindet sich einem Kampf oder Krieg
  - Saving Private Ryan: Eine Gruppe von Soldaten erhält den Auftrag, den Private Ryan aus dem Kriegsgebiet zu holen.
  - Das Unternehmen, in dem Du arbeitest, hat Absatzprobleme. Oder Deine Familie hat sich nichts mehr zu sagen, weil jeder nur noch seinen eigenen Zielen folgt.
- Weg: Die Normalos, die bisher jeder für sich gelebt haben, schließen sich zusammen.
  - Saving Private Ryan: Auf ihrer Suche werden sie mit zahlreichen Gefahren konfrontiert, die sie nur gemeinsam meistern können.
  - Die Abteilung beginnt, zusammenzuarbeiten. Die Familie findet Wege aufeinander zu.
- Sieg (Herausforderung): In dem die Normales solidarisch handeln, können sie den Feind bezwingen.
  - Saving Private Ryan: Als die Soldaten schließlich Private Ryan finden, weigert er sich mitzugehen. Er will seine Kameraden nicht im Stich lassen. Es kommt zu einem brutalen Gefecht mit den Deutschen, die von den Soldaten zurückgeschlagen werden.
  - Das Unternehmen gerät in eine immer schlimmere Schiefelage, aber durch den Zusammenhalt kann die Firma gerettet werden. Die Familie droht durch einen herben Konflikt oder Unglücksschlag (Unfall, Krankheit) zu zerbrechen – aber am Ende halten alle zusammen.
- Elixier (Einsicht, Lösung): Nur gemeinsam kann man gewinnen.
  - Saving Private Ryan: Nur wenn wir zusammenhalten, können wir die Grausamkeiten des Krieges bezwingen.

- Du lehrst Menschen, wie sie gemeinsam mehr erreichen können.
- Happy End: Wir sehen den alten Private Ryan am Grab der Gefallenen in der Normandie – umzingelt von seiner Frau, seinen Kindern und seinen Enkeln.

## Figuren

Viele Figuren aus Filmen von Richard Curtis (Notting Hill, 3 Hochzeiten und 1 Todesfall, Tatsächlich Liebe, Eine Frage der Zeit):  
Nette, normale Menschen.

## Werte

- Freundlich
- Normal
- Schlicht
- Bodenständigkeit
- Fleiß
- Vertrauen
- Zugehörigkeit
- Solidarität

## Bildwelt

Normale Menschen, Alltagsbilder aus der Vorstadt, Gartenlaube,  
Gemütlichkeit

## Sprache

Umgangssprache, einfache Begriffe, leicht nachvollziehbare Bilder,  
Dialekt

## Produkte und Dienstleistungen

Wähle den Archetyp, wenn Du Menschen hilfst

- sich in einer komplexen, überbordenden Welt wieder bodenständig und inmitten einer Gemeinschaft zu fühlen
- ein Gefühl von Heimat und Zuhause zu entwickeln
- ihr Selbstwertgefühl aus der Identifikation mit einer Gruppe zu ziehen
- sich gegen elitäre Kräfte abzugrenzen

## Markenbeispiele für Trainer/innen

Ralf Senftleben - Zeit zu leben

## Weitere Beispiele

- Dove Seife, die mit „normalen“ Frauen wirbt
- Opel: Jürgen Klopp als der Normalo, der bodenständig bleibt
- IKEA: Gemütliches Zuhause



**Heiler:** Familie, Gemeinschaft, Miteinander

## Heiler/in

Motto: Ich helfe Dir, mit Dir selbst und Anderen in Einklang zu kommen.

### Charakter

- Sehnsucht: Die Welt durch ein Miteinander heilen
- Ziel: Menschen helfen und wieder gesund machen
- Angst: Egoismus, Undankbarkeit
- Strategie: Sich für andere einsetzen, die Welt verbessern
- Falle: Märtyrer werden oder als Spinner abgestempelt werden
- Gabe: Mitgefühl, Großzügigkeit

## Story

- Schmerzpunkt: Die Menschen leben in einer egoistischen Welt, in der sich alle bekämpfen.
  - Jesus: Das Leben in Judäa ist unter der Regentschaft der römischen Besatzungsmacht grausam und brutal. Schließlich erscheint Jesus, der die Liebe predigt und Wunder bewirkt.
  - Du erlebst, wie Menschen unter den schwierigen persönlichen oder beruflichen Umständen leiden und seelisch sowie körperlich krank werden.
- Weg: Der Heiler erscheint und macht die Verwundeten wieder gesund.
  - Jesus: Er sammelt die Jünger um sich und beginnt zu predigen.
  - Du beginnst, die Menschen zu heilen.
- Sieg (Herausforderung): Das lassen sich die Herrschenden nicht gefallen und wollen den Heiler vertreiben. Die Menschen, deren Herzen durch den Heilenden geweckt wurden, stellen sich hinter den Heilenden und setzen sich gegenüber den Herrschenden durch, in dem sie seine Lehren konsequent befolgen.
  - Jesus: Er wird von den Hohepriester verfolgt, vor Gericht gestellt und ermordet. Aber nach drei Tagen erwacht er von den Toten und beauftragt seine Jünger, für ihn in die Welt zu ziehen.
  - Die Umwelt der Menschen, die von Dir geheilt werden, stellt sich gegen die Veränderung, aber die Heilung ist stärker und transformiert so auch die Beteiligten.
- Elixier (Einsicht, Lösung): Die Liebe ist die stärkste Macht.

- Jesus: Folge Deinem Herzen und Du kannst die ganze Welt verändern.
- Du lehrst die Menschen, sich selbst und andere zu heilen.
- Happy End: Immer mehr Menschen schließen sich dem Christentum an.

## Figuren

Jesus, Mutter Theresa, Albert Schweitzer, Gandhi, Prinzessin Diana

## Werte

- Sanftheit
- Empathie
- Mitgefühl
- Vertrauen
- Heilung
- Altruismus (Wir-Gefühl)

## Bildwelt

Harmonische Farben, Menschen, die sich in den Arm nehmen, Familienfotos, schöne Naturaufnahmen

## Sprache

Liebevoll, versöhnlich, mitfühlend, warm, verständnisvoll, aufbauend, einfühlsam

## Produkte und Dienstleistungen

Wähle den Archetyp, wenn Du Menschen hilfst

- wieder gesund zu werden
- seelische Wunden zu heilen

- zerbrochene Beziehungen zusammenwachsen zu lassen
- dysfunktionale Familien zu therapieren

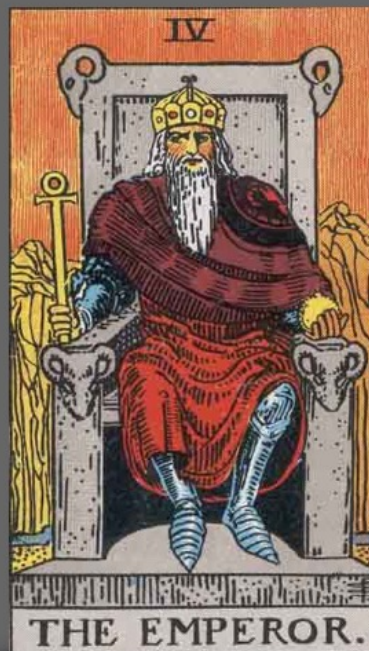
## Markenbeispiel für Trainer/innen

Robert Betz

## Weitere Beispiele

- Aspirin: Etwas weniger Schmerz auf dieser Welt
- Abtei
- Rotes Kreuz
- AOK: Die Gesundheitskasse
- Nimm 2: Gesunde Vitamine naschen





**Herrscher:** Führung, Luxus, Premium

## Herrscher/in

Motto: Ich mach Dich zur besten Führungskraft

### Charakter

- Sehnsucht: Erfolg durch Kontrolle und Führung
- Ziel: Eine erfolgreiche Firma, Familie oder Gemeinschaft zu gründen und zu führen
- Angst: Chaos, besiegt zu werden
- Strategie: In Führung gehen
- Falle: Diktatorisch und autoritär
- Gabe: Verantwortung und Führung

## Story

- Schmerzpunkt: Die Welt ist in Chaos.
  - Lost: Überlebende eines Flugzeugabsturzes finden sich auf einer einsamen Insel wieder. Nach anfänglichem Chaos übernimmt Dr. Jack Shepard widerwillig die Rolle des Führers.
  - Ein Projekt ist dabei zu scheitern. Niemand will die Verantwortung übernehmen, bis Du die Führungsrolle übernimmst.
- Weg: Schließlich erschien der Herrscher und hat den Menschen eine Vision aufgezeigt, die sie so stark motivierte, dass sie sich ihm anschlossen.
  - Lost: Der wissenschaftlich orientierte Jack wird immer wieder von dem mystischen Überlebenden Locke herausgefordert, in dem Flugzeugabsturz einen tieferen Sinn zu sehen.
  - Es gibt Probleme, weil Du noch den richtigen Führungsstil finden musst.
- Sieg (Herausforderung): Es gibt innerliche, aber auch äußerliche Widerstände, doch durch die Kraft und Stärke, die der Herrscher durch die Vereinigung gewinnt, gelingt es ihm, die Welt in blühende Landschaften zu verwandeln.
  - Lost: Jack verweigert sich der Idee, dass das Schicksal ihn geführt hat und flieht auf die Insel. In seine normale Heimat zurückgekehrt wird er depressiv. Schließlich sucht er die Insel auf und stellt sich seinem Schicksal.
  - Trotz alle Bemühungen steht das Projekt vor dem Scheitern. Du aber erinnerst die Menschen, welchen Sinn das Projekt hat und weckst ihre tiefste Motivation, mit der ihr gemeinsam das Projekt zum Erfolg führt.

- Elixier (Einsicht, Lösung): Durch gute Führung können Menschen großartiges bewirken.
  - Lost: In jedem Unglück steckt ein tieferer Sinn, der Deinem Leben Erfüllung gibt.
  - Du unterrichtest Menschen, gute Führungskräfte zu werden.
- Happy End: Wir sehen Jack und die anderen Überlebenden der Lost-Katastrophe als eine glückliche Gemeinschaft, die an der Pforte zu einem neuen Abenteuer stehen.

## Figuren

Barack Obama, Steve Jobs, Anita Roddick (Gründerin von Bodyshop), Arianna Huffington (Gründerin von Huffington Post)

## Werte

- Führen
- Verantwortung
- Leistung
- Perfektion
- Sieg

## Bildwelt

Luxus, Statussymbole, Reichtum, Führer/in mit Anhänger (Publikum, Mitarbeiter etc.), Machtsymbole wie Adler oder Krone

## Sprache

Autoritär, strukturiert, klar, kraftvoll, gebieterisch, voller Anweisungen und Anordnungen, staatsmännisch, selbstbewusst

## Produkte und Dienstleistungen

Wähle den Archetyp, wenn Du Menschen hilfst

- Karriere zu machen
- gute Führungskräfte zu werden oder zu sein
- erfolgreich zu sein
- mächtiger und einflussreicher zu werden
- auf ihrem Gebiet die Nummer Eins zu werden

## Markenbeispiel für Trainer/innen

Prof. Dr. Fredmund Malik

Renée Moore

## Weitere Beispiele

Mercedes Benz

American Express

Hilton Hotels



**Kreative:** Schöpferisch. Innovativ. Individuell.

## Kreative/r

Motto: Ich verschaff Dir mehr Selbstaussdruck und Kreativität.

### Charakter

- Sehnsucht: Etwas von dauerndem Wert zu erschaffen
- Ziel: Kreativen Ideen Ausdruck zu verleihen
- Angst: Mittelmäßigkeit
- Strategie: Künstlerische Fähigkeiten zu entwickeln
- Falle: Perfektionismus, Verzettelung, Chaos
- Gabe: Kreativität und Vorstellungskraft

## Story

- Schmerzpunkt: Der Kreative hat ein Talent, aber keiner nimmt ihn ernst.
  - Whiplash: Andrew will unbedingt Drummer werden und gerät in die Fänge des dogmatischen, autoritären Musiklehrers Terence.
  - Du schreibst für Dein Leben gern Geschichten, aber sie sind noch nicht gut genug, um andere zu fesseln.
- Weg: Der Kreative beginnt, hart zu üben.
  - Whiplash: Andrew wird von Terence immer härter gefordert, kann aber seinen Ansprüchen kaum genügen.
  - Du bekommst die Chance, zu einem Thema, das Dir am Herzen liegt, ein Buch zu schreiben.
- Sieg (Herausforderung): Der Kreative bekommt eine Chance, die eine große Herausforderung darstellt.
  - Whiplash: Andrew scheitert und wird von Terence aus der Unterrichtsklasse gefeuert. Als sich ein Mitschüler wegen Terence umbringt, sagt Andrew anonym gegen Terence aus. Terence rächt sich später, in dem er Andrew bei einem öffentlichen Auftritt blamiert. Andrew jedoch rebelliert gegen seinen Musiklehrer und liefert das Solo seines Lebens, das Terence begeistert und imponiert.
  - Du hast einen harten Lektor, der Dein Manuskript ablehnt. Alles scheint verloren. Aber dann inspiriert Dich der Rückschlag zu einem neuen Einfall, mit dem Dein Buch eine ganze neue Qualität gewinnt.
- Elixier (Einsicht, Lösung):
  - Whiplash: Übe leidenschaftlich, folge aber Deinem eigenen Stil.

- Du zeigst anderen, wie sie die überbordenden Kräfte ihrer Muse mit der Disziplin des Profis verbinden, um als Kreative wirklich erfolgreich zu werden.
- Happy End: In Whiplash endet der Film mit dem imposanten Solo von Andrew. Wir können jedoch aufgrund der Bemerkungen von Terence spekulieren, das dieser Auftritt sein großer Durchbruch ist und ihm eine große Karriere als Jazzdrummer bevorsteht.

## Figuren

Pablo Picasso, Hermann Hesse, Mozart, Steven Spielberg

## Werte

- Authentizität
- Genius
- Visionär sein
- Leidenschaft
- Imagination
- Innovation
- Kunst
- Non-Konformismus

## Bildwelt

Ungewöhnlich, verspielt, farbenfroh, schön, ästhetisch, Spiel mit Symbolen

## Sprache

Voller neuer Ideen und Wortschöpfungen, eloquent, inspirierend, künstlerisch, poetisch.

## Produkte und Dienstleistungen

Wähle den Archetyp, wenn Du Menschen hilfst

- ihre kreative, schöpferische Seite zu entdecken
- ihre Talente zu fördern
- sich selbst oder ihr Leben neu zu erschaffen
- innovative Durchbrüche in ihrem Feld zu schaffen
- besser schreiben, musizieren oder malen zu können
- kreativeres Marketing zu schaffen

## Markenbeispiel für Trainer

Michael J. Gelb

Cordula Nussbaum

## Weitere Beispiele

- Apple
- Flow (Magazin)
- Dawanda.de oder etsy.com





**Idealist:** Einfach. Unschuldig. Rein.

## Idealist/in

Motto: Ich bringe Dir auf einfache Weise mehr Glück.

### Charakter

- Sehnsucht: Rückkehr ins Paradies durch Reinheit, Einfachheit und das Gute im Leben
- Ziel: Glücklich sein, der perfekte Partner, das perfekte Zuhause, ein Leben wie in Disneyland
- Angst: Bestrafung, weil sie etwas falsch gemacht haben
- Strategie: Das richtige tun
- Falle: Buckeln, Anpassen
- Gabe: Glaube und Optimismus

## Story

- Schmerzpunkt: Die Welt ist verdorben, hart und ungerecht.
  - Forrest Gump: Er wird zum Gespött der Schüler, weil er als Kind einen IQ von nur 75 hat und wegen eines Wirbelsäulenleidens Beinschienen tragen muss.
  - Den Menschen in Deinem Umfeld geht es schlecht, weil sie unter dem Zynismus der Familie oder eines Unternehmens leiden.
- Weg: Der Idealist lässt sich nicht beirren, sondern folgt seiner einfachen Lebensphilosophie.
  - Forrest Gump: Der herzensgute und naive Forrest verliebt sich in die hübsche Jenny, die von ihrem Vater misshandelt und sexuell missbraucht wird. Jenny ist nicht in der Lage, sich auf Forrest einzulassen. Für Forrest beginnt eine Irrfahrt, bei der er aus Versehen und ohne es zu merken wichtige kulturelle und politische Trends in Gang setzt.
  - Du erinnerst die Menschen daran, dass sie nur glücklich werden, wenn sie sich auf althergebrachte Werte wie Ehrlichkeit, Herzenswärme, Stille oder Achtsamkeit zurückbesinnen.
- Sieg (Herausforderung): Der Idealist wird mit einer Herausforderung konfrontiert, die ihn so tief verletzen könnte, dass er seinen Prinzipien aufgibt – und zum Zyniker werden könnte. Er bleibt jedoch auch hier seinem Gemüt treu.
  - Forrest Gump: Jenny und Forrest schlafen miteinander, aber sie flieht erneut. Schließlich beginnt Forrest einen dreijährigen Dauerlauf durch die USA, der ihm viel Medienaufmerksamkeit beschert und letztendlich dazu führt, dass Jenny ihn erneut kontaktiert. Sie ist todkrank,

aber sie hat einen Sohn, der von Forrest stammt. Die beiden heiraten.

- Obwohl viele gegen Deine Lehren aufbegehren, erleben immer mehr Menschen, das ihr Leben viel leichter wird, bis sie ganz an Deine Lehren glauben.
- Elixier (Einsicht, Lösung): Durch die Rückbesinnung auf die Ideale, verwandelt sich das Leben auf wunderbare Weise in ein perfektes Paradies.
  - Forrest Gump: Solange Du ein reines Herz hast, kannst Du trotz widriger Umstände beruflich und privat erfolgreich sein.
  - Du lehrst andere die einfachen Prinzipien des Lebens, um glücklich und erfüllt zu leben.
- Happy End: Forrest lebt nach dem Tod seiner Frau mit seinem hochintelligenten Sohn weiter.

## Figuren

Doris Day, Forrest Gump, Mickey Mouse, Parsifal, Buddhisten, Pazifisten

## Werte

- Optimismus
- Einfachheit
- Ehrlichkeit
- Reinheit
- Vertrauen
- Verlässlichkeit
- Balance

- Idealismus

## Bildwelt

Pastell-Farben, impressionistischer Stil, verträumte, simple Bilder

## Sprache

Einfach, kindlich, verträumt, fantasievoll, naiv.

## Produkte und Dienstleistungen

Wähle den Archetyp, wenn Du Menschen hilfst

- mit einer einfachen Lösung eine komplexe, unberechenbare und ungerechte Welt zu meistern
- ein kindliches Paradies durch Rückbesinnung auf die guten alten Werte zurück zu gewinnen
- mit einem schlichten, reinen, ursprünglichen Prinzip wieder glücklich zu werden

## Markenbeispiele für Trainer/innen

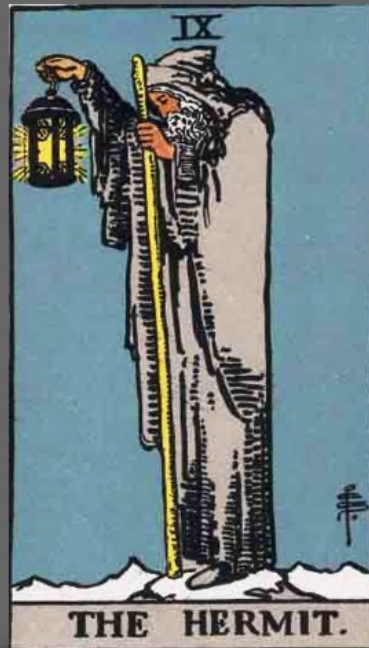
Eckhart Tolle: Deine Probleme lösen sich, wenn Du wieder im Jetzt lebst.

The Secret: Denke positiv, und alle Deine Wünsche erfüllen sich von selbst.

Simplify your Life: Lass Überflüssiges los und Du wirst glücklich

## Weitere Beispiele

- Coca Cola
- McDonald's (Happy Meal, Ronald McDonald)



**Weiser:** Forschen. Expertenwissen. Vernunft.

## Weise/r

Motto: Ich mach Dich zum klugen und erfahrenen Experten.

### Charakter

- Sehnsucht: Die Wahrheit zu entdecken
- Ziel: Die Welt durch Verstand, Intellekt, Analyse zu verstehen
- Angst: Betrogen zu werden, irreführt zu sein, Ignoranz
- Strategie: Wissen und Informationen, Reflektion und Analyse
- Falle: Endloses Studium, Dogmatismus, Elfenbeinturm
- Gabe: Weisheit, Intelligenz, Meisterschaft

## Story

- Schmerzpunkt: Es gibt ein Problem, aber der Weise ist noch unwissend, naiv und ignorant (wie Buddha in seinen jungen Jahren).
  - Imitation Game: Der Mathematiker Alan Turing wird während des zweiten Weltkriegs beauftragt, die Verschlüsselung der Enigma-Maschine zu knacken.
  - Du wirst mit einem Problem konfrontiert, für das Du keine Lösung hast.
- Weg: Wie ein Detektiv folgt der Weise jeder Spur und trägt so nach und nach Wissen zusammen.
  - Imitation Game: Gemeinsam mit einer kleinen Crew entwickelt er den ersten Computer, es gelingt ihnen aber nicht, den Code zu knacken.
  - Du studierst Dein Thema, liest Bücher und besuchst Seminare.
- Sieg (Herausforderung): Trotz allen Wissens hat er das Hauptproblem nicht gelöst. Das gesamte Vorhaben gerät dadurch in Gefahr. Durch eine intuitive Einsicht gewinnt der Weise jedoch neues Wissen, mit dem er das Problem doch noch lösen kann.
  - Imitation Game: Das Unterfangen wird von Bürokraten torpediert, die die enormen Investitionen für andere Projekte einsetzen wollen. Die Crew hält jedoch zusammen und stellt sich dagegen. Ein zufällige Bemerkung einer Mitarbeiterin weckt Turings Intuition, und schließlich gelingt es ihm, den Code der Enigma zu entschlüsseln.
  - Du stellst Dich den Schwierigkeiten und Konflikten und löst sie mit Deinem frisch erworbenen Wissen

- Elixier (Einsicht, Lösung): Der Weise stellt das Wissen in den Dienst der guten Sache.
  - Imitation Game: Bleibe beharrlich am Ball und Du findest früher oder später die Lösung.
  - Du lässt anderen Dein Wissen durch Seminare, Coachings und Beratungen zuteil werden.
- Happy End: Die Deutschen verlieren den Krieg. Wir erfahren, dass durch die Entschlüsselung der Enigma der Krieg um vermutlich 2 Jahre verkürzt wurde.

## Figuren

Sherlock Holmes (und alle anderen Detektive), Einstein, Gutenberg, Galileo Galilei, Charles Darwin sowie Iron Man, der Wissenschaft und Technologie verwendet, um seine Feinde abzuwehren.

## Werte

- Lernen
- Weisheit
- Intelligenz
- Expertise
- Respekt
- Einfluss
- Vernunft
- Information
- Analyse

## Bildwelt

Blaue (kalte) Farben, nüchterne Bilder, Zahlen, Formeln

## Sprache

Gebildet, intellektuell, Fachsprache mit Fachbegriffen, nüchtern, logisch.

## Produkte und Dienstleistungen

Wähle den Archetyp, wenn Du Menschen hilfst

- Expertise zu erlangen
- besser nachdenken zu können und klüger zu werden
- wissenschaftliche Erkenntnisse im Alltag nutzbar zu machen
- zu soliden Ergebnissen durch Faktenwissen zu gelangen

## Markenbeispiele für Trainer/innen

- Vera F. Birkenbihl
- Die meisten Unternehmensberatungen treten als „Weise“ auf,

## Weitere Beispiele

- Google
- Gallileo (TV Sendung)
- Ted.com
- Harvard University
- MIT (Massachusetts Institute of Technology)





**Held:** Herausforderung, Spitzenleistung, Erfolg

## Held/in

Motto: Ich zeige Dir, wie Du gegen alle Widerstände gewinnen kannst.

### Charakter

- Sehnsucht: Den Selbstwert durch mutiges und herausforderndes Handeln zu beweisen.
- Ziel: Die Welt durch Stärke und Kompetenz zu verbessern
- Angst: Schwäche, Feigheit, Verletzlichkeit
- Strategie: Stark, fähig und machtvoll zu werden
- Falle: Arroganz, auf der Suche nach Feinden
- Gabe: Kompetenz und Courage

## Story

- Schmerzpunkt: Die Welt befindet sich einem Kampf oder Krieg, aber dann fasst sich der Held ein Herz, und macht sich auf den Weg, das Problem zu lösen.
  - Rocky: Der erfolgreiche Boxer Apollo Crew entscheidet sich, einem unbekanntem Boxer die Chance zu geben, gegen ihn zu boxen. Die Wahl fällt auf den erfolglosen Boxer Rocky Balboa, der im Armenviertel von Philadelphia lebt.
  - Du erlebst Zuhause oder im Job erhebliche Schwierigkeiten, Konflikte etc.
- Weg: Der Held stellt sich den Problemen und wird so immer stärker.
  - Rocky: Balboa nimmt die Chance an und trainiert hart.
  - Du überwindest Hindernisse und wirst immer besser in Deinem Fach.
- Sieg (Herausforderung): Der Held wird mit seiner größten Angst konfrontiert.
  - Rocky: Apollo Crew muss im Wettkampf erleben, dass Balboa ihm die Stirn bietet. Es kommt zu einem harten Kampf, den Apollo Crew nur knapp nach Punkten gewinnt. Allerdings feiert das Publikum Rocky Balboa als wahren Helden.
  - Als Du mit Deiner größten Herausforderung konfrontiert wirst, entwickelst Du eine enorme Courage und stellst Dich Deinem Problem und meisterst es. Dadurch gehst Du gestärkt aus der Konfrontation hervor.
- Elixier (Einsicht, Lösung): Wenn Du Dich Deiner größten Angst stellst, entwickelst Du Deine wahre Größe.

- Rocky: Du wirst erfolgreich, wenn Du an Dich glaubst und hart für Deine Ziele arbeitest.
- Du machst anderen Mut, sich ihren Herausforderungen zu stellen und so Helden oder Heldinnen ihres eigenen Lebens zu werden.
- Happy End: Rocky Balboa ist fortan ein bekannter und erfolgreicher Boxer.

## Figuren

Luke aus Star Wars, Rocky, Nelson Mandela, John F. Kennedy, Martin Luther King, Steffi Graf

## Werte

- Erfolg
- Mut
- Courage
- Kampf
- Stärke
- Kraft
- Macht
- Stolz

## Bildwelt

Sport, Kampf, Medaillen, Auszeichnungen, Muskeln.

## Sprache

Kurze Sätze, markige Worte. Diszipliniert. Funktional. Aktiv. Herausfordernd.

## Produkte und Dienstleistungen

Wähle den Archetyp, wenn Du Menschen hilfst

- mit Deiner Erfindung oder innovativen Lösung die Welt zu verbessern
- die eigene Leistungsfähigkeit zu steigern
- mit Deiner Lösung große soziale Probleme zu lösen
- stärker und mutiger zu werden
- ihr Ziel kompromisslos zu verfolgen

## Markenbeispiele für Trainer/innen

Vegan for Fit: Die Challenges im Dschungel der Großstadt

Imakeyousexy.com

## Weitere Beispiele

Nike: Just do it.

Marlboro: Don't be a maybe



**Abenteurer:** Reisen, Neuland, Wagnis

## Abenteurer/in

Motto: Ich bereite Dich auf eine neue Reise vor.

### Charakter

- Sehnsucht: Sich lebendig fühlen
- Ziel: Möglichst viel Neues und Riskantes auszuprobieren
- Angst: In der Falle stecken, Monotonie, Konformität, Innere Leere
- Strategie: Flucht aus dem Alltag, Reise, neue Erfahrungen
- Falle: Ziellos herumwandern, Außenseiter werden
- Gabe: Risikobereitschaft, Offenheit für Neues

## Story

- Schmerzpunkt: Der Held lebt ein langweiliges und dröges Leben, bis der Drang nach Unabhängigkeit und Abenteuer so stark wird, dass er sich auf ein Abenteuer einlässt.
  - Avatar: Die Rohstoffe der Erde sind im Jahr 2154 zur Neige gegangen. Der querschnittsgelähmte Marine Jake Sully raucht und trinkt sich durch sein Leben, bis er die Einladung erhält, für seinen toten Bruder bei einer Mission auf dem erdähnlichen Mond Pandora einzuspringen, um neue Rohstoffe zu erschließen.
  - Du bist unglücklich in deinem Leben, weil alles nur noch Routine ist.
- Weg: Der Abenteuerer zieht aus, eine neue Welt kennenzulernen. Dabei wird er mit anderen Kulturen, Gebräuchen und Sichtweisen konfrontiert, die sein Weltbild in Frage stellen.
  - Avatar: Sully lernt auf Pandora, durch Gedankenübertragung den künstlich hergestellten Körper eines Na'vi zu steuern – eines Ureinwohners von Pandora. Seine Aufgabe besteht darin, sich den Na'vi anzuschließen, ihre Gebräuche zu studieren und zu prüfen, ob sie kooperieren werden, um sehr wertvolle Rohstoffe zu bergen, die sich unter einer heiligen Stätte befinden.
  - Du schmeißt Deinen Job hin oder verlässt die Enge Deiner Partnerschaft und lässt Dich wieder auf die Unabwägbarkeiten des Lebens ein. Du lernst dabei Menschen kennen, die ganz anders sind als du.
- Sieg (Herausforderung): Es kommt zu einer Konfrontation zwischen den Kulturen. Der Abenteuerer integriert die andere Kultur in seine Sichtweise und kann so den Konflikt lösen.

- Avatar: Sully erkennt, dass das Volk der Na'vi den Menschen spirituell überlegen ist und sich niemals freiwillig von der heiligen Stätte bewegen lassen. Er erkennt, dass die Menschen mit ihrer Gier nicht nur die Erde ausgebeutet haben, sondern auch Pandora ausbeuten werden. Es kommt zum bewaffneten Konflikt, bei dem Sully sich endgültig auf die Seite der Na'vi schlägt und ganz mit seinem Körper verschmilzt.
- Du erweiterst durch Deine Begegnung mit Deinen neuen Freunden nicht nur Deinen eigenen Horizont. Auch Deine neuen Freunde sind Schwierigkeiten ausgesetzt, die Du jedoch durch die Eigenheiten Deines alten Denkens lösen kannst.
- Elixier (Einsicht, Lösung): Das alte Denken hat Probleme hervorgebracht, die nur durch die Verbindung mit etwas Neuem gelöst werden kann.
  - Avatar: Gier bringt Zerstörung. Nur die Rückbesinnung auf die Einheit mit der Natur kann die Gier beenden.
  - Du lädst die Menschen ein, die alte Komfortzone zu verlassen und sich auf etwas Neues einzulassen.
- Happy End: Die Na'vi vertreiben die menschlichen Eindringlinge und leben – vorerst – wieder glücklich und ungestört auf ihrem Mond.

## Figuren

Luke aus Star Wars, Indiana Jones, Reinhold Messner, Marlboro Mann, Dustin Hoffmann in dem Film „Reifeprüfung“, Jack Kerouac im Roman „On the Road - Unterwegs“

## Werte

- Freiheit
- Unabhängigkeit
- Individualität
- Selbstständigkeit
- Selbstbewusstsein
- Mut
- Natur
- Mobilität
- Pioniergeist
- Vorreiter sein
- Authentizität

## Bildwelt

Die Straße, die bis zum Horizont führt, darüber unendlich blauer Himmel, Natur, vor allem Berge, Skylines.

## Sprache

Kurze Sätze, markige Aussagen. Wenige Worte. Männliche Tonalität.

## Produkte und Dienstleistungen

Wähle den Archetyp, wenn Du Menschen hilfst

- frei und ungebunden zu sein
- sich aus Komfort-Zonen zu befreien
- ihre Individualität auszudrücken
- sich gegenüber Spießern, Normalos und Langweilern abzugrenzen



## Markenbeispiele für Trainer/innen

Mike Dooley

Outdoor-Trainings, Überlebenstrainings

### Weitere Beispiele

- Jack Wolfskin
- Starbucks
- Jeep

Wie oben beschrieben solltest du nun dir Gedanken machen (schriftlich) wie du dein Angebot Archetypen spezifisch aufbauen kannst und deine persönliche Marke aufzubauen und auszuarbeiten.

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](http://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](http://www.andertz-akademie.de)



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

[www.andertz.de](http://www.andertz.de)