



## Die Jugend von heute

- Die Jugend liebt heutzutage den Luxus.
- Sie hat schlechte Manieren,
- verachtet die Autorität,
- hat keinen Respekt vor den älteren Leuten und schwatzt, wo sie arbeiten sollte.
- Die jungen Leute stehen nicht mehr auf, wenn Ältere das Zimmer betreten.
- Sie widersprechen ihren Eltern,
- schwadronieren in der Gesellschaft,
- verschlingen bei Tisch die Süßspeisen,
- legen die Beine übereinander und tyrannisieren ihre Lehrer.

Sokrates- griechischer Philosoph- \* um 469 vChr, † 399 vChr

resultAT

## Werte und Normen

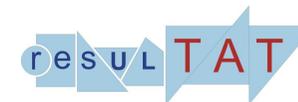
- Generationenkonflikt?
- Pflege-Aborigines versus Pflege-Hipster
- „Früher ist alles besser!“

resultAT

## Keine Einheit in der Pflege

- Die „Profis“ verspotten die „Berufenen“!
- Die Abteilungen sind sich intern uneins!
- Unterschiedliche Abteilungen sind sich uneins!
- Es werden Schuldige gesucht und gefunden- Die Schüler/innen, die Kollegen, die PDL.....

resultAT



## Wie wirke ich auf andere? Weißt du, wie du bist?

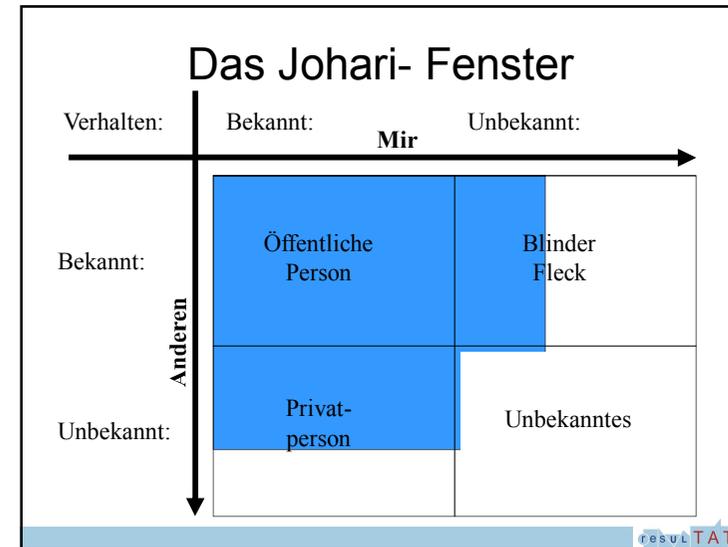
Personalentwicklung im Gesundheitswesen

Thomas Bollenbach  
Friedrich-Ebert-Straße 33  
34117 Kassel

fon: 05 61 – 316 44 61 | mail@resultat-kassel.de

Wie wirke ich auf  
andere?  
Weißt du, wie du bist?

resultAT



resultAT

- Im **Bereich A** ist der Teil unseres Verhaltens definiert, der uns selbst und den anderen Mitgliedern der Gruppe bekannt ist, also eine gemeinsame Basis, oder anders ausgedrückt einen gemeinsamen Zeichenvorrat hat. Das Handeln hat dort eher freie Züge und die Beeinträchtigungen (Ängste, Vorbehalte) sind gering. Hier sind wir »**öffentliche Person**«.

**Bereich B**, wird mit dem »**Blinden Fleck**« charakterisiert, damit ist unser Verhaltensanteil gemeint, den wir selbst wenig, die anderen Mitglieder der Gruppe dagegen recht deutlich wahrnehmen. Unbedachten, spontane und unbewussten Gewohnheiten und Verhaltensweisen gehören dazu, Vorurteile, Zu- und Abneigungen. Unsere KommunikationspartnerInnen wissen darüber mehr als wir.

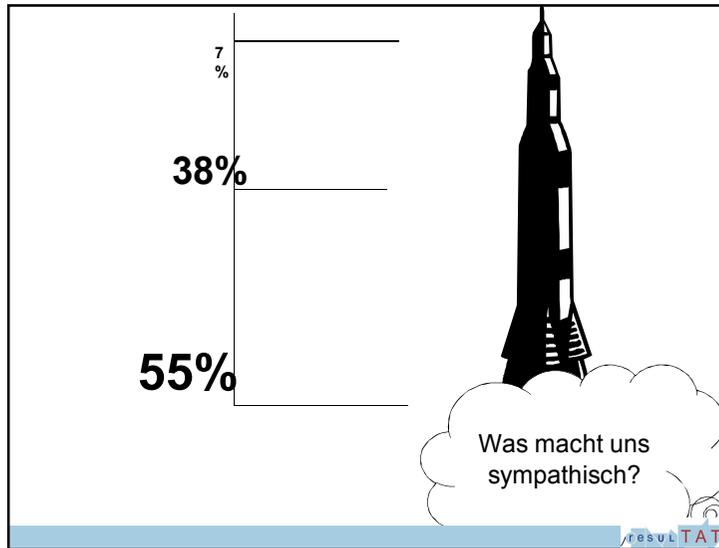
- Im **Bereich C** herrscht sozusagen Geheimhaltungsstufe 1, der Bereich unseres Denkens und Handelns, den wir vor anderen bewusst verbergen
- hüten wir wie ein Schatz. hier sind die »heimlichen Wünsche«, die
- »empfindlichen Stellen«, die Verletzungen und Ängste zuhause, hier sind wir »**private Person**«. In der Kommunikation miteinander wird dieser Bereich durch Vertrauen und Sicherheit zu anderen deutlich kleiner und abgrenzbarer.

**Bereich D** symbolisiert das uns nicht Bewusste, das verschüttete Inventar, das weder uns noch anderen im Allgemeinen nicht unmittelbar zugänglich ist. Hier ist das Einsatzgebiet psychologischer bzw. psychotherapeutischer Methoden, die genutzt werden um Zugänge zu finden (z. B. in der Tiefenpsychologie). Das »**Unbekannte**«.

resultAT

Es gibt nur einen ersten  
Eindruck!  
Für den ersten Eindruck bietet  
sich Ihnen keine zweite  
Chance!!!

resultAT



- Der **Inhalt** und die **Wortwahl** mit **7%**
  - Die **Stimme** mit **38%** und
  - Der **Körper** (Mimik, Gestik) mit einem Anteil von **55%**
- resultAT

Paul Watzlawick:

- „Man kann nicht nicht kommunizieren.“

Der ganze Körper ist Zunge!

resultAT

„Der Blick“

"Der Blick ist das zweite Rückgrat."  
Chinesisches Sprichwort

resultAT

## Körpersprache

- Die Menschen haben die Sprache erfunden, um von den Augen abzulenken

resuLTAT

## Wahrnehmung

- „Unter Wahrnehmung verstehen wir den **bewussten Prozess** der **Informationsverarbeitung** von aus **Umweltreizen** (äußere Wahrnehmung).
- In diesen Prozess der Informationsverarbeitung fließen mit ein: frühere Erfahrungen (Lernen), Gefühle, Motive, Einstellungen, Erwartungen u.ä.“

• Kühne, Gewicke, Priester, Sollmann, Sudhues, Tiator, Psychologie für Fachschulen und Fachoberschulen, 1978, Köln-Porz, S. 12

resuLTAT

## 5 Sinne, 6 Sinne...20 Sinne...?

1. visuell (mit dem Sehsinn)
2. akustisch (mit dem Hörsinn)
3. kinästhetisch (mit der Tiefensensibilität) /  
haptisch (mit dem Tastsinn)
4. olfaktorisch (mit dem Geruchssinn)
5. gustatorisch (mit dem Geschmackssinn)
6. vestibulär (mit dem Gleichgewichtssinn)

www.Wikipedia.de

resuLTAT

## Mit "7. Sinn,,..."

- wurde vielfach die Fähigkeit bezeichnet, Dinge wahrzunehmen, die anscheinend nicht mit den Sinnesorganen aufgenommen wurden, vor allem die so genannten Psi-Fähigkeiten (Telepathie, Hellsehen).
- Para Sensual Intelligence – englisch für „außersinnliche Wahrnehmung“

resuLTAT

## Fünf Sinne hat der Mensch?

- Doch neuere Forschungsergebnisse zeigen, dass wir genau genommen über mehr als 20 verschiedene Wahrnehmungskanäle verfügen.
- Allein in der Haut stecken sieben Rezeptortypen: zum Spüren von **Schmerz** sowie von **Kälte** und **Wärme**, zum **Empfinden von Luftbewegungen, Vibrationen, leichten Berührungen** und **Druck**.
- Auch die speziellen **Sensoren**, die aus dem **Inneren** des Körpers, etwa von **Muskeln, Blutgefäßen** und **Organen**, an das Gehirn melden, werden von den meisten Wissenschaftlern inzwischen als eigenständige Sinneskanäle betrachtet.

©hub.TAT

## Beeinflussungsfaktoren

- Physische Disposition
- Psychische Disposition
- Umgebung
- Vorerfahrungen
- „Geschlechtsspezifische“ Disposition

©hub.TAT

Wahrnehmung ist grundsätzlich..

- **Subjektiv**
- **Selektiv**

©hub.TAT

## Subjektive Wahrnehmung

- Zeitwahrnehmung
- Temperaturwahrnehmung

©hub.TAT

## Selektionsverfahren

Beschreiben Sie die normale Rückseite einer italienischen 1 € Münze.



Der **vitruvianische Mensch** von  
Leonardo da Vinci

Nach dem römischen Architekten  
Marcus **Vitruvius** Pollio

© 2002 TAT

## Strukturieren

- Der Mensch strebt nach einem ganzheitlichen, in sich stimmigen Bild und setzt die zur Verfügung stehenden Informationen zu diesem zusammen.
- Der Mensch neigt dazu, dass zu sehen, was er sehen möchte.

© 2002 TAT

## Ergänzen

- Um das ganzheitliche Bild zu erhalten, ergänzt er zum Teil Informationen, die es augenscheinlich nicht gibt.
- Bsp.: Klassenraum, Unfallgeschehen

© 2002 TAT

## Organisieren

- Der Mensch organisiert Wahrnehmungen, sodass sie eine Bedeutung bekommen.
- Hier fließen seine Vorkenntnisse, Einstellungen usw. das Reizangebot zu ordnen und als bedeutungshaltiges Gebilde zu interpretieren.
- Bsp.: Ärzte können Röntgenbilder interpretieren.

© 2002 TAT

## Der Haloeffekt

- Der Wahrnehmende hat die Tendenz, sich bei der Beurteilung einer Person von einem allgemeinen guten oder schlechten Eindruck oder einer hervorstechenden Eigenschaft leiten zu lassen. Eine als positiv gesehene Eigenschaft wird dann auf alle Eigenschaften der Person übertragen.

© 2013 TÄT

## Der logische Fehler

- Jeder Beobachter hat eine „private Persönlichkeitstheorie“.
- Aufgrund seiner persönlichen Erfahrung nimmt er an, dass bestimmte Persönlichkeitsmerkmale immer in Verbindung auftreten.
- Eine Pflegeperson kann annehmen, dass Aggressivität und Unzufriedenheit bei Patienten immer zusammen auftreten. Nimmt sie nun eine dieser beiden Eigenschaften bei einem Patienten wahr, wird sie daraus schließen, dass auch die andere vorhanden ist.

© 2013 TÄT

## Der Kontrastfehler

- Werden mehrere Personen nacheinander wahrgenommen und beurteilt, so sind die Urteile nicht unabhängig voneinander.
- Die ersten Beurteilungen bilden einen Vergleichsmaßstab für die folgenden Urteile.

© 2013 TÄT

**„Die Qualität unserer  
Wahrnehmung, ist der Schlüssel  
zur Qualität unseres Handelns.“**

© 2013 TÄT

„Wie alt ist diese  
Frau?“



©busTAT

Die Tasse



©busTAT

## Betrachtungswinkel

- Wahlergebnisse
- Das Fußballspiel
- Drainage post op
- Konflikte
- ...

Laptopnutzung im Seminar? ADHS!

©busTAT

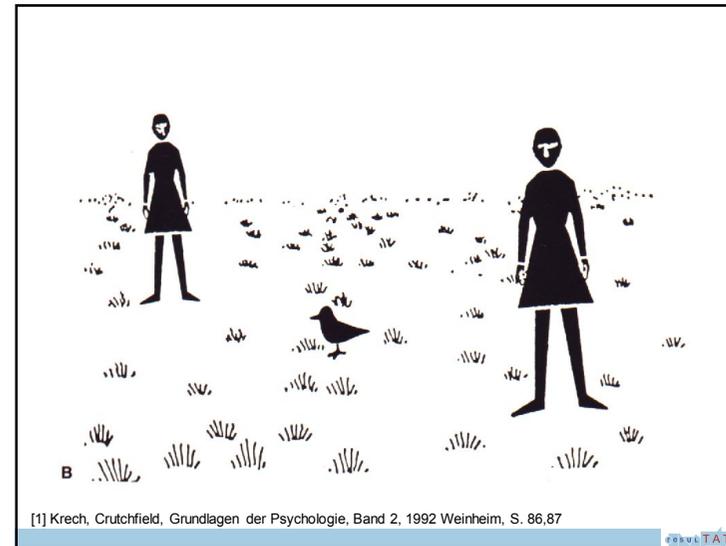
Sie haben Krebs.....

- Gutartigen

©busTAT

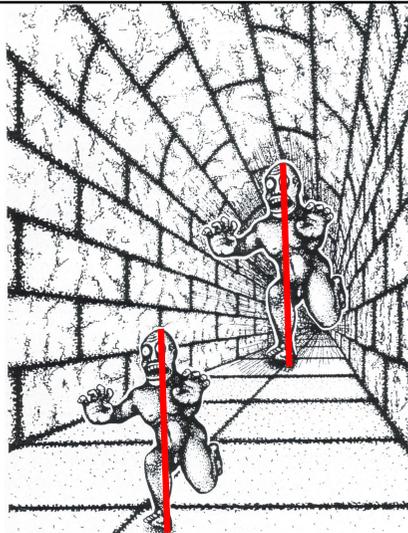
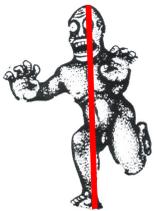
## Sprache

- Formulieren Sie um...



„Was  
geschieht  
hier?“

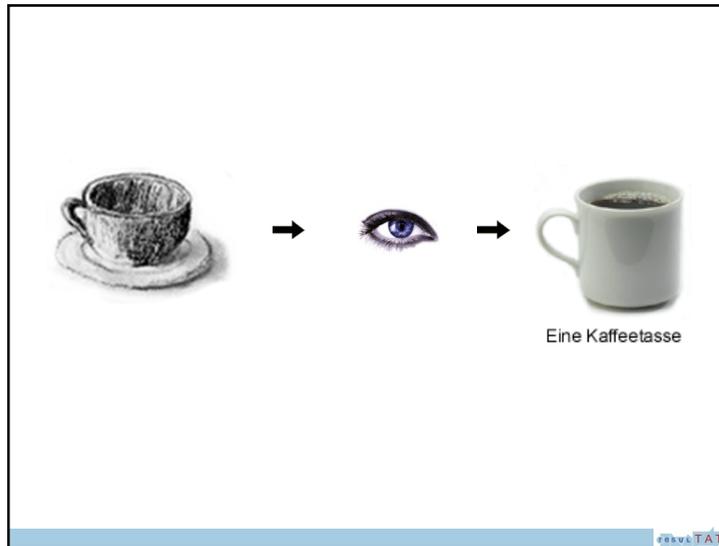
Höhe: 7,09 cm



## Flashlight

- Bei einem Versuch beleuchtete G. Sperling (1960) eine grüne Dollarnote mit einem hellen Lichtblitz.
- Die Probanden sahen den Schein anschließend auf einer Projektionsfläche als Rosahnes Nachbild.

[1] Krech, Crutchfield, Grundlagen der Psychologie, Kapitel 1 2, 1992 Weinheim, S. 35



„Sie denken jetzt nicht „Rosa  
Elefant“!!!!!!

„Schau mal weg, du musst das  
schulmäßig machen.“

Die erfundene Wirklichkeit

Wie wissen wir, was wir zu wissen glauben?  
Paul Watzlawick

Bilder im Kopf

„Rucksack und Brille!“

„Der Hammer!“

- **Ich sehe**
- **Ich fühle**
- **Ich vermute**

## Die sich selbst erfüllende Prophezeiung

- Eine sich selbst erfüllende Prophezeiung ist eine Annahme oder Voraussage, die rein aus der Tatsache heraus, dass sie gemacht wurde, das angenommene, erwartete oder vorhergesagte Ereignis zur Wirklichkeit werden lässt und so ihre eigene »Richtigkeit« bestätigt.

resultAT

- Wenn jemand **annimmt**, man **missachte ihn**, wird sich eben deswegen in einer **überempfindlichen, unverträglichen, misstrauischen Weise verhalten**, die in den anderen genau jene **Geringschätzung** hervorruft, die seine schon immer gehegte Überzeugung erneut »beweist«.

resultAT

- Als im März 1979 die kalifornischen Zeitungen mit sensationellen **Berichten** über eine **bevorstehende, einschneidende Benzinverknappung** aufzuwarten begannen, **stürmten** die kalifornischen **Autofahrer** die **Tankstellen**, um ihre Benzintanks zu füllen und möglichst gefüllt zu halten. Dieses **Vollfüllen** von **12 Millionen Benzintanks** (die bis zu diesem Zeitpunkt im Durchschnitt 75 % leer gewesen waren) **erschöpfte** die **enormen Reserven** und bewirkte so praktisch über Nacht die **vorhergesagte Knappheit**, während das Bestreben, die Brennstoffbehälter möglichst voll zu halten (statt wie bisher erst bei fast leerem Tank aufzufüllen), riesige Wagenschlangen und stundenlange Wartezeiten an den Tankstellen verursachte und die Panik erhöhte. Als die Aufregung sich legte, stellte sich heraus, dass die Benzinverteilung an den Bundesstaat Kalifornien kaum vermindert worden war.
- **Die Knappheit wäre nie eingetreten, hätten die Medien sie nicht vorausgesagt.**

resultAT

## Kommunikation

### „Wiederholung“ Praxisanleiter/ innen

resultAT- Seminarzentrum für Dienstleistungsberufe

[www.resultAT-online.de](http://www.resultAT-online.de)

Thomas Bollenbach

resultAT

Enttäuschung basiert  
auf nicht  
ausgesprochenen  
Erwartungen!

resultAT



resultAT

WER sagt  
WIE (Ironie!?)  
WAS zu  
WEM, mit welcher  
WIRKUNG?

resultAT

## Vorerfahrungen

- Du sollst mal schnell zur Chefin kommen!
- Die Geschichte mit dem Hammer!

Paul Watzlawick

resultAT

# Kommunikationsmodell

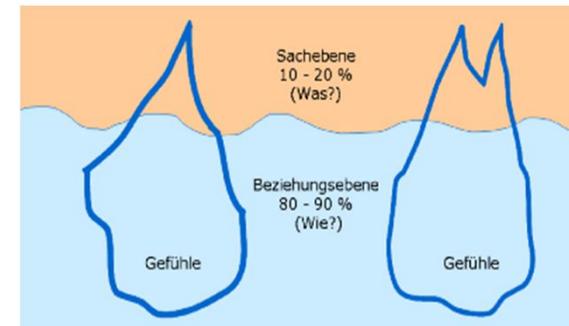
Sender → Botschaft → Empfänger

Code!!!

Simulanten

resuL TAT

# Eisbergprinzip:



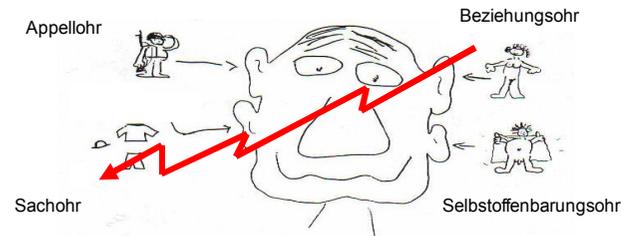
resuL TAT

**Inhaltsebene**  
Rational  
Austausch  
sachlicher Informationen

**Beziehungsebene**  
Emotional  
Bewusste und  
unbewusste Wahrnehmung  
von Gefühlen



resuL TAT



Friedemann Schulz von Thun

resuL TAT

Übersetzen Sie die folgenden Sätze auf die 4-Ohren:

- „Der Spülraum ist noch nicht gemacht!“
- „Lass mich bitte den Verband machen.“
- „Schatz, das Bier ist alle!“
- „Willst du ein Kaugummi?“

RESULTAT

## Grundhaltung:

- $1+1=2$
- $1+2=3$
- $1+3=4$
- $1+4=6$
- $1+6=7$

„Suchen Sie Lösungen und verbeißen Sie sich auf keinen Fall ausschließlich an negativen Aspekten!!!!“

RESULTAT

## Lobkultur

Vorgesetzter:

- „Du bist ein/e wirklich gute/r Mitarbeiter/in und ich schätze Deine Umsicht und Deine Leistungsbereitschaft!“

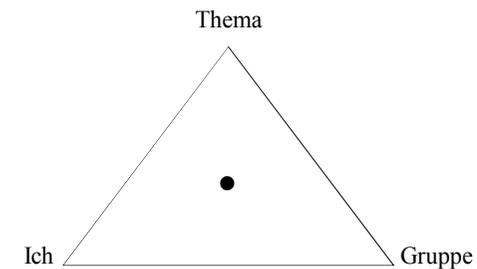
Mitarbeiter:

- „Gut, welchen Dienst soll ich machen?“

RESULTAT

## Interaktionsregeln

Themenzentrierte Interaktion nach Ruth Cohn



RESULTAT

## TZI Axiome

„Ehrfurcht gebührt allem Lebendigen und seinem Wachstum. Respekt vor dem Wachstum bedingt bewertende Entscheidungen. Das Humane ist wertvoll; Inhumanes ist wertbedrohend.“

„Freie Entscheidung geschieht innerhalb bedingender, innerer und äußerer Grenzen. Erweiterung dieser Grenzen ist möglich!“

**„Freiheit im Entscheiden ist größer, wenn wir gesund, intelligent, materiell gesichert und geistig gereift sind, als wenn wir krank, beschränkt oder arm sind, oder unter Gewalt und mangelnder Reife leiden.“**

©kusTAT

## TZI Axiome

- 1. Sei dein/e eigene/r „Chef/in“!
- 2. Störungen haben Vorrang !
- 3. Es kann immer nur einer sprechen!
- 4. Experimentiere mit dir !
- 5. "Ich" statt "man" oder "wir" !
- 6. Eigene Meinungen statt Fragen !
- 7. Sprich den anderen direkt an (möglichst mit Namen) !
- 8. Versuche, deine Gesprächspartner zu verstehen !
- 9. Berücksichtige die Situation deines Gesprächspartners !
- 10. Gib Feedback, wenn du den Wunsch dazu hast !
- 11. Wenn du Feedback erhältst, höre ruhig zu !
- 12. Wenn du willst, bitte um ein Blitzlicht !

©kusTAT

## Die Eier der Schildkröte

©kusTAT



Offene Fragen

Geschlossene Fragen

Alternativfragen

Taktische Fragen

**Reden Sie nicht, fragen Sie!**

©kusTAT

## Die offene Frage ( die Informationsfrage)

**WER - WIE - WAS - WANN - WO -  
WARUM- WESHALB**

Offene Fragen geben keinen Anzeigeweis vor, sie eignen sich besonders Informationen zu bekommen und stehen in erster Linie am Anfang eines Gespräches.

© 2013 TAT

## Die geschlossene Frage (Ja- Nein)

- Die geschlossene Frage wird dazu verwendet, beim Gesprächspartner eine Zustimmung oder Ablehnung zu einer bestimmten Sache zu erlangen.

© 2013 TAT

## Die Alternativfrage

- Die Alternativfrage stellt eine Mischung zwischen offener und geschlossener Frageform dar.  
Entweder- Oder  
So oder So

© 2013 TAT

## Die Suggestivfrage

- DOCH - ETWAS - WOHL - SICHER -  
AUCH – NICHT
- Diese in der Praxis häufig vorkommende Frageform beabsichtigt den Gesprächspartner in eine bestimmte Richtung zu lenken.

© 2013 TAT

## Die rhetorische Frage

- Hier erwarten Sie eigentlich gar keine Antwort bzw. die Antwort ist überflüssig.
- Die Hauptaufgabe dieser Frageform besteht darin, ein Gespräch wieder zu beleben und in Richtung Zielerreichung zu steuern.

© 2008 TÄT

## Die Gegenfrage

- Die Gegenfrage eignet sich generell bei problematischen Gesprächssituationen, da Ihr Gesprächspartner gefordert ist, seine eigene Frage bzw. Aussage klarer darzulegen.
- Damit lässt sich trefflich auf Einwände reagieren.
- Gesprächspartner wird gezwungen deutlicher zu werden.

© 2008 TÄT

## Die Kontrollfrage

- „Gefällt Ihnen das .... so?“
- „Ist dies für Sie wichtig?“
- „Passt es ihnen so?“
- „Fühlen Sie sich mit dieser Entscheidung wohl/sicher?“
- Eine solche Frage soll einen Sachverhalt oder eine Vermutung bestätigen. Deshalb ist dieser Fragetyp wichtig um immer wieder zu überprüfen, ob beide Gesprächsteilnehmer von dem gleichen ausgehen.

© 2008 TÄT

## Motivierungsfrage

- Setzt man ein, um meinen Gesprächspartner aufzuwerten.
- „Mit ihren langjährigen Erfahrungen in diesem Bereich können Sie doch bestimmt eine Einschätzung darüber abgeben?“

© 2008 TÄT



«rororo Taschenbücher»  
ISBN-10: 3-499-17489-8  
ISBN-13: 9783499174896



• ISBN: 3-499-18496-6



• ISBN: 3-499-60545-7



ISBN: 3-442-16375-7

Hier klicken **Blick ins Buch!**

Stephan C. Luecke | Harry Paul | John Christensen

**Für immer FISH!**

Wie Sie die Fish!™-Philosophie verankern und Ihre Motivation frisch halten

REDLINE

Fish!™ bewegt die Herzen... (premiere)

ISBN-10:3-442-16704-3

Paul Watzlawick  
**Anleitung zum Unglücklichsein**

PIPER

ISBN-10: 3-492-24441-6  
ISBN-13: 9783492244411

Paul Watzlawick  
**Anleitung zum Unglücklichsein**  
Vom Schlechten des Guten

Zwei Beststeller in einem Band

PIPER

**Die erfundene Wirklichkeit**

Wie wissen wir, was wir zu wissen glauben?  
Beiträge zum Konstruktivismus

Herausgegeben von Paul Watzlawick

PIPER

ISBN-10: 3-492-20373-6  
ISBN-13: 9783492203739

Christopher Rauen (Hrsg.)

**Handbuch Coaching**

3. überarbeitete und erweiterte Auflage

HOGREFE

• ISBN: 3-8017-1873-5



ISBN-10: 3-7910-2382-9  
ISBN-13: 9783791023823



• ISBN-10:3-423-36020-8

Kundenbeziehungen erfolgreich  
managen durch Customer Care



**ISBN:** 3-446-40593-3  
**Einband:** Gebunden  
**Sonstiges:** 23,5 cm  
**Auflage:** 4. vollst.  
überarbeitete Auflage  
**Erscheint bei:** [Hanser](#)  
[Fachbuchverlag](#)  
**Seitenzahl:** 640  
**Gewicht:** 1109 g  
**Sprache(n):** Deutsch



ISBN 978-3-430-20097-4



ISBN/EAN:  
978-3-8105-0924-6