ALEX DÜSSELDORF FISCHER

Booklet

Der königliche Eisberg

Oder warum alle die Schwierigkeiten haben, die sie haben ...

BASICS

FISCHER & CIE.

Inhaltsverzeichnis

Abschnitt 0: Wichtige Hinweise zu diesem Booklet und wie Du damit arbeiten solltest

Interaktive Booklets von Alex Fischer **5**
QR-Codes zu Video-Briefings und Ressourcen 6
Was sind übergeordnete Daten? 7
Wir lernen hier NICHT für Prüfungen, sondern für die ANWENDUNG! 9
Was ist konzeptionelles Verstehen? 11
Wie erreicht man *"konzeptionelles Verstehen"* eines Fachgebiets? 12
Wichtige Einstellung beim Studieren 13
Definitionen genau lesen und Wörter nachschlagen 14
Der Grund, warum Wörter im Lexikon (Wörterbuch wie Duden) nachzuschlagen so wichtig ist 16

Folgende Werkzeuge werden Dir helfen, das Wissensnetz aufzubauen und konzeptionelles Verstehen zu erreichen **19**
Was ist ein Wissensnetz im Detail? 20
Das Material mehrmals durcharbeiten 21
Glossar und Symbole 22
Studierprogramm / Worksheets 23
Wenn Du Unklarheiten hast 24

Booklet: Der königliche Eisberg

Teil 1: Was ist der königliche Eisberg? **25**
Warum dieses Booklet? 26
Was ist der *"königliche Eisberg"*? 30
Was sind Wahrnehmungsfilter? 31
Wahrnehmungsfilter: *"Vergleichswert"* 32
Wahrnehmungsfilter: *"Film des Lebens"* 34
Wahrnehmungsfilter: *"Traumatische Erlebnisse"* 36

Teil 2: Die *"Eisberg-Problematik"* **40**
Die *"Eisberg-Problematik"* 41
Der *"Krieg der Eisberge"* 45

© Alex Düsseldorf Fischer *www.charismatic-leadership.de*

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Teil 3: Definitionen der Wahrnehmungsfilter aus der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft **48**
Der übergeordnete Wahrnehmungsfilter 49
Die Wahrnehmungsfilter unter der Wasseroberfläche 52

Teil 4: Beispiele für Wahrnehmungsfilter aus der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft **60**

Teil 5: Wahrnehmungsfilter im Alltag **86**
Wahrnehmungsfilter multiplizieren sich 87

Teil 6: Eisbergsichere Kommunikation **97**
Eisbergsichere Kommunikation 98
Wie Wahrnehmungsfilter Deine Kommunikation beeinflussen – ein Auszug aus *"Reicher als die Geissens"* 101
Was ist eisbergsichere Kommunikation? 104
Vermeide in Deiner Kommunikation 106
Beispiel für eisbergsichere Kommunikation 107
Den Eisberg des Gegenübers erkunden 111
Liste von Eisberg-Fragen 113
Resümee der Eisberg-Problematik 117

Zusammenfassendes Worksheet **120**
Glossar **126**

© Alex Düsseldorf Fischer *www.charismatic-leadership.de*

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

ABSCHNITT 0

WICHTIGE HINWEISE ZU DIESEM BOOKLET UND WIE DU DAMIT ARBEITEN SOLLTEST

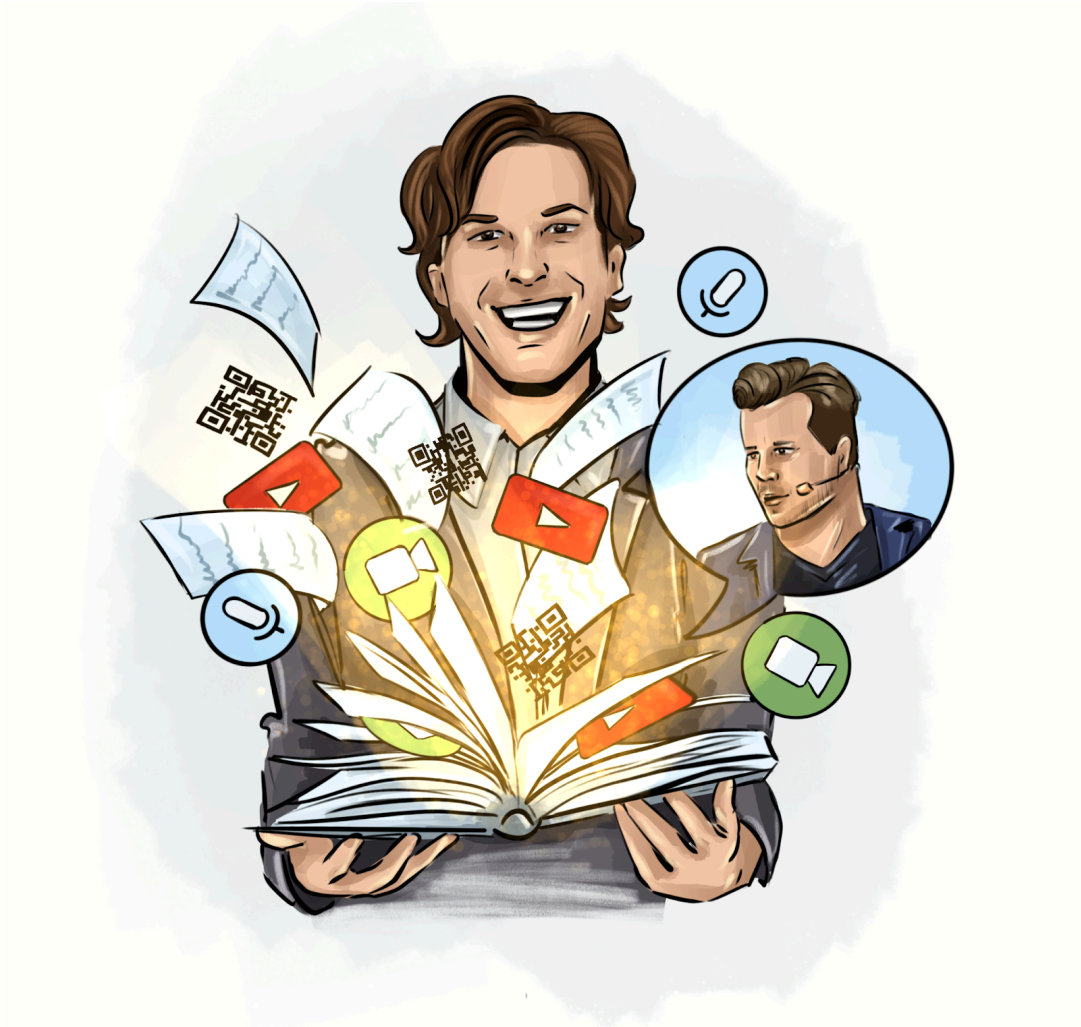
Wichtiger Hinweis: Dieses Booklet ist eigentlich Teil unserer kostenpflichtigen Unternehmer-Coachings. Da dieses Wissen allerdings für jedermann so fundamental* ist und wir davon überzeugt sind, dass es die **Welt ein Stückchen besser** machen könnte, **geben wir es kostenlos als unseren Beitrag für die Menschheit** heraus. (Es gibt keine Copyright-Einschränkungen*, Du kannst es frei überall verwenden, solange Du die Inhalte nicht abänderst.)

Solltest Du dieses Booklet in der gedruckten Form vorliegen haben, dann **kannst Du es auch als PDF über diesen QR-Code herunterladen. Verschicke es an Deine Freunde, Familie und Menschen, denen es helfen könnte. Nutze den QR-Code, um das Booklet herunterzuladen,** und hilf uns dabei, dieses fundamentale Wissen in die Welt hinauszutragen!

FISCHER & CIE.

Interaktive Booklets von Alex Fischer

Hinweis: Wörter, die mit * gekennzeichnet sind, sind im Glossar (Spezialwortsammlung) am Ende dieses Booklets definiert (z. B. multimediales*, interaktives*). Die Kennzeichnung erfolgt nur beim ersten Auftreten dieses Wortes.



Du hast ein **multimediales*, interaktives* Booklet** (*"booklet"* = kleines Büchlein, Heftchen) vor Dir, das ganz anders aufgebaut ist als all die Bücher, die Du bisher kennst. Wenn Du es richtig nutzt, wird es Dir helfen, die hier beschriebenen Konzepte* wirklich zu verstehen und in der Praxis* anwenden zu können.

Dieses Booklet benutzen wir, um unsere Mitarbeiter und Führungskräfte in unseren eigenen Firmen auszubilden. Diese Inhalte basieren auf unseren eigenen praktischen Erfahrungen über 30 Jahre hinweg und sind eine Niederschrift von *"was funktioniert, bei uns, in Deutschland, im Mittelstand*"* – inspiriert* durch verschiedene Mentoren*, *"best practice*"*, permanente* Analysen* und Verbesserungen.

Lies gerade die nächsten Seiten bitte sehr sorgfältig, da Du hier wichtige Grundlagen zur Methodik* unserer Booklets bekommst.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

QR-Codes zu Video-Briefings und Ressourcen

Zu manchen, bestimmten Abschnitten dieses Booklets gibt es vertiefendes und erklärendes Hintergrundwissen anhand von Video-Briefings* und zusätzlichen Ressourcen* (Google Docs*, PDFs* etc.).

Hierfür nutzen wir QR-Codes, mit denen Du schnell zu den dazugehörigen Video-Briefings oder Ressourcen gelangen kannst (scanne dafür einfach die QR-Codes mit der Kamerafunktion Deines Handys). Solltest Du dieses Booklet als PDF vorliegen haben, dann klicke einfach auf den QR-Code, um auf die jeweiligen Links zugreifen zu können. **Bei diesem Booklet sind alle Videos frei zugänglich und Du brauchst keinerlei Zugangsdaten.**

**Das volle Verstehen dieses Booklets ist nur möglich,
wenn Du auch die dazugehörigen Videos gesehen hast.**

Im Gegensatz zu normalen Büchern ist in diesem Booklet der schriftliche Teil auf das absolute Minimum reduziert worden. Beispiele, Hintergründe, zusätzliche Informationen und Erklärungen sind NICHT Teil des Booklets, sondern in den Videos und Audios enthalten. Das schriftliche Booklet ist NUR DIE ZUSAMMENFASSUNG, ähnlich einem Konskript (= Zusammenschrift).

QR-Codes zu Video-Briefings

Die QR-Codes zu Video-Briefings erkennst Du an einem roten Play-Button* in der Mitte. Einen Beispiel-QR-Code siehst Du rechts.

Muster

Wichtig: Schaue Dir unbedingt die Hintergrundinformationen (vertiefendes Wissen und Beispiele zu dem jeweiligen Thema / Kapitel) in den Video-Briefings an, denn so wirst Du viele Dinge besser und tiefer verstehen können.

QR-Codes zu Ressourcen

QR-Codes zu verschiedenen Ressourcen, wie Google Docs, PDFs etc., haben ein blaues Icon*. Einen Beispiel-QR-Code für Ressourcen siehst Du rechts.

Muster

(**Hinweis:** Die vorstehenden 2 QR-Codes dienen nur der Veranschaulichung* (Muster) und führen nicht zu einem bestimmten Video oder Ressource.)

Tipp: Falls Du weiterführende Inhalte (QR-Code mit Audio, Video oder Dokument) auf Deinem Desktop* sehen möchtest, kopiere den Link auf Deinem Handy und schicke ihn Dir auf den Desktop.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

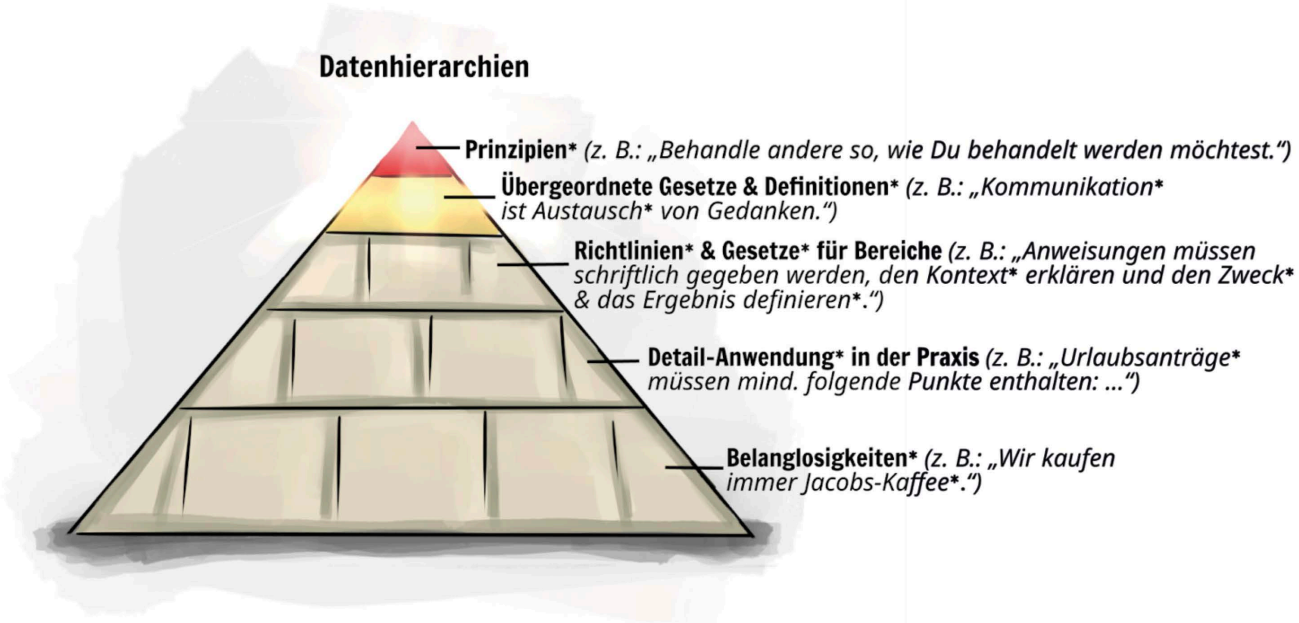
© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Was sind übergeordnete Daten?

Daten* (also Informationen) haben unterschiedliche Wichtigkeiten*. Das bedeutet, es gibt z. B.* Daten, die nur belanglos* sind, und Daten, die so grundlegend* sind, dass man ohne sie völlig verloren wäre.

Dieses Konzept nennt man: *"Datenhierarchien*"* (= Rangfolge* von Informationen)



Bedeutet: Es gibt unterschiedliche Hierarchien* (Wichtigkeiten) von Daten / Informationen, derer Du Dir bewusst sein musst.

Naturgesetz*: Informationen und Daten sind NICHT gleich. Es gibt *immer und überall* Datenhierarchien (das Obere steht über dem Darunterliegenden und ist dem also übergeordnet).

Jedes beliebige Fachgebiet hat ca. 10–150 übergeordnete Prinzipien, Gesetze und Definitionen. Sind diese wirklich verstanden, lassen sich daraus alle untergeordneten Bereiche ableiten*.

Nimm als Beispiel das Staatswesen*: An der Spitze steht die Verfassung* (Grundgesetz*). Dort wurden die grundlegenden Prinzipien und übergeordneten Gesetze, wie Deutschland als Staat* funktionieren soll, in 146 Artikeln* (Paragrafen*) in einem kleinen *"Booklet"* niedergeschrieben.

Alle Gesetzbücher (BGB*, HGB*, StGB* etc.), Verordnungen* etc. leiten sich aus der Verfassung ab und müssen mit ihr in Übereinstimmung sein. KEIN darunterliegendes Gesetz, Verordnung etc. darf im Widerspruch zu den 146 Artikeln der Verfassung sein.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Übrigens: Es gibt 1.773 Gesetze mit 50.738 Einzelnormen* (Paragrafen) UND 2.795 Rechtsverordnungen* mit 42.590 Einzelnormen (Paragrafen), also **rund 93.000 Paragrafen, die aus 146 Artikeln (Paragrafen) abgeleitet wurden** – Stand Februar 2022.

Genau wie die Verfassung befasst sich dieses Booklet mit den übergeordneten Daten und den wichtigsten Prinzipien zu einem Thema. Diese Informationen mögen Dir vielleicht auf den ersten Blick *"kurz und einfach"* erscheinen, sind aber für das Verständnis der Gesamtheit* völlig unverzichtbar*.

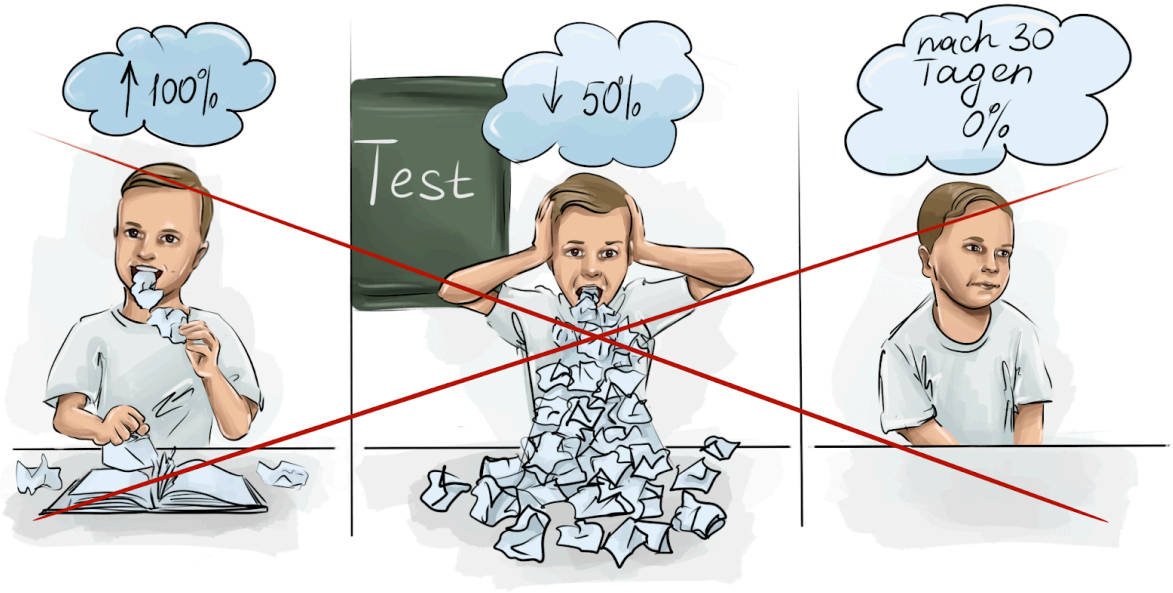
Wundere Dich also nicht über die Kürze des Booklets. Wenn Du die hier stehenden Informationen völlig *"eingeatmet*"* hast, kannst Du Detail-Anwendungen in Tausenden von Situationen selbst ableiten.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Wir lernen hier NICHT für Prüfungen, sondern für die ANWENDUNG!



Auswendiglernen gegenüber Verständnis

Das bedeutet, Du sollst die Informationen in diesem Booklet nicht einfach *"lernen"* (also NICHT wie in der Schule: *"lernen / reinfressen",* für die Prüfung *"auskotzen"* und einen Monat später wieder alles vergessen).

Die Informationen dieses Booklets sollen **Teil Deines Bewusstseins*** werden, damit Du sie ANWENDEN kannst!

Vielleicht hast Du schon einmal gehört, dass die Behaltensquote* mit der Anzahl der Wahrnehmungskanäle* (sehen, hören, fühlen) stark ansteigt.

So behalten wir nur ca. **20 Prozent* von dem, was wir hören**, aber schon **50 Prozent von dem, was wir hören und sehen**. Wenn wir Inhalte wirklich ***"konzeptionell* verstehen"*, erreichen wir eine Behaltensquote von nahezu 100 Prozent.**

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Wenn Du mit Wissen jonglieren* kannst und es ohne Probleme auf beliebige Situationen anwenden kannst, dann hast Du es tiefgehend*, als geistiges Konzept verstanden (= *"konzeptionelles Verstehen"*).

"Konzeptionelles Verstehen" ist das Ziel* dieses (und aller unserer) Booklets.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Was ist konzeptionelles Verstehen?

“angeklebt / auswendig gelernt”* = unanwendbar*, verblasst schnell

“konzeptionell verstanden” = Du kannst damit Denken, jonglieren, es auf beliebige Situationen anwenden, es ist Teil Deines Bewusstseins und geht somit nie wieder verloren

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

Wie erreicht man *“konzeptionelles Verstehen”* eines Fachgebiets?

> ***“Sage es mir, und ich werde es vergessen. Zeige es mir, und ich werde es vielleicht behalten. Lass es mich tun, und ich werde es können.”***
> (Konfuzius, chinesischer Philosoph*, **551 - †*479 v. Chr.)

1. Eine Orientierung* und ein Überblick zu dem jeweiligen Thema: Um komplexe* Fachgebiete zu verstehen, solltest Du Dir stets zuerst eine Orientierung, einen Überblick verschaffen (Inhalte von Alex Fischer sind immer nach diesen Prinzipien gegliedert und starten somit immer mit einer Orientierung / Überblick). Eine Orientierung bekommst Du, indem Du Dir folgende Fragen stellst:

- Was ist der Zweck dieses Fachgebiets und warum wurde es entwickelt?
- Was kann man damit tun? Wofür oder worauf kann man es anwenden?
- Aus welchen Hauptteilen besteht dieses Fachgebiet? (z. B. besteht *“Mathematik*”* aus Unter-Fachgebieten wie *“Grundrechenarten*”*, *“Wahrscheinlichkeitsrechnung*”*, *“Geometrie*”* etc.*)
- Worum geht es grob bei den Unter-Fachgebieten?
- etc.

2. Ein stabiles *“Wissensnetz*”* anhand von übergeordneten Daten aufspannen: Du kannst Dir Deinen Verstand hierzu wie ein großes Spinnennetz vorstellen. Dein gesamtes Wissen befindet sich in einem riesigen Netzwerk*, mit jeder Menge Quer-Verknüpfungen. Je mehr *“tragende Fäden”* (= übergeordnete Daten und Prinzipien) wir im Verstand gespeichert haben, desto leichter können Informationen eingeflochten* werden.

3. *“Schlüsselwörter”* (= Wörter, die wie ein Schlüssel das Fachgebiet zugänglich machen) und wichtigste Prinzipien konzeptionell verstehen. (Warum das wichtig ist und wie Du es machen kannst, erfährst Du auf den folgenden Seiten.)

4. Praxisbezug* und Verknüpfung* mit Dir als Person: Hierfür nutzen wir Studierprogramme (= Abfolge von Anweisungen, Aufgaben und Ausarbeitungen, die den Zweck haben, das Gelernte so in Deinem Verstand zu verankern*, dass das theoretische* Wissen zu anwendbarem Wissen wird).

5. Anwendung und Beobachtung der Ergebnisse mit dem Ziel, die Anwendung und Ergebnisse permanent zu verbessern.

Um konzeptionelles Verstehen (von lat.* *concipere:* erfassen, also etwas, das man erfasst hat, höchste Form des Wissens) zu erreichen, müssen zuallererst die Grundlagen sitzen.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Wichtige Einstellung beim Studieren

Stelle Dir beim Studieren *immer* diese eine, wichtigste Frage:

“Wie kann ich das anwenden?”

Weitere Fragen, um Dein Wissensnetz zu bilden:

- Wo habe ich so etwas schon einmal beobachtet? Bei mir selbst? Bei anderen?
- Kann ich diese Informationen / Aussagen anhand eigener Erfahrungen verifizieren*? Kann ich das Konzept (Idee, Gedanke) nachvollziehen? Macht es mir Sinn?
- Wie hätte ich diese Information in der Vergangenheit anwenden können? Was hätte sich verändert, wenn ich diese Information damals schon gehabt hätte?
- Wo habe ich gegen solch ein Prinzip verstoßen und welche Konsequenz* hatte das? Wo habe ich mich an so ein Prinzip gehalten und wozu führte das? Bei anderen?
- Was würde es mir bringen, wenn ich in Zukunft dieses Konzept (Idee, Gedanke) anwenden würde? Was wären die Konsequenzen daraus? Bei mir? Bei anderen?

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

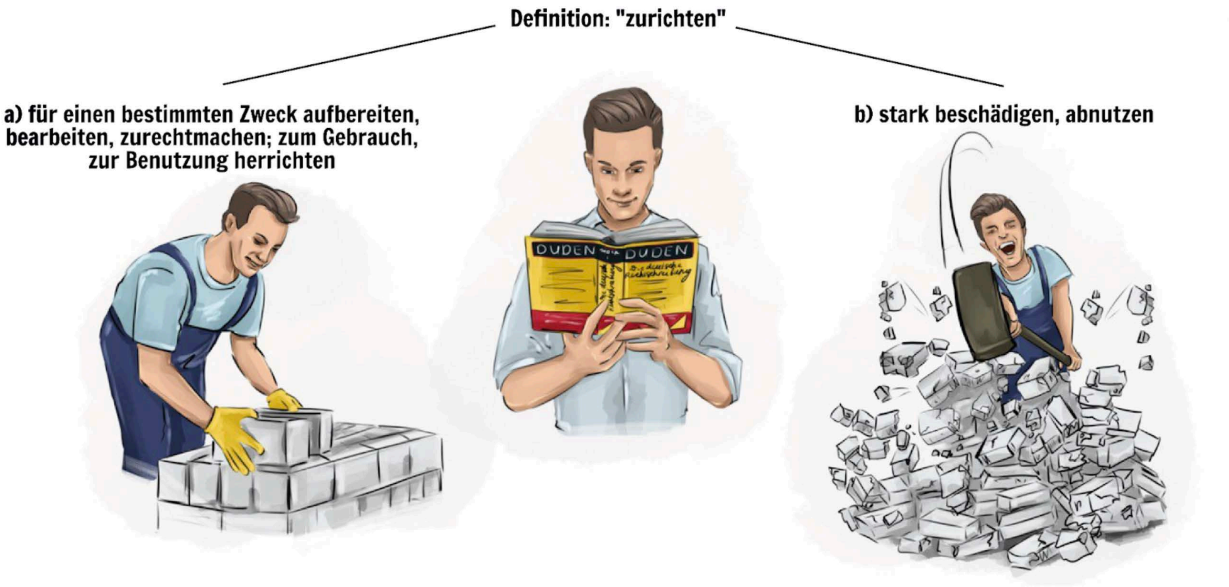
Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Definitionen genau lesen und Wörter nachschlagen

Schlage* alle Wörter im Wörterbuch nach, die Du nicht zu 100 % verstehst.
Also alle Wörter, die Du NICHT *“wie aus der Pistole geschossen”** definieren könntest.

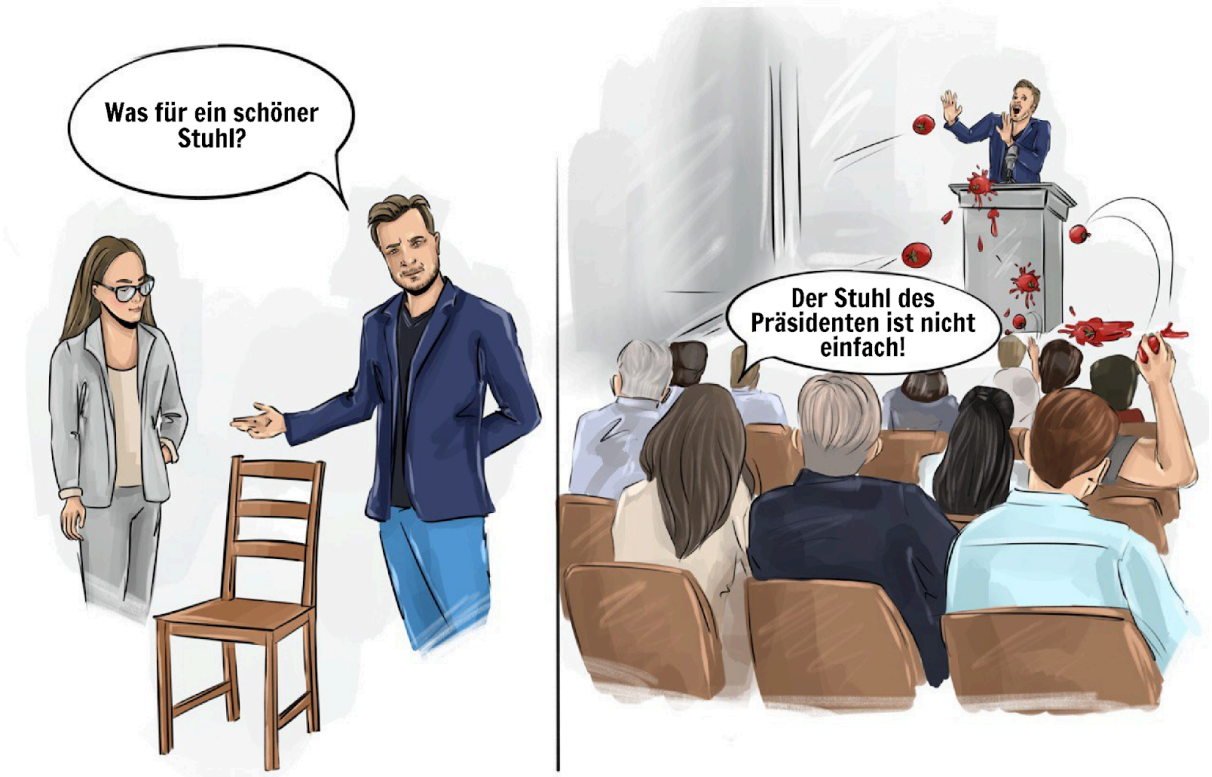
Schlage aber nicht nur Spezialwörter* nach, sondern auch ganz normale Wörter, bei denen Du Dir nicht 100%ig sicher bist, ob Du wirklich alle Definitionen kennst (www.duden.de).

Beispiel: Das Wort *“zurichten”* hat 2 völlig unterschiedliche Bedeutungen:

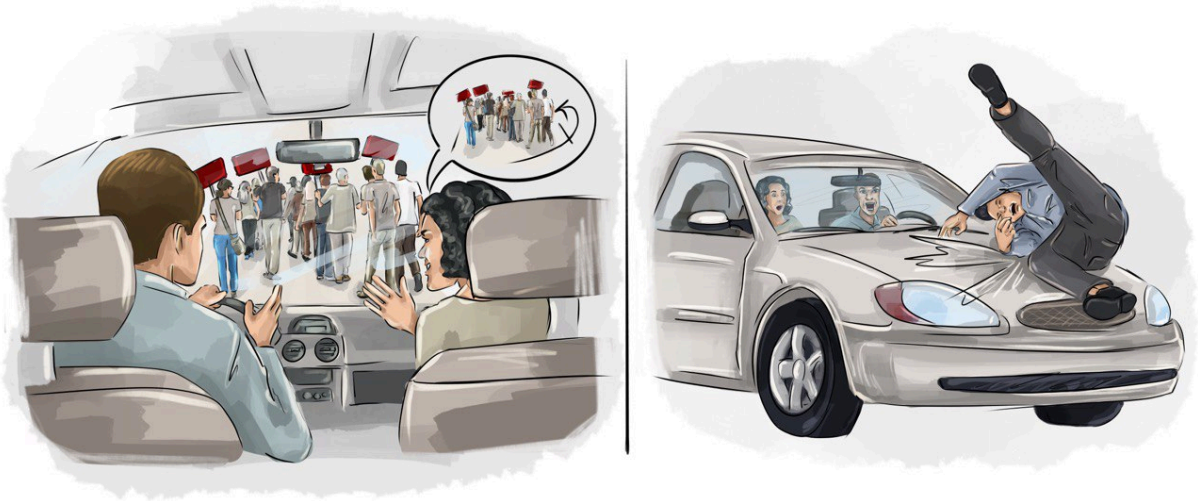


© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.



Beispiel: *“Was für ein schöner Stuhl*!”* (auf das Objekt* bezogene Definition) zu *“Der Stuhl des Präsidenten ist sehr anspruchsvoll”* (hier ist das Wort *“Stuhl”* bildsprachlich* als Position* gemeint).



Beispiel: *“Den Demonstrationszug* solltest du unbedingt umfahren*!”* (Definition im Sinne *“außen herumfahren”*) zu *“Er wollte den Fußgänger einfach umfahren!”* (Definition im Sinne von *“überfahren”*).

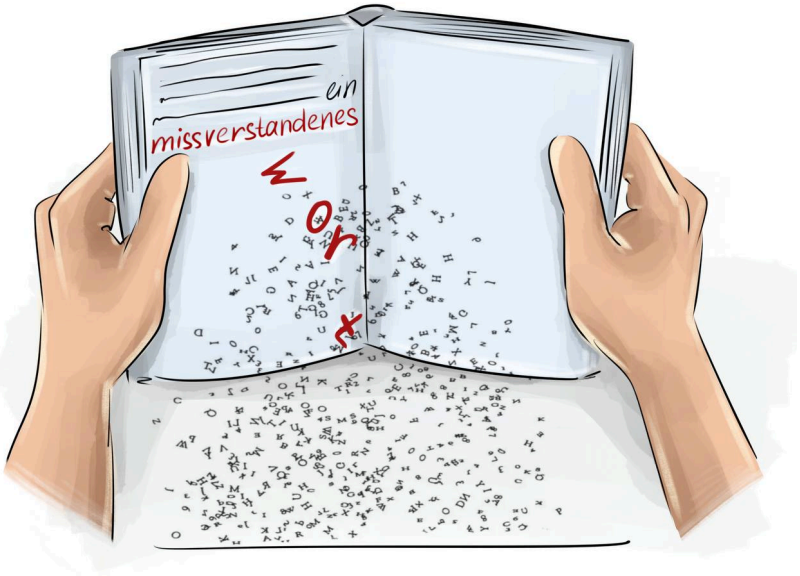
© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Der Grund, warum Wörter im Lexikon (Wörterbuch wie Duden) nachzuschlagen so wichtig ist

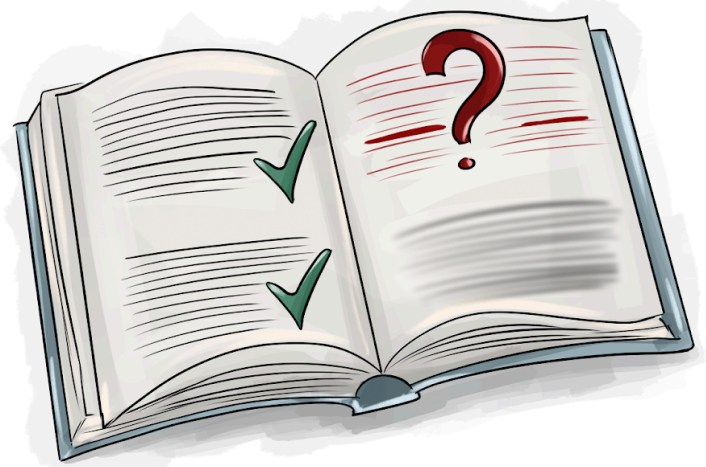
Wenn Du beim Lesen über ein Wort hinweggehst, zu dem Du nur leichte Unsicherheiten hast, so bleibt Dein Verstand *"daran kleben"*. Alles, was nach diesem Wort kommt, wird nicht mehr vollständig aufgenommen – es entsteht eine Leere.

Kennst Du das Phänomen*, dass Du am Ende einer gelesenen Seite keine Idee mehr hast, was darin stand? Jetzt weißt Du, woran das lag: NICHT an *"nicht bei der Sache sein"*, NICHT an *"war abgelenkt"*, sondern einfach an einem missverstandenen* Wort!



Es gibt keine unverständlichen Texte oder Aussagen (!)

Es *erscheint* nur so, als wenn man einen Text nicht verstehen würde. Das ist jedoch NICHT richtig.



Es ist NICHT der TEXT, es sind EINZELNE WÖRTER, warum der Text unverständlich erscheint (!).

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Beispiel:

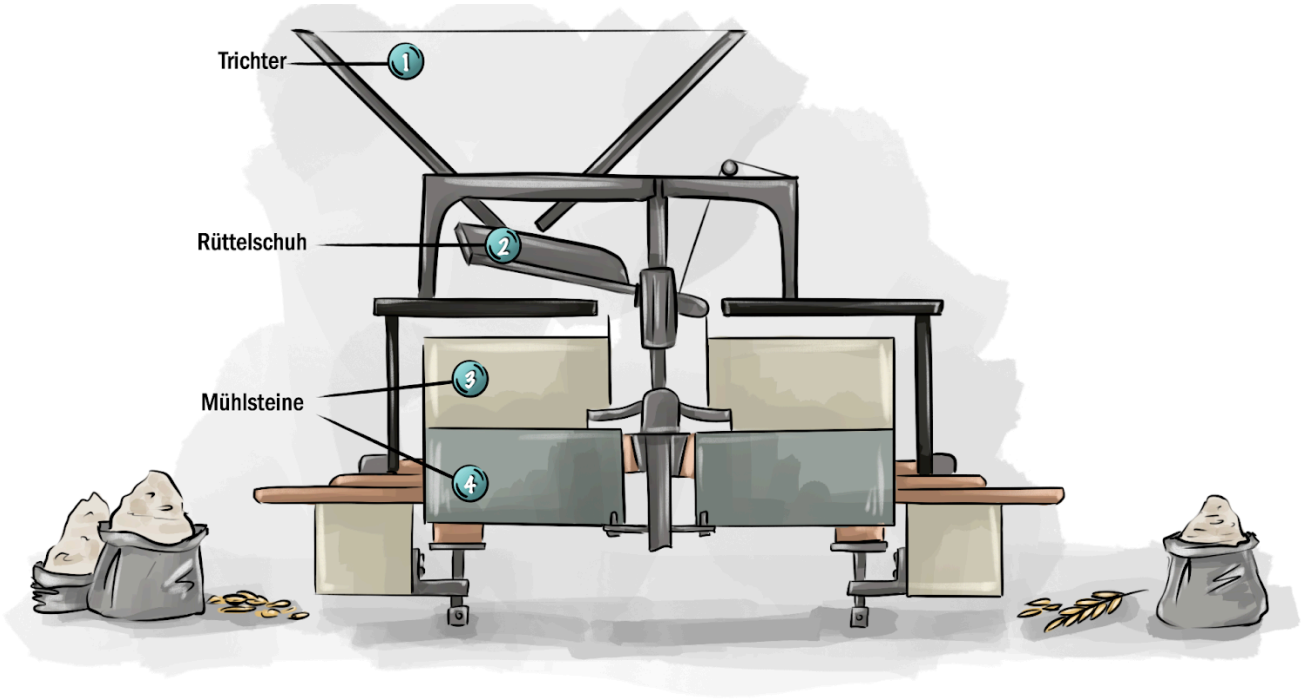
Der Bio-Landwirt sagt: *“Sobald der Rüttelschuh in Ordnung gebracht wurde, werden wir wieder genug Rohmaterial haben, um unsere Privatkunden-Produktion stark zu verbessern. Haben wir eigentlich genug Bleche, um dann liefern zu können?”*

Dieser Satz klingt einfach völlig unverstehbar, wenn man die Definition von *“Rüttelschuh”* nicht kennt oder (noch schlimmer) die Definition zu erraten versucht:

Warum sollten Schuhe rütteln? Was für Rohmaterialien meint er? Was wird in der Privatkunden-Produktion genau produziert? Was für Bleche und wofür? Was liefern? etc.

Du siehst, es ist einfach völlig unverständlich. Doch was passiert, wenn wir die Definition von *“Rüttelschuh”* nachschlagen (bei Wikipedia*, da zu speziell für Duden*)?

Tatsächlich lautet die Definition: *“(bei einer Getreidemühle): Der Rüttelschuh **(2)** ist eine hin- und hergehende Rutsche, die das Getreide vom Trichter **(1)** (dort wird das Getreide eingefüllt) zu den Mühlsteinen befördert (die Mühlsteine **(3)** **(4)** zerreiben das Getreide zu Mehl). Das dadurch entstehende Geräusch erzeugt das 'Klappern der Mühle'.”*



Jetzt lies den Satz nochmals: *“Sobald der Rüttelschuh in Ordnung gebracht wurde, werden wir wieder genug Rohmaterial haben, um unsere Privatkunden-Produktion stark zu verbessern. Haben wir eigentlich genug Bleche, um dann liefern zu können?”*

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Auf einmal wird klar:

- Kein Schuh für die Füße, sondern die Form ist gemeint (es gibt noch eine technische Definition von *“Schuh”,* nämlich *“Schutzhülle”* oder *“Verbindungsstück / Auffangbehälter”).* Es ist also *“ein Auffangbehälter, der rüttelt”*.
- Natürlich sind die Rohmaterialien das Mehl der unterschiedlichen Getreidearten!
- In der Privatkunden-Produktion werden natürlich *“Brötchen und Brote”* hergestellt.
- Und es wird auf einmal klar, dass wir hier von *“Backblechen”* sprechen und nicht von Blechen für Gehäuse oder Autos.
- etc.

Also:
Es ist nicht der Text, es sind einzelne Wörter, warum Texte oder Aussagen unverständlich erscheinen!

Schlage alle Wörter im Wörterbuch nach, die Du nicht zu 100 % verstehst.
Also alle Wörter, die Du NICHT *“wie aus der Pistole geschossen”* definieren könntest.

Schlage aber nicht nur Spezialwörter nach, sondern auch ganz normale Wörter, bei denen Du Dir nicht 100%ig sicher bist, ob Du wirklich alle Definitionen kennst (www.duden.de).

Für technische oder sehr spezielle Informationen nutze das Glossar*, www.wikipedia.de oder gib einfach bei Google* *"Definition Rüttelschuh”* ein.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

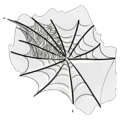
© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

Folgende Werkzeuge werden Dir helfen, das Wissensnetz aufzubauen und konzeptionelles Verstehen zu erreichen

Auf den nachfolgenden Seiten sind die jeweiligen Werkzeuge tiefgehend beschrieben, die folgende Auflistung dient nur zum Überblick:



Verstehen von Wissensnetzen, damit Du nachvollziehen kannst, wie die nachfolgenden Elemente* alle ineinandergreifen

Spezielle* Reihenfolge für optimierte* Wissensaufnahme zu konzeptionellem Verstehen (Studierprogramm)

Texte, einfach, aber konzeptionell auf den Punkt, OHNE Fachchinesisch*

Beispiele, die eine leichtere Vorstellung ermöglichen

Zeichnungen und Symbole*, die das Konzept verdeutlichen

Glossar (Spezialwortsammlung) mit einfachen Definitionen

Videos / Audios (die direkt über QR-Codes erreichbar sind), die noch tiefer erklären und mehr Beispiele und Hintergrundwissen geben

Worksheets*, die anhand von Aufgaben in einer speziellen Reihenfolge die Verknüpfung zu Deinem Wissensnetz herstellen

Mehrmaliges Durchgehen des Materials*, da es hochwichtige, übergeordnete Daten sind

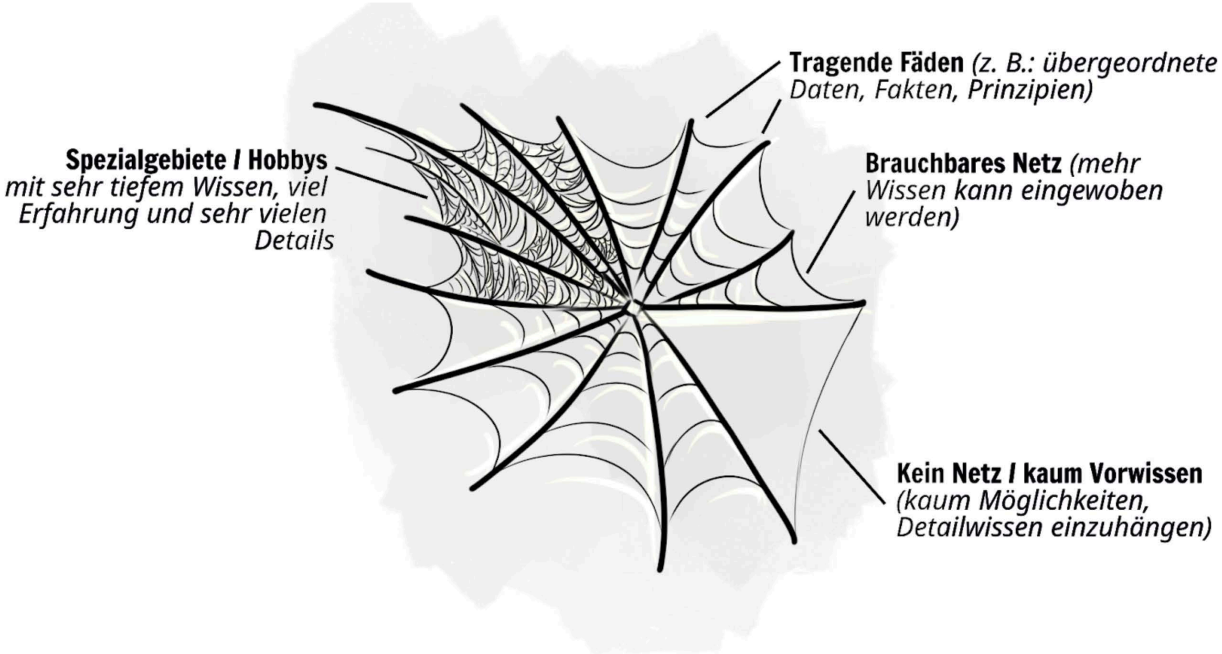
Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Was ist ein Wissensnetz im Detail?

Du kannst Dir Deinen Verstand hierzu wie ein großes Spinnennetz vorstellen. Dein gesamtes Wissen befindet sich in einem riesigen Netzwerk, mit jeder Menge Quer-Verknüpfungen. Je mehr *"tragende Fäden"* (= übergeordnete Daten und Prinzipien) wir im Verstand gespeichert haben, desto leichter können Informationen eingeflochten werden.



Mit immer mehr Anwendung, Praxis und somit Vorstellungskraft* werden die Verflechtungen immer dichter und neue Informationen können ohne Probleme eingewoben* und leicht behalten werden.

Neue Bereiche und Wissensgebiete haben dagegen kein vorhandenes Haupt-Netz mit *"tragenden Fäden"* (= übergeordnete Daten und Prinzipien). Informationen können somit NICHT in einem bereits vorhandenen Wissensnetz *"eingehakt und verwoben*"* werden.

Für solche vollkommen neuen Informationen musst Du zunächst einmal in aller Ruhe die *"tragenden Fäden"* ziehen und weitere Verflechtungen langsam aufbauen. Detailinformationen fallen nämlich sonst zwischen den großen Fäden in ein Loch und sind nach kurzer Zeit verloren.

Deshalb musst Du Dir immer zuerst die Grundlagen erarbeiten, bevor Du von der Praxis und Anwendung wirklich profitieren* kannst. Dabei ist es gerade zu Beginn wichtig, langsam zu starten und die Grundlagen möglichst oft zu wiederholen.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Das Material mehrmals durcharbeiten

Dieses Booklet ist voller übergeordneter Daten. Aber nicht nur das: Du lernst hier vor allem übergeordnete *"Schlüsseldaten"*.

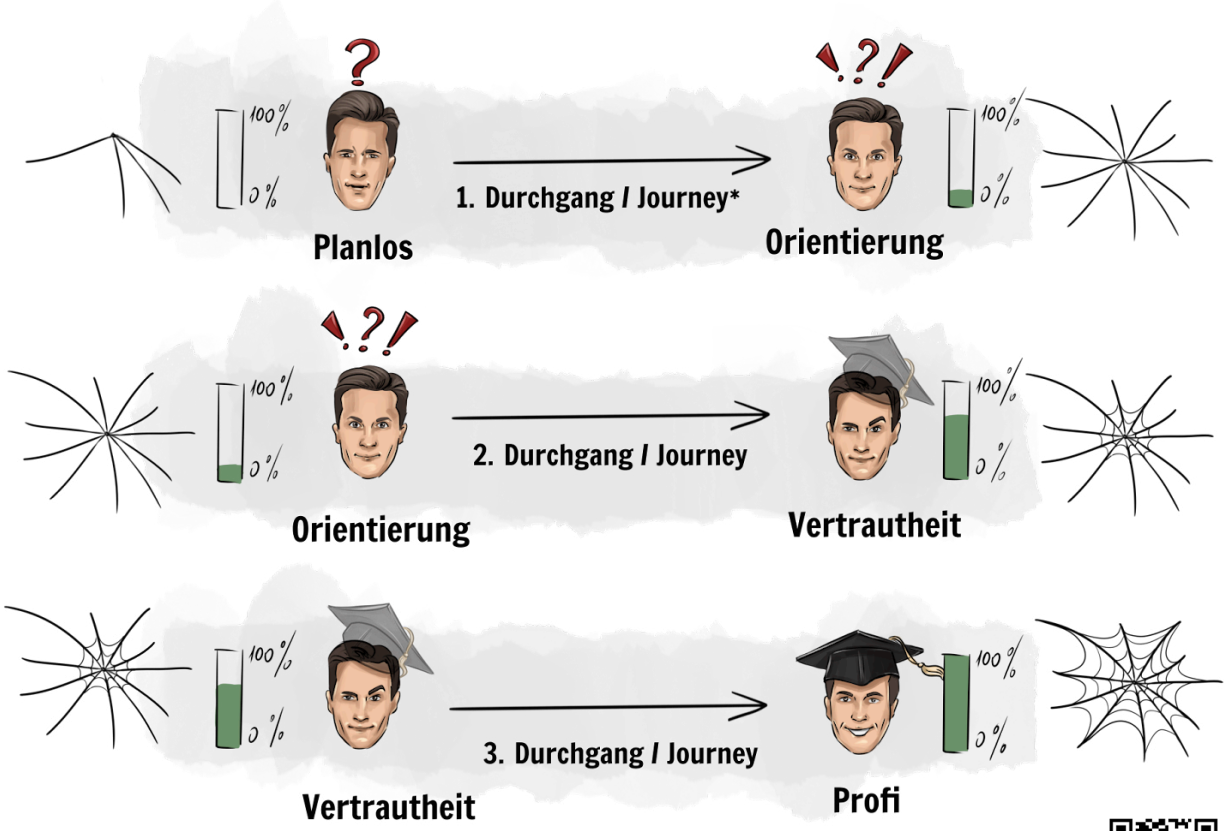
Wie Du vielleicht weißt, gibt es auch bei Informationen unterschiedliche Wichtigkeiten und Hierarchien (von Details und Belanglosigkeiten hin zu hoch wichtigen, übergeordneten Daten und Informationen).

Definition *"übergeordnet"*: *"Informationen und Daten, die ganz oben stehen und die (hierarchisch) darunter stehenden Informationen maßgeblich* beeinflussen*"*

Definition *"Schlüsseldaten"*: *"übergeordnete Informationen (= Daten), die 'der Schlüssel zur Türe des Verstehens eines Bereichs sind'"*

Wenn Du also dieses Booklet studierst, wirst Du am Ende des ersten Durchgangs eine ganz andere Sicht haben als zu Beginn (= Transformation* / Weiterentwicklung).

Wenn Du dann mit dieser (jetzt) neuen Sichtweise noch einmal durch das Material hindurchgehst, wird Dein Verstehen ganzheitlicher* und sehr viel tiefer sein. In der Praxis wirst Du dadurch eine sehr viel bessere Performance* (in diesem Bereich) zeigen können.



Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Glossar

Am Ende des Booklets findest Du ein Glossar (= alphabetisches Wörterverzeichnis von Fachbegriffen*), in dem einige wichtige Begriffe für Dich definiert sind, um sicherzustellen, dass wir nicht *"A"* meinen und Du aber *"B"* verstehst.

Scanne den QR-Code und Du wirst ein Audio von *"Reicher als die Geissens"** bekommen, das Dir erklärt, warum Wortdefinitionen sehr, sehr viel wichtiger sind, als Du bisher gedacht hast. Genau genommen haben sie sogar gesellschaftliches Ausmaß*.

Merke: Jedes Mal, wenn Du über ein nicht völlig verstandenes Wort hinweg liest, entsteht bei Dir im Kopf eine Leere – Du kriegst also alles, was nach einem nicht ganz verstandenen oder missverstandenen Wort geschrieben steht, nicht mehr mit.

Außerdem *erscheint* es nur so, als ob man einen Text nicht verstehen würde. Das ist jedoch nicht richtig. Es ist nicht der Text, es sind einzelne Wörter, warum der Text unverständlich erscheint (!).

Daher: Wann immer Du ein Wort liest, das Dir nicht 100 % klar ist, schlage es SOFORT (nicht erst am Ende) im Duden oder Glossar nach. Du wirst überrascht sein, wie einfach und klar dann alles erscheinen wird.

Symbole

Um dieses Booklet übersichtlicher zu gestalten, werden hier zusätzlich verschiedene Symbole verwendet:

Dieses Symbol zeigt Dir ein **ganz besonders wichtiges Konzept oder Regel.** Hier heißt es besonders aufpassen!

Das *"Glühbirnen-Symbol"* steht für einen **wichtigen Tipp** oder einen **Anwendungs- bzw. Praxistipp.**

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

Studierprogramm / Worksheets

Reine Theorie zu konsumieren* wird Dir nichts bringen, denn wir sind hier NICHT in der Schule! Denke dran: **Wir lernen, um anzuwenden!**

Um die übergeordneten Daten dieses Booklets für Dich praktisch verfügbar* zu machen, reicht reiner Konsum* oder *"lernen"* NICHT aus.
Wir müssen einen Bezug zu Deiner Person (*"Wissensnetz"*) und der Praxis herstellen (!).

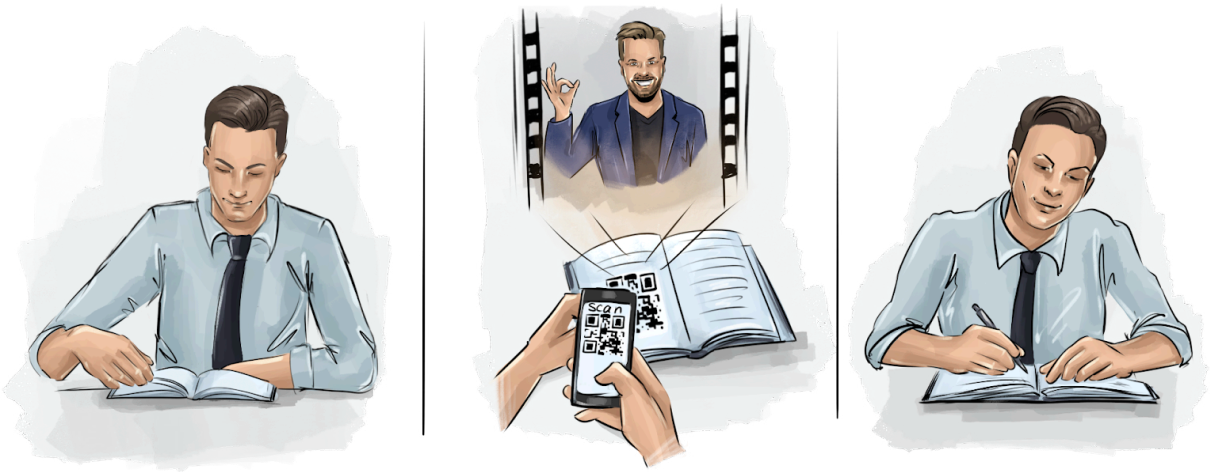
Hierfür nutzen wir Studierprogramme (= Abfolge von Anweisungen, Aufgaben und Ausarbeitungen, die den Zweck haben, das Gelernte so in Deinem Verstand zu verankern, dass das **theoretische Wissen** zu **anwendbarem Wissen** wird).

Dieses Booklet ist gleichzeitig auch ein **Studierprogramm mit Worksheets**, mit verschiedenen Anweisungen und Aufgaben. Diese sorgen dafür, dass die erhaltenen Informationen als konzeptionelles Verstehen in Dein Wissensnetz eingewoben werden, in Dein Bewusstsein übergehen UND somit anwendbar werden.

Arbeite dieses Booklet einfach Seite für Seite durch und halte Dich an die darin enthaltenen Anweisungen und Aufgaben AN DER STELLE, AN DER SIE VORKOMMEN.

(Du sollst also NICHT *"sammeln"* und *"später alles auf einmal machen"*, da Du sonst NICHT den vollen Lernerfolg bekommst, den diese Prinzipien und übergeordneten Daten verdienen.)

Richtige Reihenfolge des Studierens



(**1**) Lies zuerst den jeweiligen Abschnitt / Text durch und (**2**) schau Dir anschließend das **dazugehörige Erklärvideo** an. Mache dann (**3**) die entsprechenden schriftlichen **Aufgaben**. Die optimale* Reihenfolge ist also: erst Text, dann QR-Code (wenn vorhanden), dann Worksheets / Aufgaben erledigen.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Wenn Du Fragen oder Unklarheiten hast …

Solltest Du Fragen haben oder Dir etwas unklar sein, dann halte Dich stets an folgenden Ablauf:

1. **Stelle sicher, dass die Unklarheit NICHT auf einem missverstandenen Wort beruht** (erst Glossar, dann Duden). Bedenke: Texte sind nur SCHEINBAR unverständlich, tatsächlich sind es MISSVERSTANDENE WÖRTER, die einen Text unverständlich erscheinen lassen.
2. **Recherchiere* selbst.** Viele Fragen können ganz einfach durch Google, Wikipedia, etwas Eigenrecherche* und ein bisschen Nachdenken gelöst werden.
3. **Notiere Dir verbleibende Fragen** und SAMMLE sie, um diese später mit Deiner Führungskraft oder Deinem Mentor zu besprechen. (Hinweis: Führungskräfte hassen nichts mehr, als wegen einzelner Kleinigkeiten aus dem Flow* geworfen (= abgelenkt) zu werden, deswegen ist es wichtig, Fragen zu sammeln.)
4. **Kontaktiere Deine Führungskraft / Deinen Mentor und vereinbare einen Termin**, um alle offenen Fragen auf einmal zu besprechen. Clustere* (= bündele) dabei ähnliche Themen, damit man nicht zwischen Themen hin- und herspringen muss.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

TEIL 1

WAS IST DER KÖNIGLICHE EISBERG?

Wichtiger Hinweis: Dieses Booklet ist eigentlich Teil unserer kostenpflichtigen Unternehmer-Coachings. Da dieses Wissen allerdings für jedermann so fundamental ist und wir davon überzeugt sind, dass es die **Welt ein Stückchen besser** machen könnte, **geben wir es kostenlos als unseren Beitrag für die Menschheit** heraus. (Es gibt keine Copyright-Einschränkungen, Du kannst es frei überall verwenden, solange Du die Inhalte nicht abänderst.)

Solltest Du dieses Booklet in der gedruckten Form vorliegen haben, dann **kannst Du es auch als PDF über diesen QR-Code herunterladen. Verschicke es an Deine Freunde, Familie und Menschen, denen es helfen könnte. Nutze den QR-Code, um das Booklet herunterzuladen,** und hilf uns dabei, dieses fundamentale Wissen in die Welt hinauszutragen!

Warum dieses Booklet?

Ich freue mich sehr, dass Du dieses Booklet* in den Händen hältst. Glaube mir, wenn Du die Prinzipien* dieses Booklets **wirklich** verstehst und verinnerlichst*, kann es Dein Leben in vielerlei Hinsicht verändern.

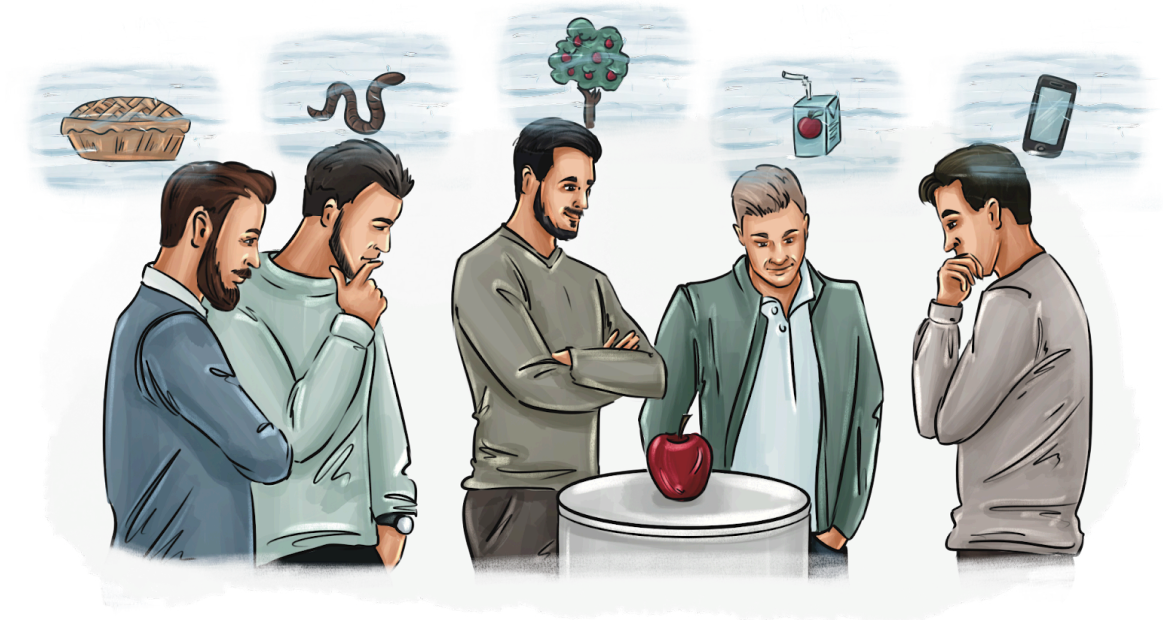
Hast Du Dich jemals gefragt, was das Hauptproblem in Beziehungen, Unternehmen, Familien und jeder Form von zwischenmenschlicher Kommunikation* ist?

Es ist ein Prinzip, das so einfach ist, dass es oft übersehen wird. Doch die Auswirkungen, wenn man es missachtet, sind gravierend*: ständige Konflikte*, unnötige Spannungen, Trennungen, gesundheitliche Probleme und vieles mehr.

Das Prinzip lautet: *"Jeder sieht die Welt völlig anders als Du."*

Oder anders ausgedrückt:
Wenn 5 Menschen auf einen Apfel schauen, gibt es genau genommen 6 Äpfel (einen Apfel, wie er wirklich ist, und dann die 5 völlig unterschiedlichen Gesichtspunkte* der jeweiligen Personen).

Dieses Konzept nennen wir: der königliche Eisberg.
(Aber dazu später mehr.)



Jede Sache, jede Situation und jede Handlung wird von jedem Menschen völlig anders wahrgenommen. Wenn Du dieses Prinzip einmal verinnerlicht hast – mit all seinen Details und Auswirkungen –, wirst Du feststellen, dass es fast unmöglich sein wird, in einen Streit hineingezogen zu werden.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

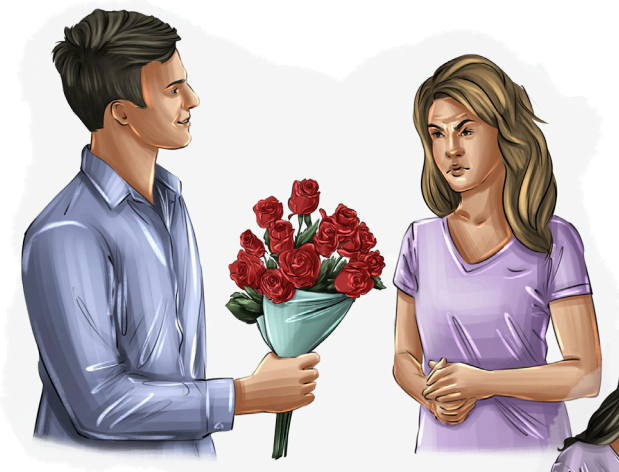
Warum ist dieses Booklet so fundamental?

Wenn wir Kommunikation allgemein analysieren*, stellen wir Folgendes fest: Die häufigste Form der weltweiten Kommunikation ist *“das Missverständnis*”*. Siehst Du anders?

- Hast Du schon einmal eine Spannung* *“verursacht”*, die Du überhaupt nicht nachvollziehen konntest?
- Hast Du Dinge persönlich genommen, die andere Menschen um Dich herum getan haben?
- Sind Verhalten und Reaktionen* von Mitarbeitern, Freunden oder Familienmitgliedern für Dich manchmal schwer nachzuvollziehen?
- Ist das Verhalten mancher Menschen für Dich unvorhersehbar*?
- Hast Du manchmal das Gefühl, gegen Wände zu sprechen?
- Hattest Du jemals einen Interessenten, der das perfekte Angebot* ablehnte, obwohl Du sicher warst, dass es perfekt für ihn war?

All diese Phänomene* haben eine gemeinsame Ursache*: den königlichen Eisberg.

Glaube mir, dieses Wissen ist von fundamentaler Bedeutung – sowohl im beruflichen als auch im privaten Leben. Denn wenn Du Eisberge verstehst und dieses Wissen anwendest, wirst Du ein Meister im Verstehen von Leuten. Du wirst wissen, wie Du mit Menschen kommunizieren musst, damit wirkliches **Verstehen** anstatt Missverständnissen stattfinden kann …



Spannungen, die Du nicht nachvollziehen konntest

Dinge werden fälschlicherweise persönlich genommen

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Verhalten und Reaktionen von Menschen sind oft schwer nachvollziehbar

Das Verhalten mancher Menschen scheint unvorhersehbar

Das Gefühl, gegen Wände zu sprechen

Der Kunde, der das scheinbar perfekte Angebot ablehnte

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Wie ist dieses Booklet aufgebaut?

- **Teil 1: Was ist der königliche Eisberg?** – Zuerst schauen wir uns an, was der königliche Eisberg genau ist. Warum eigentlich *"Eisberg"*? Und warum ist er *"königlich*"*?
- **Teil 2: Die *"Eisberg-Problematik"*** – Was ist das? Und welche Auswirkungen hat sie? Das schauen wir uns in diesem Abschnitt genauer an.
- **Teil 3: Definitionen der Wahrnehmungsfilter* aus der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft** – Hier erfährst Du, was Wahrnehmungsfilter sind und wie sie die Kommunikation beeinflussen.
- **Teil 4: Beispiele für Wahrnehmungsfilter aus der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft –** Hier schauen wir uns die Wahrnehmungsfilter anhand von Beispielen genauer an und Du wirst erkennen, wie sie die Sicht auf die verschiedensten Situationen verzerren* können.
- **Teil 5: Wahrnehmungsfilter im Alltag** – Welche Auswirkungen haben sie auf unseren Alltag?
- **Teil 6: Eisbergsichere* Kommunikation** – In diesem Teil erfährst Du, wie Du Deine Kommunikation so gestalten kannst, dass sie genauso ankommt, wie sie von Dir beabsichtigt* war.
- **Glossar***: Im Glossar sind wichtige Begriffe definiert*, um sicherzustellen, dass Du die Inhalte richtig verstehst. Nutze es bitte immer, wenn Du über ein Wort stolperst*, das Du nicht vollständig verstehst oder wenn Dir ein Text bzw. Abschnitt keinen Sinn zu ergeben scheint.
- **Videos**: Zu jedem Abschnitt gibt es weiterführende Videos, die per* QR-Code* (scannen oder bei PDF* anklicken) aufgerufen werden können. Mach dies direkt, nachdem Du den Abschnitt gelesen hast. Ohne diese Videos (mit weiterführenden Informationen, vielen Beispielen und Anwendungstipps) würdest Du 70 %* des Contents* verpassen.
- **Worksheets***: Zwischendurch findest Du immer wieder Worksheets mit Übungen zu dem, was Du zuvor studiert hast. Diese Übungen sind so aufgebaut, dass sie das Wissen* mit Dir in Verbindung bringen, es festigen und in die Anwendung bringen. Mache daher unbedingt diese Worksheets!

Nun bist Du grundlegend orientiert* und wir können direkt loslegen! Viel Spaß und Erfolg mit diesem Booklet!

Dein Alex Düsseldorf Fischer

PS: Fange bitte ganz vorne an zu lesen (springe nicht!), denn die Reihenfolgen der Inhalte sind jahrelang getestet worden und optimal* aufeinander abgestimmt.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Was ist der *"königliche Eisberg"?*

Der königliche Eisberg basiert auf der Metapher (bildliche Darstellung), dass der Großteil eines Eisbergs unter Wasser und somit unsichtbar ist. **Ich meine damit, dass 99 % von dem, was uns ausmacht, unter der Oberfläche liegt und nicht auf den ersten Blick sichtbar ist** (= es ist uns nicht bewusst*). Weder für uns, noch für andere.

Es heißt der *„königliche"* Eisberg, weil jeder Mensch innerhalb seines Eisbergs *„der König*"* ist. Er bestimmt, was gut ist, was schlecht ist, was er schön findet, was erstrebenswert* ist, wie Dinge sein sollten etc. In Kurzform: Er ist der Chef dieses Eisbergs und er legt die Gesetze fest.

Alle Dinge oberhalb der Wasseroberfläche (1 % des Eisbergs) sind dem König bewusst, z. B.: *"Ich mag keine Nüsse, weil ich dagegen allergisch* bin."*

Aber unter der Wasseroberfläche (99 % des Eisbergs) befinden sich Faktoren* (= Wahrnehmungsfilter), die die Wahrnehmung* und Sichtweise des Königs Tag für Tag beeinflussen*, ohne dass es ihm überhaupt bewusst ist. (Anmerkung für die Mathematiker* unter den Lesern: Wenn hier von 1 % oder 99 % die Rede ist, handelt es sich um Näherungswerte*, die die Größenordnung aufzeigen sollen.)

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Was sind Wahrnehmungsfilter?

Die Faktoren, die die Wahrnehmung und Sichtweise des Königs Tag für Tag beeinflussen, ohne dass es ihm überhaupt bewusst ist, nennen wir *"Wahrnehmungsfilter"*. Sie verändern das, was Du wahrnimmst (siehst, hörst, fühlst, verstehst).

Einen Wahrnehmungsfilter kann man sich wie den Filter* bei einem Fotoapparat vorstellen: Er verstärkt manche Dinge (wie z. B. Farben), indem er andere Dinge ausfiltert bzw.* blockiert.

Wahrnehmungsfilter können die komplette Message* ändern. Sie ändern zum Beispiel Prioritäten*, den Zusammenhang, den Zweck* oder die Ausführung einer Sache.

Hinzu kommt, dass jeder König unterschiedlich bewertet*, *„was für ihn wichtig ist"*. Dies führt zu Weglassungen*, Hinzufügungen* und *„Vervollständigungen*"* (= *"Annahmen*"*; was damit gemeint sein könnte, siehst Du gleich im Detail), die jedoch wiederum nur aus der eigenen Perspektive* erfolgen.

Was uns Zitronen über Wahrnehmungsfilter beibringen können

Ich glaube, wir sind uns darin einig, dass Zitronen gelb sind. Aber welche Farbe haben Zitronen, wenn man sie durch eine blaue Brille betrachtet?

… Nein, sie sind immer noch gelb! Sie erscheinen allerdings grün. Du siehst aber, dass Wahrnehmungsfilter ein und die gleiche Sache völlig anders aussehen lassen können!

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Wahrnehmungsfilter: *“Vergleichswert”*

Einer der stärksten und wichtigsten dieser Wahrnehmungsfilter ist der Vergleichswert* (= Bezugswert* / Referenzwert*).

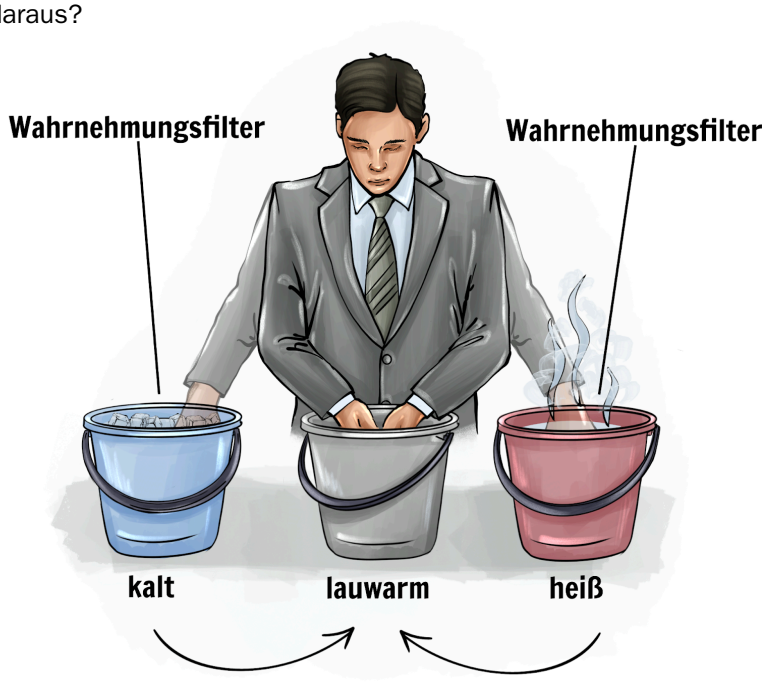
Gesetz:
Dein Verstand* braucht, um Dinge begreifen* zu können,
IMMER einen Vergleichswert, also etwas, worauf er sich beziehen* kann.
Jede Wahrnehmung wird mit Wahrnehmungen aus der Vergangenheit verglichen,
um sie einordnen zu können.

Beispiel: Stell Dir Folgendes vor: Du hast 3 Töpfe mit Wasser. Der linke enthält eiskaltes Wasser, der mittlere lauwarmes Wasser und der rechte sehr heißes Wasser. Jetzt packst Du die linke Hand in das Eiswasser, die rechte Hand in das sehr heiße Wasser und lässt sie dort für eine Minute. Danach nimmst Du beide Hände gleichzeitig heraus und packst sie in das lauwarme Wasser.

Rate mal, was passiert? Obwohl beide Hände am gleichen Körper und im gleichen Topf mit dem lauwarmen Wasser sind, wird Deine linke Hand das lauwarme Wasser als sehr heiß empfinden, während Deine rechte Hand es als sehr kalt empfindet.

Woran liegt das? Die Antwort: am Vergleichswert. Die linke Hand hatte als Vergleichswert eiskaltes Wasser und empfindet daher das lauwarme Wasser als sehr heiß. Die rechte Hand hatte als Vergleich das sehr heiße Wasser und deswegen erscheint ihr das lauwarme Wasser sehr kalt.

Glaubst Du nicht? Probiere es einfach mal in Deiner Küche aus und Du wirst sehen, es ist korrekt. Was lernen wir also daraus?



© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Fazit*: Ein und dieselbe Sache wird völlig anders wahrgenommen, wenn ein anderer Vergleichswert benutzt wird.

Eine Frage ist jetzt aber noch ungeklärt: Warum erscheint Dir das Wasser lauwarm, wenn Du Deine Hand vorher weder in warmes noch in kaltes Wasser getaucht hast? Gibt es dann auch einen Vergleichswert? Ja! Und zwar Deine eigene Körpertemperatur! Es gibt IMMER einen Referenzwert.

Jetzt gilt das aber nicht nur für Temperatur, sondern in allen Lebensbereichen! Womit vergleichst Du Deine aktuelle Arbeitsstelle? Deinen Partner? Eine Aufgabe, die Du bekommst? Etc.?

Ob Du es nun gut oder schlecht (viel oder wenig, schwer oder einfach etc.) empfindest, hängt ausschließlich von Deinem Vergleichswert ab.

Und jetzt kommt das Fiese: Dein Verstand braucht IMMER einen Vergleichswert! Und wenn Du Dir des Vergleichswertes nicht bewusst bist, dann sucht sich der Verstand einen solchen aus der Vergangenheit – völlig unabhängig davon, ob dieser sinnvoll ist oder nicht!

Aus diesem Grund ist der Vergleichswert auch der wichtigste Wahrnehmungsfilter.

Genaugenommen sind alle Wahrnehmungsfilter unter der Wasseroberfläche (wir schauen uns diese im weiteren Verlauf* des Booklets noch genauer an) Vergleichswerte, die Deine Wahrnehmung auf Dinge, Situationen, Menschen etc. Tag für Tag beeinflussen!

Vergleichswerte sind immer und überall vorhanden

Beispiel: Wenn Du einem Mitarbeiter einen Auftrag erteilst, sendest Du diesen Auftrag natürlich *"aus Deinem Eisberg"* mit Deinen Vergleichswerten heraus. Der Mitarbeiter empfängt die Aufgabe allerdings *"aus seinem Eisberg"* heraus (mit seinen eigenen Vergleichswerten).

Daher wird die Anweisung *"Mache etwas Leckeres zu essen"* wahrscheinlich dazu führen, dass es dem Mitarbeiter sehr gut schmeckt – ob Du es magst, bleibt fragwürdig*.

Der Vergleichswert ist auch einer der Gründe, warum Dein Umfeld so wichtig ist. Ein schlechtes Umfeld verschafft Dir nämlich schlechte Vergleichswerte, durch die Du die Umwelt ganz anders wahrnimmst. (Deshalb sind gute Communitys* und gute Netzwerke* so unglaublich wichtig für Deine Entwicklung!)

Ich kann Dir nur empfehlen, Dir selbst viele Beispiele zu machen, als Du schon einmal mit unterschiedlichen Vergleichswerten im Leben konfrontiert* wurdest. Denn Du wirst feststellen, wenn Dir das vollständig bewusst wäre, könntest Du auf einmal wie *"durch die Matrix*"* hindurchsehen!

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Wahrnehmungsfilter: *“Film des Lebens”*

Der *“Film des Lebens*”* ist ein weiterer wichtiger Wahrnehmungsfilter. Wir meinen hier die individuelle Aufzeichnung* bzw. Erinnerung, die jeder Einzelne in seinem Verstand hat. Aufzeichnungen über das, was er in diesem Leben erlebt hat.

Somit hat jeder Mensch einen anderen Lebensfilm*. Wenn jetzt aber jeder Mensch einen anderen Lebensfilm hat, so hat er automatisch andere Vergleichswerte. (Beispiel: Er hat in der Vergangenheit andere Menschen kennengelernt.)

Deswegen vergleicht beispielsweise Max eine neu kennengelernte Person mit Personen aus seiner Vergangenheit und Moritz vergleicht neue Personen mit Personen aus seiner Vergangenheit.

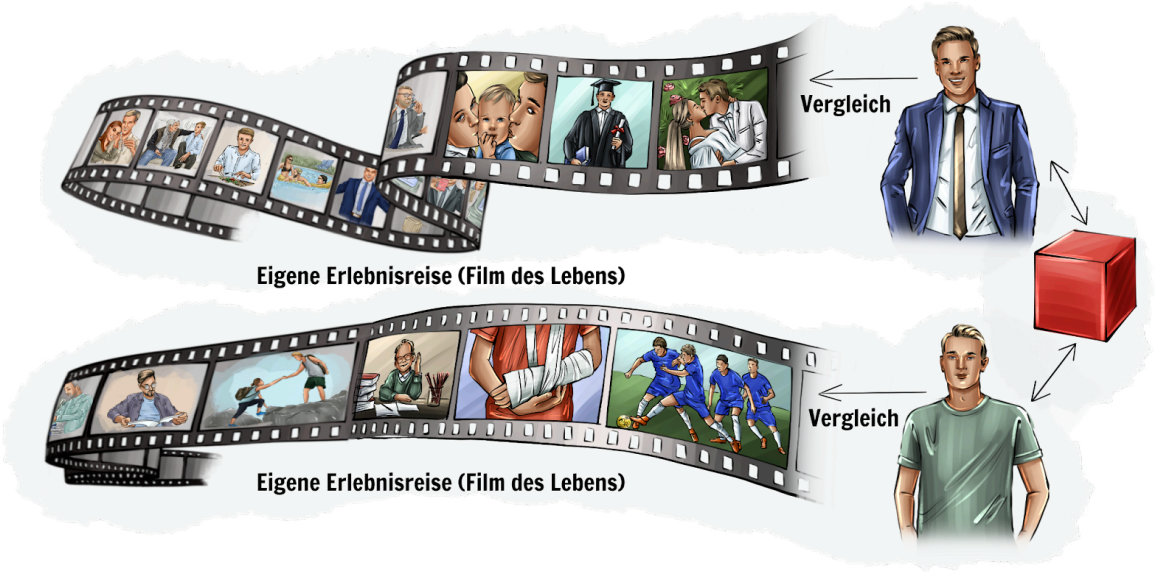
Weil also jeder einen anderen Lebensfilm hat, sind auch fast alle Vergleichswerte völlig unterschiedlich und somit auch die Wahrnehmung der Realität*.

Was bedeutet das für Dich?

Zum einen solltest Du **verstehen, dass andere Menschen unterschiedliche *“Filme des Lebens”* haben** und somit andere Vergleichswerte (= ihr Eisberg hat völlig andere Wahrnehmungsfilter unter der Wasseroberfläche, derer sie sich oft gar nicht bewusst sind!).

Zum anderen solltest Du **Deinen persönlichen Eisberg erkunden*** bzw. Deine Vergangenheit erforschen, damit Du Dir Deiner eigenen Vergleichswerte bewusst wirst. Es kann nämlich durchaus sein, dass diese Vergleichswerte nicht nur nicht sinnvoll sind, sondern Dich sogar extrem behindern.

Da aber der Verstand die Umwelt (die ganze Zeit) mit Vergleichswerten aus der Vergangenheit vergleicht, kann das leicht zu Fehlentscheidungen oder Fehlinterpretationen* von Situationen führen!



© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

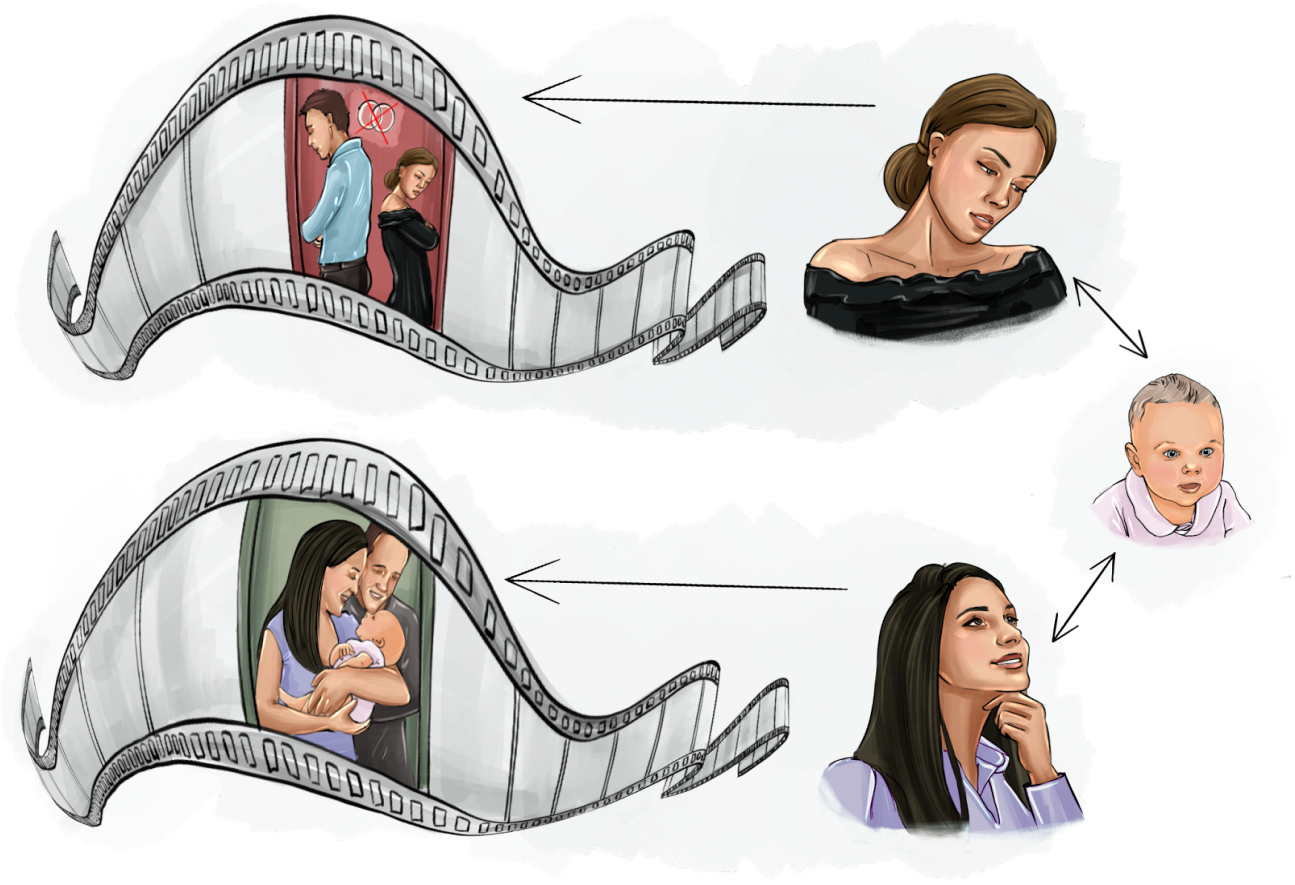
Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Beispiel *“Film des Lebens”*: Baby

Stelle Dir eine Frau vor, deren Eltern sich (als sie ein Kind war) getrennt haben. Oder die gerade eine schwere Trennung hinter sich hat oder in einer toxischen*, unglücklichen Beziehung lebt etc. Wie mag sie auf das Thema *“Babys”* schauen?

Wie sähe es bei einer anderen Frau aus, die eine behütete* Kindheit in einer glücklichen Familie hatte? Oder die seit längerem mit einem fürsorglichen, verlässlichen Partner zusammen ist und mit diesem gemeinsam im neuen Haus eine Familie gründen möchte? Diese Frau wird eine ganz andere Einstellung zu Babys haben als die erste.

Warum? Weil sie einen anderen Lebensfilm hat.



Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Wahrnehmungsfilter: *“Traumatische Erlebnisse”*

Machen wir ein anderes Beispiel: Stell Dir vor, Du hast vor 10 Jahren einmal ein faules, gekochtes Ei gegessen und hast Dir am nächsten Tag die Seele aus dem Leib gekotzt.

Jetzt, 10 Jahre später, hält Dir jemand ein frisch von der Henne gelegtes, frisch gekochtes Ei unter die Nase. Was wird passieren? Richtig, Du wirst Ekel* verspüren, eventuell sogar Würgereiz und wirst null Bock darauf haben, dieses Ei zu essen. Woran liegt das?

Du hast ja selbst (analytisch*) bemerkt, dass dieses Ei frisch ist und genau genommen nichts mit dem verfaulten Ei von vor 10 Jahren gemeinsam hat. Trotzdem erfolgt diese Reaktion (Würgereiz), die Du erstmal nicht so einfach ausschalten kannst.

Wir sind uns also einig, dass Leute z. B. auf Eier völlig unterschiedlich schauen, wenn sie sehr gute Erfahrungen oder sehr schlechte Erfahrungen damit hatten – völlig unabhängig, wie logisch* es sein mag.

Es wäre also schlau, Menschen ihre Reaktionen nicht sofort zu verübeln*, denn Du weißt ja gar nicht, womit sie das, was gerade passiert, in ihrem Eisberg vergleichen.
Du kannst ihre Reaktionen erst dann nachvollziehen, wenn Du ihren Eisberg erforscht hast.
(Wie das geht, zeige ich Dir im Laufe des Booklets.)

Das bedeutet allerdings nicht, dass die Reaktionen der Menschen immer richtig sind. Es bedeutet lediglich, dass Du durch ihre Brille schauen, ihre Denkvorgänge nachvollziehen und ihre Reaktionen verstehen können wirst.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Worksheet

Ausarbeitung: Erkläre in eigenen Worten, was der *"königliche Eisberg"* ist.

Ausarbeitung: Beschreibe eine Situation, die Du erlebt hast, die sich durch den königlichen Eisberg erklären lässt.

Ausarbeitung: Erkläre in eigenen Worten, was Wahrnehmungsfilter sind.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Ausarbeitung: Erkläre anhand eines Beispiels, das Du erlebt oder beobachtet hast, den Wahrnehmungsfilter *“Vergleichswert”*.

Skizze: *“Ein und dieselbe Sache wird völlig anders wahrgenommen, wenn ein anderer Vergleichswert benutzt wird.”* Stelle dies bildlich dar.

Praktische Aufgabe: Welche Vergleichswerte nutzt Dein Verstand, wenn Du an Folgendes denkst? Überprüfe und achte ganz besonders darauf, welche Vergleichswerte Dein Verstand heranzieht, derer Du Dir sonst vielleicht nicht so bewusst bist.

- teure Schuhe
- schöner Urlaub
- ekliges Essen
- spannender Film
- strenger Chef
- schwierige Aufgabe
- netter Kollege

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Ausarbeitung: Nenne ein Beispiel für eine Situation, in der der *"Film des Lebens"* bei zwei Personen zu unterschiedlichen Wahrnehmungen der Realität geführt haben könnte.

Ausarbeitung: Beschreibe ein Beispiel für den Wahrnehmungsfilter *"Traumatische Erlebnisse"*, das Du erlebt oder beobachtet hast.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

TEIL 2

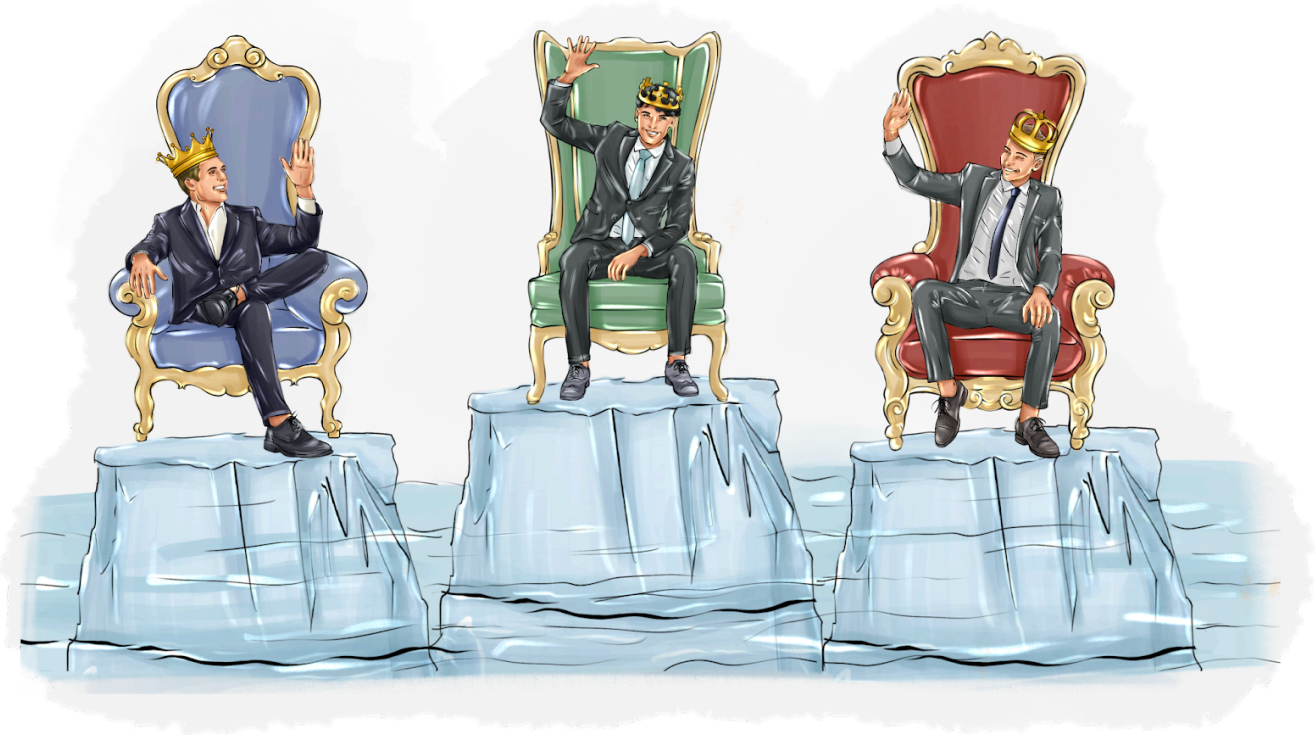
DIE EISBERG-PROBLEMATIK

Die *“Eisberg-Problematik”*

Wenn ein *“König”* zu einer anderen Person hinüberschaut (die auch der König ihres eigenen Eisbergs ist), so sehen diese Person und der Teil des Eisbergs oberhalb der Wasseroberfläche erstmal ähnlich* aus.

Unser König denkt sich: *“Die Person sieht ähnlich aus wie ich. Sie verhält sich ähnlich wie ich. Ihr Eisberg (oberhalb der Wasseroberfläche) sieht so aus wie meiner, also ist sie ähnlich wie ich.”*

Natürlich gibt es auch Kategorien* von Eisbergen, d. h., die einen sind eher progressiv* und forsch*, die anderen eher genau und detailverliebt. Die einen sind introvertiert*, die anderen extrovertiert*, die einen mögen den Fußballverein Borussia Dortmund, die anderen den FC Schalke. Trotzdem sehen sich die Könige und die sichtbaren Teile der Eisberge alle einigermaßen ähnlich.



Und jetzt kommt das Problem: 99 % des Eisbergs sind weder für den jeweiligen König noch für den außenstehenden Betrachter sichtbar.

Bedeutet: Die Könige des jeweiligen Eisbergs sind sich der eigenen, unter Wasser liegenden 99 % nicht bewusst. Außerdem sehen sie auch nicht den unter Wasser liegenden Teil der anderen Eisberge!

Wir sehen bei jedem anderen Individuum* immer nur seine körperliche Repräsentanz* und nur minimale Teile (1 % des Eisbergs oberhalb der Wasseroberfläche) dessen, was bei dem anderen tatsächlich abgeht. Jeder denkt aber, er wüsste genug – dabei fehlen 99 %.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

99 Prozent von dem, was uns ausmacht, liegt unterhalb der Wasseroberfläche und ist weder uns noch anderen bewusst!

Und was befindet sich also unterhalb der Wasseroberfläche? Dort befinden sich über **40** Wahrnehmungsfilter (tatsächlich sind es wahrscheinlich Hunderte mehr, diese sind jedoch die wichtigsten, die ich hier isolieren* konnte). **Jeder dieser Filter modifiziert*, verzerrt oder verändert die Wahrnehmung und Sichtweise jeder einzelnen Person.** Diese kommen aus der Vergangenheit, der Gegenwart und der Zukunft.

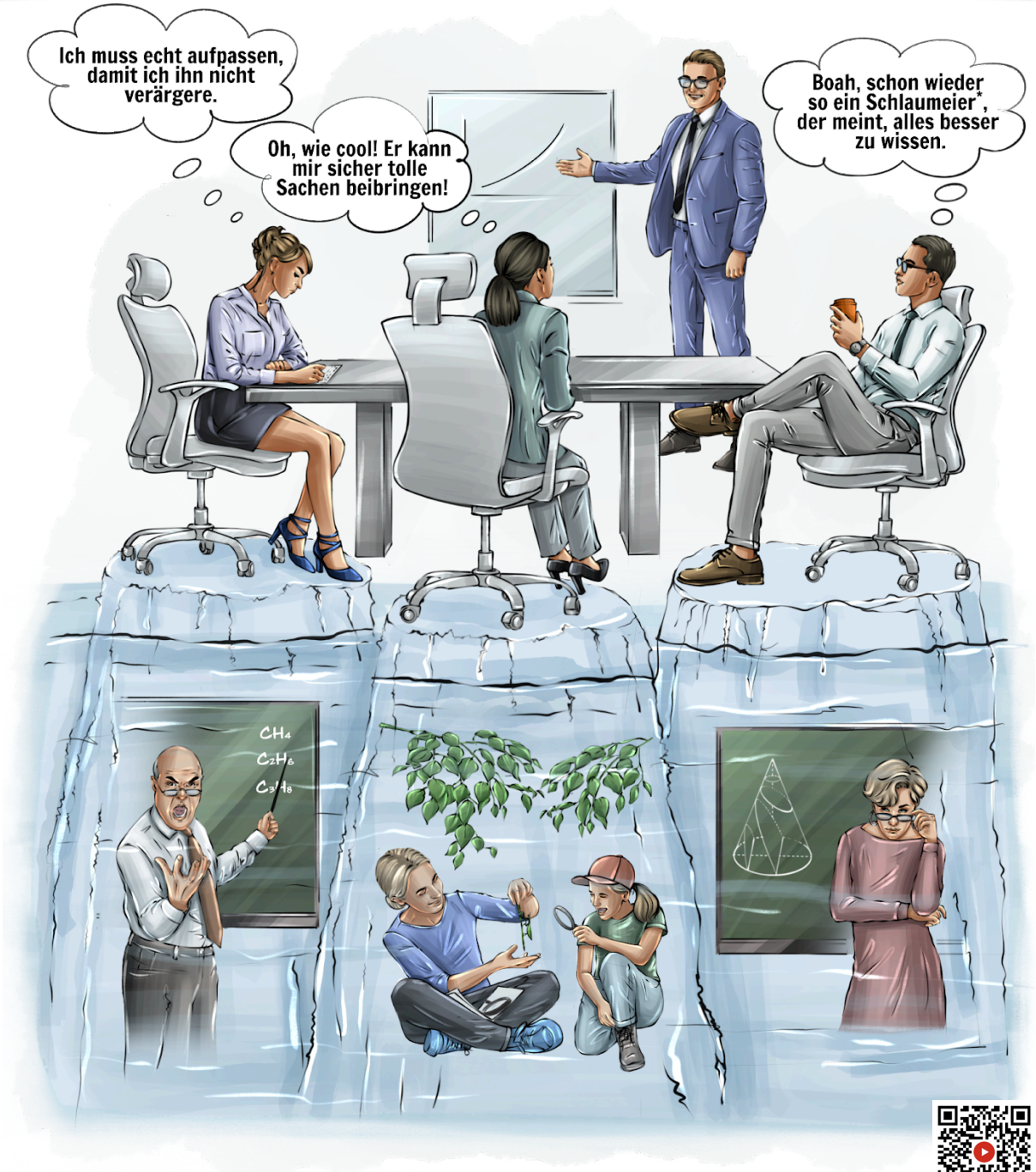
Hinweis: Die Unterteilung in Vergangenheit / Gegenwart / Zukunft ist nicht absolut anzusehen. Tatsächlich können einige Filter in allen 3 Kategorien wirken, auf jeden Fall gehen sie fließend ineinander über.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Gesetz: Jeder Mensch sieht die Welt völlig anders an als jeder andere, jedoch ist sich kaum jemand dessen voll bewusst.
Dies gilt nicht nur für die Welt, sondern auch jede Situation, jeden Umstand und jeden Gegenstand.

Noch mal: Jeder Umstand, jeder Gegenstand, jede Situation wird von jedem Menschen völlig unterschiedlich wahrgenommen.



Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Worksheet

Skizze: Stelle *“99 % des Eisbergs sind weder für den jeweiligen König noch für den außenstehenden Betrachter sichtbar”* bildlich dar. Gib Beispiele dafür, was in den 99 % enthalten sein könnte.

Ausarbeitung: Erkläre, wie *“Jeder Mensch sieht die Welt völlig anders an als jeder andere. Aber nicht nur die Welt, sondern auch jede Situation, jeden Umstand und jeden Gegenstand“* zur Eisberg-Problematik* führt.

Praktische Aufgabe: Nimm Dir eine Zeitung / Nachrichtenwebsite o. Ä. und schau einige Berichte durch. Markiere Stellen, die durch die Eisberg-Problematik entstanden sein könnten. Was fällt Dir auf? Notiere hier Deine Erkenntnisse aus dieser Aufgabe.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

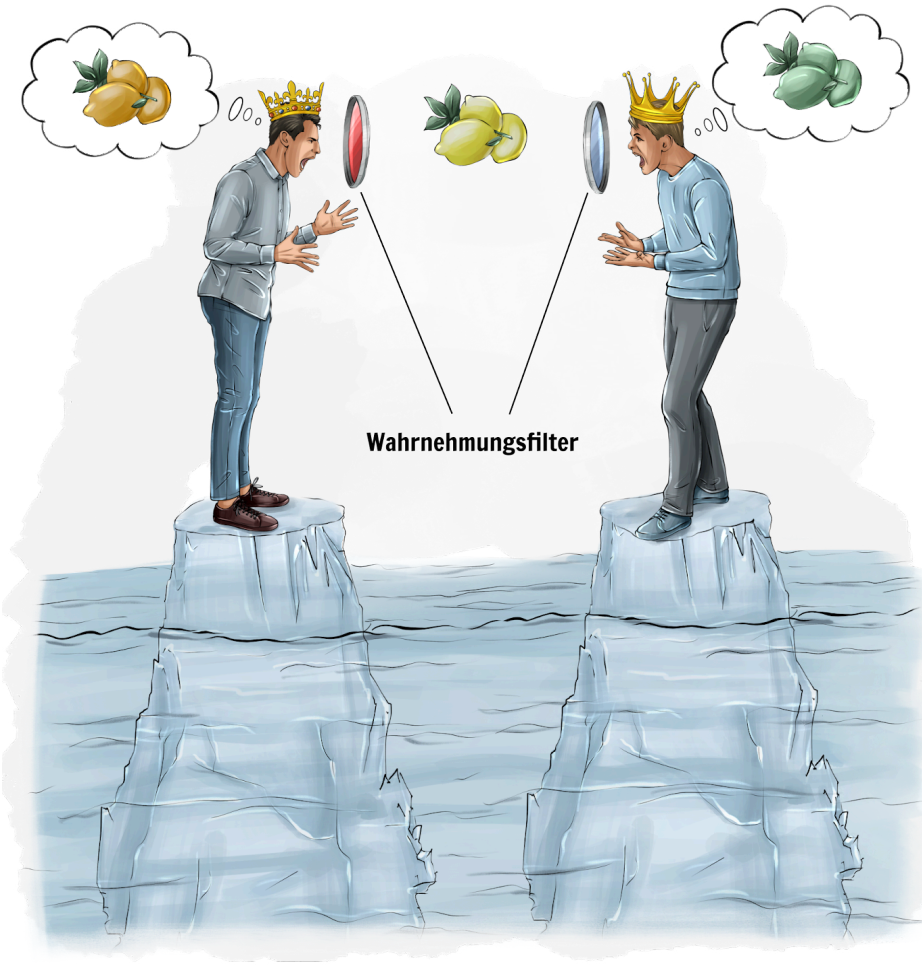
Der *“Krieg der Eisberge”*

König Max, der davon ausgeht, dass sein Eisberg mit seinen Wahrnehmungsfiltern für alle gelten würde, versucht, seine Sichtweise Moritz aufzuzwingen. Es ist ja schließlich die völlig offensichtlich Richtige, oder?

Das Gleiche passiert bei Moritz, der ebenfalls irgendwie annimmt, dass sein individueller Eisberg *“universell*”* wäre. Jeder versucht, dem anderen seinen Eisberg bzw. seine Sicht auf die Welt aufzuzwingen – folglich muss *“der andere dumm sein”* oder *“es mit provokativer Absicht tun”* …

In gewisser Weise befindest Du Dich in einer *“Matrix”* – in Deiner eigenen Matrix (= Eisberg mit all ihren Wahrnehmungsfiltern, Vergleichswerten etc.). Das Problem ist aber: Jeder andere lebt ebenfalls in seiner eigenen *“Matrix”*. Und am Ende bekämpfen sich die verschiedenen *“Matrixes”* und es heißt: *“Meine Matrix hat mehr recht als deine!”*

Aus diesem Grund ist der königliche Eisberg auch der Grund für nahezu alle Spannungen, Verstimmungen*, Streitereien, Hass und Kriege. Viel schlauer wäre es jedoch, die Sichtweise (die Wahrnehmungsfilter unterhalb der Wasseroberfläche) des Gegenübers zu erkunden, anstatt sich zu streiten.



© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Beispiel: Immobilienverkauf

Stelle Dir vor, Du willst jemandem eine Immobilie verkaufen. Die erste Frage, um den Eisberg des Gegenübers zu erkunden, wäre: *“Hast du schon einmal eine Immobilie gekauft?”* Falls ja, kannst Du fragen: *“Wie ist das gelaufen? Was war gut? Was nicht so gut? Was würdest du heute anders machen?”* So findest Du die Vergleichswerte Deines Gegenübers heraus.

Falls die Antwort auf die erste Frage *“Nein”* lautet, musst Du im Gespräch herausfinden, was seine Vergleichswerte sind. Vielleicht vergleicht er eine Immobilie mit einer Rentenversicherung*. Oder er hat negative Glaubenssätze* oder falsche Daten auf Bankdarlehen (*“Mach keine Schulden!”*). Oder er vergleicht Immobilien mit den guten oder schlechten Erfahrungen seines Bruders, den Aussagen seiner Stammtischbrüder* oder er assoziiert* Immobilien mit *“Makler* sind gierig!”* etc.

Egal was es ist: Irgendwelche Vergleichswerte wird er haben. Und diese MUSST Du herausfinden.

Wenn Du das Thema Eisberg mit den verschiedenen Vergleichswerten verstanden hast, wirst Du quasi* die *"Matrix"* sehen können. Du wirst verstehen, warum Menschen auf bestimmte Situationen so reagieren, wie sie es tun. Anders ausgedrückt: Du kannst hinter die Kulissen* schauen! Und das ist teilweise wirklich magisch!

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Worksheet

Ausarbeitung: Erkläre in eigenen Worten den *“Krieg der Eisberge”*.

Ausarbeitung: Wo hast Du schon mal mit einem Krieg der Eisberge zu tun gehabt? Beschreibe einige Situationen.

Ausarbeitung: Was bringt es Dir, über Eisberge Bescheid zu wissen (von Deinem gegenwärtigen Gesichtspunkt)?

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

TEIL 3

DEFINITIONEN DER WAHRNEHMUNGSFILTER AUS DER VERGANGENHEIT, GEGENWART UND ZUKUNFT

Der übergeordnete Wahrnehmungsfilter

In diesem Teil werden wir uns die verschiedenen Wahrnehmungsfilter unterhalb der Wasseroberfläche genauer anschauen. Lasse Dich allerdings von der Menge nicht verwirren. Im Grunde genommen haben fast alle Wahrnehmungsfilter einen gemeinsamen Nenner*: Sie sind der Vergleichswert, mit dem Dein Verstand die Dinge vergleicht.

Der Vergleichswert ist der übergeordnete* Wahrnehmungsfilter.
Die meisten anderen Wahrnehmungsfilter sind im Grunde genommen nur weitere Vergleichswerte.

Beispiel: Stelle Dir vor, Du hättest ein Trauma*, das Du durch einen schlimmen Hundebiss erlitten hast. Dies wird (definitiv* unbewusst* und ggf.* zum Teil bewusst) zu Deinem Vergleichswert in Bezug auf Hunde.

Jeder Hund, den Du siehst, wird unbewusst mit dem Hund verglichen, der Dich damals gebissen hat. Und je ähnlicher der Hund oder die Situation der damaligen Situation ist, desto mehr wirst Du durch diesen Vergleichswert beeinflusst.

Es gibt hierzu noch ein grundlegendes Gesetz, dass Du kennen musst:

Der Verstand braucht und sucht sich immer einen Vergleichswert.
Der Verstand kann mit Informationen / Daten nichts anfangen, wenn er keine anderen Informationen / Daten hat, mit denen er diese vergleichen kann.
Wenn es keine Vergleichsdaten* gibt, dann saugt sich der Verstand diese von irgendwoher – völlig unabhängig davon, ob diese sinnvoll sind oder nicht!

So weißt Du ja eigentlich, dass der Hund, der Dir jetzt gerade gegenübersteht, nicht der Gleiche ist, der Dich vor zig Jahren gebissen hat. Du weißt, dass die Situation anders ist usw. Trotzdem fühlst Du Dich mit dem Hund nicht ganz wohl und bist etwas vorsichtiger, als es nötig wäre – da Dein Verstand als Vergleichswert den Hund und den Biss von früher heranzieht (inkl. der damals gefühlten Angst und Schmerzen).

Merke: Die ganzen Wahrnehmungsfilter, die wir uns angesehen haben und im Detail noch weiter ansehen werden, sind also letztlich nur Sonderformen* oder Unterformen* des Wahrnehmungsfilters *"Vergleichswert"*.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Ein veraltetes Angebot als Vergleichswert kann für eine Fehleinschätzung eines aktuellen Angebots sorgen.

Je nach Vergleichswert wird *“nicht so teuer”* sehr unterschiedlich verstanden.

Unterschiedliche Vergleichswerte sorgen für unterschiedliche Vorstellungen von *“etwas Schönem”*.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Worksheet

Ausarbeitung: Erkläre, warum der Vergleichswert der übergeordnete Wahrnehmungsfilter ist.

Skizze: Stelle bildlich dar, wie der Verstand vorgeht, wenn er ein Datum / eine Information bekommt.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Die Wahrnehmungsfilter unter der Wasseroberfläche

Wichtig: Diese Aufteilung ist nur eine grobe Kategorisierung*. Tatsächlich gibt es fließende Übergänge zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Zu den einzelnen Filtern schauen wir uns im Folgenden noch viele verschiedene Beispiele an.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

Definitionen für Wahrnehmungsfilter aus der Vergangenheit

Vergleichswerte (Referenzwerte)

Bezugswert, mit dem der Verstand die Wahrnehmungen aus der Gegenwart vergleicht, um etwas geistig einordnen zu können.

Film des Lebens

Die individuelle Aufzeichnung bzw. Erinnerung, die jeder Einzelne in seinem Verstand hat über das, was er im Leben erlebt hat. Beispiel: Jemand hat als Kind eine Scheidung erlebt, hatte in der Schule Probleme, hat später einen guten Job bekommen usw.

Prägungen

Durch äußere Einflüsse dauerhaft in bestimmter Weise geformt, gestaltet. Beispiel: Eine militärische* Ausbildung prägt jemanden auf Gehorsam und Ordnung.

Traumatische Erlebnisse

Schlimme Erlebnisse, die eine Person körperlich und / oder psychisch* erschüttern* und von ihr nicht / nur langsam verarbeitet werden können und die noch lange Auswirkungen auf sie haben. Beispiel: Ein schwerer Unfall, von dem man sich körperlich irgendwann erholt, unter dem man seelisch* aber immer noch leidet.

Verluste

Situationen, in denen man jemanden oder etwas, das einem wichtig war, verliert, z. B. durch Tod, Trennung, Wegzug, Verlieren etc. Beispiel: Jemand stirbt oder zieht weg.

Erziehung

Kindern beibringen, wie man sich verhält*, was richtig und falsch ist, und ihnen Wissen und Fähigkeiten* vermitteln, damit sie (gut) im Leben zurechtkommen, z. B. durch Eltern oder in der Schule. Beispiel: Ein Kind lernt von den Eltern, dass es Ordnung halten sollte.

Erinnerungen

Gespeicherte Informationen* über Geschehnisse*, Erfahrungen etc. aus der Vergangenheit.
Beispiel: Jemand erinnert sich, wie die Plätzchen seiner Oma schmeckten.

Symbole / Definitionen

Ein Symbol ist ein Zeichen, das für eine Bedeutung steht, wie z. B. ein Bild, das eine Botschaft oder eine Bedeutung vermitteln soll.
Eine Definition ist das, was ein Wort bedeutet. Beispiel: Für eine Person bedeutet ein Blumenstrauß *“Ich zeige dir, dass du mir wichtig bist”*, für jemand anderen könnte er bedeuten *“Ich habe Mist gebaut und versuche, es hinter einem Blumenstrauß zu verstecken”*.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Eigene *"Sünden"*

Etwas, das man getan hat, das man nicht hätte tun sollen, oder nicht getan hat, das man hätte tun sollen. Etwas, das gegen den eigenen oder gemeinsamen Moralkodex* (Werte*) verstößt.
Beispiel: Jemand belügt seinen Partner oder Freund.

Glaubenssätze

Eine Entscheidung über das Sein, über die Welt, wie die Dinge sind.
Ein Glaubenssatz ist der sprachliche Ausdruck von etwas, an das jemand glaubt und das er für wahr hält. Diese werden oftmals zur *"selbsterfüllenden Prophezeiung*"* oder verändern zumindest stark die Wahrnehmung. Beispiel: *"Ich habe immer Pech"* oder *"Frauen wollen immer nur mein Geld."*

Memes

Verhaltensmerkmale*, die von Personen, Gruppen, Völkern etc. an ein Individuum weitergegeben werden; übergeordnete (von der Gesellschaft* gefestigte) Glaubenssätze einer Kultur*, die von Generation* zu Generation weitergegeben werden.
Beispiel: *"deutsche Pünktlichkeit"*

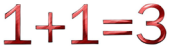
Auslassungen

Etwas, was eigentlich da sein sollte, was aber weggelassen, nicht berücksichtigt*, nicht übernommen wird.
Beispiel: Jemand kennt die Prinzipien von Vergleichswerten und Eisbergen nicht. Er hat deshalb Schwierigkeiten, denkt jedoch nicht, dass etwas fehlen könnte.

Hinzufügungen

Etwas, was nicht zum ursprünglich Vorhandenen / Beobachtbaren / Gesagten / … gehört, sondern vom Beobachter / Hörer ergänzt bzw. hinzugefügt wurde (ggf. ohne dass er es selbst bemerkt).
Beispiel: Jemand gibt den Auftrag, ihm die Bücher* für dieses Jahr zu bringen, der andere denkt sich *"Dann braucht er bestimmt auch die des letzten Jahres"* und schleppt alle an.

Falsche Daten



An sich sind Daten Informationen, die man nachweisen oder beobachten* kann. Sind Informationen stattdessen nicht korrekt (sei es für die Situation oder generell), und werden dennoch ungeprüft übernommen, so hat man es dann mit falschen Daten zu tun.
Beispiel: Früher hatten Seefahrer Angst, bei weiten Fahrten von der Erde zu fallen, da sie das falsche Datum hatten *"Die Erde ist eine Scheibe"*.

Vervollständigungen (Annahmen)

Vermutung, Glaube, Meinung* dass etwas so ist, ohne es wirklich zu wissen. Oft wird ein Mangel an Information durch *"eigene Vervollständigungen"* oder *"Annahmen*"* aufgefüllt, was zu schweren Fehlentscheidungen führen kann.
Beispiel: Der Chef lehnt einen Teil eines Projekts* ab, aber der Mitarbeiter vervollständigt die Ablehnung so, dass das komplette Projekt abgelehnt ist, und hört auf, daran zu arbeiten.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

Definitionen für Wahrnehmungsfilter aus der Gegenwart

Frame

Ein Rahmen*, in den eine Aussage / Thema eingebettet* wird. Je nach Frame kann ein und dieselbe Aussage eine ganz andere Bedeutung bekommen.
Beispiel: *"Wissenschaftler sind nach genauem Studium geschichtlicher Daten davon überzeugt, dass die meisten Regierungen nach immer mehr Macht und Kontrolle streben"* im Vergleich zu *"Verschwörungstheoretiker behaupten, dass die Regierung jeden nur kontrollieren und die eigene Macht ausbauen will."*

Aktueller Modus

Art und Weise des Seins, in der man sich gerade befindet, Zustand. Z. B. ist man konzentriert oder offen, im Arbeitsmodus oder im Feierabend- / Urlaubsmodus.
Beispiel: Jemand ist gerade im Verteidigungs- oder Angriffsmodus.

Emotionen

Gefühle, (geistige) Empfindungen*, die mitbestimmen, wie jemand seine Umgebung wahrnimmt und ihr gegenübersteht. Geistige und körperliche Reaktionen auf bestimmte Ereignisse, Erfahrungen oder Situationen. Dazu gehören z. B.: Freude, Trauer, Wut, Langeweile, Angst
Beispiel: Jemand, der verliebt ist, sieht die Welt anders als jemand, der gerade total gelangweilt ist.

Schlaf / Essen

Körperliche Fitness, die z. B. durch genügend oder zu wenig Schlaf oder Nahrung beeinflusst wird, wirkt sich auf das Befinden und den Gesichtspunkt einer Person aus.
Beispiel: Jemand, der die ganze Nacht bei seinem kranken Kind gesessen hat und vor der Arbeit nicht mehr zum Essen gekommen ist, ist üblicherweise weniger belastbar*, gereizter und weniger aktiv* als jemand, der ausgeschlafen und gut genährt* ist.

Ähnlichkeiten mit vergangenen Geschehnissen

Erfahrungen und Dinge, die man in der Vergangenheit erlebt hat, können durch ähnliche Umstände in der Gegenwart getriggert*, also *"wiederbelebt"* werden (bewusst oder unbewusst).
Beispiel: Man hatte als Kind einen Hund und das Gefühl der Geborgenheit* und Liebe wird wiederbelebt, als man ein Kind mit seinem Hund kuscheln sieht.

Analogien

Etwas wird mit etwas anderem, das in gewissen Punkten ähnlich ist, gleichgesetzt*.
Beispiel: Jemand hat mal schlechte Erfahrungen mit einem Bankberater gemacht und hält deswegen alle Bankberater für Betrüger.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Verknüpfungen

Verbindung von etwas mit etwas anderem.
Beispiel: Jemand, der Rechtsanwalt* ist, verbindet mit dem Begriff* *"sicher"* ganz andere Dinge als jemand, der Kindergärtner ist.

Subjektive Meinungen

Eine Feststellung, Aussage oder geäußerte Meinung, die persönliche Gefühle, Interessen, Vorurteile* etc. einer Person widerspiegelt.
Beispiel: Jemand findet laute, volle Kinos total toll, jemand anderes hasst sie.

Getriggerte Vergangenheit

Triggern* bedeutet auslösen, eine bestimmte Reaktion verursachen. Getriggerte Vergangenheit meint also, Geschehnisse aus der Vergangenheit werden durch bestimmte Situationen (Trigger*) in der Gegenwart wiederbelebt und verursachen bestimmte Reaktionen.
Beispiel: Man wurde früher mal von einem Hund gebissen und reagiert deswegen ablehnend auf Hunde.

Umgebung / Umfeld

Bereich, in dem man sich befindet, der einen umgibt (beinhaltet auch die Leute, mit denen man (viel) zu tun hat etc.).
Beispiel: In einem Luxuskaufhaus bewertet man Menschen anders als in einer suspekten*, dunklen Kneipe.

Drogen / Alkohol

Bewusstseinsverändernde* Substanzen* jeglicher Art inkl. vieler Medikamente (vor allem Psychopharmaka*) wirken sich auf die Psyche* und das Nervensystem* aus und führen so zu veränderten Wahrnehmungen und Entscheidungen.
Beispiel: Betrunken reagiert man auf die meisten Situationen anders als nüchtern.

Unterschiedliche Gesichtspunkte: Adler, Giraffe, Ameise

Ein und dieselbe Sache sieht völlig unterschiedlich aus, je nachdem, ob man sie aus dem Gesichtspunkt einer Ameise*, einer Giraffe* oder eines Adlers* betrachtet. Wir benutzen die Metapher Adler, Giraffe und Ameise, um zu zeigen, dass man auf einen Organismus*, eine Sache, ein Projekt etc. aus verschiedenen Blickwinkeln schauen muss, um richtige Entscheidungen treffen zu können.
Beispiel: Der Adler sieht eine Firma (den Organismus) von oben und hat den kompletten Überblick über das große Ganze. Eine Giraffe schaut aus einer tieferen Perspektive* – ähnlich einem Manager – in den jeweiligen Bereich. Eine Ameise sieht alle Details und Feinheiten, wie z. B. ein spezialisierter Mitarbeiter.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Manipulation / versteckte Beeinflussung durch Dritte

Versteckte Absichten Dritter (Einzelner wie Gruppen) manipulieren* durch Propaganda* die Wahrnehmungen beider Seiten, hetzen* beide Seiten gegeneinander auf etc.
Beispiel: Ein Investor, der sein Geschäftsfeld in einer neuen Branche erweitern will, hetzt Banker und konkurrierende Unternehmer gegeneinander auf.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

Definitionen für Wahrnehmungsfilter aus der Zukunft

Ängste

Furcht vor realen* oder möglichen Bedrohungen oder Gefahren bzw. Dingen oder Situationen, die subjektiv als gefährlich eingeschätzt werden.
Beispiel: Die Angst vor Spinnen.

Hoffnungen

Glaube an die Möglichkeit einer besseren Zukunft oder das Erreichen eines gewünschten Ziels*.
Beispiel: Jemand ist arbeitslos, hat sich aber bei mehreren Arbeitgebern beworben, bildet sich eigenverantwortlich* fort und hofft, bald wieder einen Job zu haben.

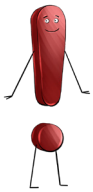
Getriggerte Traumata

Triggern bedeutet auslösen, eine bestimmte Reaktion verursachen. Getriggerte Traumata meint also, Geschehnisse aus der Vergangenheit werden durch bestimmte Situationen (Trigger) in der Gegenwart wiederbelebt und verursachen bestimmte Reaktionen, die sich auch auf die Zukunft auswirken.
Beispiel: Jemand hatte einen schweren Unfall, will deswegen nicht mehr Autofahren und gibt seinen Führerschein ab.

Assoziationen

Assoziationen sind Verbindungen zwischen verschiedenen Ideen oder Begriffen im Denken, die durch Gemeinsamkeiten oder Ähnlichkeiten entstehen (können).
Beispiel: Jemand sieht eine Sonnenblume und denkt an Sommer.

Glaubenssätze in Anwendung



Glaubenssätze sind Entscheidungen über das Sein, über die Welt, wie die Dinge sind. Sie sind häufig für die Unendlichkeit* formuliert und bleiben daher aktiv und beeinflussen die Zukunft.
Beispiel: Der Glaubenssatz *"Ich habe immer nur Pech"* führt dazu, dass jemand sich so verhält, dass er viel Pech hat, wodurch der Glaubenssatz immer wieder wiederholt wird, immer stärker wird, er immer mehr Pech hat etc.

Ideale

Die Vision*, wie eine Situation im Idealfall* aussehen und funktionieren würde. Eine Situation, nach der man sich richtet und mit der man die gegenwärtige Situation vergleicht.
Beispiel: Das Ideal eines Arbeitnehmers könnte sein, möglichst wenig zu arbeiten und möglichst viel Geld zu kassieren.

Erwartungen

Etwas, wovon man ausgeht, dass es eintrifft / passiert / sein wird.
Beispiel: Jemand ist schwanger und erwartet, dass das Leben mit Baby wunderschön wird.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Worksheet

Ausarbeitung: Erläutere 3 verschiedene Wahrnehmungsfilter aus der Vergangenheit an Beispielen, die Du erlebt oder beobachtet hast.

Ausarbeitung: Nenne Beispiele für 3 verschiedene Wahrnehmungsfilter aus der Gegenwart, die Du erlebt oder beobachtet hast.

Ausarbeitung: Erkläre anhand von Beispielen 3 verschiedene Wahrnehmungsfilter aus der Zukunft, die Du erlebt oder beobachtet hast.

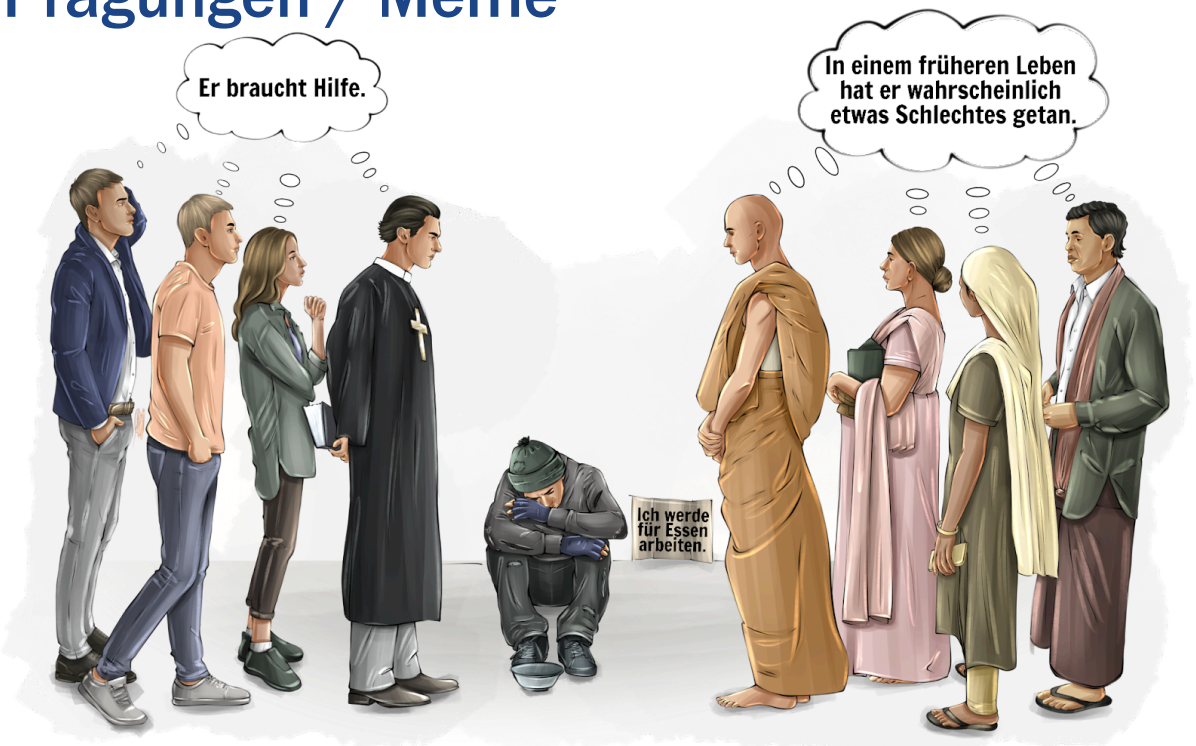
© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

TEIL 4

BEISPIELE FÜR WAHRNEHMUNGSFILTER AUS DER VERGANGENHEIT, GEGENWART UND ZUKUNFT

Prägungen / Meme



Christliche Prägung: Nächstenliebe, anderen muss geholfen werden

Hinduistische* Prägung: Karma*, wer leidet, hat es selbst verursacht und verdient

Deutsches Meme*: Pünktlichkeit ist eine Tugend*

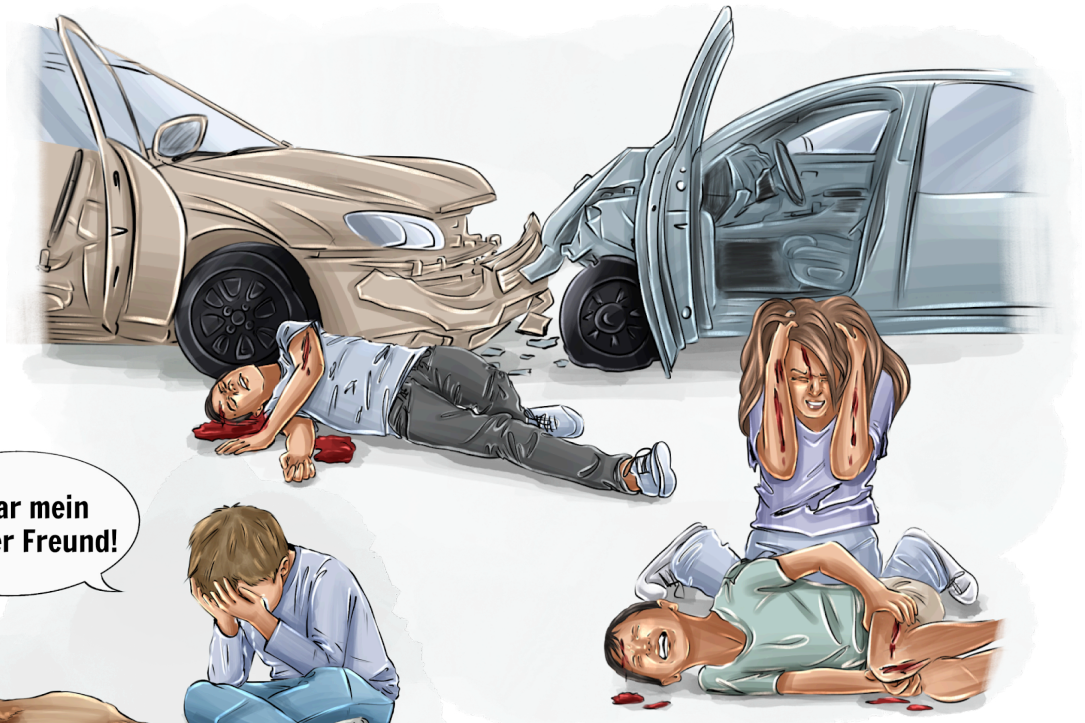
Spanisches Meme: Die Arbeit kann warten, Siesta* geht vor

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

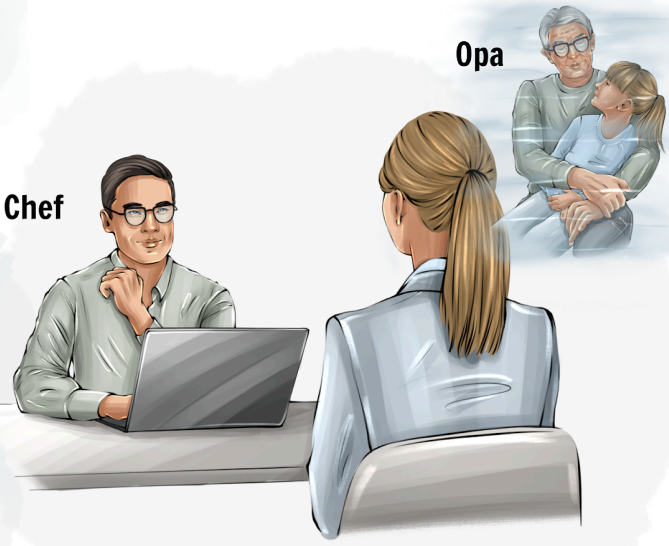
Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Verluste / Erinnerungen / Traumata

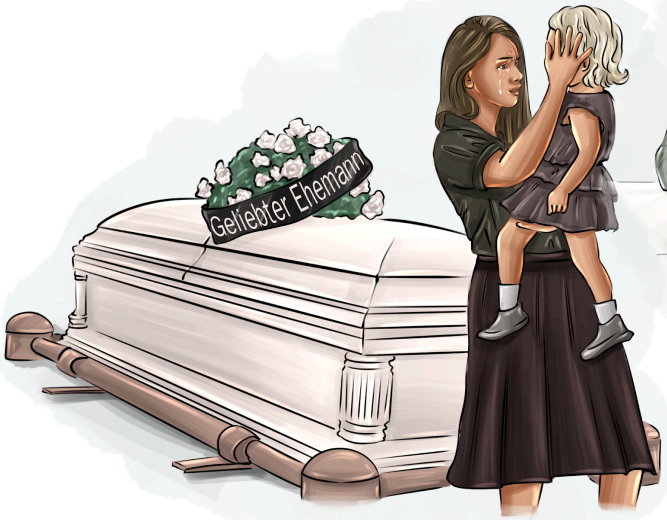


Trauma*: Schwerer Autounfall

Verlust eines Haustieres



Erinnerung an einen geliebten Großvater



Verlust eines Familienmitglieds

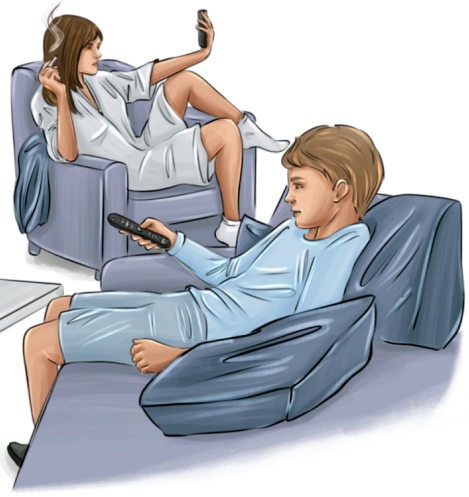
Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Erziehung

Hilfe und Lernen ist möglich



Hilfe und Lernen ist unwichtig

Beitragen* ist wichtig und wird belohnt

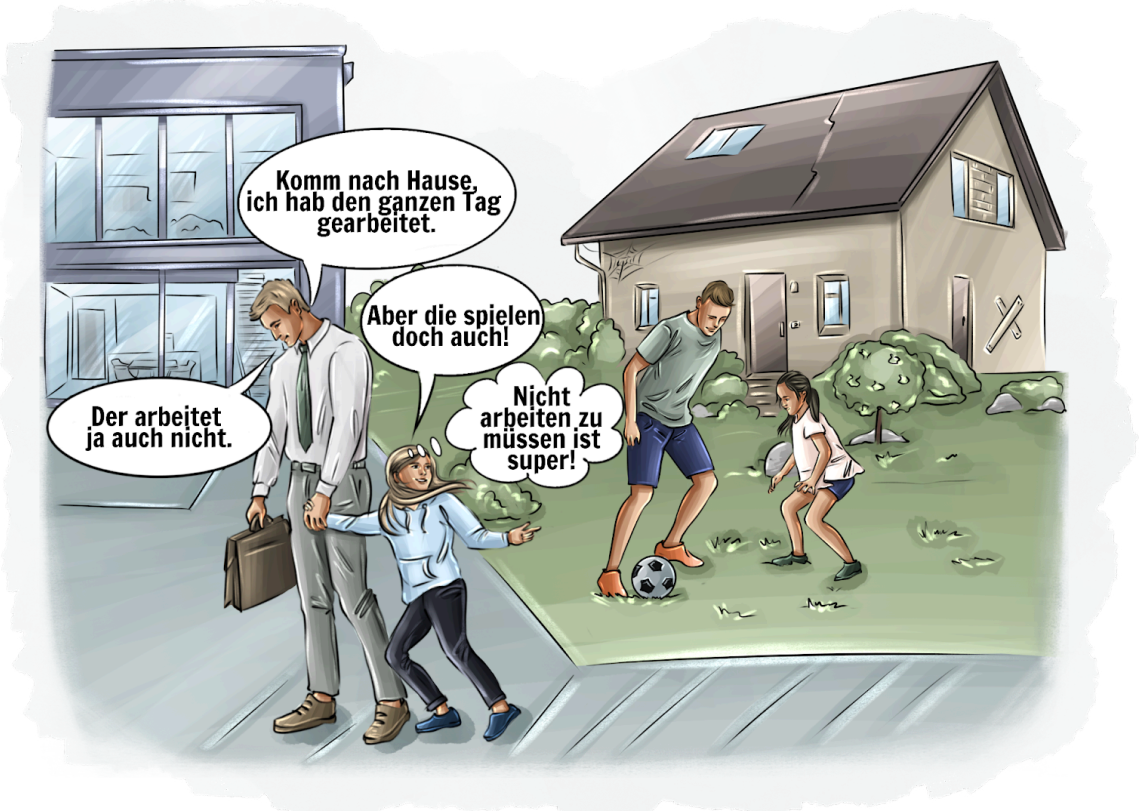
Beitragen ist unwichtig, belohnt wird Drama*

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Glaubenssätze



Arbeit scheint negative Auswirkungen zu haben.
Glaubenssatz: Es ist besser, nicht zu arbeiten.

Helfen wird aufgezwungen. Glaubenssatz: Helfen ist doof.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Das Kind erlebt die Probleme der Eltern mit Geld.
Glaubenssatz: Geld bereitet immer nur Sorgen.

Falsche Versprechungen*.
Glaubenssatz: Man kann niemandem vertrauen!

Glaubenssatz: Frauen sind eh nur scharf aufs Geld.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Falsche Daten

Falsches Datum: *“Ich weiß schon alles!”*

Falsches Datum: *“Männer wollen eh immer nur das eine.”*

Falsches Datum: *“Die Erde ist eine Scheibe.”*

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Unbekannte, aber einflussnehmende Daten (Auszug aus *“Reicher als die Geissens”*)

Weitere Fallen im Denkmechanismus*: der belastete* Taschenrechner

Ein Freund machte einmal einen Spaß mit mir: Er gab mir einen Taschenrechner, auf dem die Zahl 3 zu sehen war, und bat mich, die Zahl 7 dazuzuaddieren*. Ich tat es und sah auf einmal auf dem Display* die Zahl 13, als ich *“=”* gedrückt hatte.

Wie konnte das sein? War der Taschenrechner kaputt? Bei der heutigen Elektronik* äußerst unwahrscheinlich. Ich war wirklich verblüfft. Dann lüftete mein Freund sein Geheimnis: *“Ich habe vorher die Zahl 3 eingetippt, dann ‘+’ gedrückt und nochmal 3 eingegeben. Tatsächlich war also eine 3 mehr vorhanden als für dich sichtbar.”*

Klar! Der Taschenrechner hatte nicht falsch, sondern mit Informationen gerechnet, die mir nicht bekannt waren. Mein Freund sagte darauf: *“Siehst du, das ist der Grund, warum Menschen falsche Entscheidungen treffen …”* und wandte sich wieder seiner Arbeit zu.

Ich konnte mir damals noch nicht genau ausmalen*, wie er das wirklich meinte. Allerdings beschäftigte mich dieser Gedankenansatz. Ich kam jedoch nicht richtig weiter damit, bis mir zufälligerweise Folgendes zustieß:

Was mich ein unerfahrener Praktikant* über mein Denken lehrte

Ein Praktikant, der direkt aus der Schule kam und vorher nie gearbeitet hatte, wollte eine Berechnung in Excel* durchführen. Er hatte vorher noch nie wirklich mit Excel gearbeitet und sich nur ein paar Tutorials* auf YouTube* dazu angesehen.

Als er mit seinen Berechnungen fertig war, wollte er, da er einen fremden Computer benutzte (nämlich meinen), die Tabelle wieder entleeren. Er fand nicht gleich die Lösung und hatte deswegen eine Idee: Er markierte seine kompletten Berechnungen und änderte die Schriftfarbe auf Weiß. Schwups, war die Tabelle scheinbar leer. Jetzt war natürlich auch der Cursor* verschwunden, und darum änderte der Praktikant anschließend die Farbe wieder in Schwarz.

Ich setzte mich ein paar Minuten später (ohne die Vorgeschichte zu kennen) an die Excel-Tabelle* und begann, eigene Berechnungen anzustellen. Ich sah auf den ersten Blick, dass Excel nur Quatsch auswarf*. Es war mir wirklich ein Rätsel. Wie konnte das sein? Excel kann sich nicht verrechnen! Erst als ich begann, einzelne Abschnitte der Tabelle zu markieren, wurden die alten Berechnungen sichtbar, die vorher auf Weiß standen.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Ich war diesem Praktikanten im Nachhinein sehr dankbar, da ich so verstanden hatte, was mein Freund damals meinte: Berechnungen und Kalkulationen* werden verfälscht, wenn man mit Informationen rechnet, die nicht bekannt (sondern *"weiß"*) sind.

Das erklärte auf einmal, warum Kunden völlig sinnlos Angst vor Immobiliendarlehen* hatten. Die Eltern hatten ihnen vor 20 Jahren *"in die Excel-Tabelle"* geschrieben: *"Mach keine Schulden!"* Damit war natürlich gemeint: keine Konsumschulden*.

Und natürlich hatte unser Immobilienanfänger diese Information nicht in Klarschrift* vor Augen, sie war irgendwo in seinem Verstand abgelegt, aber wirkte noch immer. Die Information war *"weiß"*, und sie führte für den Außenstehenden zu scheinbar völlig irrationalen* Ergebnissen. Doch hatte unser Immobilienanfänger wirklich falsch gerechnet und eine schwachsinnige* Entscheidung getroffen?

Nein! Er hatte lediglich bekannte mit unbewussten Informationen (*"weißen"* Informationen) vermischt und kam für seine Umwelt zu irrationalen Ergebnissen. Ich fand das toll. Endlich konnte ich bei meiner Umgebung sehen, wie all die Dinge, die ich nicht nachvollziehen konnte, zustande kamen.

Mist, das könnte ja bedeuten ...

Eines Nachts jedoch verdarb mir ein Gedanke ganz übel die Laune. Keiner dieser Leute hatte auch nur den geringsten Verdacht, selbst *"weiße"* Informationen zu verarbeiten. Keiner, kein einziger.

Und da war sie, die unangenehme Frage: Was, wenn ich auch jede Menge *"weiße"* Informationen in meinen Entscheidungsprozessen habe und genauso überzeugt bin (wie die Immobilienneulinge), dass an diesen Entscheidungen alles super ist? Dieser Gedanke ließ mich lange Zeit nicht los, und ich begann mich fortan sehr kritisch* möglichst von außen zu beobachten ...

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Eigene *“Sünden”*

Das eigene Unehrlichsein in der Vergangenheit verursacht unangebrachtes Misstrauen*.

Das Verkaufen einer eigenen mangelhaften Immobilie, die man als *“Top-Immobilie”* präsentiert hat, macht misstrauisch gegenüber anderen Verkäufern.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Aktueller Modus

Meeting – extrovertierter Modus

Berechnungen / Analysen* – introvertierter Modus

Exerzieren* – Arbeitsmodus

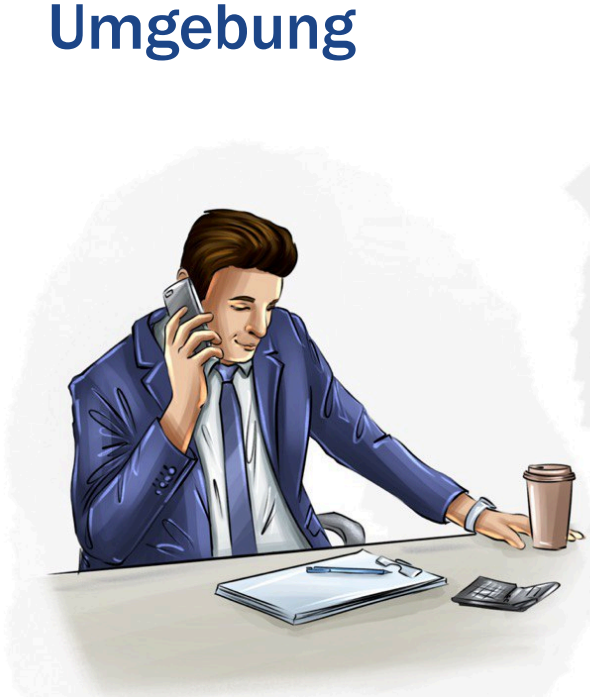
Romantisches Essen – Freizeitmodus

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Umgebung



Im Büro – geordnete, ruhige Umgebung

In der U-Bahn – laute, unruhige Umgebung

Am Strand – entspannte Umgebung

Im Ghetto* – bedrohliche Umgebung

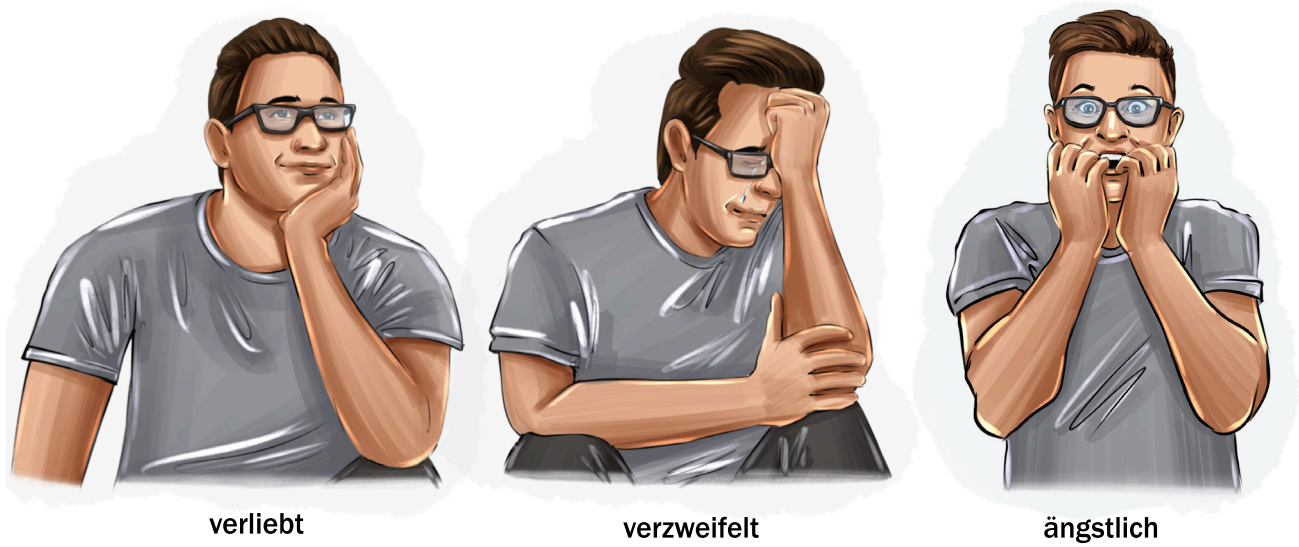
Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Emotion

wütend traurig begeistert



verliebt verzweifelt ängstlich

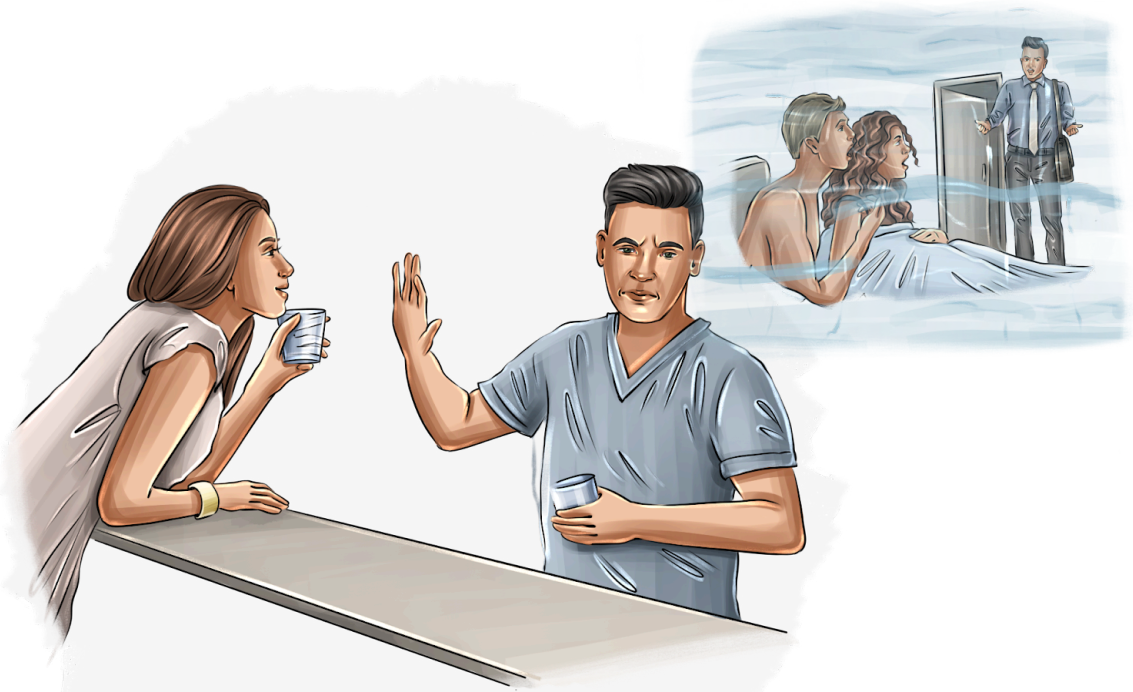
Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Ähnlichkeiten mit vergangenen Geschehnissen / Getriggerte Vergangenheit

Die Art und Aussage des Chefs triggern frühere Geschehnisse mit der Mutter.



Der Annäherungsversuch der Frau triggert früheres Betrogenwerden.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Ängste

Angst, entlassen zu werden

Angst vor Spinnen

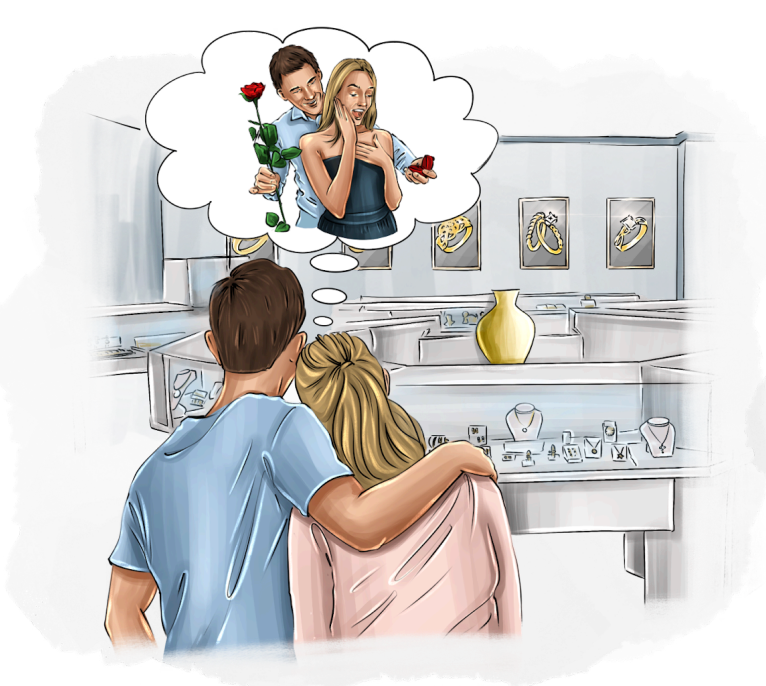
Angst, alleine zu sein

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

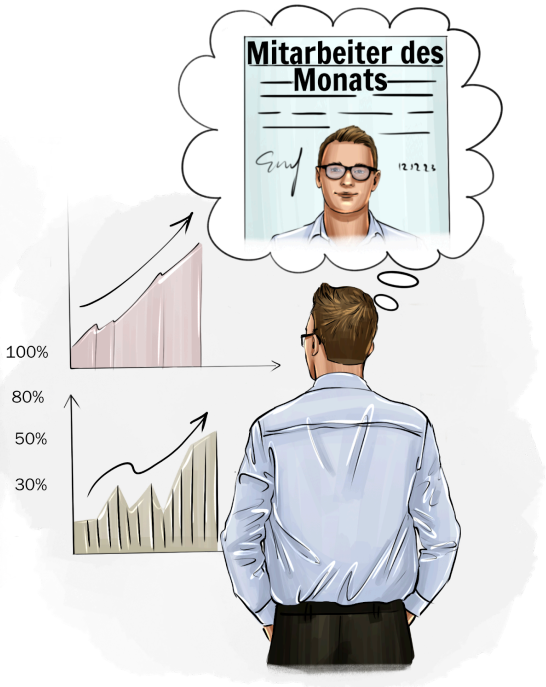
© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Hoffnungen



Hoffnung auf einen Heiratsantrag / ein gemeinsames Leben



Hoffnung auf Anerkennung

Hoffnung, bald auch in die Schule zu gehen

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Assoziationen

Assoziation des Mannes mit ihrem Vater

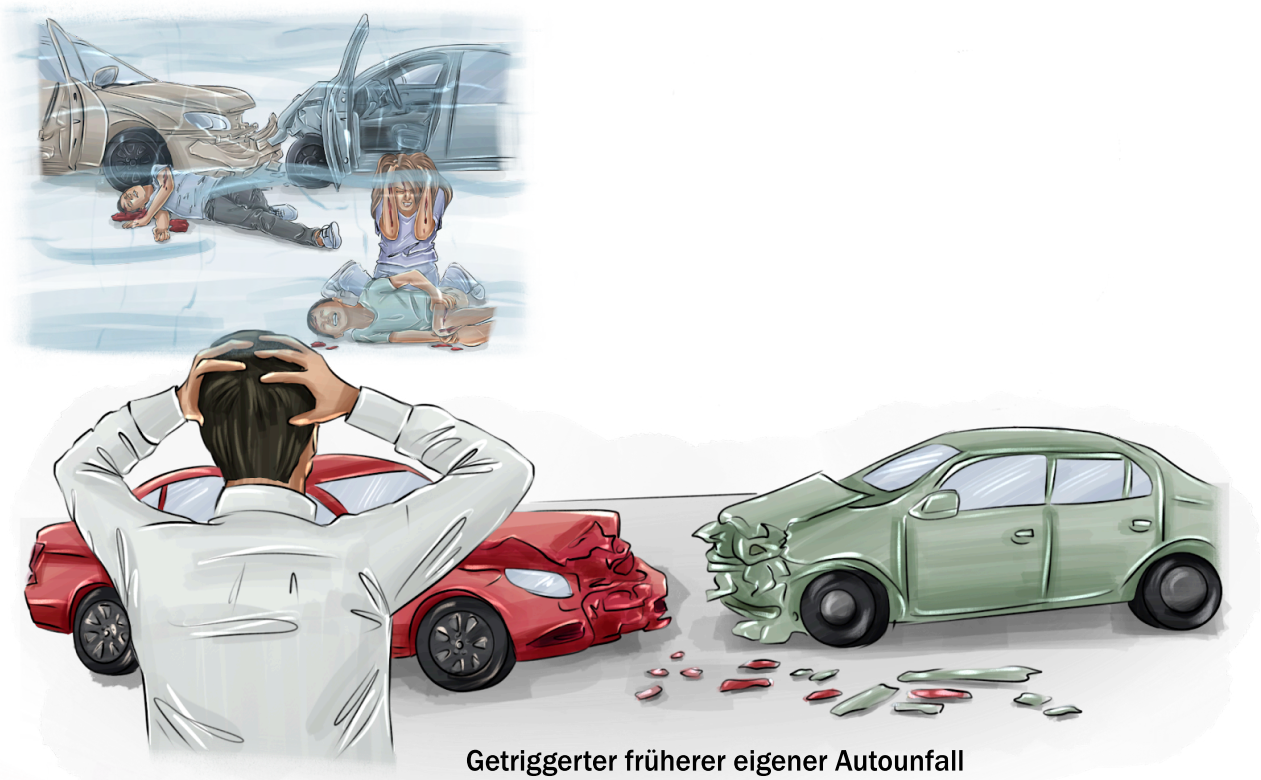
Assoziation der Frau in kurzem Rock mit einer Prostituierten

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Getriggerte Traumata



Getriggerter früherer eigener Autounfall

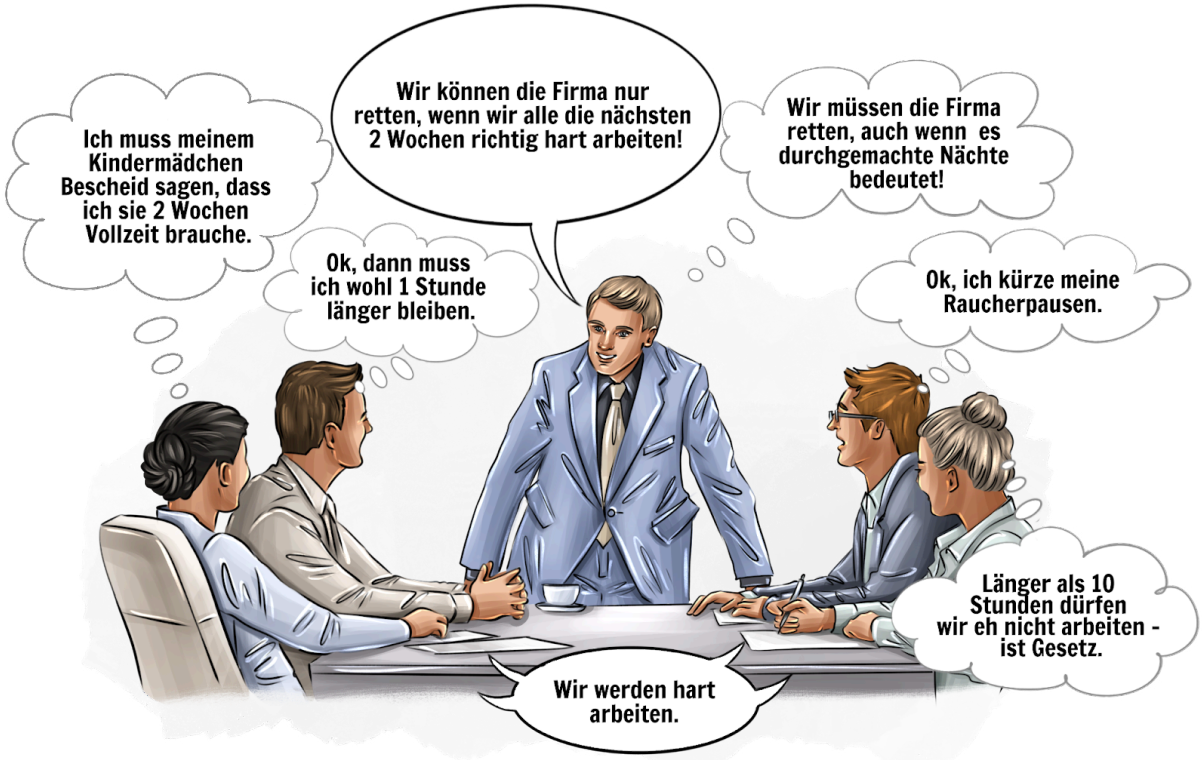
Getriggerter früherer Biss eines Hundes

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Subjektivität der Wahrnehmung



"Hart arbeiten" bedeutet für jeden etwas anderes (subjektiv).

Beide haben sehr verschiedene (subjektive) Vorstellungen von einem schönen Abend.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Subjektive Wahrnehmungen im Bereich des Designs / der Kunst

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Glaubenssätze in Anwendung

Glaubenssatz: *“Ich werde nie befördert.”*

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Glaubenssatz: *“Ich habe immer Pech.”*

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Unterschiedliche Gesichtspunkte: Adler, Giraffe, Ameise

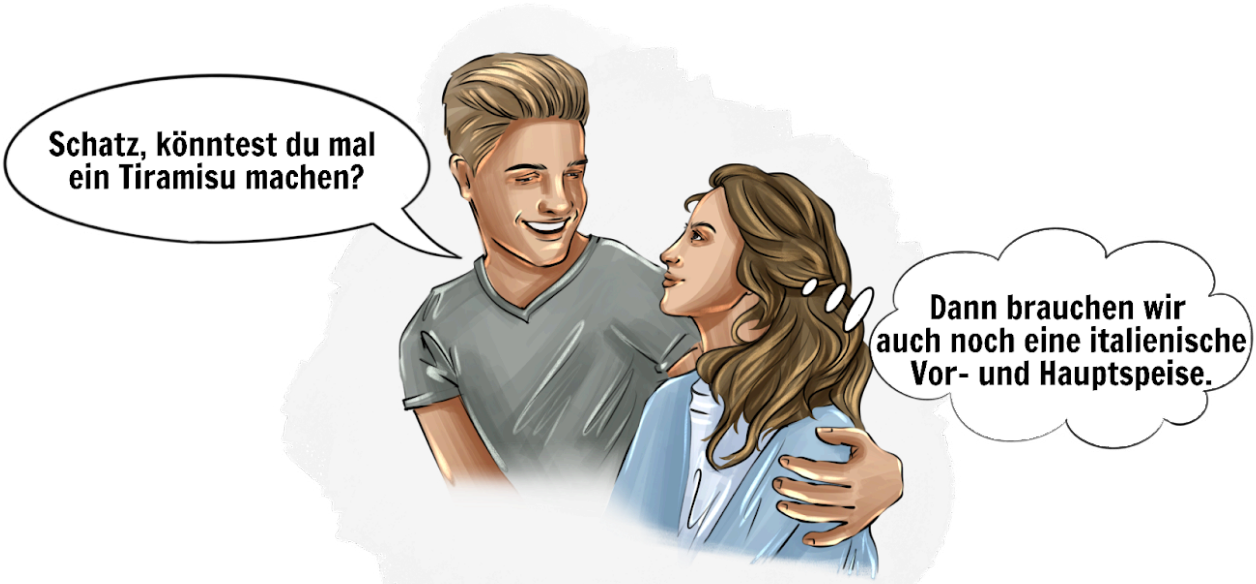
Unterschiedliche Probleme je nach Gesichtspunkt.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Hinzufügungen / Auslassungen



Hinzufügung eines ganzen Menüs zu der Frage nach Tiramisu*.

Auslassung wesentlicher Bestandteile der Bestellung.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Worksheet

Ausarbeitung: Unten siehst Du eine nummerierte Liste der vorher erwähnten Wahrnehmungsfilter. Schreibe links die jeweilige Nummer hin (beginne mit 1) und beschreibe dann in Stichworten (wenn nötig gehe zurück auf die jeweilige Seite), was dieser jeweilige Filter ist. Gib jeweils ein Beispiel.

1. Vergleichswerte (Referenzwerte)
2. Film des Lebens
3. Prägungen
4. Traumatische Erlebnisse
5. Verluste
6. Erziehung
7. Erinnerungen
8. Symbole / Definitionen
9. Eigene “Sünden”
10. Glaubenssätze
11. Memes
12. Auslassungen
13. Hinzufügungen
14. Falsche Daten
15. Vervollständigungen (Annahmen)
16. Frame
17. Aktueller Modus
18. Emotionen
19. Schlaf / Essen
20. Ähnlichkeiten mit vergangenen Geschehnissen
21. Analogien
22. Verknüpfungen
23. Subjektive Meinungen
24. Getriggerte Vergangenheit
25. Umgebung / Umfeld
26. Drogen / Alkohol
27. Unterschiedliche Gesichtspunkte: Adler, Giraffe, Ameise
28. Manipulation / versteckte Beeinflussung durch Dritte
29. Ängste
30. Hoffnungen
31. Getriggerte Traumata
32. Assoziationen
33. Glaubenssätze in Anwendung
34. Ideale
35. Erwartungen

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

TEIL 5

WAHRNEHMUNGSFILTER IM ALLTAG

Wahrnehmungsfilter multiplizieren sich

Du hast nun viele einzelne Wahrnehmungsfilter kennengelernt. In der Realität treten sie aber selten alleine auf. Stattdessen ist es eher ein Mix aus mehreren Wahrnehmungsfiltern, der zu einer Meinung, Einstellung, Entscheidung etc. (generell oder in einer bestimmten Situation) führt.

Die verschiedenen Wahrnehmungsfilter wirken meist als ein Vergleichswert, nach dem Dein Verstand etwas beurteilt – in den meisten Fällen ohne dass Du es weißt oder aktiv mitkriegst. Denn Du weißt:

Der Vergleichswert ist der übergeordnete Wahrnehmungsfilter.
Die meisten anderen Wahrnehmungsfilter sind im Endeffekt weitere Variationen des Vergleichswertes.

Der Verstand braucht und sucht sich immer einen Vergleichswert. Er kann mit Daten nichts anfangen, wenn er keine anderen Daten hat, mit denen er diese vergleichen kann.

Wenn es keine Vergleichsdaten gibt, dann saugt sich der Verstand diese von irgendwoher – völlig unabhängig davon, ob sie sinnvoll sind oder nicht!

Manche Wahrnehmungsfilter sind Dir bewusst, manche nicht.

Wichtig ist aber: Die Wahrnehmungsfilter multiplizieren* sich gegenseitig. Bist Du zum Beispiel müde, krank oder wütend (= eher bewusste Wahrnehmungsfilter), gibst Du eher unlogischen oder nicht sinnvollen Glaubenssätzen (= eher unbewusste Wahrnehmungsfilter) etc. nach. Wenn Du topfit und gut gelaunt bist, ist das weit weniger der Fall.

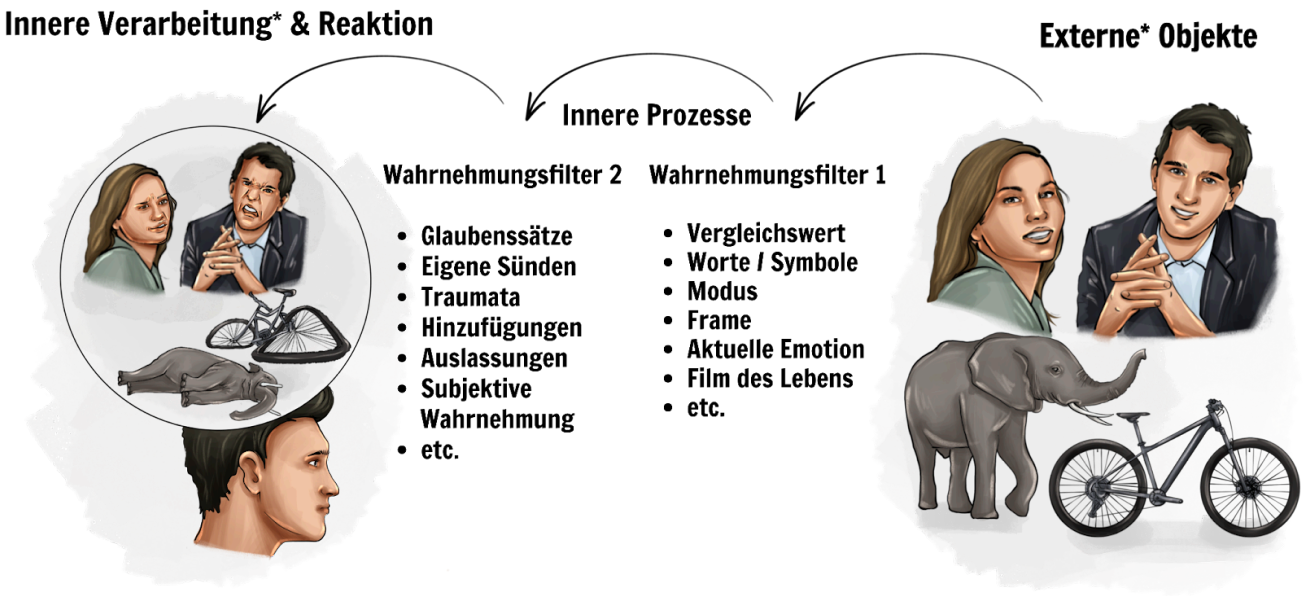
Das Problem ist, dass das meiste aus der Vergangenheit stammt und man viele vergangene Situationen nicht unbedingt auf die Gegenwart oder Zukunft anwenden kann.

Das wäre etwa so, als wenn Mediziner darauf bestehen würden, heute mit Werkzeugen aus dem Mittelalter* zu arbeiten oder jeden Patienten in eine Schublade* zu stecken und gleich zu behandeln.

Schauen wir uns also nun an ein paar Beispielen an, wie sich der Eisberg durch die Kombination verschiedener Wahrnehmungsfilter auf den Alltag auswirkt.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.



Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

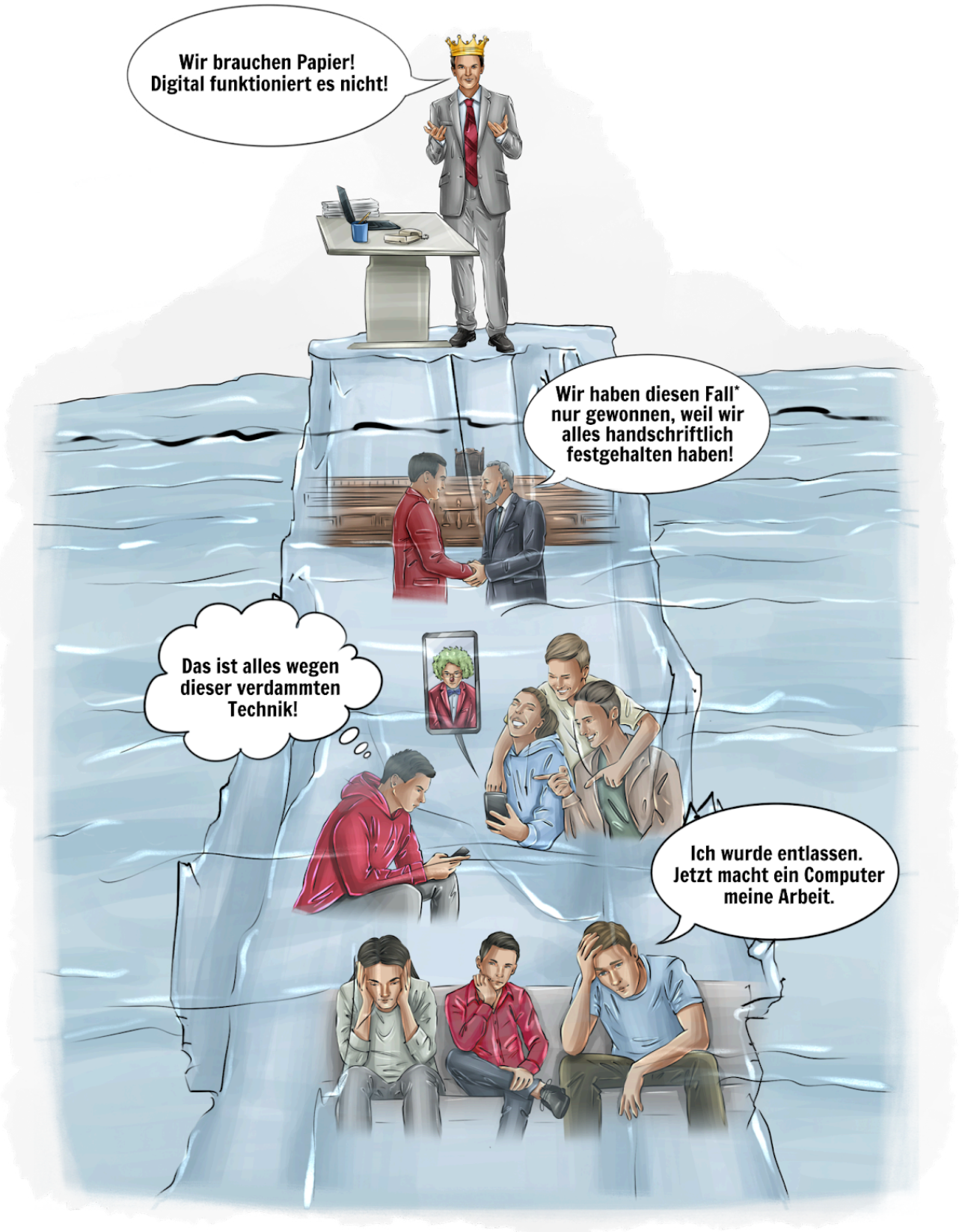
© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Beispiel: Digitalisierung

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

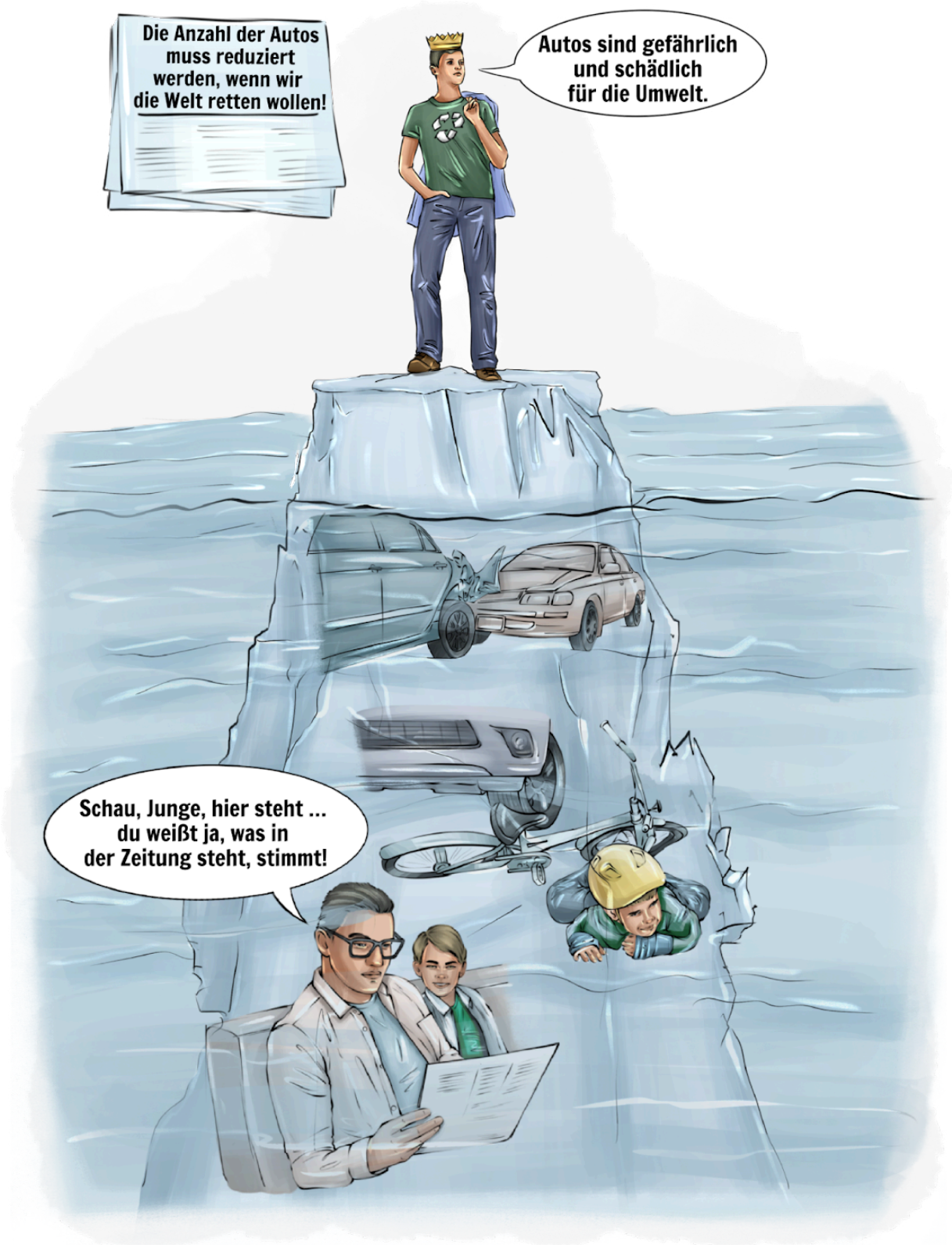
Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.



© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

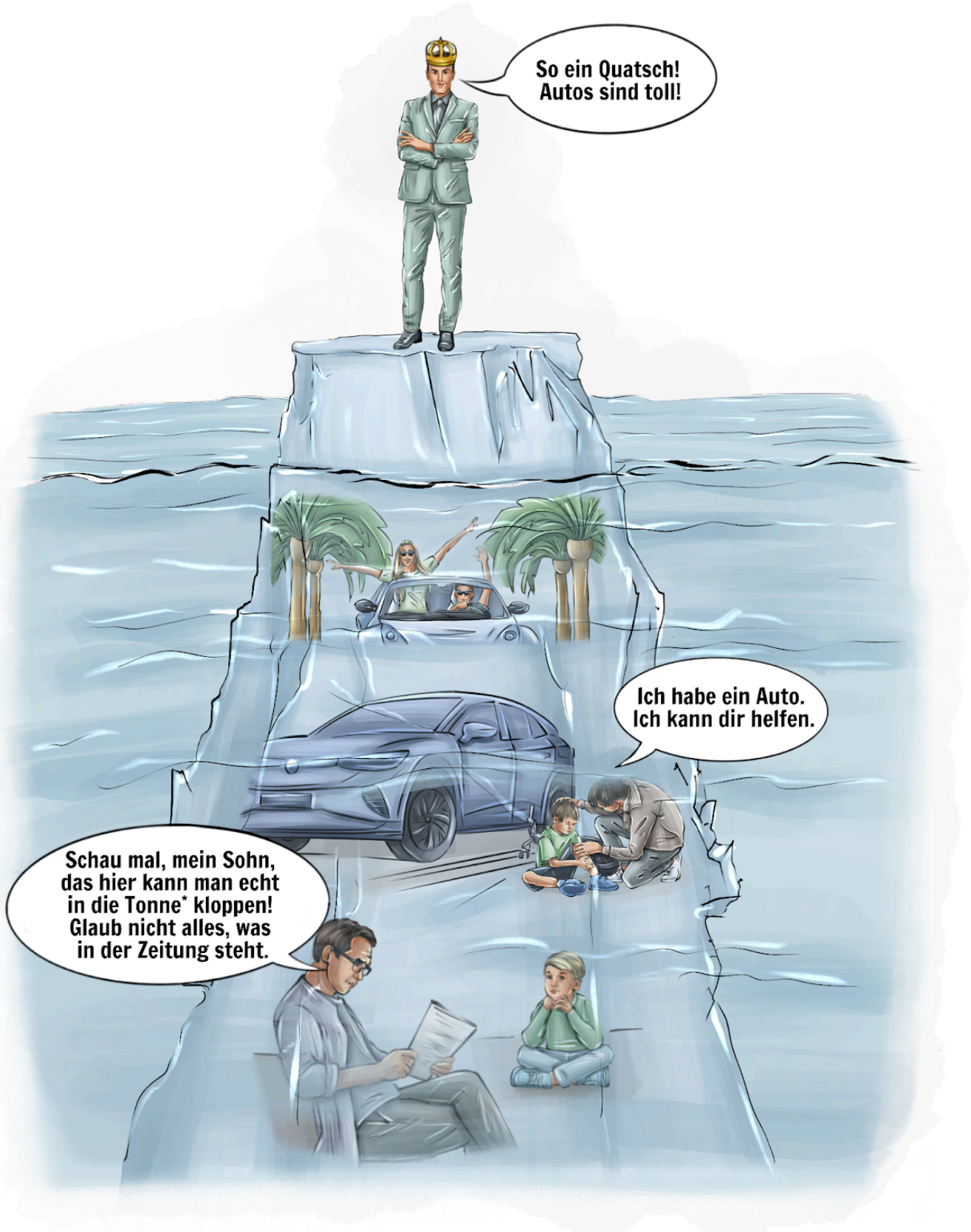
Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Beispiel: Autos und Umwelt



© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.



© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Beispiel: Statistik

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

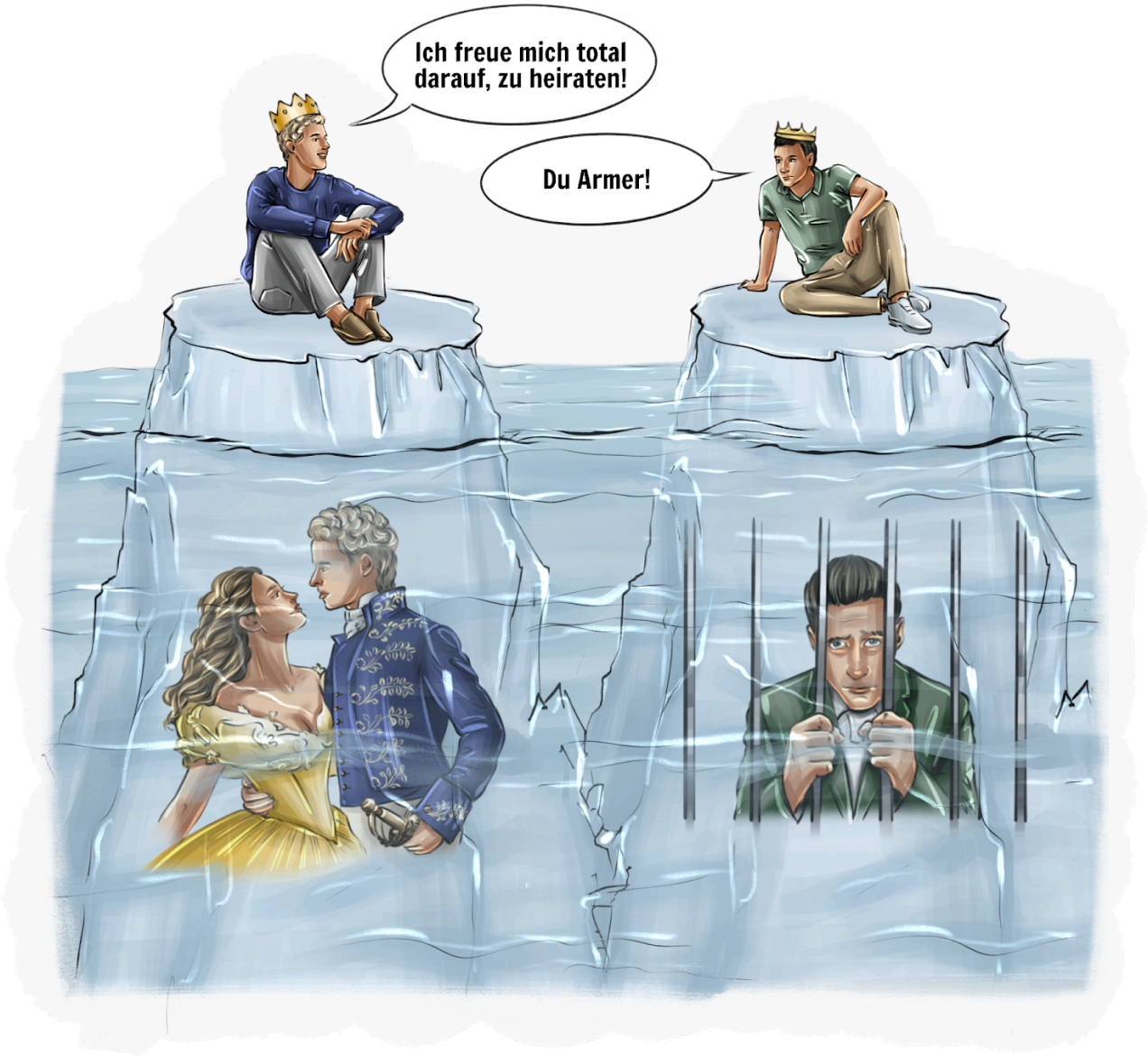
Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Beispiel: Hilfe geben

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Beispiel: Heiraten



Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Worksheet

Ausarbeitung: Erkläre an einem Beispiel, das Du erlebt oder beobachtet hast, wie verschiedene Wahrnehmungsfilter zusammenwirken und sich gegenseitig beeinflussen.

Ausarbeitung: Beschreibe eine Einstellung von jemandem, den Du gut kennst, und nenne einige Faktoren aus seinem Eisberg, die mit dieser Einstellung zu tun haben könnten.

Praktische Aufgabe: Beobachte andere und Dich selbst. Welche Wahrnehmungsfilter kannst Du in der Kommunikation mit anderen erkennen?

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

TEIL 6

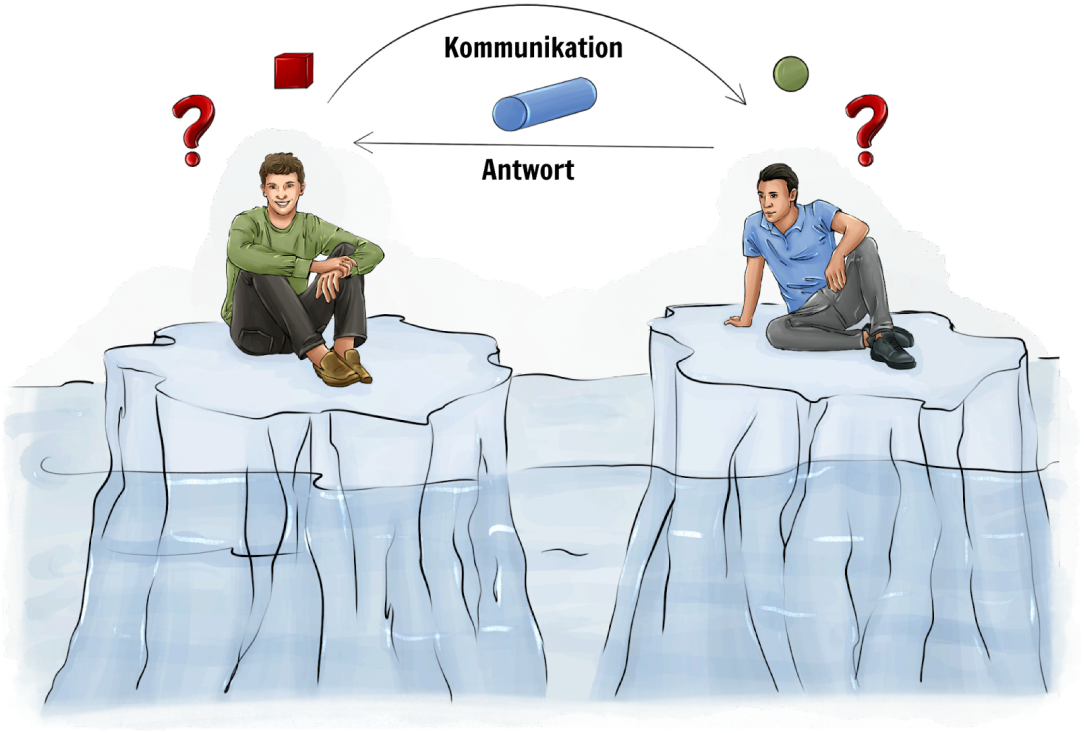
EISBERGSICHERE KOMMUNIKATION

Eisbergsichere Kommunikation

Du weißt jetzt, dass unsere Kommunikation **DAUERND** durch die über 40 Wahrnehmungsfilter verzerrt wird. Und glaube mir, das passiert ständig! Denn fast alle Wahrnehmungsfilter im Eisberg jeder Person sind Vergleichswerte, die unsere Kommunikation beeinflussen – und zwar bei jedem anders!

Der Vergleichswert stellt das Hauptproblem dar. Diesen Punkt musst Du wirklich gut verstanden haben. **Denn alles, wirklich alles wird immer automatisch mit irgendetwas verglichen**. Jede Information, die Du gibst oder bekommst, wird mit etwas verglichen, weil Dein Verstand sonst nicht denken kann.

Wenn Du das begriffen hast, ist es überhaupt noch verwunderlich*, dass Menschen die ganze Zeit aneinander vorbeireden?



Möchtest Du, dass Deine Kommunikation so ankommt, wie Du sie meinst? Dann **musst Du zuerst die Vergleichswerte kennen, also diese aktiv herausfinden und berücksichtigen.** (***"Erst kundschaften*, dann angreifen."***)

Jetzt verstehst Du vielleicht auch, warum ich immer wieder betone*, wie wichtig es ist, Definitionen von Worten nicht zu erraten oder zu vermuten. Schlage sie stattdessen in passenden Wörterbüchern nach (und ermuntere andere dazu, dies ebenfalls zu tun).

Warum? **Weil nicht verstandene Worte das Eisberg-Problem verstärken!** Denn wenn schon über die *"Träger* der Bedeutung"* (also Worte) keine Einigkeit* herrscht, dann ist Kommunikation ein sehr, sehr schwieriges Unterfangen*.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Tatsächlich haben Worte (die ja lediglich ein Symbol für eine Bedeutung sind) den Zweck, dass Leute mit ihrer Hilfe kommunizieren können. Unter anderem mit dem Ziel, ihre unterschiedlichen Eisberge aufeinander abzustimmen bzw. in Resonanz* zu bringen (sodass sie harmonisch* sind).

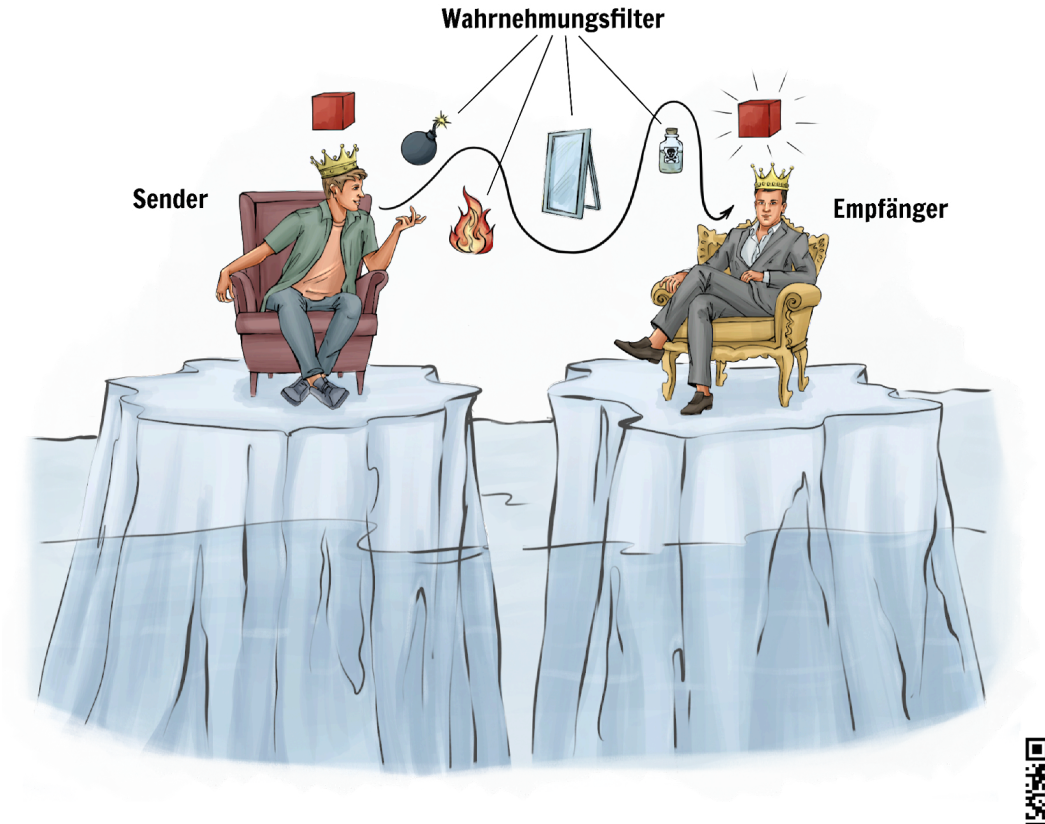
Sei Dir bewusst, dass man Kommunikation nicht einfach so von sich geben kann, *„wie einem der Schnabel* gewachsen ist“,* sondern dass man sie mit der vollen Absicht* rüberbringen muss.

Das bedeutet, sie durch die jeweiligen Wahrnehmungsfilter hindurchzubringen, mit dem Ziel, dass sie beim Empfänger* so ankommt, wie sie von Dir (also vom Sender*) beabsichtigt war.

Verantwortung übernehmen

Der Sender ist dafür verantwortlich, dass seine Kommunikation trotz Eisberg, trotz Wahrnehmungsfiltern und trotz aller möglichen Hindernisse so beim Empfänger ankommt, wie es beabsichtigt war.

Der Empfänger ist verantwortlich dafür, dass er die Kommunikation so empfängt, wie sie auf der Senderseite beabsichtigt war. Das schließt Nachfragen, Klarstellungen etc. natürlich mit ein. Willst Du auf der sicheren Seite sein, dann übernimm für beide Seiten die Verantwortung – das spart Euch beiden viel Stress.



Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Worksheet

Skizze: Stelle bildlich dar, wie Eisberge Kommunikation beeinflussen.

Ausarbeitung: Warum sind korrekte, übereingestimmte Definitionen von Wörtern sehr wichtig, um eisbergsichere Kommunikation zu erreichen? Erläutere an einem Beispiel.

Praktische Aufgabe:
a) Beobachte Kommunikationen um Dich herum. Wie laufen sie üblicherweise ab?
b) Achte bei Deinen nächsten Kommunikationen ganz besonders darauf, sie mit voller Absicht und durch die Wahrnehmungsfilter des anderen hinüberzubringen, sodass sie so ankommt, wie sie von Dir beabsichtigt war.
Notiere hier Deine Erkenntnisse aus dieser Aufgabe.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

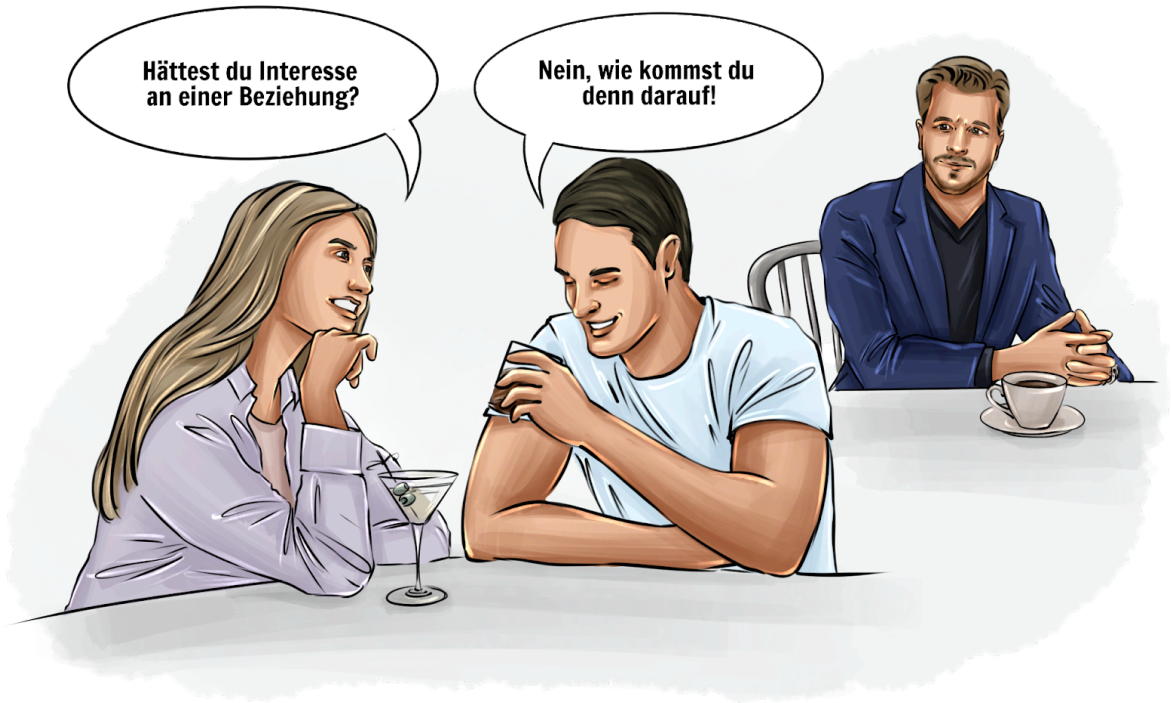
Wie Wahrnehmungsfilter Deine Kommunikation beeinflussen – ein Auszug aus *“Reicher als die Geissens”*

Tinder und die Frage *“Willst du eine feste Beziehung?”*

Erst kürzlich saß ich in einem Café, um einige E-Mails am Computer zu bearbeiten. Neben mir saß ein Pärchen, das scheinbar sein erstes Date über Tinder (eine Dating-App) hatte. Da beide nicht besonders leise sprachen, war ich praktisch voll dabei.

Nach einigen Minuten fragte das Mädchen: *“Möchtest du denn eine feste Beziehung?”*, worauf der männliche Teilnehmer antwortete: *“Nein, auf keinen Fall …”* Da ich so saß, dass ich beide Gesichter sehen konnte, merkte ich sofort, dass nach dieser Frage die Stimmung deutlich eingetrübt* war. Woran lag das? Ganz einfach, das Mädchen hätte die Antwort des jungen Mannes einfach nur wertfrei* bestätigen* und anschließend fragen sollen: *“Nur dass ich es richtig verstehe, was genau verstehst du denn unter einer festen Beziehung?”*

Der junge Mann hätte wahrscheinlich geantwortet: *“Ich verstehe unter einer festen Beziehung Klammern, dass man gegenseitig kontrolliert wird, dass man sich auf die Nerven geht, keine Freiheiten mehr hat, dauernd Rechenschaft* ablegen muss und zu Dingen gezwungen wird, die man nicht tun möchte.”*



© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Hätte das Mädchen dieses Buch hier gelesen, würde sie nun antworten: *“Danke für deine ehrliche Antwort. Nur eine Sache verstehe ich noch nicht. Wie kommst du darauf, dass das eine feste Beziehung wäre?”* Der Mann würde wahrscheinlich antworten: *“Na ja, in meinen letzten beiden Beziehungen war das so, und viele meiner Freunde berichten Ähnliches …”*

Jetzt hätte die Frau gesagt: *“Ganz ehrlich, mein lieber Tinder-Freund, wenn so eine feste Beziehung ist, dann will ich das auch nicht. Für mich war eine feste Beziehung immer etwas, bei dem man sich emotional* fest zueinander hingezogen fühlt, gemeinsame Ziele hat und gemeinsam Seite an Seite dafür kämpft.*

Dass man tollen und sehr vertrauten Sex hat, sich alles erzählen kann, dabei jeder seine Freiheiten hat und jeder wirklich freiwillig da ist. Für mich ist eine feste Beziehung wie ein Wellness-Urlaub, in den man zurückkehren kann, nachdem man sich mit den Problemen in der Schule und dem Berufsleben auseinandersetzen musste.”

Wie hätte unser männlicher Tinder-Teilnehmer wohl darauf reagiert? Das überlasse ich Deiner Fantasie*. Neben den Wörterbuch-Definitionen (die vielen schon nicht bekannt sind) gibt es nämlich bei einigen Wörtern noch sehr, sehr subjektive Auslegungen*, wie Du am Beispiel unseres Tinder-Dates gesehen hast.

Das vollständige Buch kannst Du Dir übrigens hier gegen eine Versandkostenpauschale **kostenlos bestellen**: Scanne dafür einfach den QR-Code oder (klicke auf ihn).

Die originale Hörbuch-Version findest Du in unserer **kostenlosen #Dellenhauer App**.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Worksheet

Ausarbeitung: Was kannst Du vom Beispiel des Tinder-Pärchens lernen?

Ausarbeitung: Beschreibe einige Situationen, die Du erlebt oder beobachtet hast, in der Wahrnehmungsfilter die Kommunikation beeinflusst haben.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

Was ist eisbergsichere Kommunikation?

Bevor Du Deine eigentliche Message, Anweisung oder Information rüberbringst, solltest Du immer mindestens folgende Dinge sicherstellen:

✅Kommuniziere mit übereingestimmten Definitionen

Worte und Kommunikation sind eines der wenigen Mittel*, die den *„Krieg der Eisberge“* verhindern bzw. mildern* können. Willst Du also weniger Ärger mit Deiner Umwelt, dann kläre Deine Definitionen und werde ein Meister in Kommunikation (= dass die Dinge auch wirklich so *“ankommen”*, wie Du sie absenden wolltest). Denn Du wirst sonst einfach zwischen den unterschiedlichen Eisbergen zerrieben* – wenn nicht sogar zermalmt* werden.

✅Gib eine Orientierung

Bevor Du in ein Thema einsteigst, gib immer zunächst eine Orientierung*. Worum geht es hier? Was ist der Kontext*? Warum ist das wichtig? In welchem Zusammenhang steht es? Was ist die genaue Situation? Aus welcher Rolle* (ein Vater kann z. B. *“als Freund”* oder als *“Erziehungsberechtigter”* kommunizieren) spricht der Sender? Zu welcher Rolle soll beim Empfänger gesprochen werden? etc.

✅Setze den Rahmen (Frame)

Nenne den Zweck dieses Gesprächs. Stelle, wenn nötig, korrekte Vergleichswerte her. (Dies kannst Du Dir z. B. im Verkauf zunutze machen – wir nennen es: *“den Frame vorgeben”*, aber mehr dazu im Video-Briefing zu diesem Abschnitt).

✅Achte auf den richtigen Modus

Stelle als Sender sicher, dass der Empfänger im richtigen Modus ist. (Ist die Bereitschaft* zuzuhören gerade vorhanden? Steckt er gerade mitten in einem Projekt? Hat er den Kopf frei? Ist er bereit, Informationen überhaupt zu empfangen? etc.) Stelle den Empfängermodus* sicher. Nutze dafür z. B. eine Frage wie: *„Wann hättest du kurz 15 Minuten Zeit, damit ich dir über das nächste Projekt und deine Beteiligung daran ein Briefing* geben kann?“*

✅Schaffe Übereinstimmung

Herrscht Übereinstimmung über die einzelnen Punkte? (Über die Ist-Situation*? Über die Ideal-Situation*? Über die Dringlichkeit? Über die Lösungsansätze*? etc.) Sorge zu Beginn der Kommunikation immer dafür, dass die **Ziele, die Zwecke und auch die übergeordneten Regeln***, wie das Ganze ablaufen soll, übereingestimmt werden. Auf diese Weise wird Synchronisation* der Eisberge hergestellt und Dinge werden langfristig vorhersagbar.

✅Stelle den Vergleichswert / Referenzwert aktiv her

Erfrage zuerst mögliche Vergleichswerte (*“kundschaften”*) und korrigiere diese wo nötig. Nutze dafür z. B. Bilder, ähnliche Projekte wie Webseiten, Ideale etc.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

✅Stelle die *„Definition of Done“* klar und definiere sie schriftlich

Die *„Definition of Done*“* ist das Produkt, das final bei der Aufgabenstellung herauskommen soll. Das darf aber nicht verallgemeinert* sein, sondern muss klar und detailliert definiert* sein, da es sonst Abweichungen* zwischen den Eisbergen geben wird. So stellst Du sicher, dass beim Empfänger keine Enttäuschungen wegen Themaverfehlung* auftreten, obwohl er die Aufgabe mit bestem Gewissen gemacht hat. Zusätzlich wird sichergestellt, dass keine Zeit verschwendet wird.

✅Erst kundschaften, dann angreifen! Nutze den magischen Satz

Jedes Mal, wenn Du merkst, es wird irgendwie *“dissonant”* (man schwingt nicht auf der gleichen Frequenz*) oder die Kommunikation beginnt sich festzufahren, dann benutze folgenden magischen Satz*: ***“Ok. Nur dass ich es richtig verstehe … Warum bist du der Meinung, dass …?”***

Der Zweck von *“Ok. Nur dass ich es richtig verstehe …”* (Variation*: *“Ok. Nur damit ich es nachvollziehen / verstehen kann …”)* ist, den Gesichtspunkt des anderen wertfrei (!) als wahrgenommen zu bestätigen* (und somit abzuschließen) und sicherzustellen, dass sich der andere nicht durch Deine Frage angegriffen* fühlt.

Der Zweck von *“Warum bist du der Meinung, dass …?”* *(z. B. Eier einfach ekelhaft sind)* ist, den Eisberg / Vergleichswerte / Referenzdaten* / Erlebnisse etc. des anderen herauszufinden, sodass Du seinen Blickwinkel nachvollziehen kannst.

Diese Frage variierst Du natürlich nach Bedarf, z. B.:

- *“Wie genau definierst du eigentlich ‘wichtig’?”*
- *“Woran erkennst du einen ‘guten Deal’?”*
- *“Warum findest du Eier eigentlich so eklig?”*
- *“Warum hältst du es für sinnvoll, selbst einen Schaden in Kauf zu nehmen, nur um eine andere Person zu bestrafen?”*
- *“Womit vergleichst du eigentlich gerade diese Website?”*
- *“Kanntest du vielleicht ähnliche Personen wie Max? Und wie war damals die Situation?”*

✅Mache den Gegencheck: In eigenen Worten zusammenfassen lassen

Stelle z. B. Fragen zur *„Definition of Done“*, um sicherzustellen, dass sie beim Empfänger so ankam, wie Du sie beabsichtigt hast. Stelle außerdem immer Fragen zu den Zielen, zu den Zwecken und grundlegenden übergeordneten Regeln und lass Dir einfach diese Dinge in eigenen Worten durch den Empfänger zusammenfassen.

✅Wiederholung

Stelle zum Schluss immer sicher, dass der Empfänger nochmals in eigenen Worten wiederholt, was besprochen wurde. Unterbrich ihn dabei nicht, sondern mache Notizen und korrigiere anschließend. Auf diese Art und Weise wirst Du Hinzufügungen, Weglassungen, Umpriorisierungen* etc. leicht aufdecken können. Frage ggf. nach und korrigiere komplett am Schluss.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

Vermeide in Deiner Kommunikation

❌ Vermeide *"Vias"*

Vermeide jede Form von Vias* (*"übers"*) – im Volksmund* auch *"Flüsterpost*"* genannt. Wähle immer den direktesten Weg und achte darauf, dass Du nicht zu viele *"Eisberge"* dazwischen hast, durch die Kommunikation immer weiter verfälscht werden wird. Gehe also immer den direktesten Kommunikationsweg, wenn möglich ohne *"Vias"*.

❌ Vermeide mündliche Kommunikation im Business / komplexen Bereichen

Weil bei mündlicher Kommunikation für den Empfänger nicht die Möglichkeit besteht, Worte zu klären, und man als Sender versucht ist, "*mal schnell …*" etwas rauszuhauen, ohne sicherzustellen, dass Kontext, Referenzrahmen*, Zweck, Produkt* etc. klargestellt wurden.

❌ Vermeide Kommunikationen <u>ohne</u> Orientierung

Worum geht es da? Was ist die Situation? Was ist der Kontext? etc. Stelle sicher, dass die Person immer mindestens die Situation versteht, den Zweck und das Endprodukt*. Stelle auch sicher, dass Du den Empfänger in den *"richtigen Frame (Rahmen)"* setzt, sodass er die Zusammenhänge versteht (z. B. Antwort auf die Frage: *"Wie ist diese Situation überhaupt entstanden?"*).

❌ Vermeide es, *"selbstbestimmt*"* zu sein

Nach dem Motto: *"Ich habe doch alles gesagt …"* Stell sicher, dass Deine Kommunikation auch im Zusammenhang / Kontext genauso beim Empfänger ankommt, wie Du sie absenden möchtest. Übernimm Verantwortung* für das **Ankommen**, nicht nur für das Absenden.

❌ Vermeide es, *"Erkenntnisse zu füttern"*

Unter Erkenntnissen verstehen wir, dass ein Sender einen langen Erkenntnisprozess* durchgemacht hat (durch Beobachtungen, die Historie*, verschiedene Feedbackloops* etc.) und nun denkt, dass er andere mit der Schlussfolgerung* seiner Erkenntnis *"füttern"* kann. Der andere wird natürlich nie dieses tiefgreifende Verstehen haben wie der Sender, da er den ganzen Kontext, die Historie und die Entwicklung des Bewusstseins* nicht mitgemacht hat.

❌ Vermeide es, mit *"Kraft und Überwältigung"* zu arbeiten

Wenn wir mit Kraft oder Überwältigung arbeiten, dann gibt es keine Sieger, nur Verlierer. Die Reaktion wird verantwortungsloses, roboterhaftes Handeln sein und Dein Gegenüber wird zukünftige Kommunikation mit Dir meiden wollen. *"Kraft und Überwältigung"* führt außerdem zu Sabotage, Vermeidung, der Idee *"es zurückzahlen zu wollen"* und (wenn es zu oft passiert) zur *"Spiegelung"* (= die Person wird ab jetzt andere und auch Dich genauso behandeln). Du kannst Deine Wahrheiten anbieten, präsentieren, verkaufen etc. – jedoch niemals aufzwingen!

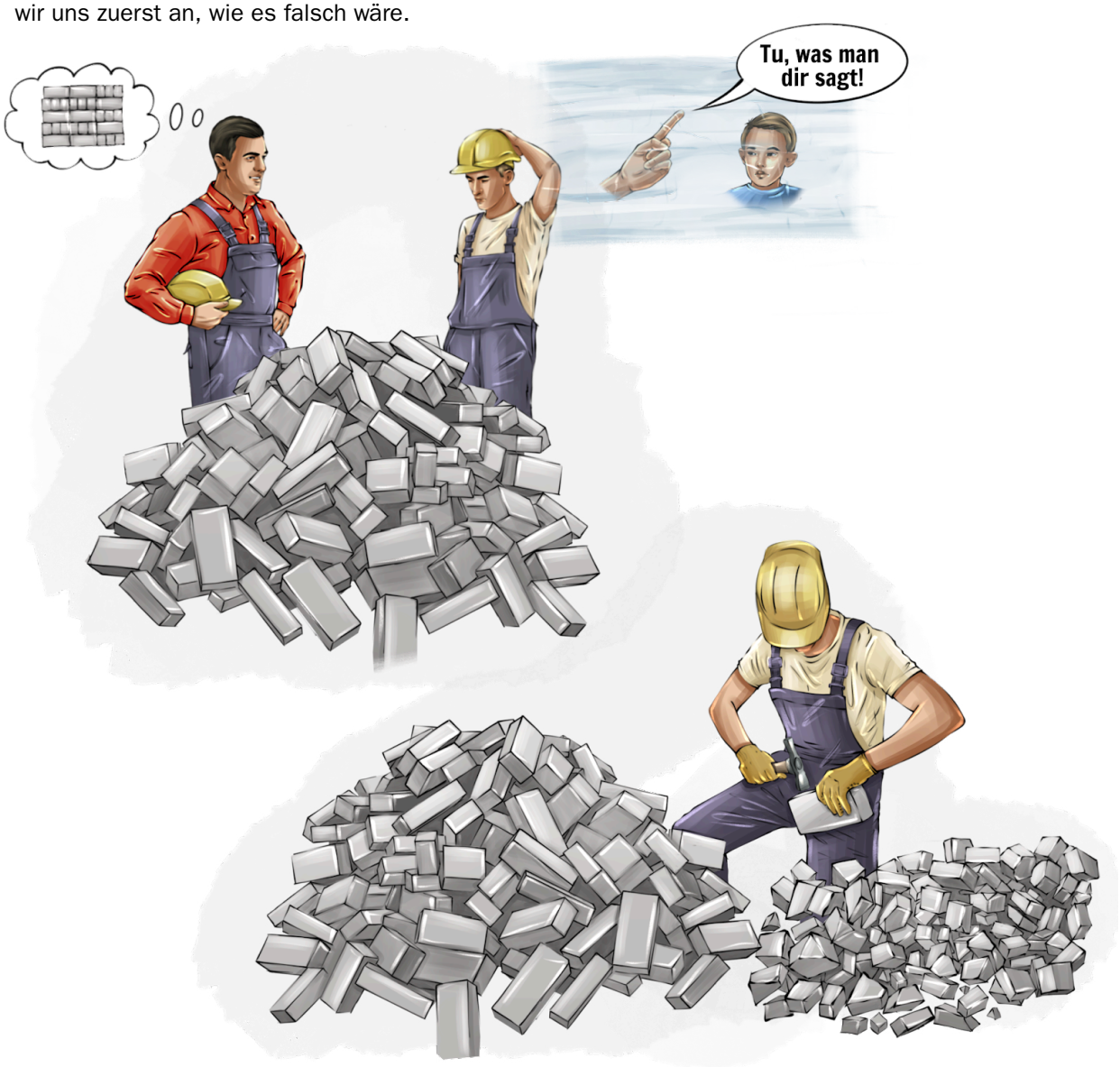
Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Beispiel für eisbergsichere Kommunikation

Schauen wir uns an einem Beispiel an, wie eisbergsichere Kommunikation funktioniert. Dazu schauen wir uns zuerst an, wie es falsch wäre.



Der Maurermeister weist seinen Lehrling an, die Steine zuzurichten (also vorzubereiten). Er überprüft nicht, ob der Lehrling ihn versteht. Der Lehrling hat die falsche Definition von zurichten und wundert sich etwas, dass er die Steine zerschlagen soll. Er hat aber gelernt zu tun, was ihm gesagt wird, also macht er sich ans Werk …

So geht es nicht! Nehmen wir uns jetzt die gleiche Szene vor, aber mit korrekter eisbergsicherer Kommunikation.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Eisbergsichere Kommunikation seitens des Senders

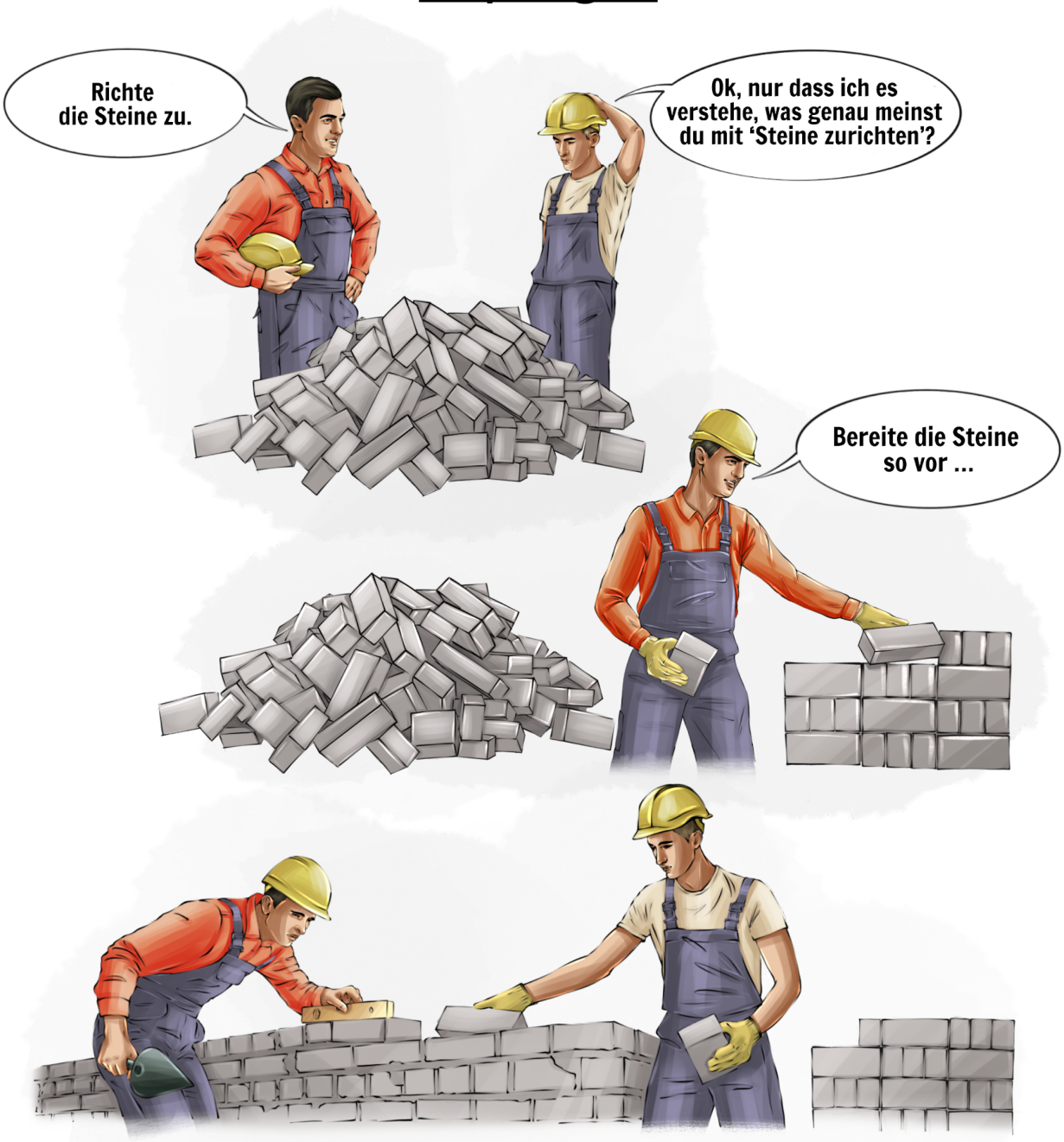
Der Maurermeister weist seinen Lehrling an, die Steine zuzurichten (also vorzubereiten). Um sicherzugehen, dass er korrekt verstanden wurde, fragt er den Lehrling dann, was das für ihn bedeutet. Er erkennt das Missverständnis und löst es auf.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

Eisbergsichere Kommunikation seitens des <u>Empfängers</u>



Der Maurermeister weist seinen Lehrling an, die Steine zuzurichten (also vorzubereiten). Der Lehrling ist verwundert, da er *"zurichten"* nur in der Definition *"stark beschädigen"* kennt. Daher nutzt er den magische Satz und findet heraus, was der Meister genau meint.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Worksheet

Praktische Aufgabe: Nimm Dir jede Regel von *“Was ist eisbergsichere Kommunikation?”* (mit grünem Haken) nacheinander vor. Wende sie einen Tag lang ganz bewusst an. Nimm Dir am nächsten Tag die nächste Regel vor und wende diese ganz bewusst an. Notiere hier Deine Erkenntnisse aus dieser Aufgabe.

Ausarbeitung: Wie kannst Du die *“Don’ts” (“Vermeide in Deiner Kommunikation”)* anwenden? Nenne zu jedem Don’t ein konkretes* Beispiel, beschreibe, was genau Du nicht tust und was Du stattdessen tust.

Ausarbeitung: Wie kannst Du sicherstellen, dass Kommunikation so ankommt, wie sie gedacht war? Als Sender? Als Empfänger? Erläutere an konkreten Situationen aus Deinem Alltag.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Den Eisberg des Gegenübers erkunden

Du hast nun gelernt, wie man im Alltag eisbergsicher kommuniziert. Doch in manchen Situationen muss man noch tiefer gehen, um zu verstehen, wie der Eisberg Deines Gegenübers aussieht.

Zum Beispiel wenn Situationen längerfristig festgefahren sind und Du scheinbar *"keinen Draht*"* zu der Person finden kannst. (Beachte: Eine gute Kommunikationslinie* besteht aus gegenseitiger Bewunderung* und Respekt.)

Sei Dir bewusst, dass es etwas Arbeit ist, den Eisberg wirklich zu erkunden und Situationen zu lösen. Wenn Du Dir dies vornimmst, mache es Dir bewusst und nimm Dir wirklich die Zeit dafür.

Eigene negative Glaubenssätze auflösen

Überprüfe zuerst bei Dir selbst, ob es eventuell Glaubenssätze oder Entscheidungen gibt, die Dich daran hindern, einen Draht zu der Person aufzubauen oder die Situation aufzulösen. Wenn es welche gibt, bereinige sie.

Richtiges Setup

Stelle sicher, dass die andere Person auch Zeit hat und bereit ist, mit Dir zu sprechen. Triff Dich mit ihr an einem ablenkungsfreien, ruhigen Ort, an dem ihr ungestört sprechen könnt.

Die richtigen Fragen

Orientiere sie, bei schwierigen Situationen bekomme ihre Übereinstimmung, sich die Situation anzuschauen. Erfrage dann ihren Eisberg. Dazu kannst Du zum Beispiel folgende Fragen nutzen:

- *"Wir haben ja nun schon länger ein Problem mit … Ich verstehe nicht richtig, warum sich dieses Problem nicht auflöst. Wäre es in Ordnung für dich, wenn wir uns das gemeinsam ansehen?"* (Falls sie nicht einverstanden ist, kannst Du direkt fragen: *"Ok. Nur dass ich es verstehe, warum hast du daran kein Interesse?")*
- *"Ok. Nur damit ich es verstehe, kannst du mir erklären, was aus deiner Sicht passiert ist?"*
- *"Ok. Für mich kurz zur Erklärung, warum hat das auf dich so gewirkt?"*
- *"Ok. Ich verstehe. Hast du etwas Ähnliches früher schon mal erlebt?"*
- *"Ok. Dieser Punkt ist mir noch nicht ganz klar. Was für Auswirkungen hatte das auf dich?"*
- *"Ok. Nur damit ich es noch besser verstehe, hast du sowas woanders schon mal erlebt?"*

Weitere Fragen zum Erkunden des Eisbergs findest Du im nächsten Abschnitt.

Wenn Du einfach nur den Draht zu einer Person aufbauen willst, würdest Du zuerst etwas finden, was Du an dieser Person magst und mit ihr über etwas reden, das ihr beide mögt (Fußball, Urlaub in den Bergen, Bücher von …). Dann kannst Du ebenfalls Fragen einbauen, um den Eisberg zu erkunden:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

- *"So und so finde ich auch super. Was gefällt dir am besten daran? – Ah, verstehe. Und wenn ich das richtig mitbekommen habe, magst du … nicht. Nur dass ich es verstehe, was stört dich daran?"*
- *"Ok. Nur dass ich es verstehe, warum findest du …?"*
- *"Ok. Dieser Punkt ist mir noch nicht ganz klar. Was bedeutet … für dich?"*

Neutral bestätigen

Ganz wichtig: Egal, was die Person Dir sagt – Du darfst es nicht bewerten* (beurteilen, Deine Meinung dazu sagen)! Lass sie einfach erzählen und bestätige, dass Du sie gehört hast – neutral*.

Neutrale Bestätigungen sind z. B.:

- *"Ok."*
- *"In Ordnung."*
- *"Ich verstehe."* (aus Sicht des anderen Gesichtspunkts)

Achte aber darauf, einen neutralen Ton* zu wählen, denn auch ein *"Ok"* kann bewertend klingen, wenn Du es fragend klingen lässt oder es wütend sagst.

Du musst Deinem Gesprächspartner nicht zustimmen, wenn Du das nicht möchtest oder es nicht passt. Sag ihm aber auch nicht, dass er Deiner Meinung nach falsch liegt oder etwas falsch verstanden hat. Bestätige ihn einfach neutral und frage weiter nach.

Nicht auf Provokationen eingehen

Gehe nicht auf Provokationen* oder Missemotionen* ein, außer ggf. nachzufragen: *"Ok. Nur das ich es verstehe, warum hat es sich für dich so angefühlt / so auf dich gewirkt / …?"*

Bleibe einfach locker und interessiert* (und je mehr Du dies übst, desto einfacher wird es, diese Einstellung beizubehalten). Denke daran: Das Ziel ist, den Eisberg der anderen Person wirklich zu verstehen!

Den Empfangsmodus sicherstellen

Erst wenn Du ihren Eisberg wirklich gut kennst und praktisch voraussagen kannst, was sie sagen wird, kannst Du die Person ggf. sanft in den Empfangsmodus bringen. Dein Gegenüber sollte sich, nachdem er genug *"Dampf abgelassen"* hat, Stück für Stück entspannter fühlen.

Frage ihn, ob er bereit ist, sich Deine Seite anzusehen oder sich einen Fakt* anzusehen (den er vielleicht falsch verstanden hat) oder ähnlich. Gib ihm dann die entsprechenden Daten.

Aber Achtung: Beschuldige die Person nicht und benutze nicht das, was sie Dir erzählt hat, gegen sie – sonst war die ganze Arbeit umsonst und sie wird sich Dir möglicherweise nie wieder öffnen.

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Liste von Eisberg-Fragen

Um den Eisberg Deines Gegenübers zu erkunden, kannst Du viele verschiedene Fragen verwenden – natürlich je nach Situation angepasst. Ein paar weitere Beispiele für Eisberg-Fragen findest Du hier:

- Was habe ich falsch gemacht? (die mächtigste Frage bei sehr aufgebrachten Personen)
- Womit vergleichst Du das Angebot? etc.
- Ich sehe, du bist nicht begeistert von der Idee … (die Events voller zu kriegen). Was passiert denn da bei Dir?
- Ich glaube, Dir liegt doch was auf der Seele. Was ist denn das?
- Hier oben steht ganz groß *"Ich stimme nicht überein"*. Was ist denn los?
- Hast Du die Idee, Du bist manchmal … (der Depp vom Dienst)?
- Was sind denn das für Situationen, wo ich Dir das Gefühl gebe … (der Depp vom Dienst zu sein)?
- Was sind die Punkte, wo Du einen Hals* gekriegt hast? Was habe ich da falsch gemacht?
- Wenn Du ich wärst, wie würdest Du es machen?
- Du sagst: *"Es klappt nicht."* Was heißt denn das genau für Dich?
- Wenn Du an meiner Stelle wärst, wie würdest Du es besser machen?
- Du hast ja vorher schon woanders gearbeitet, wie haben die es denn da gemacht?
- Was denkst Du denn, warum … (… wir so viele Auszubildende haben)?
- Habe ich das richtig verstanden, dass … (… die Erwartung nicht den Ressourcen* entspricht)?
- Was könnte man denn tun, um … (… zumindest einen Großteil dieses Frusts rauszunehmen)?
- Was müsste denn (noch) passieren, damit Du … (… mich wieder ein bisschen lieb hast)?
- Was hältst denn Du eigentlich von … (… unserer kleinen Ausbildungsoffensive*)?
- Jetzt hast Du gesagt … (*"In meinem Bereich läuft es total gut"*). Was sind denn die Punkte, auf die Du besonders stolz bist?
- Ich will Dir nichts aufzwingen. Ich versuche einfach nur zu verstehen, wie die Situation ist …
- Gibt es irgendwas, wo Du sagst: *"Da könnte ich noch Unterstützung brauchen"*?
- Ich habe hier … (ein Booklet). Dazu würde ich gerne mal Deine Meinung hören.
- Nur dass ich es verstehe (ich bin mir nicht ganz sicher), was hast Du denn bisher schon an Ausbildung gemacht?
- Was wäre denn der Bereich, wo Du sagen würdest … (*"… da kann ich noch was rausholen"*)?
- Wenn Du selbst Dein eigener Ausbilder wärst, was würdest Du Dir empfehlen?

Tipp: Eine weitere Technik, um jemanden dazu zu bringen, Dir von seinem Eisberg zu erzählen, ist: Bestätige eine Aussage von ihm und halte dann den Mund. Die meisten Leute können die Stille nicht ertragen und füllen sie mit dem, was sie noch im Kopf haben.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Wichtig: Nur Zuhören, Nachfragen und Mitgefühl sind erlaubt. Du darfst keinerlei Wertung*, Mitleid* oder sonst irgendetwas dazupacken. Du kannst einfach zuhören, nachfragen und die Antworten bestätigen, aber auf keinen Fall bewerten!

Superwichtig: Mache gerade in angespannten Situationen NIEMALS absolute Aussagen oder stelle irgendetwas als Fakt dar (es wäre ja eh nur der Fakt plus Deine Filter) – Du wirst auf Ablehnung* und Protest* stoßen. Benutze stattdessen subjektive Aussagen wie *"Aus meiner Sicht …", "Für mich fühlt es sich so an, wie …", "Ich persönlich denke …", "Ich habe den Eindruck …", "Mir erscheint das …"*

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Worksheet

Ausarbeitung: Wie gehst Du vor, wenn Du jemandes Eisberg wirklich in die Tiefe erkunden oder eine festgefahrene Situation lösen willst? Erkläre an einem Beispiel, wie Du die einzelnen Schritte konkret umsetzen würdest.

Skizze: Stelle bildlich dar, warum es so wichtig ist, neutral zu bestätigen, und was passiert, wenn Du es nicht tust.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Praktische Aufgabe: Höre Dir verschiedene Bestätigungen von anderen an und achte darauf, wie sie klingen und wirken. Übe dann in alltäglichen Situationen, neutral und abschließend zu bestätigen.

Ausarbeitung: Beschreibe eine konkrete Situation, die Du mit dem Wissen über Eisberge angehen könntest. Schreibe 5 dazu passende Fragen, mit denen Du den Eisberg der anderen beteiligten Person erkunden könntest.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Resümee der Eisberg-Problematik

- **Jeder Mensch nimmt seine Umwelt völlig anders wahr als jeder andere Mensch auf dieser Welt.** Aber nicht nur die Welt, sondern auch jede Situation, jeden Umstand und jeden Gegenstand.

- **Meist völlige Unbewusstheit***: Fast jeder Mensch denkt jedoch, dass die Leute um ihn herum die Umwelt genauso wahrnehmen würden, wie er es tut, da ihnen das Prinzip des Eisbergs und der Wahrnehmungsfilter nicht bekannt oder bewusst ist.

- **Grund allen Übels**: Die Eisberg-Problematik ist der Hauptgrund für Streit, Misstrauen, Nichtverstehen, fehlgeschlagene Projekte, pleitegegangene Firmen, Krieg und Grausamkeit (da die einzelnen *"Könige"* denken, dass der andere das *"mit Absicht"* macht, dabei handelt der andere König einfach nur aus dem Gesichtspunkt seines Eisbergs und seiner Wahrnehmungsfilter).

- **Wahrnehmungsfilter:** Die wichtigste Wahrnehmungsfilter sind der Vergleichswert und *"unbekannte Daten, die in der Excel-Tabelle vorhanden sind und das Ergebnis verfälschen"*. Die meisten anderen Wahrnehmungsfilter sind im Grunde genommen Variationen des Vergleichswertes, weil der Verstand immer etwas mit etwas vergleichen muss.

- **Dissonanz***: Der Eisberg ist weder dem darauf stehenden König bewusst noch dem externen* Betrachter.

- **Missverständnisse in der Kommunikation** laufen folgendermaßen:
    - Max übermittelt die Idee A*, so wie er sie wahrnimmt, modifiziert durch seinen Vergleichswert X*, an Moritz.
    - Moritz nimmt die übermittelte Kommunikation, setzt sie in Relation* zu seinem Vergleichswert Y* und versteht darum etwas ganz anderes.
    - Anschließend gibt es Streit zwischen Max und Moritz, wobei der eine enttäuscht ist, weil er doch alles gemacht hat wie "*besprochen*", und der andere denkt, dass er absichtlich alles abgeändert hätte.
    - Tatsächlich waren sich beide einfach nicht der Eisberg-Problematik bewusst und wussten nicht, wie man eisbergsichere Kommunikation durchführt.

- **Die *"Realität"* wären die Schnittpunkte***, auf die sich die einzelnen Könige bezüglich der Eisberge geeinigt haben.

- **Subjektive Aussagen** wie *"schön", "gut", "böse"* etc. sind besonders anfällig für die Eisberg-Problematik, da ja jeder König selbst festgelegt hat, was er als schön, gut etc. empfindet. Benutze hier immer den *"magischen Satz"*, um den Eisberg des anderen zu erkunden.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

- **Die Verantwortung, dass die Kommunikation so ankommt, wie sie beabsichtigt war**, liegt sowohl beim Sender als auch beim Empfänger. Vergiss aber nicht, dass Du jetzt sehr viel mehr über Eisberge weißt als 99,9 % der Menschheit. Es wäre also schlau, auch Dein Umfeld mit diesem kostenlosen Booklet zu versorgen. Auch Definitionen und Worte nicht einfach nur zu erraten, sondern wirklich zu klären und mit Gegenchecks* zu arbeiten, ist stark in Deinem eigenen Interesse.

- **Erst kundschaften, dann angreifen:** Es ist völlig sinnlos, gegen etwas zu argumentieren*, jemandem etwas zu verkaufen, jemanden von etwas überzeugen zu wollen etc., wenn man nicht zuerst den Eisberg des anderen erkundet hat.

- **Gute Anführer** verstehen es, die unterschiedlichen Eisberge für die gleiche Idee zu begeistern, indem sie sich individuell auf ein gemeinsames Ideal einigen.

- **Ähnliche Kategorien von Königen bzw. Eisbergen** (wie z. B. ähnlicher Persönlichkeitstyp*, ähnliche Interessen, ähnliche Historie / Entwicklungsgeschichte) verstehen sich besser, als wenn Eisberge aus gemischten Kategorien aufeinandertreffen. Hier ist mehr Arbeit beim Angleichen der Eisberge zu erledigen.

- **Erkunde zuerst** (und wenn sich Kommunikation festfährt bzw. *"dissonant"* wird) und handhabe stets den anderen Eisberg mit dem *"magischen Satz"* und den weiteren Techniken, die Du für eisbergsichere Kommunikation gelernt hast.

- **Emotionale* Ladung* auf *"Hilfe bekommen / Hilfe geben"*:** Neben der Eisberg-Problematik ist speziell der Bereich *"Hilfe"* ein weiterer Hauptfaktor, der uns im zwischenmenschlichen Bereich jeden Tag das Leben schwer macht. Solltest Du **das Booklet *"Der versteckte Faktor (Hilfe)* – Warum wir zwischenmenschlich manchmal verzweifeln"*** noch nicht studiert haben, so solltest Du das jetzt schleunigst tun. Hier kannst Du es Dir **kostenlos und ohne Anmeldung** herunterladen.

- **Kenne Deinen eigenen Eisberg, so gut es geht**: Ich habe viele Jahre meines Lebens damit verbracht, mich selbst und meinen Eisberg besser zu verstehen. Ich habe falsche Daten, Traumata, falsche Vergleichswerte etc. Stück für Stück bei mir korrigiert bzw. korrigieren lassen. War es leicht? Nein! War es Arbeit? Ja! War es das wert? Absolut ja! Genau genommen ist das Leben sehr grausam, wenn man sich selbst und andere nicht versteht. Dieses Booklet ist nur der erste Schritt …

- **Verbreite dieses Booklet in Deinem Umfeld**: Stell Dir vor: *"Wie wäre Dein Leben, wenn alle um Dich herum das gleiche Wissen hätten wie Du jetzt?"* Wäre es vielleicht harmonischer? Produktiver? Würde unnötiger Streit und Leid reduziert* werden? Hättest Du bessere Beziehungen? Bessere Geschäftspartner? Bessere Emotionen und Gefühle? Wäre Deine Umgebung nicht viel sicherer und stabiler? **Hilf mir dabei, das Leben auf diesem Planeten für alle ein gutes Stück schöner zu machen, und verbreite dieses kostenlose Booklet**. Nutze dafür auch gerne Deine Social-Media-Kanäle*, Whatsapp etc.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Wichtiger Hinweis: Dieses Booklet ist eigentlich Teil unserer kostenpflichtigen Unternehmer-Coachings. Da dieses Wissen allerdings für jedermann so fundamental ist und wir davon überzeugt sind, dass es die **Welt ein Stückchen besser** machen könnte, geben wir es **kostenlos als unseren Beitrag an die Menschheit** heraus. (Es gibt keine Copyright-Einschränkungen, Du kannst es frei überall verwenden, solange Du die Inhalte nicht abänderst.)

Solltest Du dieses Booklet in der gedruckten Form vorliegen haben, dann kannst Du es auch als PDF über diesen QR-Code herunterladen. Verschicke es an Deine Freunde, Familie und Menschen, denen es helfen könnte, und hilf uns dabei, dieses fundamentale Wissen in die Welt hinauszutragen!

Video-Briefing: Schaue Dir jetzt das Video-Briefing zu diesem Abschnitt an:

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

ZUSAMMENFASSENDES WORKSHEET

(Ausführliches Worksheet, das das Thema *“Der königliche Eisberg”* ALS GESAMTHEIT in Deinem Wissensnetz verankern wird)

Zusammenfassendes Worksheet

Skizze: Stelle bildlich dar *“Jeder Mensch denkt aber, dass die Leute um ihn herum die Umwelt genauso wahrnehmen würden, wie er es tut”*.

Ausarbeitung: Nenne einige Situationen, die zeigen, wie die Eisberg-Problematik Streit, Misstrauen etc. bis hin zu Kriegen verursacht. Wie könnte man die Situation durch Wissen über Eisberge ändern?

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Ausarbeitung: *“Fast alle anderen Wahrnehmungsfilter sind im Grunde genommen Variationen des Vergleichswertes, weil der Verstand immer alles mit allem vergleicht.”* Erläutere dies am Beispiel einiger anderer Wahrnehmungsfilter. Zeige dabei, wie der jeweilige Wahrnehmungsfilter als Vergleichswert verwendet wird.

Praktische Aufgabe: Beobachte Kommunikationen und habe dabei besonders ein Auge auf subjektive Aussagen. Überlege Dir zuerst: *“Wie wirken sie auf mich? Was würde ich jetzt darunter verstehen?”* Frage dann nach und finde heraus, was die Person wirklich mit der Aussage gemeint hat. (Denke ans neutrale Bestätigen!) Notiere hier Deine Erkenntnisse aus dieser Aufgabe.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Ausarbeitung: Wie könntest Du *“Erst kundschaften, dann angreifen”* anwenden? Privat? Im Beruf? Schreibe konkrete Situationen auf und wie Du es dort anwenden würdest.

Praktische Aufgabe: Wende einen Tag lang ganz bewusst den *“magischen Satz”* an, um eisbergsichere Kommunikation zu erreichen und andere Eisberge besser zu verstehen. Notiere hier Deine Erkenntnisse aus dieser Aufgabe.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

Updates und Erweiterungen: Checke jetzt, ob es noch weitere Updates, Erweiterungen oder zusätzliche Ressourcen zu diesem Booklet gibt, indem Du den QR-Code scannst.

Wenn Du mehr über dieses Thema wissen möchtest

Willst Du noch mehr über dieses Thema erfahren? Dann schau Dir das ausführliche Video *"Bedienungsanleitung für den Verstand"* in meiner kostenlosen **#Dellenhauer App** an. Dort erkläre ich die Prinzipien aus diesem Booklet, zeige aber auch andere Blickwinkel und gehe vor allem auf die Anwendung in der Praxis ein. Scanne den QR-Code, um zur App zu gelangen.

Alle Updates, Erweiterungen und ggf. zusätzliche Ressourcen studiert? Dann:

Ende des Booklets, Ende des Studierprogramms.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

Hast Du schon alle kostenlosen Fundamental-Booklets?

Scanne den QR-Code und lade Dir unsere weiteren Booklets aus der Fundamental-Serie kostenlos herunter!

Wichtiger Hinweis: Dieses und die anderen Booklets der Fundamental-Serie sind eigentlich Teil unserer Unternehmer-Coachings. Da dieses Wissen allerdings so fundamental ist und wir davon überzeugt sind, dass es die **Welt ein Stückchen besser** machen könnte, geben wir es **kostenlos als unseren Beitrag an die Menschheit** heraus.

Du kannst also alle unsere Fundamental-Booklets als PDF über diese QR-Codes herunterladen.

Noch eine wichtige Sache: Wenn Dir das Wissen aus diesem Booklet geholfen hat, dann schicke es an Menschen, die es auch gebrauchen könnten, weiter! Es gibt keine Copyright-Einschränkungen, Du kannst es überall frei verwenden, solange Du die Inhalte nicht abänderst.

Nutze den QR-Code, um die Booklets herunterzuladen, und hilf uns dabei, dieses fundamentale Wissen in die Welt hinauszutragen!

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

GLOSSAR

Hinweis: Worte können viele (teilweise stark unterschiedliche) Definitionen haben. Die Begriffe in diesem Glossar sind nur in der Definition beschrieben, die in diesem Booklet genutzt wird. Außerdem wurde darauf geachtet, dass die Definitionen sehr leicht verständlich sind. Im Duden wirst Du alle Definitionen finden.

Glossar

*****

Zeichen für *“geboren”*, bei der Angabe von Geburtsdaten.

†

Zeichen für *“gestorben”*, bei der Angabe von Sterbedaten.

%

Zeichen für *Prozent*. Wörtlich übersetzt *“von hundert”*. Hundertster Teil. Beschreibt, wie viele Teile von etwas gemeint sind, wenn man von der Grundmenge 100 ausgeht.

Beispiel: Wenn von 10 Kindern 8 Kinder ein Schwimmabzeichen machen, wären das 80 Prozent mit Schwimmabzeichen. Denn hochgerechnet auf 100 wären es 80 Kinder, daher 80 von 100, also 80 Prozent.

A

Platzhalter für etwas, das nicht genau benannt wird oder nicht bekannt ist.

abgenommen

Von jemandem (anderem) geprüft und als richtig anerkannt.

Ablehnung

Zurückweisung von etwas Angebotenem, Weigerung, etwas anzunehmen.

ableiten

Aus etwas, das vorhanden ist oder das man schon weiß, weitere Informationen folgern.

Beispiel: Du weißt, dass man den Zweck einer Aufgabe kennen muss, um sie korrekt auszuführen. Daraus kannst Du ableiten, dass Du besser nachfragst, wenn Dir jemand eine Aufgabe gibt, ohne den Zweck zu nennen.

Absicht

Fokussierter Wille, bewusste Entscheidung und Willen, etwas Bestimmtes zu erreichen oder zu tun, mit darauf gelegter Aufmerksamkeit.

Abweichung

Unterschied zu dem, wie es eigentlich sein sollte.

Adler

Wir benutzen die Metapher (bildliche Darstellung) Adler, Giraffe und Ameise, um zu zeigen, dass man z.B. auf eine Organisation, eine Sache, ein Projekt etc. aus verschiedenen Blickwinkeln schauen muss, um die gesamte Situation bestmöglichst erfassen zu können. Ein Adler sieht z. B. eine Organisation von oben und hat den kompletten Überblick über das große Ganze. Eine Giraffe schaut aus einer tieferen Perspektive – ähnlich einem Manager – in den jeweiligen Bereich. Eine Ameise sieht und hat alle Details und Feinheiten.

ähnlich

Nicht völlig gleich, aber in vielen / bestimmten Merkmalen übereinstimmend.

aktiv

Von sich aus tätig werdend, ohne darauf zu warten, dazu aufgefordert zu werden.

allergisch

An einer Allergie leidend. Eine Allergie ist eine Erkrankung, bei der der Körper überempfindlich auf bestimmte Stoffe reagiert.

Ameise

Siehe *“Adler”.*

Analyse

Untersuchung, bei der man sich etwas ganz genau in seinen Einzelteilen anschaut.

Eine gezielte Untersuchung, bei der die untersuchte Sache in ihre Bestandteile zerlegt wird und diese anschließend geordnet und ausgewertet werden.

analysieren

Etwas (auf bestimmte Merkmale hin) untersuchen, sich etwas genau anschauen und dadurch Informationen bekommen.

analytisch

Logisch (folgerichtig, vernünftig) und systematisch (nach einem bestimmten System*) denkend.

Angebot

Spezifischer Vorschlag eines Produktes an einen potenziellen Kunden, inkl. Preis und Bedingungen, zu denen er das Produkt kaufen kann.

angegriffen fühlen, sich

Das Gefühl haben, dass die eigenen Meinungen, Handlungen oder die eigene Persönlichkeit kritisiert (bewertet und schlecht gemacht) oder in Frage gestellt werden. Dadurch wird häufig ein Gefühl der Bedrohung verursacht und die betroffene Person meint, sich verteidigen zu müssen. Sie ist also nicht mehr wirklich bereit für Kommunikation.

angeklebt

Wie mit einem Kleber außen befestigt (z. B. durch Auswendiglernen), nicht wirklich verstanden und in das eigene Wissen aufgenommen. Etwas, das nur angeklebt ist, vergisst man schnell wieder.

Annahme

Vermutung, Glaube, Meinung, dass etwas so ist, ohne es wirklich zu wissen. Oft wird ein Mangel an Information durch *“Annahmen”* aufgefüllt, was zu schweren Fehlentscheidungen führen kann.

Siehe auch *Assumption is the mother of all fuckups.*

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

argumentieren
Seine Argumente vortragen. Ein Argument ist eine Aussage, die einen (einleuchtenden, logischen) Grund für etwas angibt (oder auch eine Rechtfertigung), meistens mit dem Ziel, jemanden zu überzeugen, dass etwas (Behauptetes) wahr oder zutreffend ist.

Artikel
Ein Abschnitt in einem Gesetz, Vertrag oder Verfassung, der mit einer Nummer gekennzeichnet ist.

assoziieren
Eine Verbindung zu einer Sache oder einer Person (aus der Vergangenheit, einer anderen Situation, …) herstellen.
Beispiel: Viele Leute assoziieren Sommerferien mit Urlaub.

Assumption is the mother of all fuckups
Englisch für die *Annahme ist die Mutter aller Katastrophen.* Bedeutet: Man fragt nicht nach und bekommt die Information, wie es tatsächlich ist, sondern vermutet / nimmt an, man *"weiß schon"*, was der andere meint / möchte. Oft wird ein Mangel an Information durch *"Annahmen"* aufgefüllt, was zu schweren Fehlentscheidungen führen kann. Es ist eine Vervollständigung aus dem eigenen Eisberg heraus.
Achtung: *„Assumption ist the mother of all fuckups"*, also *"die Annahme ist die Mutter aller Katastrophen"* (30 Jahre Erfahrung haben dies gezeigt).

aufhetzen, gegeneinander
Starke Abneigung / Hass zwischen zwei Personen oder Gruppen erzeugen mit der Absicht, dass sie sich gegenseitig bekämpfen.

Aufzeichnung
Die Erinnerung, die jemand in seinem Verstand von den Erfahrungen seines Lebens festhält und speichert.

Ausbildungsoffensive
Ausbildung ist das Vermitteln von Kenntnissen und Fertigkeiten für einen Beruf oder eine Tätigkeit. Mit Offensive ist hier ein energischer (tatkräftiger, entschlossener) Einsatz oder eine energische Anstrengung für etwas gemeint.
Die Ausbildungsoffensive ist also eine energische Anstrengung, um Menschen für einen Beruf vorzubereiten und fit zu machen oder ihnen weiterführende Kenntnisse / Fertigkeiten zu vermitteln.

Auslegung
Deutung oder Interpretation (Bedeutung oder Erklärung für etwas finden, sich durch Betrachten überlegen, was damit gemeint sein könnte), die Bedeutung von etwas in einer bestimmten Weise festlegen.

ausmalen, sich etwas
Sich etwas vorstellen, sich in Einzelheiten überlegen, wie es sein könnte.

Ausmaß, gesellschaftliches
Beschreibt die Größe, den Umfang oder die Intensität eines Ereignisses, einer Handlung oder einer Situation, wie sehr es sich auf etwas auswirkt – in diesem Fall auf die Gesellschaft, also die Menschen, die in einem Land oder Bereich nach bestimmten Regeln zusammenleben.

Austausch
Grundlegend bedeutet es, man gibt jemandem etwas und bekommt dafür etwas zurück. Der Vorgang des Austauschens im Tauschhandel. Austausch sollte mindestens ausgewogen sein, idealerweise gibt man dem Empfänger (Kunden) jedoch mehr, als er erwartet hat.

Baby, sein
Etwas (ein Projekt, eine Idee etc.), das einem sehr wichtig ist (wie ein eigenes Kind), um das man sich sehr kümmert, wofür man *"brennt"*.

beeinflussen
Eine Auswirkung auf jemanden oder etwas haben. Dafür sorgen, dass er / es sich in eine bestimmte Richtung entwickelt. Das, was jemand tut oder denkt, zu verändern oder zu lenken.

begreifen
Etwas wirklich tiefgehend verstehen (wie ein kleines Kind, das neue Dinge anfasst, schmeckt, wirft etc.). Eine klare Vorstellung von etwas haben.
Etwas zu begreifen bedeutet nicht, es auswendig gelernt zu haben, sondern es so gut zu verstehen, dass man damit denken und das Wissen anwenden kann.

Begriff
Ein Wort oder Ausdruck, das / der für einen bestimmten Gegenstand oder Gedanken steht.

Behaltensquote
Der Anteil des Gelernten, den man sich merkt.

behütet
Beschützt, sodass man sich geborgen (gut aufgehoben, sicher) fühlt.

beitragen
Durch etwas, was man tut oder gibt, unterstützen, mithelfen, einen Beitrag leisten.

belanglos
Nicht wichtig, nichts, worum man sich kümmern oder was man wissen müsste.

Belanglosigkeit
Etwas, das unwichtig ist und keine Rolle spielt.

belastbar
Fähig, Druck, Stress oder Belastungen standzuhalten, ohne darunter zu leiden oder nachzugeben, widerstandsfähig und in der Lage, gut mit Herausforderungen oder Druck umzugehen.

belastet
Durch etwas beeinträchtigt (es ist etwas vorhanden, das eine Wirkung darauf ausübt).

Benchmark
Englisch für *Vergleichswert*. Ein Benchmark ist ein Vergleich mit einem festgelegten Bezugswert. Das Wort Benchmarking hat seinen Ursprung in der Holzbearbeitung. Ein Schreiner bzw. Tischler hat früher eine Markierung (engl. *„mark"*) an seiner Werkbank

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

(engl. *„bench“*) angebracht. Mit diesem Maß stellte er sicher, dass z. B. beim Herstellen von Stuhlbeinen alle Beine gleich lang wurden. Dazu legte er einfach ein Stück Holz bündig an der Markierung an und schnitt es an der Kante der Werkbank ab.
Wichtig: Man kann mit Informationen nicht denken, wenn man keinen Vergleichswert (Benchmark) hat. Der Verstand sucht sich immer Vergleichswerte. Wenn diese Vergleichswerte nicht bewusst und systematisch (von einem selbst!) erstellt werden, dann entstehen schlimme Denkfehler.

beobachten
Aktives Schauen mit dem Ziel, Daten/Informationen zu bekommen.

Bereitschaft
Zustand, in dem man bereit für etwas ist, also die Aufmerksamkeit dafür frei hat und den Willen hat, sich damit zu beschäftigen, und ggf. vorbereitende Aktionen abgeschlossen hat.

berücksichtigen
Bei seinen Überlegungen, Planungen, Handlungen beachten, in die Überlegungen mit einbeziehen.

Best Practice
"Best Practice" kommt aus dem Englischen und bedeutet wörtlich übersetzt *"beste Vorgehensweise"* oder *"beste Praxis"*. Es bezieht sich auf eine Methode oder Technik, die sich als die effektivste erwiesen hat, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen. Best Practice dient als Leitfaden für alle, die ähnliche Ergebnisse erzielen möchten.

bestätigen
a) Jemandem zu verstehen geben, dass man ihn gehört und verstanden hat.
Beispiel: *“Ich bin müde.” – “Das verstehe ich / Okay, verstehe. Wir sind gleich fertig, dann kannst du schlafen gehen.”*
b) Jemanden wissen lassen, dass seine Mitteilung etc. angekommen ist (z. B. durch eine Antwort wie *“In Ordnung”*), anzeigen, dass seine vorhergehende Kommunikation zur Kenntnis genommen wurde.
Beispiel: Bestätige den Erhalt der Nachricht mit einem “👍🏻“.
c) Bedeutet auch: Jemandem sagen / zeigen, dass er etwas gut gemacht hat, man seine gute Leistung anerkennt und würdigt.
Beispiel: *“Diese Aufgabe hast du hervorragend erledigt!”*

betonen
Etwas hervorheben und seine Wichtigkeit unterstreichen.

bewerten
Jemandem sagen, was er von etwas halten soll.

Bewunderung
Gefühl der Wertschätzung, des Respekts, der Anerkennung der Qualitäten, Fähigkeiten und Leistungen einer Person.

bewusst
a) Im Bewusstsein* vorhanden, sich im Klaren darüber sein.
Beispiel: Mache Dir bewusst, wer mit wem kommuniziert.
b) Absichtlich, eindeutig so gewählt und entschieden.
Beispiel: Bewusst zu kommunizieren verhindert, dass unbeabsichtigte Wechselwirkungen auftreten.

Bewusstsein
Das, was für eine Person wahrnehmbar ist und von dem die Person weiß, dass sie es weiß. Deutliches Wissen darüber und völlige Klarheit.

bewusstseinsverändernd
Das Bewusstsein beeinflussend und verändernd, sodass die Wahrnehmung, das Denken und Fühlen nicht so sind wie normalerweise bzw. zuvor.

beziehen, sich
Sich auf etwas berufen, zurückverweisen auf etwas, das schon bekannt ist.
Beispiel: Ich beziehe mich auf Ihren letzten Brief.

Bezugswert
Der Wert oder die Größe, worauf man sich bezieht, um einen anderen Wert bezüglich seiner Größe oder Bedeutung zu beurteilen und einzuordnen.

BGB
Abkürzung für *Bürgerliches Gesetzbuch*. In diesem Buch sind alle Gesetze zusammengefasst, die regeln, wie die Bürger (also die Leute, die im Land leben) miteinander umgehen sollen und welche Rechte und Pflichten sie haben.

bildsprachlich
Eine Art der Sprache, bei der man ein Wort oder einen Ausdruck verwendet, um etwas anderes zu beschreiben, das ähnliche Eigenschaften oder Merkmale hat.
Beispiel: *“Sie hat ein Herz aus Gold.”*

Booklet
Ein Booklet ist ein Büchlein (Heftchen), das sich wie ein Baustein mit einem speziellen Thema in hochkonzentrierter Form auseinandersetzt. Mehrere Bausteine (als Booklets) zusammen ergeben ein größeres Fachgebiet. Der Zweck dieses modularen (aus Bausteinen bestehenden) Aufbaus ist:
Dir in minimaler Zeit maximale Erkenntnisse zu verschaffen, ohne Dich mit Bereichen zu langweilen, die aktuell nicht Dein Problem sind.

Briefing
Von Englisch *to brief* für *jemanden kurz informieren und einweisen.* Kurzes, informierendes oder einweisendes Gespräch (häufig, um Ziele oder Details zu vermitteln oder Anweisungen mitzuteilen), um jemanden über etwas zu unterrichten (informieren).

Browser
Ein Browser ist eine Software (Computerprogramm), die verwendet wird, um Webseiten im Internet anzuzeigen, z. B.: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari etc.

Buch
a) Sammlung von bedruckten Seiten in einem (festen) Einband, die z. B. Geschichten, Informationen und Bilder enthält.
b) Kurz für *Geschäftsbuch*, ein Buch, in dem Geschäftsvorgänge aufgezeichnet werden, um die finanzielle Situation eines Unternehmens oder einer Organisation zu verfolgen, Steuerunterlagen zu erstellen und den Geschäftsbetrieb zu überwachen (*“die Bücher wurden geprüft”*).

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Budget
Fester Geldbetrag / Summe, welcher für eine bestimmte Sache zur Verfügung steht.

bündeln
Mehrere Dinge von einer Art zusammensammeln (bevor sie weitergegeben werden).

bzw.
Kurz für *beziehungsweise*. Wort, das 2 oder mehr Aussagen verbindet, wobei es 2 Bedeutungen haben kann:
a) genauer gesagt, oder vielmehr
Beispiel: Womit könnte ich dieser Person eine Freude machen bzw. was könnte ich ihr schenken?
b) und im anderen Fall
Beispiel: Du kannst diese Karten nach *"kann ich"* bzw. *"kann ich nicht"* sortieren.

Cloud
Ein Speicherplatz, der sich nicht lokal auf einem Rechner, sondern im Internet befindet. Technisch bedeutet es: Der Speicherplatz liegt auf einem Server (Internet-Rechner) und kann deshalb von jedem Ort und von jedem PC aus angesteuert werden.

clustern
Mehrere Dinge von einer Art zusammensammeln (bevor sie weitergegeben werden). Cluster = Englisch für Bündel, Gruppe, Haufen, Schwarm oder Traube.

Community
Gruppe von Menschen, die ein gemeinsames Ziel und gemeinsame Interessen haben.

Content
Englisch für *Inhalt*. Bedeutet bei uns: Wertvolle Informationen / Inhalte z. B. von Webseiten, Büchern, Kursen, Coachings etc. Wertvoll ist leicht verständlicher, auf den Punkt gebrachter Content, der durch Dokumente zu einem System zusammengestellt wurde.

Copyright-Einschränkungen
Copyright ist das Recht desjenigen, der einen Text oder ein anderes Kunstwerk erschafft, über dieses Werk allein zu bestimmen. Mit Einschränkung ist gemeint, dass die Verwendung von etwas behindert und begrenzt ist, sodass jemand damit nicht machen kann, was er will.
Copyright-Einschränkungen sind also die Regeln, wie man das Werk eines anderen (das, was jemand anders erschaffen hat) verwenden und nutzen darf.

Cursor
Ein Zeichen auf dem Bildschirm, das blinkt und zeigt, wo die nächste Eingabe erfolgt.

Daten
Informationen (die man nachweisen oder beobachten kann).

Datenhierarchie
Rangfolge (Reihenfolge der Wichtigkeit) von Informationen, das Obere steht über dem Darunterliegenden und ist dem also übergeordnet.

dazuaddieren
Zu einer Menge hinzuzählen oder hinzufügen.

definieren
Ein Wort, Produkt etc. so bestimmen / erklären, so dass ganz klar ist, was es bedeutet, was damit gemeint ist.

Definition
Das, was ein Wort bedeutet.
Einzelne Worte haben teilweise mehrere Definitionen, die sich stark unterscheiden können, je nach Zusammenhang. Kennst Du davon nur eine, kannst Du nicht wirklich behaupten, dass Du dieses Wort verstanden hast.
Beispiel: Definition von *"Apfel"*: *"eine rundliche, süß-säuerliche Frucht mit Kerngehäuse, die an Apfelbäumen wächst"*

Definition of Done
Englisch für *Definition / Bedeutung von "erledigt"*. Es ist das Ergebnis, das am Ende bei einer Aktion herauskommen soll. Dieses darf nicht verallgemeinert sein, sondern muss klar und genau beschrieben sein, da es sonst Abweichungen und Missverständnisse geben wird.

definitiv
Sicher, unzweifelhaft, es besteht keine Unsicherheit darüber.

Demonstrationszug
Eine Versammlung von Leuten, die für oder gegen etwas demonstrieren (ihre Meinung oder Forderung zu einem Thema öffentlich kundtun) und sich dabei von einem Ort zu einem anderen bewegen (wodurch sie sich über eine gewisse Strecke verteilen).

Denkmechanismus
Ein Mechanismus ist die Zusammenfügung von einzelnen Teilen einer Maschine oder eines Gerätes, die bewirkt, dass die Bewegung eines Teils die Bewegung von anderen Teilen zur Folge hat. Ein Denkmechanismus umfasst die Prozesse und Mechanismen, die ablaufen, wenn jemand denkt oder Entscheidungen trifft.

Der versteckte Faktor (Hilfe)
Es gibt einen Faktor*, der für wahnsinning viel Frust im zwischenmenschlichen Bereich sorgt, der aber kaum jemandem bekannt ist. Dieser Faktor ist *"Hilfe"*. Das Thema *"Hilfe"* hindert Dich daran, Dinge im zwischenmenschlichen Bereich zu verbessern. Du stößt nämlich immer wieder gegen diese unsichtbare Wand, die zu Frust und in Extremfällen sogar zu Hass führen kann. Das kommt daher, dass das Thema *"Hilfe"* emotional sehr, sehr aufgeladen ist (es bestehen starke emotionale Spannungen). Woher diese Aufladung kommt, was Du dagegen tun kannst und wie Du durch die Kenntnis dieses Faktors zu einem Meister in zwischenmenschlichen Beziehungen wirst, erfährst Du in meinem kostenlosen Booklet *"Der versteckte Faktor (Hilfe)"*.

Design
Funktionale, ansprechende und benutzerfreundliche Gestaltgebung.

Desktop
Englisch für *"Schreibtischoberfläche"*. Der grundlegende Bereich eines Computerbildschirms, auf dem Programme gestartet werden können.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Detail-Anwendung
Die Art, wie man bestimmte Richtlinien oder Prinzipien in der Praxis in ganz bestimmten Situationen anwendet / umsetzt.
Beispiel: *“Urlaubsanträge müssen mindestens folgende Punkte enthalten …”*

digital
Auf einem elektronischen Gerät gemacht, anstatt mit Papier und Stiften, da Informationen, Daten und Bilder als elektronische* Signale gespeichert und übertragen werden.

Digitalisierung
Der Vorgang, etwas digital zu machen, also Informationen in Form elektronischer* Signale zu speichern und zu übertragen (nicht mehr auf Papier oder in anderer analoger Form, wie z. B. durch Radiowellen).

Display
Bildschirm, auf dem man Informationen (wie Telefonnummer des Anrufers, Datum, Uhrzeit) angezeigt bekommt.

Dissonanz
Zusammenklang von Tönen, die nicht als harmonisch empfunden werden. Bezeichnet hier einen unstimmigen, unharmonischen Gefühlszustand, Meinungsverschiedenheit, Unstimmigkeit.

Draht zu jemandem (haben), einen
Eine Verbindung zu jemandem haben, sich gut mit ihm verstehen, ein gutes Verhältnis haben.

Drama
Situation, in der etwas als sehr schlimm dargestellt wird und viel Aufregung und Emotionalität verursacht wird (obwohl es eigentlich nicht nötig wäre).

Drive
Antrieb, starker Drang, Bestrebung, das, was einen motiviert und dazu bringt, etwas wirklich zu wollen und zu machen.

Duden
Der Name eines bekannten Wörterbuchs der deutschen Sprache.

Eigenrecherche
Das eigene Nachforschen, um etwas herauszufinden oder Fragen zu klären, ohne andere stören zu müssen.

eigenverantwortlich
Selbst die Verantwortung übernehmen, eigene Entscheidungen treffen, sie durchsetzen und dazu stehen.

eingebettet
In ein größeres Ganzes eingebunden.

einen Hals kriegen
Wütend werden.

eingeatmet
Wenn man etwas sehr in sich aufgenommen hat, sich damit wirklich vertraut gemacht hat und man damit geistig *"jonglieren"* (mit hoher Kontrolle herumspielen) kann.

eingeflochten
Flechten ist eine bestimmte Art und Weise, um Fäden zu verbinden. Wenn man etwas irgendwo eingeflochten hat, ist es dort gut und sicher eingefügt, ist ein Teil des Ganzen und geht nicht mehr verloren.

eingetrübt
Eintrüben bedeutet eigentlich, dass der Himmel sich mit Wolken bedeckt und die Sonne nicht mehr scheint. In Bezug auf eine Stimmung bedeutet *"eingetrübt"*, dass die Stimmung sich verschlechtert hat.

eingewoben
Weben ist eine bestimmte Art und Weise, um Fäden zu einem Stück Stoff zu verbinden. Wenn man etwas irgendwo eingewoben hat, ist es dort gut und sicher eingefügt, ist ein Teil des Ganzen und geht nicht mehr verloren.

Einigkeit
Der Zustand, sich einig, also der gleichen Meinung zu sein, Zustand der Übereinstimmung über etwas.

einschätzen
Auf eine bestimmte Weise beurteilen oder bewerten, sich eine Meinung darüber bilden, basierend auf Informationen, Erfahrung oder Wissen.

Einzelbeschuss
Häufige Unterbrechung eines anderen wegen einzelner Fragen etc. Für den Empfänger fühlt es sich an, wie wenn er mit Unterbrechungen beschossen wird.

Einzelnorm
Gesetzliche Regelungen, die sich auf eine bestimmte Situation oder eine bestimmte Person beziehen.

Elemente
Bestandteile. Die Dinge, woraus etwas zusammengesetzt ist.

Eisberg-Problematik
Das Problem, das sich dadurch ergibt, dass jeder die Welt komplett anders sieht als andere, aber davon ausgeht, dass jeder die Welt so sieht wie er selbst. Dadurch kommt es zu vielen Missverständnissen, Misskommunikationen etc.
Siehe hierzu auch das Booklet: *“Eisberge – oder warum alle die Schwierigkeiten haben, die sie haben …”*

eisbergsicher
So gestaltet, dass es nicht zu den Missverständnissen kommt, die durch die Eisberg-Problematik* verursacht werden, sondern so, dass die Kommunikation genauso ankommt, wie man es beabsichtigt hat.

Ekel
Gefühl von Übelkeit, das durch Widerwillen und Abscheu gegenüber etwas, das als widerlich empfunden wird, hervorgerufen wird.

ekelhaft
Widerlich, abstoßend, Abscheu oder Unwohlsein (Übelkeit) hervorrufend.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

elektronisch
Mit Elektrizität (Form von Energie, die durch das Fließen von Elektronen (winzige Teilchen, die in Atomen* vorkommen) entsteht) und Elektronen zu tun habend, durch diese winzigen Teilchen (Elektronen) betrieben / gesteuert, wie z. B. Computer, Handys, Fernseher.

Emotion
Gefühl, (geistige) Empfindung, die mitbestimmt, wie jemand seine Umgebung wahrnimmt und ihr gegenübersteht. Geistige und körperliche Reaktionen auf bestimmte Ereignisse, Erfahrungen oder Situationen. Dazu gehören z. B.: Freude, Trauer, Wut, Neugier, Angst

emotional
a) Mit Emotionen* verbunden.
b) In einem sehr gefühlvollen oder erregten Zustand befindlich, starke Gefühle erlebend. Das kann positiver oder auch negativer Art sein.

emotionale Ladung
Innere Anspannung zu einem Thema, die dafür sorgt, dass jemand auf ein Thema nicht gut zu sprechen ist, dort sehr schnell emotional reagiert, z. B. verursacht durch nicht erhaltene oder nicht angenommene Hilfe.
Schädliche Energie, die aufgrund unangenehmer oder schmerzhafter Erfahrungen in unserem Verstand gespeichert ist und unter bestimmten Umständen aktiviert wird.

Empfänger
Derjenige, an den eine Kommunikation gerichtet ist

Empfängermodus
Zustand, in dem man darauf eingerichtet und bereit ist, Kommunikationen zu bekommen.

Empfindung
Wahrnehmung (durch die Sinne), Gefühl.

Endprodukt
Eine abgeschlossene Dienstleistung, ein erzieltes Endergebnis oder ein fertiger Artikel von hoher Qualität, die sich aus wertvollen Unter-Produkten zusammensetzt. Es ist ein abgeschlossener (Produktions-)Vorgang, der dann als erledigt bezeichnet werden kann.
Zusammenfassend: Ein Produkt ist etwas, was (1) wertvoll, (2) vollendet, (3) austauschbar und (4) ausgeliefert worden ist.

Ergebnis
Das, was man am Ende durch seine Handlungen erreicht.

Erkenntnisprozess
Ein Vorgang (oft über längeren Zeitraum, mit vielen einzelnen Situationen), bei dem eine Person eigenständig zu einer Erkenntnis gelangt ist und diese nicht bloß von anderen Personen *"aufgedrückt"* bekommen hat.

Erkenntnisse füttern
Eine Erkenntnis ist eine Einsicht, Verstehen oder Wissen über etwas, das durch Beobachtung, Erfahrung oder Denken gewonnen wird. Diese wird oft durch einen längeren Prozess gewonnen.
Wenn man aber versucht, andere mit seinen Erkenntnissen und Schlussfolgerungen zu versorgen, indem man ihnen davon erzählt oder ihnen die Ergebnisse mitteilt (*"füttern"*), wird ihnen die eigene tiefgreifende Erkenntnis vorenthalten und sie gewinnen nicht das mit einer Erkenntnis verbundene tiefgehende Verstehen.

erkunden
Etwas (systematisch und gründlich) erforschen und untersuchen, auskundschaften.

erschüttern
Im Innersten stark bewegen, durcheinanderbringen, intensiv beeinflussen.

erstrebenswert
Wert, dass man versucht, es zu erreichen.

Erwartung
Das, wovon man ausgeht, dass es eintrifft / passiert / sein wird.

etc.
Abkürzung für lateinisch *et cetera*. Bedeutet: und so weiter.

Excel
Ein Computerprogramm, mit dem Benutzer Tabellen erstellen und bearbeiten können.

Excel-Tabelle
Eine Tabelle, also eine Zusammenstellung von Zahlen in Form einer Liste, die der Übersicht dient, die im Programm Excel erstellt und nach den Vorgaben des Anwenders bearbeitet wird.

exerzieren
Durchführen von militärischen Übungen (z. B. zur Ausbildung).

extern
Draußen befindlich, außen.

extrovertiert
a) Nach außen gerichtet, interagierend (mit anderen im Austausch zu tun habend). Umfasst Tätigkeiten wie Telefonanrufe, Meetings etc.
b) (Charakteristische) Beschreibung einer Person, die aufgeschlossen, gesellig, kontaktfreudig und offen ist, also Energie aus Interaktion schöpft.

exzellent
Hervorragend, ausgezeichnet, sehr, sehr gut.

Fachbegriff
Ein Wort, das zu einem bestimmten Fachbereich gehört und hauptsächlich dort verwendet wird. Die Gesamtheit der Fachbegriffe wird oft auch *"Nomenklatur"* genannt.

Fachchinesisch
Eine Sprache mit vielen schwierigen (Fach-)Ausdrücken, die nur jemand versteht, der mit dem Fach (Bereich) sehr vertraut ist, normale Leute nicht.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Fäden, tragende

Die tragenden Säulen des Wissensnetzes (die aus übergeordnete Daten und Prinzipien bestehen), an denen weitere Daten aufgehängt werden können.

Fähigkeit

Wissen und Können einer Person, etwas geistig oder handwerklich aus- bzw. durchzuführen. In der Lage zu sein, (korrekt) zu beobachten, die Daten richtig auszuwerten und eine darauf basierende (korrekte) Entscheidung zu treffen und diese dann in die Tat umzusetzen (beobachten, entscheiden, handeln). Beinhaltet also Geschwindigkeit und Richtigkeit in Bezug auf Beobachten, Entscheiden und Handeln.

Fakt

Ein beweisbarer, überprüfbarer Umstand. Etwas, das tatsächlich, nachweisbar vorhanden oder geschehen ist, objektiv und nachvollziehbar.

Faktor

Etwas, was in einem bestimmten Zusammenhang bestimmte Auswirkungen hat und etwas beeinflusst, z. B. ein Ergebnis.
Beispiele: Die Persönlichkeit ist ein Faktor, der beeinflusst, ob jemand in ein Team passt oder nicht.
Die dünnere Luft ist ein Faktor, den man beim Besteigen hoher Berge berücksichtigen sollte.

Fall

Rechtliche Angelegenheit, das, worum es bei einem Rechtsstreit / vor Gericht geht.

falsche Daten

An sich sind Daten Informationen, die man nachweisen oder beobachten kann. Sind diese Informationen aber nicht korrekt (sei es für die Situation oder generell), und werden dennoch ungeprüft übernommen, so hat man es dann mit falschen Daten zu tun.

Fantasie

Fähigkeit, sich etwas vorzustellen und in Gedanken auszumalen.

Fazit

Zusammenfassung oder Schlussfolgerung (am Ende eines Textes), bei der die wichtigsten Punkte / Ergebnisse noch einmal kurz genannt werden und ein abschließender Überblick gegeben wird.

Feedbackloop

Feedback: Das Wort Feedback setzt sich zusammen aus dem Wort *„feed“* und *„back“* und könnte wörtlich als *„das Zurückfüttern“* einer Aktion übersetzt werden.
Bedeutet: Jemandem eine Rückmeldung geben auf eine von ihm unternommene Handlung / Kommunikation, bzw. von jemandem eine Rückmeldung auf eine eigene Handlung / Kommunikation bekommen.
Feedbackloop ist Englisch für *Rückmeldungs-Schleife* und bedeutet: die Antwort, Reaktion oder auch Wirkung, die man auf eine Aktion bekommt.
Lernen bzw. Verbesserung von Zuständen erfolgt durch das Beobachten und richtige Auswerten von Feedbackloops. Aufgrund der Beobachtung wird die ursprüngliche Aktion dann solange angepasst, bis der Feedbackloop dem zuvor bestimmten Ideal entspricht.
Ohne korrekt ausgearbeitetes Ideal können Feedbackloops nicht korrekt ausgewertet werden, da alles Richtige *„falsch“* erscheint und alles Falsche *„richtig“*.

Fehlinterpretationen

Eine Interpretation ist die Auslegung oder Deutung eines Texts, einer Situation, eines Verhaltens usw. (wie man es versteht). Bei einer Fehlinterpretation wird die Sache falsch bewertet (anders verstanden, als es tatsächlich ist oder beabsichtigt war).

Film des Lebens

Die individuelle Aufzeichnung bzw. Erinnerung, die jeder Einzelne in seinem Verstand hat über das, was er im Leben erlebt hat.

Filter

Im Rahmen des *„königlichen Eisbergs“* ist ein Filter eine Art Wahrnehmungsfilter, den jede Person hat, wenn sie auf Dinge schaut oder Situationen bewertet. Deswegen reagieren unterschiedliche Personen auf ein und dieselbe Sache / Situation völlig unterschiedlich.
Einen Filter muss man sich wie den Filter bei einem Fotoapparat vorstellen: Er verstärkt manche Dinge, wie z. B. Farben, indem er andere Dinge ausfiltert bzw. blockiert.
Beispiel: *“Du bist nett”* könnte in der Absicht gesagt werden, den anderen zu loben. Der andere könnte aber einen Filter haben, der besagt *“nett ist jeder, das ist nichts Besonderes, das sagt man, wenn einem nichts wirklich Gutes zu der Person einfällt”*, und das Lob völlig anders verstehen, als es gemeint war.

Flow

Die Konzentration auf und gewissermaßen Versunkenheit in eine Tätigkeit, Arbeitsfluss.

Flow werfen, aus dem

Jemanden stören, unterbrechen oder ablenken, der konzentriert an etwas arbeitet oder im Arbeitsfluss ist.

Flüsterpost

Kinderspiel (auch bekannt als *“Stille Post”*), bei dem ein Kind sich einen Begriff überlegt, ihn dem nächsten Kind ins Ohr flüstert und die Mitteilung so flüsternd von einem zum nächsten weitergegeben wird. Das letzte Kind sagt die Mitteilung laut, wobei dort meistens etwas ganz anderes angekommen ist, als am Anfang gesagt wurde.

forsch

Entschlossen und energisch.

fragwürdig

So, dass man Grund zu Zweifeln und Misstrauen hat.

Frequenz

Frequenz ist die Häufigkeit, mit der etwas geschieht. Bei Schallwellen bestimmt die Frequenz (die Häufigkeit, mit der ein Gegenstand schwingt und somit einen Ton verursacht) die Tonhöhe. Bei Funkwellen existieren ebenfalls verschiedene Frequenzen, auf denen gesendet und empfangen wird. Wenn man sich mit einer anderen Person über Funk austauschen möchte, muss die Frequenz bei beiden gleich sein, man muss also *“auf der gleichen Frequenz funken”*. Übertragen wird es in der Bedeutung verwendet: sich verstehen.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

führen
Jemanden / etwas in Richtung eines bestimmten Ziels oder Zwecks lenken, leiten. Bei einer bestimmten Aufgabe anleiten.

fundamental
Die (geistige) Basis, Grundlage für etwas bildend, grundlegend, das Fundament darstellend; von entscheidender Bedeutung.

ganzheitlich
Das Ganze oder einen größeren zusammenhängenden Bereich betreffend, umfassend. Aus *"Adlersicht"*.

Geborgenheit
Gefühl, dass man sicher und gut aufgehoben ist.

Gegencheck
Das Überprüfen, ob eine Kommunikation so angekommen ist wie beabsichtigt, indem man sie den anderen in eigenen Worten wiederholen lässt.

genährt, gut
Mit dem versorgt, was der Körper braucht, um gesund zu sein und gut zu funktionieren, z. B. ausreichend Essen und Trinken.

Generation
Die Gruppe von Menschen, die etwa im gleichen Zeitraum geboren werden. Zwei Generationen sind in der Regel 29–33 Jahre voneinander entfernt.

Geometrie
Griechisch für *"Flächen messen"*. Ein Teilgebiet der Mathematik, das sich mit der Lage und Größe von Objekten befasst. Man braucht sie zum Beispiel bei der Landvermessung oder wenn man ausrechnen will, wie viel Flüssigkeit in ein Glas passt.

Gesamtheit
Alles, was (zu diesem Bereich) dazugehört, umfassend. Alles zusammen.

Geschehnis
Etwas, das stattfindet, geschieht oder sich ereignet.

Gesellschaft
Eine Gruppe von Menschen, die zusammenleben und miteinander zu tun haben. Jede Gesellschaft hat ihre eigenen Werte, Regeln und Gesetze, nach denen sie lebt. Diese haben sich aufgrund der Geschichte entwickelt.

Gesetz
a) Eine Regel, die unumstößlich vorgegeben ist (z. B. Naturgesetz).
b) Eine (vom Staat festgelegte) Vorschrift oder Regel, an die man sich halten muss. Gesetze stehen über Verordnungen, aber unter den Artikeln der Verfassung.

Gesichtspunkt
Art und Weise, wie man etwas betrachtet, wie man auf eine Sache schaut. Unterschiedliche Rollen, Persönlichkeiten oder Situationen führen zu unterschiedlichen Ansichtsweisen.
Beispiel: Der Gesichtspunkt einer Putzfrau auf eine Wohnung ist anders als der eines Feuerwehrmannes.

getriggert
Durch eine bestimmte Situation ausgelöst / aktiviert, sodass eine bestimmte Reaktion verursacht wurde.

ggf.
Abkürzung für *gegebenenfalls*. Bedeutet: möglicherweise, wenn dieser bestimmte Fall eintreffen sollte.

Ghetto
Stadtviertel oder Bereich, in dem Menschen mit niedrigem Einkommen, begrenzten Chancen und häufig sozialen Problemen leben.

Giraffe
Siehe *"Adler"*.

Glaubenssatz
Eine Entscheidung über das Sein, über die Welt, wie die Dinge sind. Ein Glaubenssatz ist der sprachliche Ausdruck von etwas, an das jemand glaubt und das er für wahr hält. Beispiel: *"Ich habe immer Pech"* oder *"Frauen wollen immer nur mein Geld."*

gleichgesetzt
Als gleich, als dasselbe angesehen und behandelt.

Glossar
Eine alphabetisch geordnete Liste von Begriffen oder Ausdrücken, die in einem Text verwendet werden. Jeder Eintrag im Glossar enthält normalerweise eine Erklärung des Begriffs.

Google
Ein Technologieunternehmen aus den USA, das besonders bekannt ist für seine Internetsuchmaschine, aber auch andere internetbasierte Dienste anbietet.

Google Doc
Ein Dokument des Textverarbeitungsprogramms der Firma Google. Etwas, das man auf dem Browser sieht und wo man Texte schreiben und bearbeiten kann. Google Docs befinden sich in der Cloud* und können von Teams gleichzeitig in Echtzeit bearbeitet und geteilt werden.

gravierend
Große, möglicherweise negative Auswirkungen habend, schwerwiegend.

Grundgesetz
Das Grundgesetz ist die von den Siegermächten vorgegebene Verfassung der Bundesrepublik Deutschland. Dort stehen die wichtigsten Regeln für das Zusammenleben in einem Staat.

Grundrechenarten
Die vier Grundrechenarten der Mathematik sind Addition (Plusrechnen), Subtraktion (Minusrechnen), Multiplikation (Malrechnen) und Division (Geteiltrechnen). Dies sind ganz grundlegende Vorgänge, die man in allen Teilbereichen der Mathematik braucht.

harmonisch
Gut zusammenpassend, im Einklang, in Übereinstimmung.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

hetzen gegeneinander auf
Siehe *aufhetzen, gegeneinander.*

HGB
Abkürzung für *Handelsgesetzbuch*. In diesem Buch sind alle Gesetze zusammengefasst, die den Handel / das Machen von Geschäften regeln.

Hierarchie
Rangordnung, Rangfolge, Abfolge der Wichtigkeiten von etwas. Es gibt also etwas, das wichtiger ist als anderes (in einem Bereich). Die wichtigsten Sachen stehen oben und die weniger wichtigen stehen weiter unten.

Hinduistisch
Zum Hinduismus gehörend oder ihn betreffend. Der Hinduismus ist eine indische Volksreligion, die viele verschiedene Überzeugungen und Praktiken umfasst. Ein grundlegendes Merkmal des Hinduismus ist der Glaube an Karma, das Prinzip von Ursache und Wirkung, wonach Handlungen in diesem oder einem zukünftigen Leben Auswirkungen haben.

hinter die Kulissen schauen
Die Kulissen sind eigentlich im Theater Teile der Bühnendekoration, auf die die Zuschauer schauen und die einen bestimmten Schauplatz darstellen. Was hinter den Kulissen vor sich geht, ist für den Zuschauer im Theater nicht zu sehen. Daher bedeutet *"hinter die Kulissen schauen"* einen Blick auf verborgene Aspekte und Abläufe einer Situation oder Veranstaltung werfen, die normalerweise nicht sichtbar sind.

Hinzufügung
Etwas, was nicht zum ursprünglich Vorhandenen / Beobachtbaren / Gesagten / … gehört, sondern vom Beobachter / Hörer ergänzt bzw. hinzugefügt wurde (ggf. ohne dass er es selbst bemerkt).

Historie
Betrachtung der Vergangenheit, vergangener Ereignisse und der Entwicklung der menschlichen Geschichte

höhere Instanz
Eine Instanz ist eine für etwas zuständige Person, Stelle.
Eine höhere Instanz ist jemand, der einen höheren Rang hat und das Recht hat, Entscheidungen zu treffen (und der Entscheidungen von untergeordneten Instanzen überprüfen und korrigieren kann).

Icon
Symbol, Bildchen, das etwas Bestimmtes verbildlicht, z. B. ein Programm.
Beispiel: Das Kamera-Icon auf Deinem Handy, durch das Du zum Kamera-Programm kommst.

Ideal
Die Vision*, wie eine Situation im Idealfall aussehen und funktionieren würde. Eine Situation, nach der man sich richten würde und mit der man die gegenwärtige Situation vergleichen kann.

Idealfall
Situation, in der alle Bedingungen, Faktoren oder Elemente so sind, wie sie am besten sein könnten, wie es besser nicht geht, wie es perfekt wäre.

Ideal-Situation
Siehe *Ideal*.

Identität
Identität ist das *"Sein"* im Gegensatz zu *"Tun"* und *"Haben"*.
Die Identität beantwortet die Frage: Wer ist diese Person / dieses Unternehmen / …?

Immobilie
Ein unbeweglicher Besitz, z. B. ein Grundstück mit einem Gebäude drauf.

Immobiliendarlehen
Ein Darlehen ist Geld, das man von jemandem leiht, um damit etwas Bestimmtes zu tun, z. B. ein Haus zu kaufen. Ein Immobiliendarlehen ist ein Darlehen, das zum Kauf einer Immobilie, also z. B. eines Gebäudes oder eines Grundstücks, geliehen wird.

Information
a) Ein Stück Wissen (das mitgeteilt wird bzw. mitgeteilt werden kann).
b) Eine Nachricht oder Auskunft zu einer Sache.

inkl.
Abkürzung für *inklusive*. Bedeutet: einschließlich, etwas anderes (Genanntes) ist auch darin enthalten.

innere Prozesse
Vorgänge, die im Inneren (geistigen Bereich) stattfinden, ablaufen.

inspirieren
Anregen (zu etwas), motivieren (neue Ideen zu entwickeln etc.).

Instanz, höhere
Siehe *höhere Instanz.*

interaktiv
Gibt einem die Möglichkeit, auf eine Handlung oder ein Ereignis zu reagieren und aktiv am Geschehen teilzunehmen, anstatt nur zuzuschauen oder zu lesen.

interessiert
Interesse habend, aufmerksam, geistig aufgeschlossen. Jemand, der interessiert statt interessant ist, möchte etwas über andere erfahren, schaut auf andere, um etwas über sie zu lernen

introvertiert
a) (Aufmerksamkeit) nach innen gerichtet, konzentriert. Umfasst Tätigkeiten wie Texte schreiben, Berechnungen anstellen und wichtige Entscheidungen treffen etc.
b) (Charakteristische) Beschreibung einer Person, die ihre Energie aus Ruhe schöpft und eher bedacht, ruhig und ernst handelt.

irrational
Unvernünftig, logisch nicht zu verstehen.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

isolieren
Etwas, das normalerweise gemeinsam mit anderem vorkommt, von dem anderen trennen und für sich alleine darstellen / zeigen.

Ist-Situation
Die aktuelle Situation genau analysiert – inklusive aller benötigten Daten und Informationen.

Jacobs-Kaffee
Kaffee der Marke Jacobs.

jonglieren
Ursprünglich geschickt gleichzeitig mehrere Bälle o. Ä. werfen und auffangen. Hier: Mit hoher Kontrolle mit etwas (Konzepten) spielen, sie völlig verstanden haben und flexibel und sicher bewegen und anwenden können.

Journey
Englisch für *Reise*. Gemeint ist hier das Hindurchgehen und Erleben eines Wissensgebietes.

Kalkulation
Berechnung der Kosten, Erträge und des Preises für die Herstellung oder den Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung inklusive aller Kosten, die dabei entstehen (können).

Karma
Karma kommt aus dem Sanskrit (altindische Sprache) und bezeichnet an sich einfach eine Tat, eine Handlung, ein Wirken. Es bezeichnet aber auch das Konzept, dass jede Handlung eine Folge hat und sich in irgendeiner Form auf einen selbst auswirkt – bei positiven Handlungen positiv, bei negativen negativ. Dabei muss die Auswirkung nicht unbedingt in diesem Leben spürbar sein, sondern möglicherweise erst in einem späteren.

Kategorie
Gruppe, in die etwas eingeordnet wird.

Kategorisierung
Einteilung in bestimmte Gruppen, Sortierung anhand bestimmter Merkmale in zusammenpassende Einheiten.

Klarschrift
Darstellung von Informationen, die (vom Menschen manuell) gelesen und ausgewertet werden kann (im Gegensatz zu verschlüsselten Informationen).

klobig
Grobe, kantige Formen habend.

Kommunikation
Kommunikation ist *„Austausch von Gedanken“*. Kommunikation ist also ausdrücklich nicht auf Sprache beschränkt, sondern findet auch z. B. durch ein Augenzwinkern oder das Zeigen eines Stinkefingers statt.
Mit Kommunikation versucht ein Sender, eine Botschaft (Idee / Gedanke) zu einem Empfänger rüberzubringen, mit dem Zweck, beim Empfänger ein Verstehen seiner Idee hervorzurufen.

Kommunikationslinie
Die Verbindung zu einer anderen Person (auf der Kommunikationen weitergeleitet werden). Hier geht es mehr um den qualitativen Gesichtspunkt, also die Art der Verbindung, wie gut oder schlecht bzw. stark oder schwach sie ist, als den Weg.
Beispiel: Mit einem guten Freund hat man eine starke Kommunikationslinie.

Kompetenz
Fähigkeit bzw. Wissen eines Menschen in einem bestimmten (erlernten) Bereich und die damit verbundene Bereitschaft und Fähigkeit, in diesem Bereich Probleme zu lösen.

komplex
Viele verschiedene Dinge umfassend. Kompliziert. Nicht einfach.

Konflikt
Schwierige Situation, die durch das Aufeinandertreffen verschiedener (entgegengesetzter) Absichten / Interessen / Meinungen entsteht.

konfrontiert sein / werden, mit etwas
In einer Situation, in der man sich mit etwas (Unangenehmem) auseinandersetzen muss.

König
Anführer eines Landes (in dem ein König herrscht), der die Macht hat und die wichtigen Entscheidungen trifft. Hier die Person, die in einem bestimmten Bereich (ihrem Eisberg) bestimmt, wie etwas ist / sein soll und die Entscheidungen trifft.

königlich
Zu einem König gehörend. Ein König ist der Anführer eines Landes / Bereichs, der die Macht hat und die wichtigen Entscheidungen trifft.

konkret
Bestimmt, präzise, Einzelheiten und genaue Daten angebend.

Konsequenz
Kommt ursprünglich aus dem Lateinischen und bedeutet wortwörtlich *“das, was mitfolgt”*. Es ist die Folge von etwas, die Reaktion auf eine Handlung. Aber auch Konsequenzen können wiederum Konsequenzen haben.
Beispiel: Du kaufst Dir eine Playstation, das hat zur Konsequenz, dass Du Playstation spielst, das hat zur Konsequenz, dass Du weniger Zeit hast, das hat zur Konsequenz, dass Deine Fitness schlechter wird etc.

Konsum
a) Konsum bezeichnet einerseits das, was man täglich benutzt und / oder verbraucht, wie Lebensmittel, Kleidung, CDs, aber auch Dienstleistungen wie Friseurbesuche.
b) Konsum bedeutet aber auch die oberflächliche Aufnahme von etwas durch Anschauen oder Hören, ohne sich wirklich damit zu beschäftigen und für sich etwas daraus herauszuholen – *“sich berieseln lassen”*.

konsumieren
Das stumpfe Sich-berieseln-Lassen (bei einem Vortrag) oder das einfache Schauen von einem Erklärvideo, ohne die wirkliche Absicht zu haben, den Gedanken (Inhalt), konzeptionell zu verstehen und in die Anwendung zu bringen.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Konsumschulden
Konsum bezeichnet das, was man täglich benutzt und / oder verbraucht, wie Lebensmittel, Kleidung, CDs, aber auch Dienstleistungen wie Friseurbesuche. Leiht man sich Geld (= macht Schulden), um diese Dinge zu bezahlen, sind das sogenannte Konsumschulden.

Kontext
Zusammenhang, in dem etwas verwendet wird, in dem eine Aussage steht.

kontrollieren
a) Etwas so starten, verändern und stoppen wie beabsichtigt, vorhersehbare Veränderung hervorbringen.
Mit kontrollieren in dieser Definition meinen wir nicht *„überwachen“*, sondern eher in der Definition, wie man ein Auto kontrolliert, nämlich *„im Griff haben“, „dafür sorgen, dass Dinge richtig laufen“* oder *„vorhersagbare Veränderungen herbeiführen“*.
Beispiel: Eine Führungskraft muss Mitarbeiter kontrollieren können, sonst bekommt sie keine Produkte.
b) Überprüfen, sicherstellen, dass es so ist, wie es sein sollte.
Beispiel: Kontrolliere das Ergebnis und korrigiere ggf. Ergebnis und Mitarbeiter.
c) Überwachen, sicherstellen, dass etwas genau so ist, wie es (nach jemandes Meinung) sein soll, und dabei andere in ihrer Freiheit einschränken, sich ständig einmischen und / oder sehr autoritär (herrisch) auftreten. (Genau genommen ist dies keine Kontrolle, viele Menschen verstehen dies aber unter Kontrolle und lehnen Kontrolle deswegen ab.)
Beispiel: Eine eifersüchtige Person kontrolliert ständig den Aufenthaltsort ihres Partners.

Konzept
Die (geistige) Vorstellung, wie etwas ist, funktioniert und aufgebaut ist. Eine Idee über eine Sache haben gegen *“es nachplappern”*.

konzeptionell
Als Konzept vorhanden, also so, dass die grundlegende Vorstellung nicht unbedingt in Worten da ist, aber als Gesamtidee erfasst wurde und jederzeit in eigene Worte gefasst und angewandt werden kann.

konzeptionelles Verstehen
Symbole, Worte, Vorgehensweisen etc. werden nicht roboterhaft heruntergespult (oder auswendig gelernt / angeklebt), sondern man hat das Konzept / den Gedanken wirklich erfasst, begriffen und kann damit denken, jonglieren, spielen – der *“Aha-Effekt”* ist eingetreten. Dinge, die man konzeptionell verstanden hat, wird man nie wieder vergessen. Man wird sie zwar nicht immer auswendig aufsagen können, aber sie sind immer parat, sobald sie benötigt werden, weil sie tief in einem selbst verankert sind.

kritisch
Etwas oder eine Situation sorgfältig und genau (nach bestimmten Maßstäben / Vorgaben) untersuchend und beurteilend (um Vor- und Nachteile abzuwägen oder eine objektive Einschätzung vorzunehmen).

Kulissen schauen, hinter die
Siehe *hinter die Kulissen schauen.*

Kultur
Die Art und Weise, wie eine Gruppe von Menschen lebt und was für sie wichtig ist. Dazu gehören ihre Sprache, die Kunst, Traditionen und der allgemeine Lebensstil. Die geistigen, künstlerischen, gestaltenden Leistungen einer Gemeinschaft als Ausdruck menschlicher Höherentwicklung. Das, was eine Gemeinschaft auf einem bestimmten Gebiet während einer bestimmten Zeit an charakteristischen geistigen, künstlerischen, gestaltenden Leistungen geschaffen hat.

kundschaften
Auf Erkundung gehen, aktiv und beobachtend sein, um etwas über etwas / jemanden herauszufinden.

Ladung
Innere Anspannung zu einem Thema, die dafür sorgt, dass jemand auf ein Thema nicht gut zu sprechen ist, dort sehr schnell emotional reagiert, z. B. verursacht durch nicht erhaltene oder nicht angenommene Hilfe.

lat.
Abkürzung für *lateinisch*. Bedeutet: (ein Wort) entspringt (kommt von) der lateinischen Sprache.

Lebensfilm
Siehe *Film des Lebens.*

Lexikon
Ein Nachschlagewerk zu verschiedenen Wissensgebieten oder zu einem bestimmten Sachgebiet, das nach Stichwörtern alphabetisch sortiert ist und Definitionen enthält.

Lösungsansatz
Mit Ansatz ist gemeint, wie man etwas herangeht. Ein Lösungsansatz ist also die Art und Weise, wie man daran geht, ein Problem oder eine Schwierigkeit zu lösen, zu beseitigen.

magischer Satz
Der magische Satz lautet *“Ok. Nur dass ich es verstehe …?”* Er hilft, den Eisberg* des anderen besser zu verstehen und Missverständnisse zu vermeiden, indem zuerst durch das *“Ok”* der Gesichtspunkt des anderen wertfrei* bestätigt wird. Dann wird durch die Frage mehr über den Gesichtspunkt in Erfahrung gebracht, ohne dass der andere sich angegriffen fühlt. Der Satz kann je nach Situation abgewandelt werden, das Prinzip muss aber bestehen bleiben.

Makler
Jemand, der zwischen Käufern und Verkäufern vermittelt, etwa wenn es um Immobilien, Versicherungen oder Finanzen geht.

Manipulation
Eine absichtliche Beeinflussung einer Person oder einer Sache, um eigene Vorteile daraus zu ziehen und zum Nachteil der manipulierten Person.

manipulieren
Eine Person (oder Sache) absichtlich beeinflussen, um eigene Vorteile daraus zu ziehen, und zum Nachteil der manipulierten Person.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

maßgeblich
Von großer, entscheidender Bedeutung.

Material
Die Unterlagen, Videos etc., in denen das Wissen (zu einem bestimmten Gebiet / Fachbereich) enthalten ist.

Mathematik
Mathematik ist die Wissenschaft mit dem Zweck *"das physikalische Universum in Symbole zu abstrahieren, um bekannte Phänomene* erklären und zukünftige vorhersagen zu können"*.
Beispiel: 1 + 1 = 2 (= Symbole), die für z. B. Äpfel stehen.
Ursprünglich bedeutete Mathematik *"die Kunst des Lernens"*. Dabei geht es z. B. um das Rechnen mit Zahlen und um geometrische Formen.

Mathematiker
Mathematik ist die Wissenschaft mit dem Zweck *"das physikalische Universum in Symbole zu abstrahieren, um bekannte Phänomene* erklären und zukünftige vorhersagen zu können"*.
Beispiel: 1 + 1 = 2 (= Symbole), die für z. B. Äpfel stehen. Ursprünglich bedeutete Mathematik *"die Kunst des Lernens"*. Dabei geht es z. B. um das Rechnen mit Zahlen und um geometrische Formen.
Ein Mathematiker ist eine Person, die sich mit Mathematik beschäftigt oder sie anwendet.

Matrix
Ganz allgemein eine strukturierte Anordnung von Dingen (Zahlen, Symbolen, Ausdrücken, …). Im Film *"Die Matrix"* ist damit eine künstliche Realität oder ein System gemeint, das die Wahrnehmung der Menschen manipuliert.

Meinung
Richtig oder falsch gedeutete Informationen (Daten, Fakten, falsche Daten oder falsche Fakten, übernommene Meinungen) und die daraus resultierende (richtige oder falsche) Schlussfolgerung; das (richtige oder falsche) Rechenergebnis des Verstandes mit all seinen Verzerrungen.

Meme
Eine Mischung aus *Memory* (engl. für Gedächtnis) und Gen (grundlegende Einheit in der Vererbung, die Informationen enthält, wie ein Körper aufgebaut wird). Memes (Singular *"Meme"*, Plural *"Memes"*) sind Verhaltensmerkmale, die von Personen, Gruppen, Völkern etc. an ein Individuum weitergegeben werden; übergeordnete (von der Gesellschaft gefestigte) Glaubenssätze einer Kultur, die von Generation zu Generation weitergegeben werden, z. B. *"deutsche Pünktlichkeit"*.

Mentor
Eine Person, die Dir hilft, Dich persönlich oder beruflich weiterzuentwickeln. Er oder sie hat normalerweise mehr Erfahrung oder Wissen in einem bestimmten Bereich und teilt diese Weisheit persönlich (oder auch schriftlich) mit Dir. Er kann Dir Ratschläge geben, Dir Fähigkeiten beibringen und Dich unterstützen, wenn Du vor Herausforderungen stehst.

Message
Englisch für *Nachricht, Botschaft.* Das, was man jemandem mitteilen möchte.

Methodik
Festgelegte Art, wie man bei etwas vorgehen sollte. Eine Sammlung von Methoden.

mildern
Abschwächen, weniger wirksam machen.

militärisch
Mit dem Militär ist die Gesamtheit der Soldaten (und deren Ausrüstung) eines Landes gemeint. Militärisch bedeutet dann, so wie es beim Militär (also bei den Soldaten) üblich ist, oder das Militär betreffend.

Missemotion
Eine der Situation nicht angemessene Emotion (= Gefühl, (geistige) Empfindung, die mitbestimmt, wie jemand seine Umgebung wahrnimmt und ihr gegenübersteht. Geistige und körperliche Reaktionen auf bestimmte Ereignisse, Erfahrungen oder Situationen. Dazu gehören z. B. Freude, Trauer, Wut, Neugier, Angst).
Beispiel: Du machst jemandem ein Kompliment und er reagiert aggressiv.

Misstrauen
Einstellung, die Zweifel enthält, dass man einer Person oder Gruppe oder Sache trauen kann.

misstrauisch
Jemandem oder etwas nicht trauend, also Zweifel daran habend, ob man sich auf ihn / es verlassen kann, das glauben kann, was er sagt etc.

missverstandenes Wort
Ein Wort, dessen Definition / Bedeutung man gar nicht oder nur teilweise kennt (im schlimmsten Fall sogar ein Wort, von dem man glaubt, die Bedeutung zu kennen, welche in Wirklichkeit aber falsch ist).
Über missverstandene Worte hinweg zu gehen (sie zu ignorieren) erzeugt Unstimmigkeit und Nichtverstehen.
Missverstandene Worte sollte man immer nachschlagen (z. B. im Duden) oder erfragen. Wenn man über missverstandene Worte hinweggeht oder so tut, als wenn man etwas verstanden hätte, um nicht dumm, sondern intelligent auszusehen, kann man große Schäden in der Umgebung anrichten.

Missverständnis
Etwas, das nicht so verstanden wurde, wie es gemeint war, was zu Streit oder Unstimmigkeit führen kann.
Kann sich besonders auf missverstandene Wörter beziehen. Siehe auch *missverstandenes Wort* und das Booklet *High-Tech-Lernen (& -Lehren).*

Mitleid
Starke Anteilnahme (innere Beteiligung) am Leid (Schmerz, Kummer) einer anderen Person. Mitleid ist eine Art von Aufmerksamkeit, die es lohnend machen kann, sich (unbewusst) zum Opfer zu machen, um Mitleid bekommen zu können.

Mittel
Maßnahme oder auch Werkzeuge, Ressource, die beim Erreichen eines Ziels hilft.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Mittelalter
Abschnitt in der Geschichte Europas von etwa 500 bis 1500 nach Christus.

Mittelstand
Eine Gruppe von Unternehmen, die weder zu klein (wie viele Einzelunternehmer oder Kleinunternehmen) noch zu groß (wie multinationale Konzerne) sind. Diese Unternehmen sind oft familiengeführt. Sie spielen eine wichtige Rolle in der Wirtschaft, da sie Arbeitsplätze schaffen, zur Innovation beitragen und einen erheblichen Anteil an den Einnahmen eines Landes haben. In vielen Ländern, einschließlich Deutschland, wird der Mittelstand oft als Rückgrat der Wirtschaft betrachtet.

modifizieren
Verändern, umgestalten, eine Abänderung bewirken.

Moralkodex
Moral ist das, was für eine Person oder in einer Gruppe als richtiges, den (in der Gruppe) geltenden Werten entsprechendes Verhalten gilt.
Ein Kodex ist eine Sammlung (ungeschriebener) (Verhaltens-)regeln.
Ein Moralkodex ist also eine Sammlung von Regeln für richtiges, den Werten einer Person / Gruppe entsprechendes Verhalten.

multimedial
Mehrere verschiedene Arten von Medien umfassend oder beinhaltend.
Beispiel: ein Online-Artikel, der neben Text auch Fotos und Videos enthält.

multiplizieren, sich
Sich vervielfältigen, stark zunehmen.

nachschlagen
Etwas, das man wissen möchte (z. B. die Bedeutung eines Wortes) in einem Buch (oder im Internet) nachschauen.

Näherungswert
(Geschätzter) Wert, der eine Annäherung an den genauen Wert darstellt, eine grobe Vorstellung des genauen Wertes gibt, ungefähr richtig ist.

Naturgesetz
Ein Gesetz oder eine Art, wie etwas geregelt ist / abläuft, die von der Natur so vorgegeben ist.
Beispiel: Dinge fallen zu Boden aufgrund der Schwerkraft

Nenner, gemeinsamer
Gemeinsame Grundlage / Übereinstimmung (auf der man aufbauen, sich besser verstehen, weiterdenken oder weiterarbeiten kann). Das gemeinsame Prinzip mehrerer Dinge, Vorfälle oder Ideen.

Nerv
Körperzelle, die für die Übertragung von Informationen zwischen Teilen des Körpers und dem Gehirn zuständig ist.

Nervensystem
Das Nervensystem umfasst alle Nervenzellen im Körper, also besondere Zellen, die für die Wahrnehmung und Weiterleitung von Kommunikationen im gesamten Körper zuständig sind. Durch das Nervensystem steuert der Körper interne Abläufe und kommuniziert mit der Umwelt.

Netzwerk
a) Netzartige Verbindung von Fäden im (Wissens)netz. Es sind also nicht nur die tragenden Fäden vorhanden, sondern auch schon weiteres Wissen eingearbeitet, sodass das Netz immer besser wird.
b) Gruppe von Menschen, die sich gegenseitig unterstützen, Ressourcen austauschen und aufgrund gemeinsamer Ziele oder Interessen zusammenarbeiten.

neutral
Keine bevorzugte oder voreingenommene Meinung oder Beeinflussung aufweisend, nicht in irgendeiner Form bewertend (beurteilen, jemandem sagen, was man von etwas hält oder was er davon halten sollte).

Objekt
Gegenstand, Sache (um die es geht).

Objekt, heruntergekommen
Ein Gegenstand, speziell ein Haus (eine Immobilie), der in einem schlechten, vernachlässigten Zustand ist.

optimal
So gut, wie es (im Moment) möglich ist.

optimiert
So weit verbessert, wie es geht.

Organismus
Ein lebendes Wesen, wie eine Pflanze, ein Tier oder ein Mensch. Der Organismus besteht aus einer oder mehreren Zellen, die in Systemen zusammenarbeiten, wie dem Verdauungssystem oder dem Atmungssystem, um den Organismus am Leben zu erhalten. Jeder Organismus kann wachsen, sich verändern, sich selbst reparieren und sich fortpflanzen. Zusammen bilden alle Organismen das Leben auf unserem Planeten.

orientieren
Sich bzw. jemandem einen Überblick verschaffen, grob erklären, worum es geht, wo man steht und was man erreichen will, sodass man sich zurechtfindet.

Orientierung
Ein Überblick, eine grobe Kenntnis über etwas, um sich zurechtzufinden.

Paragraf
Ein Abschnitt in einem Gesetz, der mit einem Paragrafenzeichen (§) und einer Nummer gekennzeichnet ist. Ein Paragraf behandelt gewöhnlich ein bestimmtes Thema.

PDF
Abkürzung für *Portable Document Format* (auf Deutsch: übertragbares Dokumenten-Format). Es ist eine bestimmte Art, ein Dokument zu speichern, sodass es auf jedem Computer gleich angezeigt wird, unabhängig vom verwendeten Programm.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

per
Gibt an, auf welche Art etwas befördert oder übermittelt wird.
Beispiel: per E-Mail, per Expresslieferung

Performance
Leistung (anhand von Ergebnissen), die eine Person erbringt.

permanent
Ununterbrochen, ständig, die ganze Zeit über.

Persönlichkeitstyp
Die Persönlichkeit wird ausgemacht durch die persönlichen, charakteristischen und individuellen Eigenschaften eines Menschen in ihrer Gesamtheit.
Die Persönlichkeit lässt sich in verschiedene Einzelteile und Merkmale aufteilen, die je nach Zusammensetzung dann bestimmte Persönlichkeitstypen ergeben. Persönlichkeitstypen helfen dabei zu bestimmen, was für eine Persönlichkeit jemand hat, was für ihn typisch ist, welche Stärken und Schwächen damit verbunden sind. Wir beziehen uns hierbei meist auf das DISG Modell (Farbmodell der Persönlichkeitstypen).

Perspektive
Standpunkt, von dem aus etwas betrachtet / gesehen wird.

Phänomen
Ein Phänomen ist etwas, das man beobachten kann. Etwas, das sich zeigt oder erscheint.
Beispiel: Ein Regenbogen; ein Apfel, der auf den Boden fällt etc.

Philosoph
Jemand, der Antworten auf grundlegende Fragen des Lebens sucht und versucht, den Menschen, die Welt, das Verhältnis des Menschen zu seiner Umwelt und so weiter besser zu verstehen.

Pistole geschossen, wie aus der
Ohne zu zögern, direkt, ohne erst nachdenken zu müssen.

Play-Button
Englisch für *Abspiel-Knopf*. Ein Symbol mit einem kleinen Dreieck, wie man es z. B. von Fernbedienungen über der Abspiel-Taste (Play-Taste) kennt.

Position
Die (Höhe der) Stellung, die man im Beruf hat, der Posten.

Praktikant
Person, die ein Praktikum macht, also in einem Unternehmen für eine begrenzte Zeit tätig ist, um praktische Erfahrung zu sammeln und einen Einblick in die Berufswelt zu gewinnen.

Praxis
Der praktische Aspekt einer Tätigkeit oder eines Berufs, der sich auf die tatsächliche Durchführung von Aufgaben oder Handlungen bezieht. Bei der Praxis geht es um die tatsächliche Umsetzung von Ideen oder Konzepten in der wirklichen Welt.

Praxisbezug
Etwas, mit dem man nicht nur gedanklich zu tun hat, sondern bei dem es eine Verbindung zur wirklichen Welt gibt und man sieht, wie man es im Leben einsetzen kann.

Prinzip
Die grundlegende, an oberster Stelle stehende Vorgehensweise / Grundregel, aus der man dann ableiten* kann, wie bestimmte Dinge erledigt und wie Aktionen gemacht werden.

Privatkunden-Produktion
Herstellung von etwas für normale (private) Käufer, nicht für andere Geschäftsleute oder Firmen.

Priorität
Wichtigkeit, Stellenwert, den etwas für jemanden hat. Die richtige Reihenfolge des Vorgehens, die mit dem geringsten Aufwand und der geringsten ausgelösten Verwirrung das maximale Ergebnis liefert.

Produkt
Eine abgeschlossene Dienstleistung oder ein fertiger Artikel von hoher Qualität. Es ist ein abgeschlossener (Produktions-)Vorgang, der dann als erledigt bezeichnet werden kann.
Zusammenfassend: Ein Produkt ist etwas, was (1) wertvoll, (2) vollendet, (3) austauschbar und (4) ausgeliefert worden ist.

profitieren
Nutzen aus etwas ziehen, einen Gewinn dadurch bekommen.

progressiv
Fortschrittlich, voranschreitend, auf Entwicklung ausgerichtet.

Projekt
Ein Vorhaben mit einem bestimmten Ziel. Ein Projekt ist eine (meist größere) Aufgabe, die ein Ziel und einen Zweck verfolgt, einen klaren Start und ein Ende hat, mit vorgegebenen Ressourcen (wie Geld, Zeit, Anzahl Mitarbeiter etc.).

Propaganda
Die geplante und geordnete Verbreitung bestimmter Informationen, Meinungen etc., um die Allgemeinheit in bestimmter Weise zu beeinflussen.

Prophezeiung, selbsterfüllende
Prophezeiung bedeutet: Aussage über die Zukunft, Vorhersage, die behauptet, dass etwas Bestimmtes in der Zukunft geschehen wird.
Eine sich selbst erfüllende Prophezeiung ist eine Aussage über die Zukunft, die dadurch, dass man sie macht und daran glaubt, wahr wird. Wenn Du z. B. prophezeist (vorhersagst) *"Mir hilft eh keiner"* und dies glaubst, wirst Du gar nicht mehr nach Hilfe fragen und dadurch wird Dir viel weniger geholfen.

Protest
(Öffentliche) Äußerung des Missfallens, der Ablehnung, der Unzufriedenheit oder des Widerspruchs (z. B. gegenüber einer Handlung, einer Aussage, einer Entscheidung).

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Provokation
Herausforderung, durch die jemand zu einer Reaktion aufgefordert wird; Handlung, Äußerung etc., durch die bei jemand anders / anderen eine (starke) Reaktion, Emotion oder Konflikte hervorgerufen werden soll.

Prozedur
Art und Weise, wie etwas gemacht / durchgeführt wird.

Prozent (%)
Wörtlich übersetzt *"von hundert"*. Hundertster Teil. Beschreibt, wie viele Teile von etwas gemeint sind, wenn man von der Grundmenge 100 ausgeht.
Beispiel: Wenn von 10 Kindern 8 Kinder ein Schwimmabzeichen machen, wären das 80 Prozent mit Schwimmabzeichen. Denn hochgerechnet auf 100 wären es 80 Kinder, daher 80 von 100, also 80 Prozent.

Prozess
Ein Prozess ist ein sich über eine gewisse Zeit erstreckender Vorgang / Ablauf, bei dem etwas (ein Produkt, Dienstleistung, (Lern-)Entwicklung etc.) allmählich entsteht.

Psyche
"Psyche" stammt aus dem Griechischen und meint dort den Geist, die Seele oder das Selbst. Heute wird darunter verstanden das menschliche Gemüt, die Gesamtheit der geistigen, emotionalen und seelischen Aspekte einer Person. Das umfasst das innere Erleben, die Gedanken, Gefühle und das Bewusstsein einer Person.

psychisch
Mit dem Verstand, den Gedanken und den Gefühlen einer Person zu tun habend.

Psychopharmaka
Arzneimittel (Medikamente), die angeblich dabei helfen sollen, Probleme mit der Psyche oder dem Verstand zu behandeln. Sie beeinflussen bestimmte Vorgänge im Gehirn und verändern so die psychische (geistige, verstandesmäßige) Verfassung. Die meisten dieser Medikamente haben massive Nebenwirkungen und wurden von der amerikanischen Drogenbekämpfungsbehörde in die gleiche Kategorie wie Drogen wie Opium oder Kokain eingestuft (da sie stark süchtig machen und häufig missbraucht werden). Dazu gehört z. B. Ritalin. Hinweis: Neben einer körperlichen Abhängigkeit können diese Medikamente auch eine psychische Abhängigkeit und Nebenwirkungen haben wie z. B. Selbstmordgedanken, gesteigerte Depressionen etc.

QR-Code
Abkürzung für *Quick Response Code* (auf Deutsch: Code für schnelle Antwort). Meist ein quadratisches Kästchen mit schwarzen und weißen Punkten. Darin werden Informationen gespeichert und können einfach abgerufen werden, indem man ihn mit dem Handy scannt (über die Kamerafunktion scannen).

quasi
Wie wenn, gleichsam, sozusagen, in gewisser Weise.

Quellenangabe
Nennung des Ursprungs, wo eine bestimmte Information zu finden ist und woher sie stammt.

Rahmen
Hintergrund, vor dem etwas dargestellt wird. Je nach Rahmen kann ein und dieselbe Aussage eine ganz andere Bedeutung bekommen.

Rangfolge
Reihenfolge mehrerer Dinge, Daten, Personen und so weiter, die nach Wichtigkeit sortiert sind.

Reaktion
Handlung, die auf ein vorheriges Ereignis, eine vorherige Handlung hin geschieht.

real
a) Der Wirklichkeit entsprechend, in der Wirklichkeit vorhanden.
b) So, dass man es sich vorstellen kann; klar, wie es in der Wirklichkeit aussieht oder mit der Wirklichkeit zu tun hat.

Realität
Von Lateinisch *realitas*: *Wirklichkeit*, zu *res*: *Sache, Ding, Wesen.* Bezeichnet die tatsächliche Welt, Wirklichkeit.

Rechenschaft
Pflicht, Erklärung für / Auskunft über seine Handlungen und Entscheidungen zu geben (für das, wofür man verantwortlich ist).

recherchieren
Nachforschungen anstellen, Informationen zu etwas heraussuchen.

Rechtsanwalt
Vertreter und Berater in Rechtsfragen (Dinge, die mit den Gesetzen und ihrer Anwendung zu tun haben), auch vor Gericht. Er hat Recht studiert und musste offizielle Prüfungen bestehen, um als Rechtsanwalt arbeiten zu dürfen.

Rechtsverordnungen
Einzuhaltende, erlassene Vorschriften, die aus einem Gesetz abgeleitet wurden und den Zweck dieses Gesetzes in die jeweilige (Detail-)Praxis umsetzen sollen.

Rede und Antwort stehen
Jemandem (der in verantwortungsvoller Position ist) ausführlich Auskunft über etwas geben, die Gründe für etwas darlegen.

reduzieren
a) Vermindern, verringern, herabsetzen.
b) Auf eine einfachere / grundlegendere Form zurücksetzen, vereinfachen.

Referenzdaten
Feste individuelle Daten (Informationen), die man nutzt, um damit (Neues) zu vergleichen und zu bewerten (Vergleichswert). Referenzdaten können ganz bewusst ausgewählt werden (geografischer Nullpunkt), allerdings auch unbewusst (Max vergleicht, ohne es zu merken, Frauen mit seiner ersten Liebe).

Referenzrahmen
Eine festgelegte Struktur (Gerüst), die als Grundlage für Vergleiche und Bewertungen dient

Referenzwert
Referenz kommt vom Lateinischen *referre*, was *zurücktragen; berichten; sich auf etwas beziehen* bedeutet. Es ist also ein Wert

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

(eine Angabe), der sich auf etwas anderes bezieht und etwas über das andere aussagt. Ein Vergleichswert, also ein fester individueller Wert, den man nutzt, um damit (Neues) zu vergleichen und zu bewerten.
Der Verstand braucht, um Dinge begreifen zu können, immer einen Referenzwert (also etwas, worauf er sich beziehen kann). Jede Wahrnehmung wird mit Referenzwerten aus der Vergangenheit verglichen, um sie entsprechend einordnen zu können. Ein und dieselbe Sache wird daher von jedem völlig anders wahrgenommen. Referenzwerte können ganz bewusst ausgewählt werden (geografischer Nullpunkt), allerdings auch unbewusst* (Max vergleicht, ohne es zu merken, Frauen mit seiner ersten Liebe).

reflektieren
Zurückschauen und über etwas nachdenken, etwas bedenken.

Regel
Aus Gesetzmäßigkeiten und / oder Erfahrungen abgeleitete (gefolgerte), bekannt gemachte Richtlinien (für einen bestimmten Bereich), mit dem Zweck, erfolgreiche Dinge zu verstärken und unerfolgreiche zu begrenzen.

Reicher als die Geissens (RADG)
Das Buch von Alex Fischer *"Reicher als die Geissens – Mit Null Euro Startkapital in 5 Jahren zum Immobilien-Millionär"*.
RADG ist KEIN Immobilienbuch, sondern ein Fundament für jeglichen Erfolg, dargestellt am Thema *"Immobilien"*.
Die wichtigste Message (Aussage, das, was man dem anderen mitteilen möchte) des Buches ist: *"Erfolgreich bist Du in Deinem Bereich NICHT, wenn Du allein Dein Fachgebiet beherrscht. Du bist erfolgreich, wenn Du auch die unternehmerischen Grundlagen drauf hast."*
Alex Fischer hat dieses Buch so geschrieben, als wenn der liebe Gott zu ihm gesagt hätte: *"Alex, du hast 450 Seiten, um deinem Sohn alles Wichtige aufzuschreiben. Was würdest du ihm mitteilen wollen?"* Es enthält 43 Hauptgesetze und über 800 wichtige Informationen, die Du kennen solltest, wenn Du wirklich im Leben erfolgreich sein möchtest.

Relation setzen, in
Etwas ins Verhältnis, in Beziehung zu etwas anderen setzen (bringen), zwei Dinge vergleichen, schauen, welche Verbindungen bestehen, wie sie sich zueinander verhalten.

Rentenversicherung
Vereinbarung, bei der jemand regelmäßig Geld an eine Versicherungsfirma zahlt, während er arbeitet. Wenn er dann im Ruhestand ist (altersbedingt nicht mehr arbeitet und kein Geld mehr verdient), zahlt ihm die Versicherungsfirma monatlich einen vereinbarten Betrag aus. Ziel ist, dass er weiterhin genug Geld zur Verfügung hat, um (möglichst ohne Einschränkungen) davon leben zu können.

Resonanz
Einklang, Schwingen (und Handeln) auf der gleichen Wellenlänge, aufeinander abgestimmtes Arbeiten, auf der gleichen Welle sein und arbeiten.

Ressourcen
a) Rohmaterialien, Wertgegenstände oder Ähnliches, das ständig gebraucht wird. Ein vorhandener Bestand von etwas, was für einen bestimmten Zweck benötigt wird. Jemand oder etwas, auf das man zählen und bauen kann. Es sind die *„Rohmaterialien"* bzw. die Wertgegenstände, die jemand besitzt.
Beispiele: Zeit, Geld, Kontakte, Wissen, Dokumente etc.
b) Zusätzliche Materialien, die einem bereitgestellt werden.
Beispiel: Eine Vorlage zum Ausdrucken findest Du in den Ressourcen.
c) Etwas oder jemand (der bestimmte Qualitäten / Fähigkeiten hat), das / der von großem Wert ist und für das Erreichen eines Ziels gebraucht wird.
Beispiel: Führungskräfte gehören zu den wertvollsten Ressourcen, die ein Unternehmen hat.

Resümee
Zusammenfassung oder Schlussfolgerung (am Ende eines Textes), bei der die wichtigsten Punkte / Ergebnisse noch einmal kurz genannt werden und ein abschließender Überblick gegeben wird.

Richtlinie
Eine Richtlinie bestimmt die grundlegende Vorgehensweise, wie man an Dinge in einem Unternehmen herangeht. Eine Richtlinie basiert immer auf Erfahrung. Richtlinien sind allgemeiner gehalten als Regeln und diesen übergeordnet.

Rolle
Die Tätigkeit (eigentlich die *"Identität"*, also das *"Sein"*), die eine Person (in einem Unternehmen, einer Gruppe, einer Abteilung etc.) ausführt. Ein und dieselbe Person kann unterschiedliche Rollen ausführen. Sie nimmt also eine andere Rolle an und hat in diesem Moment eine andere Identität*.

Routine
Fähigkeit, eine bestimmte Tätigkeit schnell und sicher auszuführen (durch Übung und Erfahrung).

Rüttelschuh
Der Rüttelschuh ist eine hin- und her gehende Rutsche, die das Getreide vom Trichter (dort wird das Getreide eingefüllt) zu den Mühlsteinen befördert (die Mühlsteine zerreiben das Getreide in Mehl). Das dadurch entstehende Geräusch erzeugt das *"Klappern der Mühle"*.

schlage nach
Siehe *nachschlagen*.

Schlaumeier
Jemand, der sich für sehr schlau / klug hält (und aufgrund dessen unangenehm, meist lehrmeisterhaft auftritt).

schließen
Beenden, vervollständigen, sodass es ganz / komplett ist, ausfüllen.

Schlüsseldaten
Übergeordnete Informationen (= Daten), die *"der Schlüssel zur Tür des Verstehens"* eines Bereichs sind.

Schlüsselwörter
Die wichtigsten Begriffe. Worte, die wie ein Schlüssel das Fachgebiet zugänglich machen.

Schlussfolgerung
Das Auswerten vorliegender Informationen und dadurch zu einer sich daraus ergebenden logischen Annahme kommen.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Beispiel: Wenn es draußen regnet und man nicht nass werden will, wenn man rausgeht, kann man die Schlussfolgerung ziehen, dass man einen Regenschirm mitnehmen sollte.

Schnabel gewachsen ist, reden wie einem der
Ohne Hemmungen sprechen, seine Meinung unbeschönigt äußern, reden, wie es einem gerade einfällt, ohne sich Gedanken über die Wirkung / den anderen zu machen.

Schnittpunkt
Punkt, an dem sich Linien treffen, den gleichen Raum einnehmen. Gemeint sind hier die Dinge, über die die Könige der Eisberge der gleichen Ansicht sind, die für sie das Gleiche bedeuten und ihnen gleichermaßen real sind.

Schublade
Kategorie, Art, der etwas zugeordnet wird (ohne sich näher damit zu befassen und zu überprüfen, ob es wirklich in diese Kategorie fällt).

schwachsinnig
Blödsinning, keinen Sinn ergebend, unvernünftig.

seelisch
Mit dem inneren Leben einer Person in Verbindung steht, besonders Emotionen, Denkprozesse und das psychische* Wohlbefinden betreffend.

selbstbestimmt
Von sich heraus, nach eigenem Willen.

Sender
Derjenige, von dem eine Kommunikation ausgeht. Ursache der Kommunikation.

separat
Gesondert, von etwas anderem getrennt.

Setup
Die Vorbereitung eines Ortes (des Arbeitsplatzes etc.) oder einer Aufgabe (Bereitstellen der nötigen Materialien, Programme u. Ä.), so dass man überhaupt starten und idealerweise ohne Unterbrechungen arbeiten / vorgehen kann.

Siesta
Ruhepause, besonders in warmen Ländern nach dem Mittagessen.

Social-Media-Kanal
Webseiten und Apps (Anwendungen, Programme) im Internet, über die Leute miteinander reden, Bilder teilen und sich vernetzen können. Der Begriff *"sozial"* bezieht sich darauf, dass die Webseiten und Apps darauf ausgerichtet sind, soziale Interaktionen (miteinander in Kontakt treten oder aufeinander reagieren) und den Austausch von Informationen zu fördern. *"Kanal"* deutet den Fluß von Informationen an.
Ein Social-Media-Kanal ist also eine Webseite oder App, auf der Benutzer Inhalte erstellen, teilen und empfangen können.

Sonderform
Eine besondere Form (Art und Weise, in der etwas vorhanden ist) von etwas.

Spannung
Gefühl der unterschwelligen Unstimmigkeit oder Feindseligkeit.

Spezialwörter
Wörter, die in bestimmten Fachgebieten verwendet werden und nicht zum alltäglichen Wortschatz gehören.

speziell
Anders als normal, besonders, von besonderer, nur bei dieser Sache vorkommender Art.

Staat
Mit einem Staat meint man ein Land und die Menschen, die dort leben und gemeinsame Regeln haben, nach denen sie leben. Zu einem Staat gehört auch, dass es Leute gibt, die die Regeln erstellen und darauf achten, dass sie eingehalten werden.

Staatswesen
Die grundlegende Struktur (wie etwas aufgebaut ist), die ein Staat benötigt, um seine Aufgaben zu erfüllen.

Stammtischbrüder
Ein Stammtisch ist ein Tisch in einer Gaststätte, der von Stammgästen genutzt wird und häufig für diese reserviert ist. Stammtischbrüder bezeichnet eine Gruppe dieser Stammgäste, die sich regelmäßig trifft und gemeinsam die Zeit verbringt, wobei die Kameradschaft im Mittelpunkt steht.

Stärke
Besondere Fähigkeit oder eine besondere Begabung auf einem Gebiet.

Statistik
Methode, um Daten zu sammeln und zu analysieren. Dabei wird die Produktion ins Verhältnis zur Zeit gesetzt (auf stündlicher, täglicher, wöchentlicher, monatlicher … Basis) und man erkennt, ob man sich den Zielen näher oder nicht. Basierend darauf kann man dann herausfinden, welche Aktionen positive und welche negative Auswirkungen hatten und entsprechend agieren.
Beispiel: Am ersten Tag verkauft der Bäcker 100 Brötchen, am nächsten 120, dann 130 usw. – und plötzlich verkauft er an einem Tag nur noch 70. Dann kann er sofort schauen, was die Veränderung hervorgerufen hat, z. B. eine Änderung im Rezept, und diese rückgängig machen.

StGB
Abkürzung für *Strafgesetzbuch*. Es ist eine Sammlung der Gesetze, die sagen, welche Handlungen in Deutschland als Straftaten gelten und welche Strafen dafür verhängt werden können.

stolpern
Fallen, aus dem Gleichgewicht geraten, meist über ein Hindernis (z. B. ein Gegenstand, aber auch unbekannte Wörter).

Studierprogramm
Ein Studierprogramm führt den Lernenden in der richtigen Reihenfolge durch die Informationen, Texte und Inhalte. Es enthält Aufgaben und Übungen, die sicherstellen sollen, dass das theoretische Wissen konzeptionell verstanden und ein brauchbares Wissensnetz aufgebaut wird.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Stuhl
a) Sitzmöbel mit (üblicherweise) 4 Beinen, einer Sitzfläche und einer Rückenlehne.
Beispiel: Er kaufte sich einen neuen Stuhl.
b) Übertragen verwendet für die Position, die jemand innehat.
Beispiel: Der Stuhl des Präsidenten ist nicht einfach.

Substanz
Stoff, Materie, etwas, das Masse hat und Raum einnimmt und bestimmte Eigenschaften hat.

Sünde
Ursprünglich speziell ein Verstoß gegen religiöse (von einer Religion vorgegebene) Regeln oder Lehren.
Hier gemeint ist: Etwas, das man getan hat, das man nicht hätte tun sollen, oder nicht getan hat, das man hätte tun sollen. Etwas, das gegen den eigenen oder gemeinsamen Moralkodex* (Werte) verstößt.

suspekt
Verdächtig, zweifelhaft, nicht vertrauenswürdig.

Symbol
Ein Zeichen, das für eine Bedeutung steht, wie z. B. ein Bild, das eine Botschaft oder eine Bedeutung vermitteln soll.
Beispiel: ein Herz als Symbol für Liebe.

Synchronisation
Die Abstimmung von Handlungen, Abläufen oder Prozessen, um zu erreichen, dass diese gleichzeitig und erfolgreich verlaufen.

System
a) Eine Sammlung von Teilen, die miteinander in Wechselwirkungen stehen und sich gegenseitig beeinflussen.
b) Prinzip, nach dem etwas geordnet wird.
In Systemen herrschen gewisse Gesetzmäßigkeiten, Regeln und Abläufe.
Mehr dazu findest Du im Booklet *Systemisches Denken.*

Technik
a) Anwendung von Wissen, Fähigkeiten, Methoden und Verfahren, um Probleme zu lösen oder bestimmte Ziele zu erreichen.
Beispiel: Diese Verkaufstechnik wird bei uns nicht angewendet.
b) Werkzeuge, Maschinen und Methoden, die verwendet werden, um wissenschaftliche Erkenntnisse in der Praxis anzuwenden.
Beispiel: Das Auto entspricht dem neuesten Stand der Technik.

Thema
Gegenstand / Inhalt eines Gesprächs, einer Untersuchung, eines Textes etc.

Themaverfehlung
Das Thema ist der Gegenstand / Inhalt eines Gesprächs, einer Untersuchung, eines Textes etc. oder auch einer Aufgabe. Mit Themaverfehlung ist gemeint, dass jemand den Kern der Aufgabe völlig falsch versteht und somit das Ergebnis (trotz sorgfältigem Arbeiten) völlig wertlos ist. **Beispiel**: Nach den höchsten ingenieurtechnischen Standards nach Öl gebohrt, leider an der falschen Stelle.

theoretisch
abwertend: Mit der Theorie, also durch Denken gewonnenen Annahmen, zu tun habend. (Erstmal) nicht basierend auf Wissen durch Anwendung und Ausprobieren in der wirklichen Welt.
Beispiel: Psychologen haben oft wilde Theorien, warum Kinder nicht stillsitzen.
auf Ausbildung bezogen: Das Schulen der wichtigsten Konzepte, Begriffe und Gesetzmäßigkeiten, mit dem Ziel, diese dann praktisch umsetzen zu können.
Beispiel: Die theoretische Ausbildung beim Führerschein kommt vor der praktischen Ausbildung.

theoretisches Wissen
Siehe *theoretisch*

tiefgehend
Etwas nicht nur oberflächlich betrachtend, sondern sich mit den Details dazu, weiterführendem Wissen und Hintergründen dazu beschäftigend.

Tiramisu
Italienisches Dessert (Nachtisch) aus Schichten von kaffeegetränkten Löffelbiskuits (luftigen Keksen) und einer süßen Creme.

Ton
Die Art und Weise, wie jemand spricht oder schreibt. So könnte der Ton (wie die Person sich anhört) freundlich, kühl oder arrogant sein.

Tonne kloppen, in die
Etwas wegwerfen oder entsorgen, weil man es nicht will oder gebrauchen kann. Mit *"Tonne"* ist hier die Mülltonne oder der Abfalleimer gemeint.

toxisch
Giftig, schädlich, zermürbend.

Träger
Das, was etwas trägt oder befördert, wie z. B. in der Sprache die Wörter, die bestimmte Bedeutungen tragen und vermitteln.

tragende Fäden
Siehe *Fäden, tragende*.

Transformation
Eine Umwandlung / Veränderung einer Sache oder Person. Hier meinen wir damit die Veränderung des eigenen Zustandes (im Sinne von Weiterentwicklung als Person) zu einem Thema.

Trauma
Schlimme Erlebnisse, die eine Person körperlich und / oder psychisch* erschüttern und von ihr nicht / nur langsam verarbeitet werden können und die noch lange Auswirkungen auf sie haben.

Traumata
Mehrzahl von *Trauma*. Siehe dort.

traumatisch
Auf einem Trauma beruhend oder durch dieses verursacht, also durch eine starke psychische Erschütterung, die lange nachwirkt.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Trigger
Englisch für *Auslöser*. Auslöser für eine Empfindung, Reaktion oder ein Symptom. Etwas, das eine bestimmte (nicht unbedingt bewusste / gewollte) Reaktion hervorruft.
Beispiel: Jedes Mal, wenn jemand zu Max sagt *"Du musst mir mal helfen"*, geht er an die Decke (regt sich auf). In dem Fall wären diese Worte ein Trigger für ihn.

triggern
Auslösen, eine bestimmte Reaktion verursachen.

Tugend
Gute Eigenschaften oder Verhaltensweisen, die als wünschenswert gelten. Dazu gehören z. B. Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit oder Hilfsbereitschaft.

Tutorial
Video, schriftliche Anleitung oder Programm, um das Lernen zu unterstützen, indem es Schritt-für-Schritt-Anleitungen gibt oder schrittweise durch den Lernprozess führt.

Übel
Etwas, das unangenehm, schädlich oder negativ ist.

übergeordnet
Informationen und Daten, die ganz oben stehen und die (hierarchisch) darunter stehenden Informationen maßgeblich beeinflussen.
Etwas, das eine größere Wichtigkeit besitzt als etwas anderes.

umfahren
a) Mit einem Fahrzeug gegen jemanden / etwas fahren und ihn dadurch umwerfen.
Beispiel: Pass auf, dass du das Kind nicht umfährst.
b) Mit einem Fahrzeug um ein Hindernis herumfahren, es umgehen (vermeiden), indem man einen anderen Weg wählt.
Beispiel: Lass uns den Stau umfahren.

Umpriorisierung
Priorisieren bedeutet nach Wichtigkeiten ordnen und die wichtigsten Dinge an den Anfang stellen. Ändert man diese Reihenfolge und gibt anderem als der eigentlich wichtigsten Sache Vorrang, ist das eine Umpriorisierung.

unanwendbar
So, dass man es nicht anwenden kann, damit nicht arbeiten und nichts tun kann.

unbewusst
Ohne dass man sich dessen bewusst ist, ohne Absicht und Wissen, dass es so ist.

Unbewusstheit
Fehlen von bewusstem Wissen oder Aufmerksamkeit auf etwas.

Unendlichkeit
Ohne Begrenzung / zeitliche Einschränkung, ohne Anfang oder Ende.

universell
Alle Bereiche umfassend, für alle gültig, allgemein.

Unterfangen
Unternehmen, dessen Erfolg nicht unbedingt sicher ist.

Unterform
Eine weniger bedeutendere oder weniger allgemeine Form von etwas, Unterkategorie.

unverzichtbar
Man muss es unbedingt haben, es ist nicht möglich, darauf zu verzichten.

unvorhersehbar
Etwas, das nicht vorausgesagt oder erwartet werden kann.

Ursache
Der eigentliche Grund für etwas. Der die Wirkung hervorbringende Grund (Sachverhalt, Vorgang, Geschehen etc.).

Urlaubsantrag
Schriftliche Anfrage, um Urlaub zu bekommen.

Variation
Ähnliche, aber leicht veränderte / abweichende Form / Art zu etwas, das schon da ist / bekannt ist.

verallgemeinert
Nicht genaue Daten und spezifische Vorfälle nennend, sondern unbestimmt. Nicht in Unterschieden, sondern in Gleichheiten gedacht und ausgedrückt.
Beispiele: *"Alle finden das Buch doof." "Das Essen schmeckt keinem."*

verankern
Sicher und gut befestigen, damit es dauerhaft dort bleibt (wie ein Schiff, das mit einem Anker festgemacht wird und so nicht davontreiben kann).

Veranschaulichung
Darstellung, bei der etwas durch Bilder oder Ähnliches besser verständlich gemacht wird.

Verantwortung
a) Die Fähigkeit*, die Konsequenzen* des eigenen Handelns voraussehen zu können (setzt sehr viel Vertrautheit und Wissen über Wechselwirkungen* voraus).
b) Die gesetzten Ziele entgegen aller Widerstände* durchsetzen zu können (setzt Sicherheit, Absicht* und Drive* voraus, ebenso wie das exzellente* Einsetzen der richtigen Werkzeuge und Prozeduren*).
c) Dafür sorgen zu können, dass Dinge so laufen, wie sie laufen sollten (hierzu sollte man natürlich wissen, was die jeweiligen Ideale* sind, man muss alle Referenzwerte* (Vergleichswerte*, Benchmarks*) kennen).
d) Etwas wirklich zu *"seinem Baby*"* zu machen (setzt eine gewisse Liebe und Pflichtbewusstsein in Bezug auf den eigenen Job voraus).
e) Verpflichtung*, auch für die Fehler von Mitarbeitern einzustehen, die unter Deiner Leitung stehen (setzt voraus, dass Du weißt, wie man Mitarbeiter führt*, ausbildet und korrigiert).
f) Rede und Antwort* gegenüber höheren Instanzen* zu stehen (*"Ver-Antworten"*).

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

g) Eigene Verursachung zugeben und akzeptieren. Die eigenen Feedbackloops* und Wechselwirkungen auswerten; Verantwortung für unerwünschte Wechselwirkungen übernehmen (= eigenen Scheiß aufräumen) und erwünschte Feedbackloops verstärken.
h) [mit einer bestimmten Aufgabe, einer bestimmten Stellung verbundene] Verpflichtung, dafür zu sorgen, dass (innerhalb eines bestimmten Rahmens) alles einen möglichst guten Verlauf nimmt, das jeweils Notwendige und Richtige getan wird und möglichst kein Schaden entsteht (Duden)

Verfassung

Gesamtheit der Prinzipien*, die die Form eines Staates und die Rechte und Pflichten der Leute, die dort leben, festlegen. In der Verfassung steht, wie der Staat funktionieren soll.

verfügbar

Vorhanden, bereit sein, da sein, sodass es genutzt werden kann.

Vergleichsdaten

Informationen, mit denen wir z. B. Leistungen, Ergebnisse oder Prozesse miteinander vergleichen können (= *"benchmark"*).
Man kann mit Informationen nicht denken, wenn man keine anderen Daten hat, mit denen man sie vergleichen kann. Der Verstand sucht sich immer etwas zum Vergleichen. Wenn diese Vergleichsdaten nicht bewusst und systematisch (von einem selbst) erstellt werden, dann entstehen schlimme Denkfehler.

Vergleichswert

Festgelegter Bezugswert, mit dem wir z. B. Leistungen, Ergebnisse oder Prozesse miteinander vergleichen können.
Man kann mit Informationen nicht denken, wenn man keinen Vergleichswert hat. Der Verstand sucht sich immer Vergleichswerte. Wenn diese Vergleichswerte nicht bewusst und systematisch (von einem selbst) erstellt werden, dann entstehen schlimme Denkfehler.

verhalten, sich

a) Auf eine bestimmte Art (auf etwas / jemanden) reagieren.
b) Sich benehmen, anderen gegenüber eine bestimmte Haltung / Einstellung zeigen.

Verhaltensmerkmale

Beobachtbare Eigenschaften, die das Verhalten einer Person kennzeichnen, typisch für sie sind.

verifizieren

Als richtig und korrekt bestätigen, auf den Wahrheitsgehalt überprüfen.

verinnerlichen

Etwas sehr gut verstehen und in sich aufnehmen, sodass es zu einem festen Bestandteil des eigenen Denkens, Fühlens oder Handelns wird.

Verknüpfung

Verbindung mit etwas / jemandem.

Verlauf, im weiteren

Zu einem späteren Zeitpunkt, in späteren Abschnitten (eines Textes, Ereignisses etc.).

Verordnung

Für jeden einzuhaltende Vorschriften zur Durchführung von Gesetzen.

Verpflichtung

Rechtliche (durch Gesetze, Verträge etc. entstehend) oder moralische (dem entsprechend, was von einem selbst oder der Gesellschaft als richtig und falsch betrachtet wird) Bindung, Verantwortlichkeit, die eine Person / Gruppe hat.

Versprechung

Der Vorgang, etwas zu versprechen, oder das Ergebnis davon. Versprechen bedeutet, dass man zusichert, dass man etwas Bestimmtes tatsächlich tun wird oder etwas Bestimmtes passieren wird.

Verstand

Eine Art Supercomputer, mit dem Menschen durch das Eingeben von Daten (meist durch die Sinnesorgane) zu Schlussfolgerungen und Entscheidungen kommen. Der Verstand arbeitet dabei mit den bewusst eingegebenen Informationen (die an sich richtig oder falsch sein können). Er nutzt aber auch *"versteckte"* Informationen, die aus früheren Erlebnissen, Entscheidungen etc. stammen, derer man sich nicht mehr bewusst ist. Die Ergebnisse bzw. Schlussfolgerungen, die ein Verstand liefert, hängen also völlig von der Datenbasis ab.

Verstehen

Im Gegensatz zu *"auswendig lernen"* ist Verstehen (insbesondere konzeptionelles Verstehen) das wirkliche "*Begreifen*" eines Konzeptes / Inhaltes. Wenn man etwas nicht verstanden hat, kann man es weder in eigenen Worten zusammenfassen, noch anderen erklären oder zielführend anwenden.

Verstimmung

Ärgerliche Stimmung, die durch einen bestimmten Vorfall (wie einen Streit, eine Enttäuschung) hervorgerufen wurde. Verstimmungen werden fast immer durch verallgemeinerte Aussagen oder Erwartungen, die nicht eingetroffen sind, hervorgerufen.

verübeln, jemandem etwas

Etwas, was ein anderer tut, mit Verärgerung aufnehmen, deswegen böse auf ihn sein.

Vervollständigung

Vermutung, Glaube, Meinung, dass etwas so ist, ohne es wirklich zu wissen. Oft wird ein Mangel an Information durch *"eigene Vervollständigungen"* oder *"Annahmen"* aufgefüllt, was zu schweren Fehlentscheidungen führen kann.

verwoben

Wie durch weben (Art, um aus einzelnen Fäden ein Stück Stoff herzustellen) miteinander verbunden, zu einem Ganzen zusammengefügt.

verwunderlich

Verwunderung auslösend, überraschend, erstaunlich.

verzerren

Die Darstellung, Bedeutung etc. von etwas falsch oder ungenau wiedergeben.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Via
Lateinisch für *Weg*. Via heißt so viel wie *„über“*. Damit ist gemeint, dass man den Weg nicht direkt geht, sondern z. B. *„via den Vorgesetzten“*. Es bedeutet also, man geht z. B. über den Vorgesetzten, um an einem Ziel anzukommen. Es sind also Zwischenstationen gemeint, die etwas auf dem Weg von A nach B macht. Je mehr Vias, also je mehr Zwischenstationen, desto größer ist die Gefahr von Veränderungen und eines vollständigen Stopps.

Video-Briefing
(Kurze) Erklärung zu einem Thema per Video.

Vision
Zukunftsbild basierend auf den eigenen Werte und Zielen – eine Vision ist also das, was man in der Zukunft erreichen will.

Vokabel
Wort einer fremden Sprache.

Vokabelkarten
Karteikarten, bei denen auf der einen Seite das Wort in der Fremdsprache steht, auf der anderen Seite die Übersetzung. Hilfe beim Lernen von Vokabeln (Wörtern einer fremden Sprache).

Volksmund
Volkstümlicher (typisch oder charakteristisch für das Volk oder die Bevölkerung) Sprachgebrauch; Redewendungen, Sprichwörtern, Anekdoten und Überlieferungen innerhalb einer Gemeinschaft oder Gesellschaft, die mündlich weitergegeben werden.

Vorstellungskraft
Die (stärker / schwächer vorhandene) Fähigkeit, sich etwas in Gedanken vorstellen zu können, das nicht direkt greifbar oder wirklich vorhanden ist.

Vorurteil
Vorgefasste Meinung über jemanden, eine Gruppe von Menschen oder eine Sache, die auf unzureichenden Informationen beruht. Man urteilt also, bevor man sich die Fakten selbst angesehen hat.

Wahrnehmung
Der Vorgang, (mit den Sinnen) zu erfassen, zu bemerken.

Wahrnehmungsfilter
Einen Wahrnehmungsfilter kann man sich wie den Filter bei einem Fotoapparat vorstellen: Er verstärkt manche Dinge (wie z. B. Farben), indem er andere Dinge ausfiltert bzw. blockiert. Ein Wahrnehmungsfilter verändert das, was man wahrnimmt (sieht, hört, fühlt, versteht), und dadurch kann die komplette Message verändert werden.

Wahrnehmungskanäle
Die verschiedenen Sinnesorgane, also Körperteile, mit denen wir unsere Umwelt wahrnehmen. Diese sind Augen (sehen), Ohren (hören), Nase (riechen), Mund (schmecken) und Haut (fühlen).

Wahrscheinlichkeitsrechnung
Teilgebiet der Mathematik, das sich mit der Berechnung von Wahrscheinlichkeiten beschäftigt. Wahrscheinlichkeiten geben an, wie wahrscheinlich es ist, dass ein bestimmtes Ereignis eintritt oder nicht.
Beispiel: Wenn man würfelt, wie wahrscheinlich ist es, dass man eine 6 würfelt?

Wechselwirkung
Eine Wechselwirkung tritt ein, wenn eine verursachte Sache nicht nur eine Wirkung bei etwas erzielt, sondern diese Wirkung wiederum etwas bei der ehemaligen Ursache und anderen Faktoren verursacht. Dinge stehen nämlich (durch wechselseitige Beeinflussung) im Zusammenhang.

Weglassung
Etwas, das (absichtlich) nicht erwähnt, nicht hinzugenommen, verwendet wurde.

Werte
Überzeugungen, Einstellungen, Ideale, nach denen eine Person ihr Leben gestaltet bzw. nach denen ein Unternehmen aufgebaut ist.

wertfrei
Ohne zu bewerten, also ohne zu beurteilen, ob es gut oder schlecht ist.

Wertung
Einschätzung, Beurteilung oder Bewertung von etwas.

Wichtigkeit
Wie wichtig etwas ist, also welche Bedeutung es für jemanden / etwas hat.

Widerstand
Gegen das Erreichen eines Ziel gerichtete Handlungen, Absichten, Entscheidungen etc.

wie aus der Pistole geschossen
Siehe *Pistole geschossen, wie aus der*.

Wikipedia
Allgemein zugängliches Online-Lexikon, das zu allen Wissensgebieten Informationen bietet, die von den Nutzern selbst erweitert und verändert werden können.

Wikipedia ist bei allgemeinen oder wissenschaftlichen Themen meist sehr brauchbar.
Bei gesellschaftlichen Themen ist Wikipedia leider oft durch Interessengruppen (wie Politiker, WHO, Lobbyisten, fanatische Aktivisten etc.) beeinflusst (Propaganda). Dies ist möglich, da z. B. in Deutschland nur rund 25 Administratoren die finale Deutungshoheit (also das letzte Wort) bei Wikipedia haben.
Beispiel: Diffamierung (Herabsetzung des Rufs) Andersdenkender bei COVID, einseitige geopolitische Sichtweisen, menschengemachter Klimawandel, politische Korrektheit, Genderwahn etc.

Wirtschaftsprognosen
Vorhersage oder Einschätzung über die zukünftige Entwicklung der Wirtschaft. Mit Wirtschaft ist die Gesamtheit aller Aktivitäten gemeint, die mit der Herstellung, dem Austausch und der Verteilung von Gütern und Dienstleistungen zu tun haben, um die Bedürfnisse und Wünsche der Menschen zu erfüllen. Die Wirtschaft umfasst sowohl die Produktion von Waren und Dienstleistungen als auch den Handel mit ihnen.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Wissen
Informationen, Fakten, Kenntnisse oder Erfahrungen, die eine Person durch Lernen, Studium oder Erfahrung erworben hat (und über die sie sich sicher ist, dass sie richtig und verlässlich sind).

Wissensnetz
Das Wissensnetz ist eine Art Netz, das man sich in seinem Kopf aufbaut, in welches man dann die verschiedenen Informationen *“einhängen”* oder *“einweben”* kann. Es ist vergleichbar mit dem Spinnen eines Netzes einer Spinne: Erst baut sie die *“tragenden Fäden”*, dann die gröberen Zwischenfäden und erst dann kommen die feinen Details.

Worksheet
Blatt mit verschiedenen Anweisungen und Aufgaben, auf welchem man dann diese auch gleich umsetzen kann. Worksheets sorgen dafür, dass die erhaltenen Informationen als konzeptionelles Verstehen in das Wissensnetz
eingewoben werden, ins Bewusstsein übergehen und somit anwendbar werden.

Wort
Ein Wort ist ein *Symbol*, das eine Bedeutung / Idee / ein Konzept repräsentiert.*

Worte, missverstandene
Siehe *missverstandenes Wort*.

X
Platzhalter für etwas, das nicht genau benannt wird oder nicht bekannt ist.

Y
Platzhalter für etwas, das nicht genau benannt wird oder nicht bekannt ist.

YouTube
Online-Plattform (Internetseite oder eine App, auf der Leute miteinander interagieren können) für das Teilen von Videos.

Zahlen
(In Zahlen ausgedrückte) Daten oder Statistiken, die die Leistung oder den Zustand einer bestimmten Sache oder Situation darstellen.

z. B.
Abkürzung für: *zum Beispiel.*

zermalmen
Vollständig zerdrücken, pulverisieren (zu Pulver verarbeiten).

zerreiben
a) In kleine Teile, zu Pulver reiben, zerkleinern.
b) Durch ständige Wiederholung oder dauerhaften Druck zerstören oder abnutzen.

Ziel
Das, was man mit seinen Handlungen erreichen möchte. Das, was die Aktion bzw. das Spiel beendet, wenn es erreicht wurde.

zig
Sehr viele, aber die genaue Anzahl ist nicht benannt.

Zweck
Die Vorstellung (Idee) dessen, was man mit seinem Tun bzw. bestimmten Aktionen erreichen möchte. Grund, warum man ein Ziel verfolgt. Der Zweck ist die Antwort auf die Frage *“Warum tun wir eigentlich, was wir tun?”*

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

Copyright, rechtliche Hinweise, Disclaimer, Danksagung etc.

© 2024 by Alexander Fischer. Dieses Booklet darf (als Geschenk an die Menschheit) ganz oder in Auszügen frei verwendet werden, sofern Du weder die Auszüge noch den Gesamteindruck veränderst. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen, in z. B. Instagram/ TikTok/Facebook etc. Posts / Reels etc. verwenden, sofern Du eine Quellenangabe machst oder diese offensichtlich ist. Bei Übersetzungen des Gesamtwerkes in andere Sprachen oder bei gewerblicher Nutzung (Verkauf der Inhalte) muss zuvor die schriftliche Genehmigung von Alexander Fischer eingeholt werden. Kontakt: support@af-media.org.

Dieses Booklet schöpft aus den tiefen Erfahrungen, Beobachtungen und Erkenntnissen von Alexander Fischer. Über mehrere Jahrzehnte hat er sich eingehend mit dem Konzept des ‚Königlichen Eisbergs' beschäftigt, einer Metapher, die veranschaulicht, wie unterschiedlich jeder Mensch die Welt um sich herum wahrnimmt und interpretiert. Während dieser Zeit hat Alexander Fischer umfangreich die Werke und Theorien von renommierten Vordenkern und Forschern studiert, deren Erkenntnisse die in diesem Booklet dargelegten Inhalte stützen. Es ist wichtig zu verstehen, dass dieses Booklet eine subjektive Aufarbeitung und Deutung dieser vielfältigen Perspektiven darstellt, wie sie von Alexander Fischer durch seine eigenen Forschungen und Beobachtungen erfahren und verstanden wurden. Die dargestellten Methoden und Ansätze dienen als Wegweiser und Inspiration, das Verhalten von Menschen besser zu verstehen und zu interpretieren. Sie dienen außerdem dazu, die Kommunikation zwischen Menschen auf ein anderes Level zu heben und Missverständnisse untereinander auf ein Minimum zu reduzieren. Es werden keinerlei Versprechen für Erfolge, Ergebnisse oder Garantien in irgendeiner Form gemacht und dürfen auch nicht als solche verstanden werden. Gender-Hinweis: In diesem Dokument wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Diese Formulierung umfasst alle Geschlechter und dient ausschließlich der Vereinfachung des Textes. Wir betonen ausdrücklich, dass alle Menschen unabhängig von ihrem Geschlecht gleichermaßen angesprochen und in unserer Darstellung berücksichtigt sind.

Für alle Interaktionen und Transaktionen, die im Zusammenhang mit diesem Booklet stehen, gelten ausnahmslos die allgemeinen Geschäftsbedingungen der AFM GmbH, die umfassend und detailliert unsere Vereinbarungen mit Kunden und Nutzern regeln. Diese Bedingungen sind sorgfältig formuliert, um sowohl die Interessen des Lesers als auch die unseres Unternehmens zu schützen und zu wahren. Gerne kannst Du diese auf unserer Webseite einsehen, um ein vollständiges Verständnis aller relevanten Aspekte zu erhalten. Zusätzlich möchten wir auf die Wichtigkeit des Datenschutzes hinweisen, der für uns von höchster Priorität ist. Unsere Datenschutzrichtlinien, die in Übereinstimmung mit den neuesten gesetzlichen Bestimmungen und Standards entwickelt wurden, sind ebenfalls auf unserer Webseite einsehbar. Dort bieten wir Dir eine detaillierte und transparente Übersicht darüber, wie wir Deine persönlichen Daten handhaben, schützen und verarbeiten. Du findest dort ebenfalls umfangreiche Informationen zu den Arten von Daten, die wir erfassen, zu den spezifischen Zwecken ihrer Verwendung sowie zu Deinen Rechten und Optionen in Bezug auf den Datenschutz. Wir verstehen die Bedeutung des Schutzes Deiner Privatsphäre und haben uns dementsprechend verpflichtet, Deine persönlichen Daten mit höchster Sorgfalt und gemäß strengsten Sicherheitsstandards zu behandeln. Nimm Dir bitte die Zeit, diese wichtigen Informationen sorgfältig zu lesen, um ein vollständiges Verständnis unserer Datenschutzpraktiken zu erhalten.

Das Impressum auf unserer Webseite, welches Du unter www.alex-fischer-duesseldorf.de findest, bietet eine umfassende und detaillierte Zusammenstellung wichtiger rechtlicher Informationen über unsere Firma. Dort werden nicht nur die Kontaktdaten bereitgestellt, die Dir ermöglichen, direkt und unkompliziert mit uns in Verbindung zu treten, sondern auch wesentliche Angaben zur Unternehmensregistrierung. Diese Informationen umfassen unter anderem die genaue Firmenbezeichnung, unsere Handelsregisternummer und den Sitz unseres Unternehmens. Zudem sind in diesem Abschnitt die Namen und Funktionen der verantwortlichen Personen der AFM GmbH aufgeführt, um Transparenz und Klarheit hinsichtlich der Unternehmensführung und Verantwortlichkeiten zu gewährleisten. Dieses Impressum dient nicht nur der Erfüllung gesetzlicher Anforderungen, sondern ist auch Ausdruck unseres Bestrebens nach Offenheit und Vertrauenswürdigkeit gegenüber unseren Kunden und Geschäftspartnern. Wir laden Dich herzlich ein, diese Informationen einzusehen, um ein noch besseres Verständnis unserer Unternehmensstruktur und der Menschen, die hinter unserer Marke stehen, zu erlangen. Besuche unsere Webseite, um weitere Informationen über unsere Dienstleistungen, Produkte und die Philosophie unseres Unternehmens zu erhalten. Dort findest Du auch eine Fülle von kostenlosen Ressourcen, die Dir helfen können, Deine Ziele schneller zu erreichen und Dein Verständnis für die behandelten Themen zu vertiefen. Bitte beachte, dass Alexander Fischer, die AFM GmbH und ihre Vertreter keine Haftung für die Vollständigkeit, Aktualität und Richtigkeit der in diesem Booklet bereitgestellten Informationen übernehmen. Die in diesem Booklet präsentierten Inhalte wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt, um tiefe Einblicke in das faszinierende Thema der menschlichen Wahrnehmung und der individuellen Sichtweisen zu bieten. Jede Person erlebt und interpretiert die Welt auf ihre eigene, einzigartige Weise, und dieses Booklet zielt darauf ab, diese Vielfalt an Perspektiven zu erkennen und zu verstehen. Das Hauptziel dieses Werkes ist es, ein vertieftes Verständnis für die Komplexität und Vielfalt des menschlichen Verstandes und Unterbewusstseins zu vermitteln und aufzuzeigen, wie stark sie sich auf alltägliche Situationen auswirken kann. Dieses Booklet fördert ein tieferes Verständnis und Respekt für die unterschiedlichen Sichtweisen der Menschen und steht in keiner Weise für Gewalt, Hass oder Diskriminierung. Wir glauben, dass ein besseres Verständnis der Vielfalt menschlicher Wahrnehmungen zu wahrer und nachhaltiger Verbesserung von zwischenmenschlichen Beziehungen beitragen kann.

Danksagung: Dieses Booklet ist das Ergebnis einer intensiven Forschungsreise, in der sich der Autor mit einem breiten Spektrum von Theorien und wissenschaftlichen Erkenntnissen auseinandergesetzt hat. Diese Studien wurden geleitet von den Einsichten und Lehren verschiedenster Persönlichkeiten, deren tiefgreifende Erkenntnisse über das menschliche Denken und das Unterbewusstsein auch heute noch von großer Bedeutung sind. Persönlichkeiten wie insbesondere Lafayette Ronald Hubbard, Sokrates, Platon, Aristoteles, Lucius Annaeus Seneca, Marcus Aurelius, Konfuzius, Vilfredo Pareto, Vera Felicitas Birkenbihl, Georg Wilhelm Friedrich Hegel, Siddhartha Gautama, Sadhguru sowie die Lehren aus dem Koran und dem Alten und Neuen Testament haben wesentlich dazu beigetragen, die Grundlage für dieses Booklet zu schaffen, das darauf abzielt, ein umfassendes Verständnis für das facettenreiche Thema der menschlichen Wahrnehmung zu bieten. Trotz der umfangreichen Forschung und des Studiums sind die Inhalte dieses Booklets vom Autor in der modernen, mittelständischen Praxis auf Funktionalität und leichte Anwendbarkeit getestet worden. Sie repräsentieren das Destillat der umfangreichen Theorie, das sich in der heutigen Zeit als besonders effektiv herausgestellt hat. Danksagung an unser Team: Wir möchten uns bei allen bedanken, die zum Gelingen dieses Booklets beigetragen haben. Ein besonderer Dank gilt den Redakteuren, Designern und Korrektoren für ihre sorgfältige und detailorientierte Arbeit und ihre unermüdliche Unterstützung. Abschließend danken wir Dir als Leser für Dein Interesse und Engagement. Deine Bereitschaft zum Lernen ist unsere größte Inspiration und Motivation. Ohne die Beiträge und das Vertrauen jedes Einzelnen wäre dieses Werk nicht möglich gewesen. Gemeinsam haben wir ein Booklet geschaffen, das hoffentlich viele bereichern und inspirieren wird. Wir sind stolz darauf, es der Welt schenken zu können, und sind gespannt auf die vielfältigen Wege, auf denen es seine Leser bereichern wird.

Die Synthese aus bewährter Theorie und funktionierender Praxis macht dieses Booklet so einzigartig und effektiv. In unserer heutigen digitalen Ära haben wir eine innovative Brücke zwischen dem traditionellen Lesen und digitalen Medien geschlagen. Dieses Booklet symbolisiert unseren Ansatz, eine nahtlose Integration zwischen dem gedruckten Wort und digitalen Formaten wie Videos und interaktiven Plattformen zu schaffen. Wir sind stolz darauf, diese Synergie ermöglicht zu haben, da sie Lesern erlaubt, über das bloße Durchblättern von Seiten hinauszugehen und ergänzende Online-Inhalte zu entdecken. Diese Verbindung erweitert das Lernerlebnis auf eine Weise, die über die Grenzen herkömmlicher Bildungsressourcen hinausgeht, und öffnet neue Wege für Verständnis und Interaktion. Durch die Kombination von knappen, prägnanten Textabschnitten im Booklet und vertiefenden Inhalten und Beispielen in den Videos bieten wir einen doppelten Zugang zu den Themen. Diese Methodik ermöglicht es den Lesern, ein umfassendes Verständnis der Materie zu erlangen und sich je nach Vorliebe und Bedürfnis tiefer mit den Inhalten auseinanderzusetzen. Unser Ziel ist es, adaptives Lernen zu unterstützen und ein Lernerlebnis zu bieten, das sowohl flexibel als auch tiefgründig ist. Diese pädagogische Innovation, die Buch und digitale Medien miteinander verknüpft, ist ein wichtiger Schritt in unserer Mission, Bildung zugänglicher und interaktiver zu gestalten, um den Anforderungen unserer schnelllebigen Gesellschaft gerecht zu werden. Um sicherzustellen, dass die in diesem Booklet und den Videos präsentierten Informationen nicht nur überflogen, sondern wirklich verinnerlicht werden, haben wir ergänzend dazu Workbooks und anwendungsbezogene Aufgaben entwickelt. Diese praktischen Materialien dienen als Brücke zwischen Theorie und Praxis, indem sie die Leser dazu anregen, das Gelernte aktiv anzuwenden und durch Übungen zu vertiefen. Diese Hands-on-Erfahrung fördert nicht nur das Verständnis, sondern auch die Fähigkeit, das Wissen in realen Situationen einzusetzen.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Hast Du ALLE kostenlosen Booklets unserer Fundamental-Serie?

In diesen Booklets beantworten wir Dir kurz und anschaulich die 4 fundamentalen und essenziellen Fragen im Leben:

Warum verzweifeln wir zwischenmenschlich immer wieder? Entdecke die Dynamiken und Werkzeuge, die hinter unseren sozialen Beziehungen stecken.

Warum haben die Menschen die Schwierigkeiten, die sie haben? Erfahre mehr über die tieferen Ursachen, verstehe sie und bekomme eine geradezu magische soziale Kompetenz.

Wie geht effektives Lernen und Ausbilden? Erhalte Einblicke in die Mechanismen des Lernens und wie Du sie zu Deinem Vorteil nutzen kannst.

Warum neigen Probleme dazu, immer mehr zu werden? Wie Du durch systemisches Denken viele Probleme vorhersehen und vermeiden kannst.

Diese vier Booklets sind eigentlich Teil unserer kostenpflichtigen Unternehmer-Coachings. Da dieses Wissen allerdings so fundamental ist und wir davon überzeugt sind, dass es die **Welt ein Stückchen besser** machen könnte, geben wir diese Booklets **kostenlos, als unseren Beitrag an die Menschheit** heraus.

Klicke also auf das jeweilige Booklet oder scanne die QR-Codes und profitiere von diesem unschätzbaren Wissen – sowohl beruflich als auch privat!

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Hol Dir das physische Buch

250.000+ verkaufte Exemplare

43 bewährte Erfolgsgesetze für Deinen privaten, beruflichen und finanziellen E olg.

Was sich hinter diesem reißerischen Titel verbirgt?

Die 43 Erfolgsgesetze und 668 Erkenntnisse aus diesem praxiserprobten Erfolgswegweiser helfen Dir dabei, erfolgreicher in allen Lebensbereichen zu sein:

Persönlicher Erfolg: Wie Du Deine wahre Leidenschaft findest, Dir die richtigen Ziele setzt, mehr freie Zeit gewinnst und Deine volle Energie und Freude am Leben zurückgewinnst …

Beruflicher Erfolg: Wie Du mit übergeordneten Prinzipien und Werkzeugen einen laserscharfen Fokus entwickelst und in kürzester Zeit viel mehr schaffst und Deine Ziele einfacher, schneller und stressfreier erreichst …

Finanzieller Erfolg: Wie Du mit den effektivsten Strategien der Millionäre blitzschnell Eigenkapital aufbaust, Deinen Cashflow verdoppelst, Deine Bonität steigerst und in 14 Schritten Deine finanzielle Freiheit ohne Rückschläge erreichst …

Nutze dieses Insiderwissen für Deinen Erfolg, indem Du Dir jetzt Dein kostenloses Exemplar bestellst!

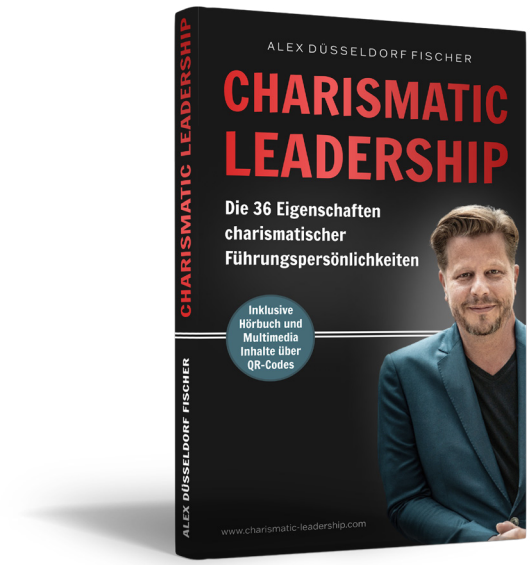
(Auf den Button klicken oder QR-Code scannen!)

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Hol Dir das physische Buch

Inklusive Multimedia-Inhalte



Dein Motivationsschub und Kompass für die Hosentasche!

Erlebe die Kraft von ***„Charismatic Leadership“* in Deinen Händen**! Denn ein PDF wird Dir **nie das gleiche, volle Leseerlebnis bieten können wie ein echtes, physisches Buch**. Mache das Buch zu Deinem eigenen! **Unterstreiche wichtige Passagen, mache Randnotizen oder markiere Schlüsselkonzepte.**

So wird dieses Buch zu Deinem persönlichen Leuchtturm, das Dich im Leben und Tagesgeschäft, trotz aller Ablenkungen, auf Kurs halten wird! Sein praktisches **Taschenbuch-Format** macht es zum idealen Begleiter für unterwegs. Egal, wo Du bist – Dein *„Charismatic Leadership“*- Buch ist immer an Deiner Seite!

Mit hochwertigen Grafiken und klarer Druckqualität werden die Konzepte von *„Charismatic Leadership“* lebendig und leicht verständlich – perfekt für visuelle Lerner.

Die **interaktiven QR-Codes** verbinden Dich direkt mit ergänzenden Online-Ressourcen und Video-Briefings, mit denen Du Dein Wissen – wo immer Du auch bist – vertiefen kannst.

Jetzt Dein kostenloses Exemplar sichern!

(Auf den Button klicken oder QR-Code scannen!)

© Alex Düsseldorf Fischer *www.charismatic-leadership.de*

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Charismatic Leadership

Das kostenlose Hörbuch

Das komplette Buch als ungekürztes Audiobook.

Durch die individuell betonende Stimme von Alex wirst Du ein viel tieferes Verstehen der Inhalte bekommen.

Indem Du das Hörbuch mehrmals durchhörst, wirst Du erkennen, **wie die einzelnen Eigenschaften miteinander querverknüpft sind und ein großes Ganzes ergeben.**

Alte Gewohnheiten sind stark.

Dieses Hörbuch wird, wenn Du es regelmäßig hörst, Deine Gewohnheiten in Richtung einer charismatischen Führungspersönlichkeit transformieren.

Tipp: Das Hörbuch zum Buch kannst Du auch ganz bequem in unserer kostenlosen #DELLENHAUER App anhören!

Jetzt kostenloses Hörbuch herunterladen!

(Auf den Button klicken oder QR-Code scannen!)

© Alex Düsseldorf Fischer *www.charismatic-leadership.de*

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Charismatic Leadership

Der kostenlose Podcast

Exklusive Briefings, Interviews und Antworten auf Leserfragen von Alex zu *"Charismatic Leadership"* – auch für unterwegs – zum Anhören!

Jede Folge des Podcasts ist angereichert mit umfassenden Hintergrundinformationen und tiefgreifenden Einblicken in die Kunst der charismatischen Führung.

Erlebe, wie die Konzepte des Buches auf einmal lebendig werden und durch anschauliche Beispiele und vertiefende Diskussionen ergänzt werden.

Wir vertiefen jedes Thema, bieten erweiterte Perspektiven und untermauern die Inhalte mit realen Beispielen. Dieses intensive Lernerlebnis hilft Dir, Deine Führungsfähigkeiten auf das nächste Level zu heben.

Abonniere jetzt den *„Charismatic Leadership"*-Podcast, damit Du **keine neue Folge verpasst**!

Jetzt abonnieren!

(Auf den Button klicken oder QR-Code scannen!)

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Komm ins Team!

Wir suchen Mitarbeiter, Freiwillige, Talente und Kooperationspartner in verschiedenen Bereichen:

Projektleitung und Übersetzung in Deine Muttersprache (Englisch, Spanisch, Russisch etc.)

Werde Teil unseres Content-Teams! Wir planen, bisher unveröffentlichten Video-Content (über 1000 Stunden!) von Alex Fischer auf den Social-Media-Kanälen zu veröffentlichen, und suchen dafür:

- **(Chef-)Redakteur** (z. B. für Videos, Blog, App etc.)
- **Videographen** (Konzept, Produktion, Postproduktion Video & Audio)

Projektmanagement & Assistenz der Geschäftsleitung

Marketing & Verbreitung, Video-Funnels

Media Buyer

Social-Media-Spezialisten

SEO-Spezialisten

Amazon-Marketing-Spezialisten

KI-Spezialisten

Trainer, Consultants, Unternehmensberater

Verkäufer, Vertriebsführungskräfte, Telesales Agents

Softwareprogrammierung (alles, was Unternehmer, Selbstständige und Freiberufler benötigen, ggf. hast Du auch bestehende Software etc.)

Schließe Dich unserem Team aus A-Playern an und verändere mit uns die Welt!

(Auf den Button klicken oder QR-Code scannen!)

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

#DELLENHAUER App
kostenlos herunterladen

Inklusive
“Reicher als die Geissens” &
“Charismatic Leadership”
Hörbuch

Die kostenlose **#DELLENHAUER Business Community App** versorgt Dich regelmäßig mit exklusivem Content zu:

Immobilien	**inklusive Hörbuch *“Reicher als die Geissens”***
Steuern	**inklusive Hörbuch *“Charismatic Leadership”***
Unternehmertum	

Über die **Chatfunktion** kannst Du Dich mit anderen Community-Mitgliedern vernetzen und austauschen!

App jetzt kostenlos herunterladen!

(Auf den Button klicken oder QR-Code scannen!)

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Kostenloses Fundamental-Booklet

Der versteckte Faktor (Hilfe)

In diesem Booklet erfährst Du, wie ein (den meisten Menschen unbekannter) Faktor für wahnsinnig viel Frust im zwischenmenschlichen Bereich sorgen kann: zwischen Führungskräften und Mitarbeitern, Kunden, Geschäftspartnern, aber auch Ehepartnern, Eltern & Kind etc.

Ohne die Berücksichtigung dieses Faktors ist es schwierig, mit Menschen umzugehen, sie zu führen, auszubilden, mit ihnen zu kooperieren, ihnen etwas zu verkaufen etc.

Dieser eine Faktor hindert Dich daran, Dinge im zwischenmenschlichen Bereich zu verbessern. Denn Du stößt immer wieder gegen diese unsichtbare Wand, die zu Frust und in Extremfällen sogar zu Hass führen kann.

Klicke jetzt auf das Booklet oder scanne den QR-Code und entdecke dieses mächtige Wissen, das Deine Sicht auf andere für immer verändern wird!

Jetzt kostenloses Booklet herunterladen!

(Auf den Button klicken oder QR-Code scannen!)

© Alex Düsseldorf Fischer *www.charismatic-leadership.de*

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Kostenloses Fundamental-Booklet

Der königliche Eisberg

Was ist die häufigste Form der Kommunikation? **Das Missverständnis!**

Glaubst Du nicht? Hast Du schon mal eine Reaktion *"verursacht"*, die Du überhaupt nicht nachvollziehen konntest? Hast Du schon einmal Dinge persönlich genommen, die andere Menschen um Dich herum getan haben?

Sind die Reaktionen von Mitarbeitern, Freunden oder Familienmitgliedern für Dich manchmal schwer nachzuvollziehen oder unvorhersehbar?

Hattest Du jemals einen Interessenten, der das perfekte Angebot ablehnte, obwohl Du sicher warst, dass es perfekt für ihn war? Oder hast Du manchmal einfach das Gefühl, gegen Wände zu sprechen?

All diese Phänomene haben eine gemeinsame Ursache: den königlichen Eisberg. Jetzt mehr erfahren!

Jetzt kostenloses Booklet herunterladen!

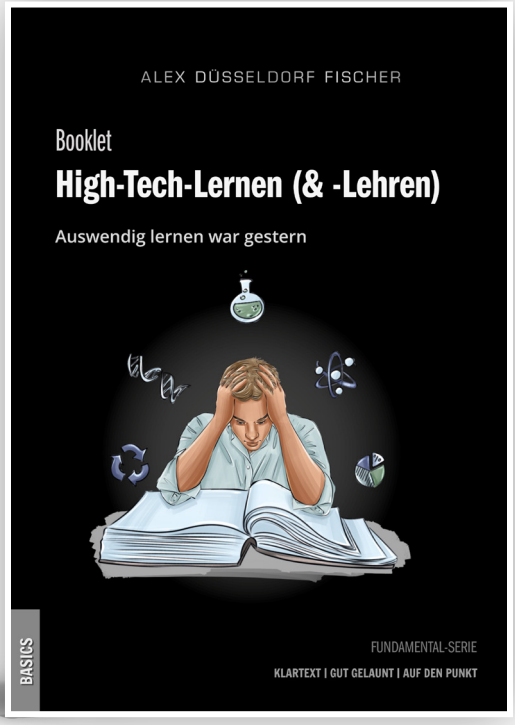
(Auf den Button klicken oder QR-Code scannen!)

© Alex Düsseldorf Fischer *www.charismatic-leadership.de*

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Kostenloses Fundamental-Booklet

High-Tech-Lernen & (-Lehren)



Erinnerst Du Dich daran, wie faszinierend Lernen als Kind gewesen ist?

Die Welt war voller Geheimnisse, die nur darauf warteten, entdeckt zu werden. Doch irgendwo auf dem Weg haben wir die Freude am Lernen verloren. Dieses Booklet bringt Dir den **Spaß am Lernen wieder zurück**!

Entdecke die kraftvollen Lernmethoden, die weit über das bloße Auswendiglernen hinausgehen. Lerne, **wie man Wissen aufnimmt, versteht und nie wieder vergisst**! (Auch für Eltern und Lehrer geeignet!)

Erfahre zusätzlich, wie **künstliche Intelligenz** das Lernen nicht nur vereinfacht, sondern auch spannender und wirkungsvoller macht, sodass Dein Lernpotenzial maximiert wird!

Bist Du bereit, das Lernen neu zu entdecken? Tauche ein in die Welt des High-Tech-Lernens (& -Lehrens) und entfalte Dein volles Lernpotenzial!

Jetzt kostenloses Booklet herunterladen!

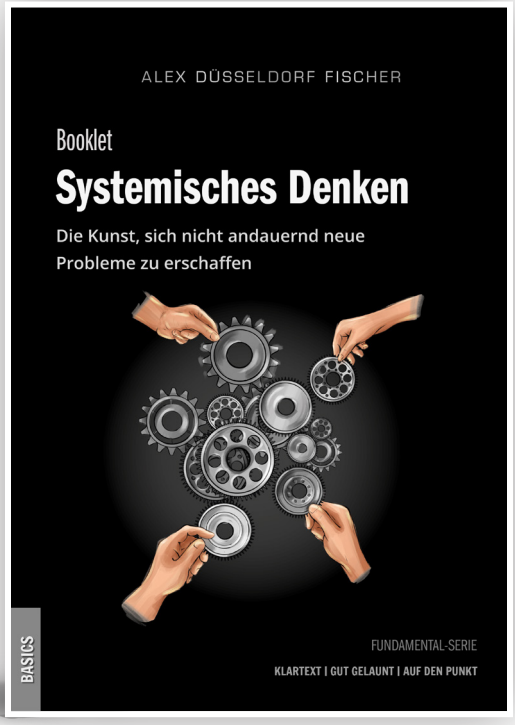
(Auf den Button klicken oder QR-Code scannen!)

© Alex Düsseldorf Fischer *www.charismatic-leadership.de*

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Kostenloses Fundamental-Booklet

Systemisches Denken



Leider wahr: In der Vergangenheit wurde Dir die **völlig falsche Art zu denken beigebracht** – lineares Denken. Lineares Denken ist die Art zu denken, die wir in der Schule und im Leben beigebracht bekommen haben. Es versucht immer, auf dem direktesten Weg ein bestimmtes, finales Ergebnis zu erzielen. Sprich: *"Ich mache A und das führt zu Ergebnis B."*

Leider funktioniert diese Denkweise nur unter theoretischen Bedingungen. In der Praxis erschafft sie stets **mehr neue Probleme, als ursprünglich vorhanden waren**.

In diesem Booklet erfährst Du, wie Du viele Probleme vorhersehen und vermeiden kannst, indem Du komplexe Situationen inklusive aller möglichen Wechselwirkungen ganzheitlich zu betrachten und zu verstehen lernst.

Bist Du bereit, Deine Denkweise zu transformieren? Dann klicke jetzt auf den Button oder scanne den QR-Code!

Jetzt kostenloses Booklet herunterladen!

(Auf den Button klicken oder QR-Code scannen!)

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

Wer ist Alex *„Düsseldorf“* Fischer?

Mit seinen über 30 Jahren Business-Erfahrung ist Alex Fischer (vom Sohn zweier Lehrer hin zum erfolgreichen Unternehmer und Investor) durch viele Höhen und Tiefen gegangen. Er hat fast jeden möglichen Fehler gemacht und daraus wertvolle Erkenntnisse gewonnen.

Alex Fischer, Baujahr 1973
Unternehmer, Investor & professioneller Mentor

Zusätzlich hat Alex das Wissen von dutzenden von Mentoren gesammelt und immer direkt umgesetzt. Dadurch bekam er viel echte (!) Praxiserfahrung und kann seine Mentoring-Teilnehmer davor bewahren, unnötige Fehler zu machen.

Im Gegensatz zu den meisten anderen sog. *“Business Coaches”* da draußen (die von US-Büchern abschreiben, die sie selbst nur halb verstanden haben), **hat Alex echtes, tiefes Wissen und kann nahezu jede Frage *"aus der Hüfte“*, verständlich, nachvollziehbar und auf den Punkt beantworten** – weil er sich das Wissen in eigener Forschungsarbeit erarbeitet hat.

Es vergeht **kein Tag, an dem Alex nicht mindestens 5 Stunden Bücher liest oder sich irgendwie sonst weiterbildet**. Als absoluter Wissens-Junkie hat Alex nach über 30 Jahren tiefgreifendes Verstehen zu den übergeordneten Gesetzmäßigkeiten des Lebens angesammelt.

Alex Spezialität ist es die Themen ***“Business und wirtschaftlichen Erfolg”***, mit ***“wissenschaftlichem Arbeiten”*** und ***“Philosophie”*** **zu kombinieren**. Diese Mischung ist revolutionär und bietet Lösungen, die bisher nicht möglich waren.

Außerdem hat Alex die Fähigkeit, komplexe Dinge super simpel zu kommunizieren und zu erklären (z. B. per Podcast, in seinem Bestseller *“Reicher als die Geissens – Mit null Euro Startkapital in fünf Jahren zum Immobilien-Millionär”* oder auf Youtube).

So macht er **komplexe Dinge einfach, praxisbezogen und leicht verstehbar.** Sein Content ist **nie langweilig, hat immer höchste Datendichte, ist dabei unterhaltsam** (ohne Humor geht gar nichts) und **inspiriert gleichzeitig zur Umsetzung** – ganz nach den Mottos: ***“Klartext, gut gelaunt, auf den Punkt”*** *und* ***“großartig oder Mülleimer”.***

#DELLENHAUER-App

Alex Düsseldorf Fischer

Immobilien Investor Podcast

@alex_duesseldorf_fische

INTERVIEW

„Wer ist Alex Fischer?“

Jetzt QR-Code scannen & Interview anschauen.

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

Mehr Content von Alex Fischer findest Du bei YouTube oder auf der kostenlosen #DELLENHAUER App:

www.charismatic-leadership.de/booklets

Hast Du alle kostenlosen Booklets aus unserer Fundamental-Serie?

- Booklet: *"Der versteckte Faktor (Hilfe)"*
- Booklet: *"Der königliche Eisberg"*
- Booklet: *"High-Tech-Lernen (& -Lehren)*
- Booklet: *"Systemisches Denken"*

© Alex Düsseldorf Fischer www.charismatic-leadership.de

Dieses Booklet ist in unveränderter Form frei verwendbar. Du darfst es kopieren, drucken, weiterleiten, veröffentlichen, auf sozialen Medien teilen etc. Bei Auszügen, wie Reels, muss der Kontext gewahrt und die Quelle deutlich gemacht werden. Übersetzungen und kommerzielle Nutzung (Verkaufen der Inhalte) bedürfen der schriftlichen Zustimmung von Alex Fischer.

FISCHER & CIE.

Dieses Booklet ist ein Auszug aus unseren „Unternehmer-Mentorings“

www.charismatic-leadership.de

© 2024 by Alex Düsseldorf Fischer

MEINE MISSION

„Den Unternehmern, den Weltveränderern, den Kreativen, den Chancensuchern und den Visionären (Menschen mit Träumen und Zielen) das Verstehen, anwendbares Wissen und effektive Tools an die Hand zu geben, mit denen sie ihre großartigen Ziele vorhersagbar und sichtbar verwirklichen können.“