



CHANGING EMOTIONS
Emotionsfokussiertes
Coaching

KOMMUNIKATION

Der Weg zu wirklichem Kontakt
mit uns und mit anderen



Dipl.-Psych. Felix Zegelman

Emotionsfokussiertes Coaching
Dipl.-Psych. Felix Zegelman

Hauptstraße 25a
65843 Sulzbach (Taunus)
Tel.: 06196/8017839
E-Mail: info@changing-emotions.de
Web: www.changing-emotions.de

Das Dokument „Kommunikation – Der Weg zu wirklichem Kontakt mit uns und mit anderen“ ist einschließlich all seiner Teile urheberrechtlich geschützt. Die Weitergabe an Dritte sowie dessen Veröffentlichung, Vervielfältigung oder sonstige Verbreitung ist ohne ausdrückliche schriftliche Zustimmung des Urhebers Dipl.-Psych. Felix Zegelman nicht zulässig.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

2. Auflage, September 2022

Weitere Informationen zum emotionsfokussierten Coaching finden Sie unter www.changing-emotions.de.

Allgemeine Einleitung	Seite 3
(Un)Missverständliche Kommunikation	Seite 3
Die Macht der Vergangenheit	Seite 4
Gewinnen Sie Informationen	Seite 5
Kommunikative Flexibilität	Seite 6
Die gewaltfreie Kommunikation (GfK) nach Marshall B. Rosenberg	
» Einleitung	Seite 11
» Die Rolle der Empathie in der GfK (Kommunikative Grundhaltung)	Seite 12
» Schützende Macht vs. strafende Macht	Seite 16
» Die GfK als Notfalltool	Seite 17
» Die vier Schritte der GfK	Seite 18
» Kreuzen Sie nicht	Seite 23
» Schritt 1 der GfK: Beobachtung	Seite 24
» Schritt 2 der GfK: Emotion	Seite 26
– Welche Emotionen gibt es?	Seite 28
– Angst vs. Wut	Seite 29
– Unechte Emotionen	Seite 30
– Unechte Emotionen erkennen können	Seite 31
– Körpersprache	Seite 32
– Nicht der emotionale Typ?	Seite 32
» Schritt 3 der GfK: Bedürfnis	Seite 32
– Welche Bedürfnisse gibt es?	Seite 34
– Erfüllungsstrategien	Seite 35
– Bedürfnisse in Worte fassen	Seite 39
» Schritt 4 der GfK: Bitte	Seite 40
– Was zeichnet eine Bitte aus?	Seite 41
– Der Unterschied zwischen einer Bitte und einer Forderung	Seite 41
– Nein - Wie kommt es überhaupt dazu?	Seite 43
– Empathisch Nein sagen und empathisch Nein empfangen	Seite 43
» Die Erweiterung des Vier-Schritte-Modells der GfK	
– Die 3-W-Methode	Seite 44
– Optionaler Schritt 2,5 der GfK	Seite 46
– Weichmacher	Seite 47
– Die Wirkung des eigenen Namens	Seite 49
– Schaffung der langfristigen Grundvoraussetzungen für zielführende Kommunikation	Seite 50
– Schaffung der kurzfristigen Voraussetzungen für zielführende Kommunikation	Seite 52
– Gesamtübersicht über die erweiterten GfK-Schritte	Seite 53
» Umgang mit der Wut in der GfK	Seite 54
» Setzen Sie neu an	Seite 57
» Die Jokerfrage	Seite 58
» Killersätze der GfK	Seite 59
» Weitere wichtige Spezifika der GfK	
– Empathisch unterbrechen	Seite 61
– Wertschätzen statt Loben	Seite 62
– Bedauern statt entschuldigen	Seite 62
– Wollen statt müssen/sollen	Seite 63
Zu guter Letzt	
» Benennen Sie Dinge immer so genau wie möglich	Seite 64
» Kommunikatives Hinstellen	Seite 65
» Kommunikation in Perfektion?	Seite 66
» Kleine Schritte, große Wirkung	Seite 67
» Keep it simple	Seite 70
» Behalten Sie es im Hinterkopf	Seite 71
Quellen	Seite 72

Allgemeine Einleitung



**„Von allen Lebenskompetenzen, die uns zur Verfügung stehen, ist Kommunikation wohl die mächtigste.“
– Bret Morrison**

Spricht man mit Menschen über das Thema Kommunikation, dann hört man oft Aussagen wie: „Damit habe ich keine Probleme“, oder: „Ich habe da so ein Buch daheim, aber noch nicht reingeschaut. Das mache ich dann, wenn ich Bedarf sehe.“ So glauben viele Menschen, bereits adäquat kommunizieren zu können, schlicht und ergreifend, weil sie es schon so lange tun. Tatsächlich beginnen die meisten Menschen bereits rund um den ersten Geburtstag mit dem Sprechen.³³ Sprache tritt aber nicht erst zu diesem Zeitpunkt in unser Leben, da der Fötus bereits ab der circa 24. Schwangerschaftswoche im Mutterleib in der Lage ist, Stimmen wahrzunehmen.⁴¹

Kurzum ist Sprache für uns alle seit jeher allgegenwärtig. Damit sind keinesfalls nur Worte gemeint, da Sprache auch in Textform (Texte, Emails, SMS, Messenger-Nachrichten usw.) oder über Körpersprache vermittelt werden kann.

Befasst man sich eingehender mit der Materie der Kommunikation, wird schnell ersichtlich, dass Kommunikation kein banales Konstrukt ist und die vielen Jahre, in denen wir kommunizieren, nichts darüber aussagen, ob wir ausgereifte kommunikative Fertigkeiten besitzen. Während die grundsätzliche Fähigkeit zur Kommunikation also bei den meisten Menschen angeboren ist, ist die Fertigkeit der ausgereiften, zielführenden Kommunikation es nicht. Jedem wäre daher in meinen Augen anzuraten, sich in seinem Leben gezielter mit der Materie der Kommunikation auseinanderzusetzen, um eine echte Verbindung zu anderen Menschen und zu sich selbst herzustellen. Zudem lassen sich so Kosten reduzieren, die beruflich und privat aufgrund von Misskommunikation entstehen können.



„Kommunikation ist die Quelle aller Missverständnisse.“²⁷ – Dr. Jürgen Stepien

(Un)Missverständliche Kommunikation

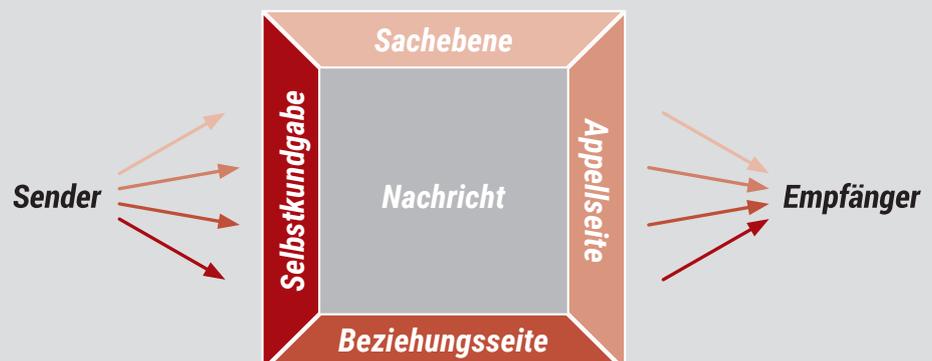
„Ich habe mich unmissverständlich ausgedrückt. Er wollte es wohl einfach nicht verstehen.“

„Ich weiß genau, was sie mir sagen will.“

„Man konnte das nur auf eine Art und Weise verstehen.“

Sätze dieser Art hört man oft von Menschen, die sich noch nicht intensiver mit dem Sachverhalt der Kommunikation auseinandergesetzt haben. Begeben sich diese jedoch auf eine kommunikative Entdeckungsreise, zeigen sie sich häufig überrascht davon, dass es sich bei Kommunikation eben nicht nur um das bloße Herüberschicken von unmissverständlichen Botschaften handelt. Vielmehr gleicht Kommunikation dem Hinstellen einer Kiste, die von einer Person abgestellt (in der Kommunikationspsychologie als Sender bezeichnet) und von einer anderen Person aufgehoben wird (in der Kommunikationspsychologie als Empfänger bezeichnet). Der Sender geht fälschlicherweise davon aus, dass diese Kiste nur einen Inhalt enthält. Der Empfänger öffnet die Kiste und geht ebenfalls irrtümlich davon aus, dass der von ihm entnommene Inhalt der einzig zu entnehmende sei. Tatsächlich befinden sich in der Kiste jedoch vier Inhalte.

Schulz von Thun, ein einflussreicher Kommunikationspsychologe im deutschen Sprachraum, war der erste, der diesen Sachverhalt in seinem berühmten Vier-Seiten-Modell zusammenfasste.³⁰ Jede Nachricht enthält somit verschiedene Inhaltsanteile, die unabhängig von der Intention des Senders vom Empfänger verarbeitet werden können.



Zum besseren Verständnis soll ein Beispiel betrachtet werden:

Eine Frau kocht für ihren Mann. Beide sitzen am Esstisch.
Plötzlich sagt der Mann beim Anblick einer Kaper:
„Da ist etwas Grünes in der Soße.“

Die Frau kann jetzt unabhängig von dem eigentlichen Inhalt, den ihr Mann übermitteln wollte, dem Gesagten folgendes entnehmen:

Sachebene	Da ist etwas Grünes.
Appellseite	Lass das nächste Mal das Grüne weg!
Beziehungsseite	Du bist eine miserable Köchin!
Selbstkundgabe	Ich wundere mich über das Grüne in der Soße.

Verstehen nun Sender und Empfänger nicht, dass das vom Sender Gesagte nicht deckungsgleich mit dem beim Empfänger angekommenen Inhalt sein muss, kann sich daran leicht ein Konflikt entzünden. So könnte beispielsweise die Ehefrau die Beziehungsseite hören und dem Mann antworten: „Dann koche doch das nächste Mal selbst!“ An dieser Stelle beginnt alles von vorn, da auch diese Nachricht vom Mann jetzt auf vier Ebenen gehört werden kann. Liest dieser nun einen Vorwurf auf der Beziehungsseite heraus (z.B.: „Du bist ein undankbarer und somit schlechter Ehemann!“) und reagiert entsprechend, ist eine weitere Eskalation fast vorprogrammiert. Sollte der Mann jedoch verstehen, dass sich gerade am Esstisch ein Sender-Empfänger-Problem anbahnt, könnte er sich auch dazu entscheiden, einfach nichts zu antworten, um die Situation nicht zu verschlimmern. Da jedoch alles als Kommunikation verstanden werden kann, könnte die Frau wiederum das Schweigen als Botschaft auf der Beziehungsebene verstehen (z.B.: „Deine Bedürfnisse sind mir egal“) und noch mehr in Rage geraten.³⁰



„Man kann nicht nicht kommunizieren.“²⁸ – Paul Watzlawick

Die Macht der Vergangenheit

Ausgehend von der Erkenntnis, dass Kommunikation hochgradig störanfällig ist und das Gesagte nicht mit dem Gehörten übereinstimmen muss, kommt der Lerngeschichte des Empfängers ein besonderer Stellenwert zu. Sie legt fest, welche der vier Botschaften (siehe auch Abschnitt „(Un)Missverständliche Kommunikation“) in einer potenziell mehrdeutigen Kommunikationssituation herausgelesen wird. Führen wir uns dies an einem einfachen Beispiel vor Augen.

Vollenden Sie bitte spontan den folgenden Satzanfang mit dem Ersten, was Ihnen in den Sinn kommt:

Haribo macht...

Die meisten Menschen haben sofort den Werbeslogan (natürlich unter der Voraussetzung, dass der Werbeslogan hinreichend bekannt ist) des Süßwarenherstellers im Kopf („Haribo macht Kinder froh...“) und gehen innerhalb weniger Sekunden davon aus, das richtige Satzende gefunden zu haben. Tatsächlich gibt es jedoch kein korrektes Satzende (z.B. „Haribo macht glücklich“; „Haribo macht dick“; „Haribo macht Süßigkeiten“ usw.). Unser Gehirn vollendet den Satz schlicht und ergreifend mit dem Satzende, das im Laufe unseres Lebens bis dato am häufigsten gehört oder gelesen wurde, da für diesen vollständigen Satz bereits eine starke neuronale Verknüpfung in unserem Gehirn existiert. Erleben wir im Rahmen unserer Biografie also wiederkehrend ähnliche Szenarien, wird unser Gehirn auch hierfür eine entsprechend starke neuronale Verknüpfung anlegen. Unser persönliches „Haribo-macht-Kinder-froh“, in der Fachsprache auch als Schema^{32, 42} bezeichnet, entsteht.

Erlebt eine Person beispielsweise wiederkehrend im Rahmen der eigenen Biografie Ablehnung von den Eltern oder sonstigen Mitmenschen, dann existiert eine unbewusste und automatisierte Präferenz, dies aus Worten oder Taten

anderer Personen herauszulesen. So könnte diese Person in einem Meeting sitzen, der Chef kommt herein und gibt jedem im Raum die Hand außer ihr. Mögliche Erklärungsmodelle hierfür könnten lauten, dass der Vorgesetzte einen schlechten Tag hat und gestresst ist, die Person übersehen hat oder mutwillig nicht die Hand gegeben hat. Aufgrund der Lerngeschichte wird automatisiert und unbewusst mit erhöhter Wahrscheinlichkeit das dritte Erklärungsmodell herangezogen und dem Vorgesetzten Mutwille unterstellt – nicht etwa, weil das dritte Erklärungsmodell das wahrscheinlichste ist, sondern weil es das vertrauteste ist.

Ist eine Person nun unachtsam und nicht in der Beobachterperspektive (siehe auch Abschnitt „Schaffung der langfristigen Grundvoraussetzungen für zielführende Kommunikation“), dann bekommt sie nicht mit, dass ihr Gehirn nicht die Realität abbildet, sondern ihre Lerngeschichte. Dies erhöht das Risiko, dass sie beleidigt reagiert, was sich im Sinne einer selbsterfüllenden Prophezeiung negativ auf die Beziehung zum Vorgesetzten auswirken könnte (Schema-Kosten) und somit tatsächlich die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass dieser in Zukunft negativ auf sie reagieren wird. Zur langfristigen Verbesserung kommunikativer Fertigkeiten ist es daher essenziell, das eigene Schema (eventuell Schemata) kennenzulernen und zu verstehen, inwiefern die Biografie diese(s) hervorgebracht hat, da ansonsten alte Deutungs- und Verhaltensweisen die Kommunikation blockieren oder erschweren.

Möchten Sie nachhaltig an Ihrer Kommunikation arbeiten, sollten Sie daher stets auf ein zweistufiges Vorgehen achten:

Schritt 1: Schema(ta) erkennen und nicht ausagieren^{32,42}

Schritt 2: Bedürfnis(se) erkennen und benennen

Gewinnen Sie Informationen

Mit dem bereits gewonnenen Wissen sollten wir noch einmal das Beispiel von oben betrachten, in dem der Mann während des Essens plötzlich beim Anblick einer Kaper ausruft: „Da ist etwas Grünes in der Soße.“

Nehmen wir einmal an, dass die Frau als Kind häufig von ihrer Mutter wegen Kleinigkeiten kritisiert wurde, so dass ihr persönliches „Haribo-macht-Kinderfroh“ eher im Bereich der Kritik liegt. Sie hört somit schnell (innerhalb von circa 0,3 Sekunden) die Beziehungsseite der Nachricht und spürt unmittelbar eine starke innere Unruhe (Adrenalin), ein Gefühl der Wut sowie den Handlungsimpuls des Kampfes (siehe Online-Portal „Das Emotionsmodell“, Modell 2/Teil 3). Agiert sie diesen Handlungsimpuls aus, könnte sie ihren Mann anblaffen: „Dann koch dein Essen doch in Zukunft selbst.“

Ist sie jedoch achtsam (Beobachterperspektive) und bekommt mit, dass ihr Schema sie etwas hat hören lassen, was im Zweifel gar nicht gesagt wurde, kann sie ihr emotionales Erleben zuordnen, sich herunterregulieren (siehe auch Abschnitt „Schaffung der kurzfristigen Voraussetzungen für zielführende Kommunikation“) und folgenden Satz an ihren Mann wenden:

„Wenn du sagst, dass da was Grünes in der Soße ist, frustriert mich das, weil mir wichtig ist, für mein Essen wertgeschätzt zu werden. Deswegen möchte ich dich bitten, mir zu sagen, ob du mit deinem Satz etwas Spezielles aussagen möchtest.“

Ist Ihr erster automatisiert auftretender Gedanke nun, dass dieser Satz schier endlos lang ist und Sie solch einen Satz in so einer Situation niemals hinbekommen hätten? Falls ja, dann haben Sie nun zwei Aufgaben: Zum einen sollten Sie die abwertenden und katastrophisierenden Anteile erkennen können, die sich gerade gemeldet haben (siehe Online-Portal „Das Arbeitsmodell“, Modell 3/Teil 3). Zum anderen sollten Sie sich bewusst machen, dass dieser Satz gut durchdacht ist.



Das Schema braucht nur 0,3 Sekunden, um uns etwas Ungesagtes hören zu lassen.

Zielführende, deeskalierende Kommunikation folgt einem klaren Muster.¹⁷ Ist dieses verinnerlicht, kann es mit etwas Übung irgendwann automatisiert abgerufen werden.

Betrachten wir den letzten Teil der Aussage genauer, können wir uns ein weiteres wichtiges Kommunikationsprinzip vor Augen führen. Die Frau formuliert am Ende den Satz: „Deswegen möchte ich dich bitten, mir zu sagen, ob du mit deinem Satz etwas Spezielles aussagen möchtest.“ Hierbei geht sie klug vor, da sie verinnerlicht hat, dass sie nicht genau wissen kann, wie der Satz des Mannes gemeint war, da eine Nachricht ja vier Seiten hat.³⁰ Damit setzt sie automatisch eine der wichtigsten Kommunikationsregeln um.

Gute Kommunikation zeichnet sich immer durch einen Informationsgewinn aus.

Dies ist auch der Grund, warum man im Rahmen guter Kommunikation nur Fragen stellen sollte, die der tatsächlichen Informationsgewinnung dienen. Fragen der folgenden Art sollten daher stets vermieden werden:

- » „Musste das jetzt sein?“ / „Kannst du dich nicht mal zusammenreißen?“
- » „Hört das denn nie auf?“

Im Allgemeinen lässt sich sagen, dass die meisten eskalierenden Gespräche häufig nicht deswegen so wenig zielführend sind, weil sich beide Parteien anschreien oder im schlechtesten Fall sogar beschimpfen, sondern weil beiden Seiten oft nach diesen Streitgesprächen immer noch nicht klar ist, worum es eigentlich gegangen ist. Wir sollten uns daher von dem Gedanken trennen, schon ganz genau zu wissen, warum der andere etwas tut oder was er mit dem Gesagten meint, sondern die Bereitschaft aufbringen, wirklich etwas über den anderen lernen zu wollen. Dies erfordert aber auch die Einsicht, dass wir viel seltener im Recht sind, als wir glauben.

Zwei Personen sitzen sich gegenüber. Eine von ihnen malt eine Sechs auf ein Blatt Papier und sagt zur anderen: „Sieh her, eine Sechs.“ Woraufhin die andere antwortet: „Nein, das ist eine Neun.“ Jeder Versuch, die andere Person vom eigenen Standpunkt überzeugen zu wollen, ist zum Scheitern verurteilt, bis sich beide vor Augen führen, dass Rechthaben eine Frage der Perspektive ist.¹⁰

Übersetzen wir dies nun auf ein Alltagsbeispiel. Ein Ehepaar sitzt im Wohnzimmer und der Mann sagt zu seiner Frau: „Hier ist es ganz schön kalt.“ Woraufhin die Frau antwortet: „Nein, hier ist es warm.“ Der Mann erwidert: „Nein, nein, ganz schön kalt.“

Dieses „Gespräch“ könnte so endlos weitergehen, bis einer der Beteiligten seine Wortwahl ändert in: „Ich finde es hier ganz schön kalt/warm“, oder: „In meinen Augen ist es hier ganz schön kalt/warm.“ Denn es ist problemlos möglich, dass zwei Menschen in einem Raum zwei unterschiedliche, subjektive Empfindungen haben. Verstecken wir uns jedoch hinter einer „Schein-Objektivität“ (der einzigen „Wahrheit“), wird weiter darum gestritten, wer im Recht ist.

Kommunikative Flexibilität

Wie bereits gelernt, sollten wir stets darauf verzichten, auf unserem Standpunkt zu beharren. Auch weil im Bereich der Kommunikationspsychologie die Fragestellung, wer recht hat, in den Bereich der Wertigkeitskämpfe (siehe Online-Portal „Das Stressmodell“, Modell 1/Teil 3) einsortiert wird. Beschäftigt man sich ausgiebiger mit dem psychologischen Konstrukt der Wertigkeit, stößt man auf das Thema Selbstwert. Ein bedingter Selbstwert beschreibt den Wert, den sich eine Person abhängig von inneren und äußeren Faktoren zuschreibt.³⁹ So kann es sein, dass eine Person nach einer nicht bestandenen Prüfung das Gefühl hat, an Wertigkeit eingebüßt zu haben. Hierbei ist jedoch stets das subjektive Wertigkeitserleben gemeint, da ein Mensch objektiv nicht an Wert verlieren oder gewinnen kann (siehe Online-Portal „Das Arbeitsmodell“, Modell 3/Teil 3). Behalten wir dies im Hinterkopf, wird ersichtlich, warum Wertigkeitskämpfe vermieden werden sollten. Sie dienen nämlich nur der kurzfristigen Veränderung des subjektiven Wertigkeitsgefühls („Jetzt hat er es endlich eingesehen“, „Dem habe ich es gezeigt“) und müssen deswegen stetig wiederholt werden. Bezüglich einer langfristigen Stressreduktion wäre es daher sinnvoller, an einer dauerhaften Veränderung des subjektiven Wertigkeitsgefühls zu arbeiten (siehe Online-Portal „Das Arbeitsmodell“, Modell 3/Teil 3). Fokussieren wir uns demzufolge auf die zwei weiteren Kämpfe, die man laut der Kommunikationspsychologie^{32,42} führen kann: Den Kampf um ein Ziel und den Kampf um eine Beziehung. Je mehr wir versuchen, ein Ziel zu erreichen, desto mehr können wir die Beziehung schädigen. Rücken wir hingegen die Beziehung in den Fokus, können unsere Ziele darunter leiden.

Quellen

- 1 4 Fragen, die alles verändern: Das große Praxisbuch für The Work nach Byron Katie; R. Heske (2020); Gräfe und Unzer Verlag GmbH
- 2 Anna Karenina; L. Tolstoi (2003); Penguin Classics
- 3 Atomic Habits; J. Clear (2018); Random House Business
- 4 Cocktail-Party-Effekt (2000); unter: <https://www.spektrum.de/lexikon/neurowissenschaft/cocktail-party-effekt/2294> (abgerufen am 14.09.2022)
- 5 Das Leben annehmen; M. Wengenroth (2016); Hogrefe AG
- 6 Das große Buch vom Schlaf: Die enorme Bedeutung des Schlafs - Beste Vorbeugung gegen Alzheimer, Krebs, Herzinfarkt und vieles mehr; M. Walker (2018); Goldmann Verlag
- 7 Die 5 Sprachen der Liebe - Wie Kommunikation in der Partnerschaft gelingt; G. Chapman (2019); Francke-Buch
- 8 Die 5 Sprachen der Mitarbeitermotivation; G. Chapman (2013); Francke-Buch
- 9 Die Macht des Zuhörens: Wie man richtiges Zuhören lernt und Beziehungen stärkt; M. Nichols (2018); Unimedica, ein Imprint des Narayana Verlags
- 10 Difficult conversations: How to discuss what matters most; B. Patton, D. Stone & S. Heen (2011); Penguin
- 11 Die Psychologie des Gelingens; G. Oettingen (2017); Droemer TB
- 12 Dorsch - Lexikon der Psychologie; M. A. Wirtz (2021); Hogrefe Verlag
- 13 Emotionale Intelligenz: Wofür Sie sie unbedingt brauchen (2021); unter: <https://blog.karrieretutor.de/persoeneichkeitsentwicklung/emotionale-intelligenz> (abgerufen am 14.09.2022)
- 14 Gelassen und sicher im Stress: Das Stresskompetenz-Buch: Stress erkennen, verstehen, bewältigen; G. Kaluza (2015); Springer
- 15 Gesundheit durch Eigensinn; J. Stepien; beziehbar unter: www.stepien-impulse.de (abgerufen am 14.09.2022)
- 16 Gewaltfreie Kommunikation - Das Basistraining; K. Karstädt (2018); dgvt-Verlag
- 17 Gewaltfreie Kommunikation: Eine Sprache des Lebens; M. B. Rosenberg (2016); Junfermann Verlag
- 18 GfK-Navigator - Für Bedürfnisse; beziehbar unter: www.futurepacemedia.de (Stand 2022)
- 19 GfK-Navigator - Für Gefühle, Emotionen und Stimmungen; beziehbar unter: www.futurepacemedia.de (Stand 2022)
- 20 GfK-Navigator - Für Gewaltfreie Kommunikation; beziehbar unter: www.futurepacemedia.de (Stand 2022)
- 21 Good genes are nice, but joy is better; L. Mineo (2017); unter: <https://news.harvard.edu/gazette/story/2017/04/over-nearly-80-years-harvard-study-has-been-showing-how-to-live-a-healthy-and-happy-life/> (abgerufen am 14.09.2022)
- 22 Halo-Effekt (2000); unter <https://www.spektrum.de/lexikon/psychologie/halo-effekt/6232> (abgerufen am 14.09.2022)
- 23 Homo hapticus: Warum wir ohne Tastsinn nicht leben können; M. Grunwald (2017); Droemer HC
- 24 Interaktives Skillstraining für Borderline-Patienten: Das Therapeutenmanual; M. Bohus & M. Wolf-Arehult (2018), Schattauer
- 25 Jetzt! Die Kraft der Gegenwart; E. Tolle (2010); Kamphausen Media GmbH
- 26 Klinikalltag: Über die Kraft der Spiegelneuronen; G. Baller & B. Schaller (2009); unter: <https://www.aerzteblatt.de/archiv/67024/Klinikalltag-Ueber-die-Kraft-der-Spiegelneuronen> (abgerufen am 14.09.2022)
- 27 Konflikte gehören zum Leben; J. Stepien; beziehbar unter: www.stepien-impulse.de (abgerufen am 14.09.2022)
- 28 Man kann nicht nicht kommunizieren: Das Lesebuch; P. Watzlawick (2015); Hogrefe AG
- 29 MiniMax-Interventionen: 15 minimale Interventionen mit maximaler Wirkung; M. Prior (2020); Carl-Auer Verlag GmbH
- 30 Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen: Allgemeine Psychologie der Kommunikation; F. Schulz von Thun (2010); Rowohlt Taschenbuch
- 31 Partnerschaftsprobleme? So gelingt Ihre Beziehung. Handbuch für Paare; L. Schindler, K. Hahlweg & D. Revenstorf (2017); Springer
- 32 Raus aus den Lebensfallen; E. Roedinger (2015); Junfermann Verlag
- 33 Raus mit der Sprache!; K. Mitternacht (2016); unter: <https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/menschen/kind-spricht-nicht-wann-fangen-kinder-an-zu-sprechen-14146678.html> (abgerufen am 14.09.2022)
- 34 So finden Sie Zeit für das, was wirklich wichtig ist; L. Büntemeyer (2021); unter: <https://www.impulse.de/management/selbstmanagement-erfolg/eisenhower-prinzip/3558243.html> (abgerufen am 14.09.2022)
- 35 Sport als Prävention: Fakten und Zahlen für das individuelle Maß an Bewegung; T. Hollstein (2019); unter: <https://www.aerzteblatt.de/archiv/209444/Sport-als-Prävention-Fakten-und-Zahlen-fuer-das-individuelle-Mass-an-Bewegung> (abgerufen am 14.09.2022)
- 36 The State of Mobile 2020; unter: <https://www.appannie.com/de/go/state-of-mobile-2020> (abgerufen am 14.09.2022)
- 37 Trainingsbuch Gewaltfreie Kommunikation; I. Holler (2016); Junfermann Verlag
- 38 Transformationales Führen (aus der Reihe 30 Minuten); O. Kortmann (2016); GABAL
- 39 Und ständig tickt die Selbstwertbombe: Selbstwertprobleme erkennen und lösen; H. H. Stavemann (2020); Beltz
- 40 Wie man Freunde gewinnt: Die Kunst, beliebt und einflussreich zu werden; D. Carnegie (2011); Fischer Taschenbuch
- 41 Was hört der Fötus im Mutterleib?; P. Elfmann & D. Frank (2017); unter: <https://www.apotheken-umschau.de/familie/schwangerschaft/gesunde-schwangerschaft/was-hoert-der-foetus-im-mutterleib-794403.html> (abgerufen am 14.09.2022)
- 42 Wer A sagt... muss noch lange nicht B sagen: Lebensfallen und lästige Gewohnheiten hinter sich lassen; E. Roedinger (2014); Kösel-Verlag
- 43 Wie Sie andere konstruktiv kritisieren; B. Leveck (2016); unter: <https://www.fr.de/ratgeber/karriere/andere-konstruktiv-kritisieren-11101059.html> (abgerufen am 14.09.2022)
- 44 Wie viel Wasser soll man trinken? Und wie soll man das schaffen? (2020); unter: <https://www.tk.de/techniker/magazin/ernaehrung/trinken/wie-viel-wasser-soll-man-taeglich-trinken-2004796?tkcm=aaus> (abgerufen am 14.09.2022)
- 45 Wörterbuch der Psychotherapie; G. Stumm, A. Pritz, M. Voracek et al. (2009); Spinger
- 46 Ziele erreichen - mit WOOP; A. Froeben (2021); unter: <https://www.tk.de/techniker/magazin/themen/spezial/das-magazin/mit-woop-ziele-erreichen-2116974> (abgerufen am 14.09.2022)

Sie möchten gerne mehr erfahren?

Bei Fragen zu dem Text oder Interesse an einem emotionsfokussierten Coaching können Sie mich gerne über das Kontaktformular meiner Homepage kontaktieren.



CHANGING EMOTIONS
Emotionsfokussiertes
Coaching