

### Smart, aber fair



Inzwischen sind Zielvereinbarungen Standard in der Personalarbeit. Manager lernen, ihre Zielvorgaben nach der sogenannten SMART-Formel zu definieren:

Ein Ziel soll S wie „spezifisch“, M wie „messbar“, A wie „attraktiv“, R wie „Realistisch“ und T wie „terminiert“ sein. Richtig.

Im NLP wird das Ganze sprachlich genauer erfasst und durch einige zusätzliche Überlegungen ergänzt:

Zunächst zur **sprachlichen Form**: Ein gut formuliertes Ziel ist nicht nur ein Stichwort, sondern ein ganzer Satz. (Subjekt, Prädikat, Objekt, adverbiale Bestimmung. Wir erinnern uns.) Subjekt ist immer ICH: Mein Ziel liegt in meiner Verantwortung und Reichweite. Prädikat ist immer ein sinntragendes Vollverb, kein Hilfsverb wie möchte, werde, will. Auch ein „Ich versuche zu...“ gilt nicht. Dieses Verb steht in der Gegenwart. Das erlaubt unserm Unbewussten, die passenden Bilder und Gefühle dazu hochzuladen. Und es ist positiv formuliert, ohne Verneinung. (In diesem Sinne ist „Ich rauche nicht mehr. . .“ kein gut formuliertes Ziel.)

Und dann kommt noch „Butter bei die Fische“: Das Objekt oder die Objekte, die adverbialen Bestimmungen, das WAS, WO, WANN und MIT WEM. – Das Ringen um die genaue Formulierung dauert manchmal ein paar Minuten. Das lohnt sich, das bringt die notwendige geistige Klarheit.

Zur Sicherheit wird dann noch nachgefragt: „Woran merkst Du, dass Du das Ziel erreicht hast?“ Und dann sollten sowohl innere **Kriterien** (wie Zufriedenheit oder Erleichterung) als auch äußere, überprüfbare, am besten messbare Kriterien genannt werden. Fertig? Nein!

Im NLP wird dann noch der sogenannte **Öko-Check** vorgenommen: Damit checkt man die soziale Ökologie des angestrebten Ziels. Die Frage lautet: „Wer ist mit betroffen, wenn Du ein Ziel erreichst?“ -Und dann kommen Partner, Kinder, Eltern, Kollegen, Kunden mit in die Überlegungen. Diese Berücksichtigung des sozialen Kontexts ist ein systemisches Element im NLP: Für große Ziele, für einschneidende Veränderungen sollte man das Umfeld informieren, vielleicht um Unterstützung bitten und bereit sein, etwas für die Wiederherstellung der Balance zu tun.

Denn jedes Ziel hat seinen Preis. Und es ist die Frage, wie hoch der ist, und wer ihn zahlt. Diese Rückfragen im Coaching machen ein lohnendes Ziel noch attraktiver, lohnender und sicherer, während ein Ziel, das den Rückfragen nicht standhält, rechtzeitig überarbeitet werden kann: smart, aber fair.

