



10 Tools für Coaches

Entdecken Sie das Ikigai-Modell und weitere Top Coaching-Tools!



Impressum:

© 2018 Stephan Landsiedel
Friedrich-Ebert-Straße 4
97318 Kitzingen
Deutschland
www.landsiedel-seminare.de

Verlag und Herausgeber: Stephan Landsiedel, Kitzingen
Autoren: Stephan Landsiedel
Titelbild: ©Evi Anderson-Krug
Bildnachweise: ©Daniil Avilov (Unsplash), ©shell_ghostcage (Pixabay), ©Zichrini (Pixabay), ©Zuzana Gazdikova (Pixabay), ©Bru-nO (Pixabay)

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

ISBN 978-3-9406-9278-8

10 Top Coaching-Tools

Tools in diesem E-Book

1. Die Auftragsklärung – der Grundstein
2. Eye Movement Integration
3. GROW-Modell
4. Ikigai-Modell
5. Lebensrad
6. PABSBRAGÖR
7. Paradoxe Intervention
8. Sokratischer Dialog
9. Soziales Panorama
10. Zeitmaschine

Ich freue mich, dass Sie dieses E-Book heruntergeladen und zu lesen begonnen haben. In diesem E-Book möchte ich Ihnen 10 ausgewählte Coaching-Tools vorstellen. Jedes Tool beinhaltet neben einer Erklärung eine detaillierte Anleitung, wie Sie das Tool anwenden können.

Stephan Landsiedel

1. Tool: Die Auftragsklärung

Am Beginn einer Intervention steht die Auftragsklärung, d.h. die Identifikation der Ursache, die das Coaching überhaupt erst nötig gemacht hat.

Zu aller Anfang findet der Erstkontakt meist telefonisch oder per E-Mail statt. Hier können schon die ersten Bedingungen und Voraussetzungen näher geklärt werden, wie zum Beispiel das Honorar, der zeitliche Umfang und die Ziele des Coachings. Des Weiteren ist es für den Coach sehr aufschlussreich zu erfahren, ob der Klient schon Vorerfahrung hat, oder falls nicht mit welchen Vorstellungen er die Coaching Sitzungen besuchen möchte.

Klare Regeln und Strukturen sollten bei einem ersten Treffen festgelegt werden, um Missverständnisse vorzubeugen und um eine Vertrauensbasis zu den Kunden herzustellen. Weitere Aspekte sind unter anderem, ob eine erste Probestunde möglich ist oder ob Stornobedingungen bestehen. Wie soll gezahlt werden und wann? All diese Fragen sollten vom Coach im Vorherein geklärt sein, um ein transparentes Bild gegenüber dem Kunden herzustellen.

Zu Beginn eines jeden Coachings wird eine Analyse zum IST-/Soll-Zustand erarbeitet. Hierzu ist noch einmal wichtig gegenüber dem Klienten zu erklären, mit welcher Methodik gearbeitet wird und welche Freiheiten der Coachee in den Sitzungen hat, dies können zum Beispiel freie Meinungsäußerungen oder Gefühlsäußerungen sein. Schrittweise werden Intentionen, Ziele und Wünsche des Coachee herauskristallisiert.

Ist der Auftrag des Klienten geklärt bzw. dessen Intention verstanden, muss hinterfragt werden, ob die Thematik vom Coach behandelt werden möchte. Häufig können persönliche Abneigungen zu bestimmten Themen nicht den gewünschten Zustand des Coachee hervorbringen. Zudem fallen automatisch Themen weg, die ernsthafte Probleme betreffen,

dies können zum Beispiel Essstörungen, Suizidgedanken oder psychosomatische Probleme sein.

In einer Coaching-Sequenz ist die Phase der Auftragsklärung eine ganz entscheidende. Sie dient der ersten Überprüfung, ob die angestrebten Ziele im Rahmen eines Coaching auch angemessen erreicht werden können. Daher muss zum einen definiert werden, was der Coachee verändert haben möchte - und der Coach muss sich im Stande sehen und fühlen, den Auftrag auch anzunehmen.

Wenn die Auftragsklärung erfolgreich abgeschlossen ist, ist der nächste Schritt die Auswahl eines passenden Coaching-Tools. Vielleicht ist eines der folgenden 9 Coaching-Tools genau das Richtige für Dein nächstes Coaching?

2. Tool: Eye Movement Integration

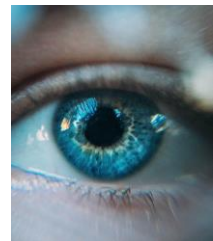
Eye Movement Integration, kurz EMI genannt, ist eine schnell und nachhaltig wirksame Coaching-Methode bei akuten Stresssituationen wie z.B. Lampenfieber, Prüfungsangst, leichteren unverarbeiteten Erlebnissen etc.

EMI nutzt die natürlichen Mechanismen der Augenbewegungen, wie wir sie auch im Schlaf haben, wenn wir träumen. EMI wird daher eingesetzt, um in einem Wachzustand gezielt unverarbeitete Erlebnisse oder Stressreaktionen zu bearbeiten und emotional zu regulieren.

Ablauf einer Eye-Movement-Integration

1. Vorbereitung

Etablieren Sie einen Ressourcen-Anker oder einen sicheren Ort, an dem sich der Klient geborgen und wohl fühlt, und der bei Bedarf ausgelöst oder genutzt werden kann. Dies gilt vor allem bei sehr belastenden Themen. Klient und Coach sitzen sich in ungefähr einem Meter Abstand gegenüber, so dass der Klient mit seinen Augen den Fingern des Coaches folgen kann. Dabei kann der Coach probeweise die Finger so bewegen, dass der Klient diesen noch bis zum Anschlag (bis in den Augenwinkel) folgen kann, ohne den Kopf zu bewegen. Der Kopf bleibt bei dieser Methode ruhig, es bewegen sich nur die Augen.



2. Thema / Situation finden

Der Klient erinnert sich jetzt kurz an die belastende Situation, die bearbeitet werden soll. Dabei ist es egal, ob sie in der Vergangenheit liegt oder ob es sich um eine bevorstehende Situation (etwa Prüfung) handelt. Der Klient kann das Thema benennen, muss es aber nicht. Es reicht, wenn er weiß, um welche Situation genau es sich handelt.

Öko-Check: „Gibt es irgendetwas, was dagegen spricht, wenn Sie diese Situation ab jetzt anders erleben?“ Wenn nichts dagegen spricht, kann die Intervention erfolgen.

Der Klient aktiviert die Erinnerung/Vorstellung der Situation. Wichtig ist, dass der Klient wirklich assoziiert an die Stress-auslösende Situation denkt, und nicht gedanklich abschweift. „Denken Sie jetzt bitte konkret an diese Situation, so gut es geht: was gibt es zu sehen, zu hören, zu fühlen, evtl. auch zu riechen oder zu schmecken?“ „Wie stressig würden Sie die Situation einordnen, auf einer Skala von 1-10, wobei 1 bedeutet: gar nicht belastend, und die 10: extrem belastend.“ Als Coach notieren Sie sich diese Zahl.

3. Integration

Nun beginnt der Coach, mit seinen Fingern bestimmte Bewegungen vorzugeben, denen der Klient mit seinen Augen folgt. Der Kopf sollte dabei möglichst ruhig gehalten werden, nur die Augen folgen den Bewegungen. Die Augenbewegungen sind langsam und pro Bahn ca. 2-3 Sekunden lang. Es werden alle möglichen Verbindungen zwischen den aus dem NLP bekannten Augenpositionen mit den Fingern nachvollzogen. Oben rechts – oben links, Mitte rechts – Mitte links, unten rechts – unten links. Jede Bewegung zwischen zwei Punkten erfolgt mehrere Male.

Dabei ist es in der Praxis egal, mit welchen Verbindungen begonnen wird, meist entscheidet der Coach intuitiv.

Die Augenbewegungen sollen flüssig sein. Wenn sie ruckartig werden oder eine bestimmte Verbindung dem Klienten schwer fällt, sollte diese Verbindung erst einmal übersprungen werden, und dann ganz zum Schluss, nach allen anderen, noch einmal bearbeitet werden.

Ergänzend dazu kann eine Art „Hypnotalk“ verwendet werden: „Während Sie an diese Situation denken, folgen Sie mit den

Augen meinen Fingern in gleichmäßigen Bewegungen – und dabei erlauben Sie Ihrem Unbewussten, die verschiedenen Teile Ihres Nervensystems, Ihres Gehirns zu verbinden. Jetzt, durch die neuen Verbindungen, können neue Bereiche Ihres Gehirns und Ihrer Neurologie nutzbar gemacht werden, damit Sie Ihr ganzes Potenzial zur Verfügung haben, um mit dieser Situation ressourcenvoll umzugehen.“

Sie können aber auch gar nichts sagen oder die Kurz-Version „Während Sie meinen Fingern mit den Augen folgen, erleben Sie, wie Sie neue Ressourcen in Ihrem Gehirn nutzbar machen können“.

Ab und zu kann der Coach den Klienten bitten, sich nochmals an die Situation zu erinnern.

„Wie belastend erleben Sie die Situation jetzt, auf einer Skala von 1-10, 1 bedeutet: gar nicht belastend, 10 bedeutet: extrem belastend.“ Dies dient dazu, die Wirkung zu überprüfen. Wenn die Belastung kaum noch vorhanden ist oder sich signifikant abgeschwächt hat, kann die Intervention beendet werden. (Sollte der Wert noch sehr hoch sein, nochmals die Verbindungen mit den Fingern wiederholen.)

„Wie geht es Ihnen in Zukunft, wenn Sie an die Situation denken?“ (Future Pace)

Dieses Coaching-Tool ist ein sehr mächtiges Instrument. Bleiben Sie auf Ihren Klienten kalibriert und gehen Sie sorgsam damit um.

3. Tool: GROW-Modell

Das GROW-Modell wurde von John Whitmore, einem Coach und ehemaligen Profi-Rennfahrer, entwickelt. Es strukturiert den Ablauf einer Coaching-Sitzung nach einer bestimmten Reihenfolge. GROW dient dabei als Abkürzung und steht im ursprünglichen Werk von Whitmore (Coaching for Performance; London 1992) für

- Goal Setting (Zielsetzung)
- Reality Checking (What is reality? - Wie ist die aktuelle Situation?)
- Options – (What options do you have? - Welche Möglichkeiten haben Sie?)
- Will – (What will you do? - Was werden Sie unternehmen?)

In der Praxis werden die Punkte oft erweitert um „Obstacles“ (Hindernisse), „Opportunities“ (Chancen, Möglichkeiten), sowie „Way Forward“ (das weitere Vorgehen) bzw. „When, Where, Who?“

Das Modell wird häufig von Führungskräften für Mitarbeitergespräche und Zielvereinbarungen genutzt. Auch für Coaching-Gespräche dient es als Leitfaden.

Anwendung des GROW-Modells

Die folgenden Fragen folgen einem konkreten Ablauf, um alle relevanten Bereiche abzudecken und den Prozess zu strukturieren. Dennoch sind die Fragen als Leitfaden zu verstehen. Sie können die Fragen deshalb nach eigenem Ermessen abändern oder erweitern, wenn es besser zu Ihrem Coachee passt.

1. GOAL SETTING – die Zielsetzung

Zu Beginn steht die Zielsetzung und – Formulierung. Die Frage „Was möchten Sie erreichen?“ reicht an dieser Stelle nicht aus. Die Zielsetzung und die entsprechenden Fragen sollten nach weiteren Kriterien erfolgen:

- SMART: specific, measurable, agreed, realistic, time-phased, (im Deutschen häufig verwendet als spezifisch – messbar – attraktiv/aus eigener Kraft – realistisch – terminiert)
- PURE: positively stated, understood, relevant, ethical (Positiv formuliert, verständlich, passend, ethisch vertretbar)
- CLEAR: challenging, legal, environmentally sound, appropriate, recorded. (herausfordernd, legal bzw. rechtmäßig, umweltverträglich/ökologisch, angemessen bzw. geeignet, dokumentiert bzw. schriftlich fixiert)

2. REALITY CHECKING – Analyse der Ausgangssituation

Als zweiter Schritt wird die aktuelle Ausgangssituation beleuchtet: Was ist der momentane Stand (z.B. Umsatzzahlen)? Liegt die Erreichung des Ziels innerhalb der eigenen Kontrolle?

Auch eine Bestandsaufnahme der bisherigen Handlungen und Ergebnisse kommen hier in den Fokus: Was haben Sie bisher getan? Welche Auswirkungen / Effekte hatten diese Aktionen?

Möglicherweise muss an dieser Stelle das Ziel nochmals korrigiert bzw. im Detail angepasst werden.

3. OPTIONS – Optionen und Möglichkeiten identifizieren

Als nächstes wird ein Handlungsplan entworfen: Welche Wege gibt es, um das angestrebte Ziel zu erreichen? Welche Strategien eignen sich dafür? Welche Alternativen gibt es?

Hier kann der Klient verschiedene Möglichkeiten notieren und gedanklich durchspielen. Auch die jeweiligen Vor- und Nachteile der genannten Ideen werden beleuchtet. Zudem können hier die potenziellen Hindernisse auf dem Weg zum Ziel benannt und unter die Lupe genommen werden: Was könnte möglicherweise dagegen sprechen? Was könnte den Klienten hindern? Was sollte noch bedacht werden? Wichtig ist, dass der Coach keine Vorschläge macht, sondern die Ideen vom Klienten selbst kommen.

4. WILL – Was wird umgesetzt?

An dieser Stelle des Prozesses werden genaue Vereinbarungen getroffen, bzw. die verbindliche Zustimmung des Klienten eingeholt, auch aktiv etwas zur Zielerreichung zu unternehmen. Die Fragen in dem Zusammenhang sind: Was muss getan werden? Wer wird es erledigen? Was werden Sie tun? Sind sie entschlossen, es zu tun? Wann wird das geschehen / wann werden Sie es tun? Werden Sie mit dieser Aktion Ihr Ziel erreichen? Welche Hindernisse könnten auftauchen? Welche anderen Überlegungen gibt es? Wer ist noch beteiligt bzw. muss informiert und ins Boot geholt werden?

Abschließend kann der Klient auf einer Skala von eins bis zehn angeben, mit welcher Wahrscheinlichkeit er die erforderlichen Schritte auch wirklich durchführt. Es geht nicht darum, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, damit das Ziel zu erreichen, sondern die tatsächliche Durchführung. Sollte der Punktwert niedriger als acht sein, kann der Coach nachfragen: unter welchen Bedingungen wäre eine Neun oder Zehn möglich? Beispielsweise bei einem kleineren Arbeitsumfang, oder mit mehr Zeit zum Erreichen der Aufgabe?

Zuletzt werden die notierten Schritte nochmals miteinander durchgegangen und eventuelle Missverständnisse geklärt, bevor der Klient sich an die Umsetzung macht.

4. Tool: Ikigai-Modell

Der Begriff „Ikigai“ stammt aus dem Japanischen (japanisch 生き甲斐) und kennzeichnet eine Lebenseinstellung. Es bedeutet übersetzt in etwa „das, wofür es sich zu leben lohnt“, „Freude und Lebensziel“ oder „etwas, wofür es sich lohnt, am Morgen aufzustehen“.



Entsprechend eignet sich dieses Modell als Coaching-Ansatz, wenn die Frage nach Selbstverwirklichung oder dem Sinn unseres Lebens im Mittelpunkt steht. Die darin enthaltenen Leitfragen beleuchten ein weites Spektrum unseres menschlichen Daseins. Mögliche Anwendungsgebiete sind beispielsweise Umbruchsituationen, die Suche nach neuen Perspektiven, die Potenzialentwicklung oder sogar die Suche nach dem Lebenssinn. Durch das Ikigai-Modell werden Stärken, Werte und Leidenschaften des Coachees sichtbar und außerdem werden Bereiche aufgedeckt, die als mangelhaft oder vernachlässigt empfunden werden.

Anwendung des Ikigai-Modells

Das Coaching ist nicht akribisch auf eine feste Reihenfolge festgelegt. Hier ein möglicher Ablauf:

1. Bestandsaufnahme

Nach der Ziel- und Auftragsklärung werden mit dem Klienten die folgenden vier Segmente durch entsprechende Fragen

erarbeitet: *Was liebst Du? Was kannst Du gut? Wofür wirst Du bezahlt? Was braucht die Welt von Dir?*

Was Du liebst: Was begeistert Sie? Was können Sie unendlich lange tun, ohne müde zu werden? Was haben Sie als Kind geliebt? Wie haben Sie am liebsten ihre Ferien verbracht? Worüber könnten Sie stundenlang reden? Wann sind Sie im Flow? Wenn Sie einen ganzen Tag das tun könnten, was Sie am liebsten machen, was wäre das?

Was du gut kannst: Was sind Ihre Talente? Was haben Sie gelernt? Welche Ausbildung, Studium, Kurse oder spezielle Hobbies? Was können Sie besser als andere? Welche ungewöhnlichen Fähigkeiten haben Sie? (z.B. auch „unwichtige“ Fähigkeiten, wie mit den Ohren wackeln, auf zwei Fingern pfeifen etc.)

Wofür du bezahlt wirst: Was ist Ihr Beruf? Woher beziehen Sie Ihr Einkommen? Welche Einnahmen haben Sie noch?

Was die Welt von dir braucht: Was erfüllt Sie mit Sinn? Was entspricht Ihren Werten? Was soll einmal übrig bleiben, in Erinnerung bleiben, wenn Sie nicht mehr da sind? Was würde sofort auffallen, wenn Sie mal ein paar Wochen nicht da wären? Was würde liegenbleiben? Was würde nicht erledigt werden? Wo oder wem würden Sie konkret fehlen? Diese Fragen sind Richtwerte, sie können auch anders formuliert und ergänzt werden.

2. Überschneidungen herausfinden

Die Erarbeitung der Fragen kann schriftlich auf großen Bögen Papier oder auf farbigen Post-it's erfolgen. Dadurch entsteht sofort eine Visualisierung und es werden mögliche Überschneidungen deutlich. Gemeinsamkeiten in den einzelnen Bereichen können jeweils farbig umkreist werden, so dass eine Tendenz erkennbar ist. Manchmal kristallisiert sich hier schon eine Besonderheit heraus, die Hinweis auf ein mögliches „Ikigai“ geben kann.

3. Herausfinden von schwachen Segmenten

In der Praxis zeigt sich oft, dass ein oder mehrere Bereiche nicht so einfach zu bearbeiten sind. So kann es durchaus sein, dass ein Mensch Schwierigkeiten hat, zu benennen, was er gerne tut oder sogar liebt. Dahinter steckt manchmal ein limitierender Glaubenssatz oder eine innere Bewertung, dass „man sowas nicht sagen kann“.

Erlaubnis zulassen: Hier kann der Coach den Klienten ermutigen, genau so etwas zu notieren, sich alle Freiheiten zu nehmen, ohne sie innerlich zu bewerten. Häufig steckt ein tieferer Wunsch dahinter, den es noch zu entdecken gilt, manchmal ist es gerade der entscheidende Hinweis auf eine nicht gelebte Leidenschaft.

4. Zwischenbilanz ziehen

Dieser Prozess ist fließend und entwickelt sich nach und nach. Wenn einzelne Fragen nicht gleich beantwortet werden können, braucht der Klient möglicherweise noch Zeit. Oder die erwähnten Limitierungen stehen momentan im Weg und sollten zunächst bearbeitet werden. Zusätzlich kann der Klient im Alltag darauf achten, welche Tätigkeiten er liebt, wo seine Talente liegen etc. Manchmal empfiehlt es sich, ein Tagebuch zu schreiben, in dem die Beobachtungen notiert werden.

Das Ikigai-Schema dient dabei immer wieder als Landkarte für die weiteren Schritte. So könnten z.B. diejenigen Bereiche, die man liebt, aber noch nicht gut kann, durch entsprechende Kurse und Weiterbildungen ergänzt werden. Wenn eine geliebte Tätigkeit noch kein Einkommen erzielt, könnte das zunächst durch Erschließen passiver Einkommensquellen kompensiert werden. Es kann hier keine konkrete Vorgehensweise geben, diese wird immer wieder gemeinsam mit dem Klienten abgeglichen und neu abgestimmt.

5. Tool: Lebensrad

Das Rad des Lebens ist ein Tool für die Work-Life-Balance. Viele Menschen erleben eine Midlife-Krise, weil sie in der ersten Hälfte ihres Lebens einige Bereiche vernachlässigt haben und erst durch kleine Katastrophen, wie z.B. Herzinfarkt, Scheidung, Verlust eines Kindes u. ä. bemerken, dass sie sich zu einseitig auf ihre Karriere gestürzt haben.

Dieses Tools können Sie auch bei sich selbst anwenden oder eben im Coaching mit Ihren Klienten.

Anwendung des Lebensrads

Das Lebensrad konzentriert sich auf die folgenden 8 Bereiche:

- Persönliche Entwicklung
- Familie und Freunde
- Gesundheit
- Finanzen
- Karriere
- Körperliche Verfassung
- Freizeit
- andere wichtige Bereiche



1. Bodenanker

Legen Sie zunächst für jeden Bereich einen Bodenanker in Form eines Kreises.

2. Bodenanker durchlaufen

Stellen Sie nun auf den jeweiligen Bodenankern die folgenden Fragen: Wo stehen Sie gerade in diesem Bereich Ihres

Lebens? Schätzen Sie sich selbst auf dem Rad des Lebens ein. Stellen Sie sich vor, in der Mitte ist die Ausprägung Null. Am äußeren Rand ist jeweils 100%. Die jeweiligen Prozentzahlen können auf Zetteln notiert und an der passenden Position auf den Boden gelegt werden.

3. Fazit ziehen

Ziehen Sie zum Schluss dissoziiert aus der Meta-Position ein Fazit. Welche Bereiche sind stark und gesund ausgeprägt? Welche Bereich haben Sie etwas schleifen lassen? Befinden Sie sich aktuell in Ihrem Leben in Balance? Bestimmen Sie anhand des Rades, welche Bereiche Sie in letzter Zeit vernachlässigt haben und nehmen Sie sich vor, diesen Bereichen in Zukunft wieder mehr Zeit zu widmen. Planen Sie sich Zeit dafür ein!

6. Tool: PABSBRAGÖR

Das Wort „PABSBRAGÖR“ ist eine Aneinanderreihung von Buchstaben, die jeweils einen Teil der wohlgeformten Zielbestimmung darstellen. Wenn ein Ziel nach diesen Kriterien formuliert wird, dann steht der Zielerreichung nichts mehr im Wege. Auch dieses Tool können Sie sowohl im Coaching, als auch bei sich selbst anwenden.

Ausgeschrieben bedeutet es folgendes:

Positiv

Aktive Beteiligung

Spezifisch

Beweis

Ressourcen

Angemessene Größe

Ökologie-Rahmen

Anwendung der PABSBRAGÖR-Formel

1. Positiv

Denken Sie an das, was Sie wollen und nicht an das, was Sie nicht wollen. Sagen Sie nicht: „Ich möchte keine Kopfschmerzen mehr haben.“ sondern „Mein Kopf ist frei und klar. Ich bin gesund und fühle mich fit.“ Lenken Sie Ihre Aufmerksamkeit auf ein positives Ziel.

2. Aktive Beteiligung

Was ist Ihr persönlicher Beitrag, um dieses Ziel zu erreichen? Was können Sie selbst aktiv dafür tun? Ein wohlformuliertes Ziel besteht nicht darin, dass andere die ganze Arbeit machen, sondern es beschreibt die eigene Beteiligung.

3. Spezifisch

Stellen Sie sich Ihr Ziel so genau wie möglich vor. Was werden Sie hören, sehen, fühlen, riechen, schmecken, wenn Sie Ihr

Ziel erreicht haben? Beschreibe das Ziel mit allen Sinnen. Erst wenn Sie eine klare Vorstellung von dem Ziel haben, ist es wirklich spezifisch.

4. Beweis

Was ist der sinnlich wahrnehmbare Beweis, der Sie erkennen lässt, dass Sie Ihr Ziel erreicht haben? Woher wissen Sie, dass es geschafft ist und Sie das bekommen haben, was Sie wollten?

5. Ressourcen

Welche Ressourcen brauchen Sie, um Ihr Ziel zu erreichen? Welche haben Sie schon? Was müssen Sie noch lernen oder erwerben, um das Ziel erreichen zu können? Wer kann Ihnen dabei helfen? Ressourcen sind zum Beispiel: Geld, Zeit, Fähigkeiten, andere Menschen.

6. Angemessene Größe

Manche Menschen sind erst bei richtig großen Zielen motiviert und legen sich so richtig ins Zeug. Ein zu kleines Ziel ist für sie der Mühe gar nicht wert. Andere Menschen jedoch fangen bei wirklich großen Zielen gar nicht erst an. Sie brauchen kleine Zwischenziele, die sie in einem überschaubaren Zeitraum auch erreichen können.

Wie isst man einen Elefanten? Antwort: Stück für Stück. Legen Sie Etappenziele fest und verwirklichen diese dann Stück für Stück. Verknüpfen Sie zu kleine Ziele mit den dahinterliegenden Zielen, um mehr Motivation zu bekommen. Fragen Sie sich: Was bringt es mir, wenn ich dieses Ziel erreiche?

7. Ökologie-Rahmen

Welche positiven und negativen Konsequenzen hat es, wenn Sie Ihr Ziel erreichen? Wer ist außerdem noch betroffen? Welche Auswirkungen hat das auf das größere System? Was

ist der Preis, den Sie für die Zielerreichung zahlen müssen?
Beispiel: Ein Familienvater beschließt, länger und härter zu arbeiten, um mehr Geld nach Hause zu bringen. Eine mögliche Konsequenz wäre, dass er weniger Zeit für die Familie hat. Wie könnte er diese Auswirkungen auf sein Familiensystem verhindern?

7. Tool: Paradoxe Intervention

Eine Paradoxe Intervention ist eine (ursprünglich therapeutische) Maßnahme, bei der ein problematisches Verhalten oder Krankheitssymptom dem Patienten bewusst „verschrieben“ wird, als Mittel, genau dieses Verhalten oder Symptom zu überwinden.

Ein Beispiel: „Du darfst erst wieder Brokkoli essen, nachdem du alle Pizza-Vorräte aufgefuttert hast!“



Auch wenn die Ursprünge aus dem therapeutischen Bereich stammen, können paradoxe Interventionen auch im Coaching eingesetzt werden. Voraussetzung ist hierfür eine gute Beziehung zwischen Coach und Klienten, sowie ein sehr individuelles Vorgehen. Was für einen Klienten hilfreich ist, muss beim anderen nicht ebenso passen.

Anwendungsbeispiel für eine Paradoxe Intervention

1. Symptomverschreibung

Bei dieser Intervention wird das problematische Verhalten gefördert und dazu angeregt, genau dies weiterhin zu tun bzw. zu intensivieren. Ein Chef, der z.B. seinen Mitarbeiter ständig

überwachen und kontrollieren möchte, bekommt die Aufgabe, es gezielt zu tun: „Nehmen Sie sich täglich ein bis zwei Stunden Zeit, um Ihren Mitarbeiter genauestens zu kontrollieren und seine Arbeitsleistung zu überwachen!“

Die ursprüngliche Verhaltensweise wird bestärkt, doch Zeitpunkt , Ort oder Kontext, in dem sie stattfindet, werden verändert.

2. Paradoxe Intention

Sie wurde von Viktor Frankl entwickelt. Er verordnete genau die Verhaltensweisen und Symptome, vor denen sich seine Klienten fürchteten. Einem Mann, der an Schlaflosigkeit litt, riet er dazu, absichtlich wach zu bleiben und sich nur auszuruhen. Der Mann versuchte dies und schlief ein.

Diese paradoxe Intention wurde von Verhaltenstherapeuten übernommen, die in Tests herausfanden, dass Klienten mit Einschlafproblemen nach Verordnung des „Wachbleibens“ durchschnittlich schneller einschlafen konnten, als nach anderen verhaltenstherapeutischen Maßnahmen, die sie vorher ausprobiert hatten.

3. Reframing / Umdeutung

Hier wird dem Verhalten eine andere Bedeutung zugeschrieben.

Ein Kollege, der ständig zu spät kommt und sich im Team nie an getroffene Absprachen hält, könnte so beispielsweise eine Umdeutung erhalten: „Es ist toll, dass Sie auf diese Weise Ihren Kollegen ein Thema liefern, über das sie sich austauschen können. Das fördert ganz klar den Teamzusammenhalt.“ Da er vermutlich dies nicht bezweckt hatte, kann er sein bisheriges Verhalten so nicht mehr beibehalten.

4. Paradoxe Methoden des Provokativen Coachings

Auch im Provokativen Coaching werden paradoxe Interventionen auf eine sehr wertschätzende und humorvolle Art angewandt. So wird der Klient oft bestärkt, sein Verhalten unbedingt beizubehalten, und ihm werden scherzhaft die möglichen positiven (und absurden) Folgen seiner Handlungen ausgemalt.

Hinzu kommt eine uneingeschränkte Begeisterung des Coaches für das Symptom. Auch besonders idiotische Lösungsvorschläge gehören zum provokativen Repertoire. Ziel ist es, den Klienten zum Lachen zu bringen und die Absurdität manche seiner Verhaltensweisen zu erkennen.

8. Tool: Sokratischer Dialog

Der Sokratische Dialog (bzw. die Sokratische Gesprächsführung) ist heute eine Methode, die dialogisch, also als Zwiegespräch, stattfindet. Es handelt sich um einen Gesprächsstil, der unterschiedliche Fragetechniken beinhalten kann. Der Sokratische Dialog ist nicht zu verwechseln mit dem „Sokratischen Gespräch“. Bei diesem handelt es sich um eine moderierte Gruppendiskussion, die von Leonard Nelson und Gustav Heckmann entwickelt wurde.

Der Sokratische Dialog wird meist der Kognitiven Verhaltenstherapie zugeordnet. Er kann jedoch in vielen Therapieformen und psychologischen Schulen integriert und verwendet werden: In der humanistischen Psychologie ebenso wie bei psychoanalytischen und tiefenpsychologischen Ansätzen, bei Kognitiver Therapie und Gesprächstherapie. Im Coaching kommt vor allem die funktionale sokratische Gesprächsführung zum Einsatz. Die zentralen Fragestellungen, die im Sokratischen Dialog bearbeitet werden, sind

- „Was ist das?“
- „Darf ich das?“
- „Soll ich das?“

Einsatz sokratischer Frageformen im Coaching

Die Fragen sollten generell auf die Möglichkeit einer Veränderung ausgerichtet sein. Sie sollten einen Lernprozess anregen und neue Perspektiven eröffnen. Mögliche Fragetypen sind:

1. Nachfragen und Konkretisieren

„Wieso?“ „Was genau meinen Sie damit?“ „Wie genau meinen Sie das?“ „Wie kommen Sie zu der Überzeugung?“ „Was wäre, wenn...?“ „Was ist die Konsequenz, wenn...?“

2. Verständnisfragen

„Das habe ich nicht ganz verstanden, können Sie mir das bitte noch einmal erklären?“

3. Konfrontation mit Widersprüchen

„Vorhin hatten Sie gesagt..., doch jetzt gerade meinten Sie..., können Sie mir das nochmal erklären, ich kann da jetzt keinen Zusammenhang herstellen.“

4. Weitere Fragemöglichkeiten

„Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie ...?“ „Wie oft ist Ihnen dies schon passiert?“ „Wieso glauben Sie, dass X eintreten würde, wenn Sie doch ...?“ „Wobei hilft Ihnen ...?“ „Was ist nützlich an X gewesen?“

Der Einsatz des Sokratischen Dialogs sollte sehr sorgfältig erfolgen. Wichtig ist, ausreichend Zeit einzuplanen, damit der Dialog auch beendet werden kann. Der Coach sollte mit der Methode gut vertraut sein und keine eigenen Ziele damit verfolgen. Gleichzeitig sollte er erkennen können, ob neue Lösungen möglicherweise zu anderen Limitierungen führen können.

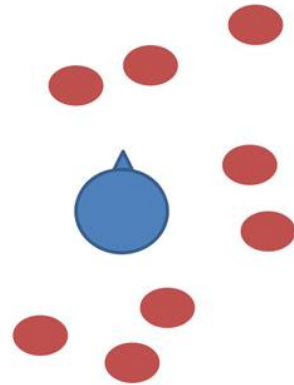
Auch hier gilt, wie bei fast allen Coaching-Tools, dass ein guter Draht zwischen Coach und Klienten eine wichtige Voraussetzung ist. Sonst besteht leicht die Gefahr, dass der Klient sich „seziert“ fühlt und das Vertrauen verliert. Einzelne der genannten Fragestellungen können jedoch jederzeit situativ in Coaching-Prozessen angewandt werden, auch wenn es sich dabei streng genommen nicht mehr um den Sokratischen Dialog handelt.

9. Tool: Soziales Panorama

Das soziale Panorama ist ein Modell und geht von der Hypothese aus, dass sich die meisten Menschen ihre Beziehungen zu anderen Menschen in Form einer inneren Landschaft vorstellen.

Diese Landschaft wird "soziales Panorama" genannt. Das Selbst (das Selbst-Bild) steht dabei in der Mitte, umgeben von allen anderen Personen und Gruppen, die im Leben eine Rolle spielen.

Wir leben und verhalten uns in erster Linie auf der Grundlage dieser Repräsentationen. Was immer Menschen also tun, rationalisieren, sagen, oder anderweitig über eine Beziehung ausdrücken mögen, beeinflusst sie weniger stark als eine Veränderung des Platzes, wo sie signifikante andere in ihrem sozialen Panorama sehen, hören und fühlen. Lucas Derks hat bei seiner Ausarbeitung wichtige Erkenntnisse gemacht.



Das soziale Panorama kann auf verschiedene Weisen im Coaching angewendet werden, der folgende Ablauf ist ein Beispiel, welches Sie für Ihre Coachings nutzen können.

Anwendung des sozialen Panoramas

1. Die Struktur des Themas verbalisieren

Ziel ist es, das Thema auf die wichtigsten und notwendigen Bestandteile (Personen und Elemente wie z.B. Nominalisierungen) zu reduzieren. Folgende Leitfragen sind hilfreich: Wer bzw. was gehört unbedingt dazu? Wie sind die Beziehungen gestaltet? Wie ist das Umfeld gestaltet?

Dabei ist es hilfreich, die Sprachmuster des Klienten zu beachten. Der Begleiter "rekonstruiert" das Thema, bis der Klient dieser Rekonstruktion bzw. Reduktion zustimmen kann.

2. Das Thema als soziales Panorama abbilden

Der Klient geht mit seiner Aufmerksamkeit nach innen bzw. zu einer Art "Innenraum" oder "inneren Psychogeographie". Zunächst sollte dieser Raum leer und unbesetzt sein. Anschließend füllt der Klient diesen Innenraum mit den beteiligten Personen bzw. Elementen: Wer oder was steht wo genau? Wie hoch oder tief ist die jeweilige Position? Wie ist die Blickrichtung bzw. generelle Ausrichtung?

Nun nimmt der Klient weitere Einzelheiten wahr: Wie sehen die Personen/Elemente im Detail aus? Wie sind die Submodalitäten? Wie ist der Raum zwischen den Personen/Elementen repräsentiert?

3. Lösungsraum gestalten

Der Begleiter stellt die Wunderfrage: „Stell dir vor, heute Nacht, während du schläfst, geschieht ein Wunder, und das Problem, das dich gerade beschäftigt, ist verschwunden. Woran würdest du das merken?“ Wenn das Wunder geschehen ist, wer/was wäre bzw. ist dann wo? Wie sind sie in diese Position gekommen?

Eventuell: Welche Ressourcen bräuchte es, dass die Personen/Elemente diese Position einnehmen können? Bei Bedarf aktivieren.

4. Ökologie und Transfer

Was sind die Vorteile der alten Positionierung? Was sind die Nachteile der neuen Positionierung?

Die abschließende Frage fördert den Transfer der Lösung in zukünftige Kontexte: Wenn es zu einem Rückfall käme, wie lange würde es dauern, bis die Lösung sich wieder eingestellt haben wird?

10. Tool: Zeitmaschine

Die Zeitmaschine ist ein Coaching-Tool von Martin Hagen und Eberhard Hauser, das Entscheidungsfindungen erleichtern soll. Außerdem soll es dabei helfen, Handlungsoptionen aus einer zukünftigen Perspektive zu entdecken. Wenn sich ein Coachee in einer „Sackgasse“ befindet, bei einem bestimmten Handlungsthema in einem Zwiespalt steckt oder eine sehr schwierige Entscheidung treffen muss, so ist dieses Tool ein gutes Hilfsmittel.

Dieses Coaching-Tool soll dem Klienten neue Handlungsimpulse bei schwierigen Entscheidungen fürs Leben vermitteln.

Der Klient soll dabei auf die Vergangenheit zurückblicken und sich seine neue Zukunft vorstellen.

Wird das Tool richtig angewandt, so wird der Klient neue Sichtweisen für schwierige Entscheidungen oder Situationen entdecken. Die Sackgasse, in der sich der Coachee noch kurz zuvor befand wird geöffnet und aufgelöst.

Anwendung der Zeitmaschine

1. Phase: Vordergrund

Man sollte als erstes die Problematik des Coachees herausarbeiten und diese in eine sachlich strukturierte Frage zusammenfassen. Für die Wahl der „Zeitmaschine“ gibt es zwei wichtige Kriterien: (1) Das Verlangen nach einer Entscheidung ist vorhanden – der Klient befindet sich in einer „Sackgasse“. (2) Normen und Werte scheinen wichtig zu sein.



2. Phase: Hintergrund

Der Coach trifft während des Coachings oft auf tiefere Lebensthemen. Ein Aufeinandertreffen konkurrierender Werte ist unvermeidbar, der Klient wird von inneren Konflikten beeinträchtigt. Was steht hinter der Frage, die in Phase eins formuliert wurde?

In dieser zweiten Phase werden alle aufkommenden Fragen auf einem Flipchart gesammelt. Oft entstehen von allein bestimmte Unterkategorien der Themen. Man spricht daher auch eher von einer „Mind Map“ und weniger von einer strukturierten Themenliste. Dieser „Mind Map“ liegt das Ziel zugrunde, sich der Vielschichtigkeit der Thematik bewusst zu werden und den Rahmen für die nächsten Phasen festzulegen.

3. Phase: Aktivierung der Zeitmaschine

Man lädt den Coachee auf eine kleine Abenteuerreise ein. Da die Coachees schon vieles ausprobiert haben, jedoch ohne Erfolg, sind sie zumeist bereit, sich auf dieses kleine Experiment einzulassen. Man erklärt dem Coachee auf eine individuelle Art und Weise, wie das Ganze abläuft: mal zielorientiert („Lassen Sie uns gemeinsam auf die Spur der Zusammenhänge gehen und schauen, wie das Thema von anderen Blickwinkeln betrachtet aussieht“), mal gestellt („Begleiten Sie mich in die Zeitmaschine, Sie sind herzlich willkommen...“).

4. Phase: Definition von Zeitpunkten

Erfahrungen zeigen, dass die Betrachtung aus maximal drei Zeitperspektiven am sinnvollsten ist. Hier spielt die Leitfrage nach den bedeutenden Lebensstationen bezüglich des Problems eine wichtige Rolle. Ein Anhaltspunkt ist so gut wie immer der Berufsausstieg – also der Moment im Leben, in dem der Mensch zurückblickt und seine Erfahrung noch einmal widerspiegelt. Es kann auch sein, dass der Coachee andere, vielleicht sogar näherliegende, Zeiträume zu Verfügung stellt.

5. Phase: Die Zeitreise

Der Coach bittet den Coachee, sich auf einen anderen Stuhl zu setzen. Der Coach markiert diesen mit einer anderen Jahreszahl. Für die gesamte Sitzung behält jeder Stuhl die ihm zugeordnete Zahl. Wenn der Coachee in seinem Erzählen in eine Zeit rutscht, die einem anderen Stuhl zugeordnet wurde, so bittet ihn der Coach, sich dorthin zu begeben. Während der ganzen Sitzung hält der Coach Stift und Papier bereit, um sich wichtige Dinge zu notieren. So ist es auch möglich, dem Klienten nach der Sitzung wichtige Aussagen mitzuteilen, sodass dieser sie besser nachvollziehen kann.

- Einführung/Einfühlung: „Herzlich Willkommen in dieser neuen Situation. Fühlen Sie sich zunächst voll und ganz in das Jahr 2028 ein. Sie sind xy Jahre alt und Ihre Kinder alle erwachsen. Sie sind erfolgreich und haben all Ihre Ziele verwirklicht. Vieles in Ihrem Leben ist so gelaufen, wie Sie es sich gewünscht und vorgestellt haben. Nehmen Sie sich ruhig ein wenig Zeit, um sich umzuschauen und in sich hineinzuhorchen, fühlen Sie sich ein in diese neue Zeit.“
- Betrachtung: „Wie sieht ihr momentanes Leben aus? Was spielt eine große Rolle in Ihrem Leben?“
- Rückblick: „Können Sie sich noch an die Zeit xy zurückerinnern, in der Sie die schwere Entscheidung zum Thema xy treffen mussten? Was hat Sie genau bei diesem Thema beschäftigt bzw. zweifeln lassen?“
- Vertiefung: Dem Thema entsprechend wird der ein oder andere Aspekt mit begleitenden Fragen vertieft.
Abschied: Zurückorientierung oder Voranschreiten zur nächsten Momentaufnahme oder zur 6. Phase. „Gibt es noch andere wichtige Anhaltspunkte – andernfalls würde ich Sie gerne in das Jahr xy zurück bitten.“

6. Phase: Die Zurückorientierung

Man lässt den Klienten in das aktuelle Jahr zurückkehren. Im Anschluss übergibt der Coach seinem Coachee seine Notizen, die er sich während der Zeitreise gemacht hat und lässt sich von ihm erzählen, was für ihn von Bedeutung war. Oft braucht der Zeitreisende noch ein bisschen, um sich neu zu ordnen und das Gehörte und Gefühlte zu realisieren. Manchmal auch, um sich von Vertrautem verabschieden zu können. Zum Abschluss dieser Phase schauen Coach und Coachee gemeinsam auf das erarbeitete Flip-Chart zu den Wert-Fragen (vgl. 2. Phase: Was wurde von den Wert-Fragen angesprochen? Wurde etwas klarer? Wo gab es Verschiebungen des Bedeutungsgrades?)

7. Phase: Der Abschluss

In der letzten Phase werden die wesentlichen Ergebnisse, also neue Erkenntnisse und Leitsätze noch einmal neu formuliert. Der Coach leitet mit Hilfe von Handlungsimpulsen den Coachee in die Richtung, für sich die nächsten Schritte zu formulieren und den weiteren Umgang mit der Coaching-Ursache.

Kann jeder Coach werden?

Der Begriff Coach ist in der heutigen Zeit sehr aktuell. In vielen Kontexten hört man immer wieder: „Ich will Coach werden.“

Was denken Sie, was einen guten Coach ausmacht? Ist jeder dafür geeignet, Coach zu werden?

In unserem Podcast beantwortet unser Coaching-Experte Carlos Salgado einige wichtige Fragen rund um das Thema „Coach werden“ und verrät, woran man einen guten Coach erkennen kann.

Dieser Podcast eignet sich sehr gut, um Carlos Salgado, den übergeordneten Leiter unserer Coaching-Ausbildungen, etwas näher kennen zu lernen.

Sie finden unseren Podcast auf iTunes, auf unserem Blog und einigen weiteren Podcast-Plattformen.

Link zum Blog: www.landsiedel-seminare.de/nlp-blog/nlp-podcast-73-kann-jeder-coach-werden/

Link zu iTunes: itunes.apple.com/de/podcast/nlp-podcast-landsiedel-nlp/id1141841379?mt=2

Weitere Informationen über unseren Podcast: www.landsiedel-seminare.de/nlp/nlp-podcast.html

Coaching-Ausbildung in Modulen

In unserer modularen Coaching Ausbildung stehen Ihnen insgesamt 20 verschiedene Module zur Wahl, die je nach Modul verschiedene Coaching-Inhalte vermitteln.

Die fünftätigen Module können flexibel und einzeln gebucht werden und werden von erfahrenen Coaches geleitet, die Experten auf dem jeweiligen Gebiet sind.

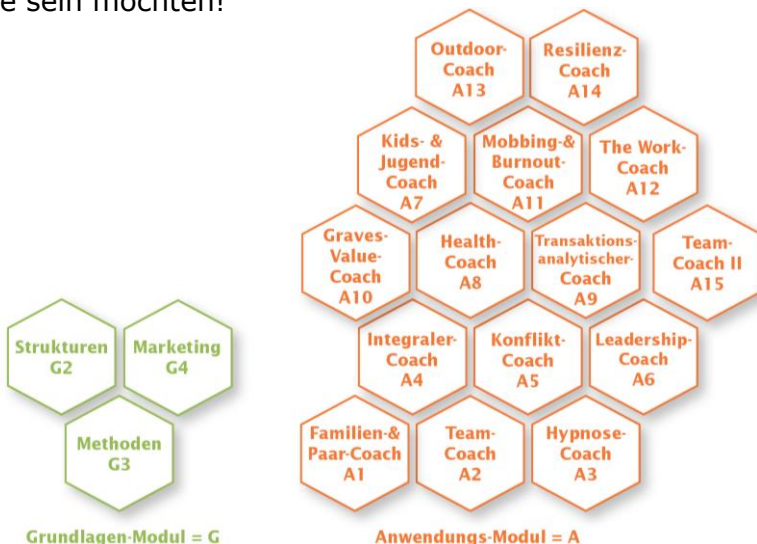
Die begrenzten Teilnehmerzahlen von 12-18 Personen ermöglichen eine angenehme Lernatmosphäre und eine umfassende Betreuung.

Geleitet wird die Coaching Ausbildung von Carlos Salgado, der diese Ausbildung zusammen mit Stephan Landsiedel entwickelt hat.

Hier finden Sie weitere Informationen:

www.landsiedel-seminare.de/coaching/coach-ausbildung.html

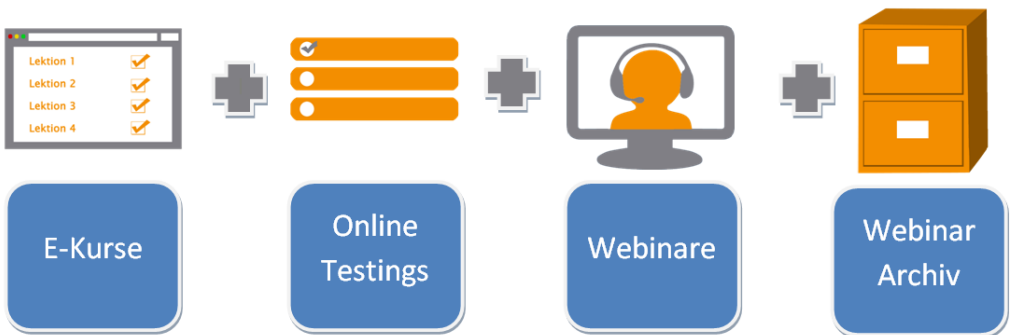
Werden Sie der Coach,
der Sie sein möchten!



Online Coaching Modul

Unser Coaching Online Modul bietet Ihnen einen fundierten Einstieg in die Welt des Coachings.

Durch unsere E-Kurse, Live-Webinare und unser umfangreiches Webinar-Archiv bieten wir Ihnen wertvolle Unterstützung auf Ihrem Weg zu einem professionellen Coach an.



Nach erfolgreichem Abschluss erhalten Sie ein Zertifikat der Landsiedel Coaching-Akademie.

Wer bereits eine NLP-Practitioner-Ausbildung bei Landsiedel erfolgreich absolviert hat, kann sich auch mit Hilfe des Online-Moduls zum Coach, LCA upgraden lassen.

Hier finden Sie weitere Informationen: www.landsiedel-seminare.de/coaching/coaching-online-modul.html

LCA Coaching Ausbildung

Die LCA-Coaching-Ausbildung für Einsteiger findet an zahlreichen Orten in Deutschland statt.

Das Programm beinhaltet eine NLP-Practitioner-Ausbildung und das bereits erwähnte Online-Modul.

Beim Coach, LCA lernen Sie live in 20 Tagen eine Fülle von Methoden und Kompetenzen kennen, üben die gelernten Inhalte in einer durchgehenden Gruppe und werden von einem Trainer betreut. Die Ausbildung wird ergänzt durch das Online Coaching Modul.



Die Coaching Ausbildung ist die erste von mehreren Stufen in der Coach Ausbildung.

Hier bekommen sie die Grundlagen für die Kommunikation und Veränderungsarbeit im Coaching vermittelt. Diese Ausbildung ist sehr spannend und lehrreich. Sie werden Ihre Persönlichkeit weiter entwickeln und Ihre Kommunikationsfertigkeiten erhöhen.

Hier finden Sie weitere Informationen: www.landsiedel-seminare.de/coaching/coaching-ausbildung.html#coach-lca

Life Coach Ausbildung

Die Life Coach Ausbildung befasst sich mit den grundlegenden Lebensbereichen des Menschen.

Helfen Sie sich selbst und anderen Menschen dabei, Ihr Traumleben zu führen. Beim Life Coaching geht es um Selbstverwirklichung, Achtsamkeit, Entfaltung der Persönlichkeit, u.v.m.

Inhalte der Ausbildung:

1. Coaching Knowhow und Praxis
2. Fachkompetenz in den Bereichen Integrale Lebensführung, Single-Dasein, Gesundheit, Spiritualität, Finanzen, Glück, Partnerschaft und Bestimmung.

Sie entscheiden, wie intensiv Ihre Coachinausbildung sein soll, denn Sie können zwischen zwei Varianten mit 26 oder 35 Präsenztagen wählen und die einzelnen Trainingstage auf bis zu zwei Jahre verteilen.

Hinzu kommt eine umfangreiche Online-Learning-Plattform mit Knowhow zu jedem Thema, zahlreichen Webinar-Aufzeichnungen, Videos, etc. sowie ein Forum und Übungsgruppen zum Austausch der Erfahrungen.

Hier finden Sie weitere Informationen: www.landsiedel-seminare.de/php/anmeldung-jahres-training.html