Begleitheft

„Die Landkarte ist nicht die Landschaft, aber wenn
die Landkarte der Struktur der Landschaft ähnlich ist,
ist sie brauchbar.“

Alfred Korzybski

Inhalt

Inhalt 1
Kurzporträt 2
Wie alles begann 3
Das Coachingtool: Eine Übersicht 6
Kurzeinführung 7
Theoretische Grundlagen hinter dem Coachingtool 10
Mögliche Vorgehensweisen im Coaching mit dem Tool 14
Die Elemente des Bildes und ihre mögliche Bedeutung 19
Die Werkzeugkarten 26
Die Modellkarten 29
Weitere Ideen zur Verwendung des Coachingtools 33
Evaluation in der Praxis 34
Abgrenzung: Was das Tool nicht bieten kann. 35
Reflexion, Schlusswort 36
Literaturverzeichnis 38
Anhang 39

In diesem Dokument verwende ich aus Gründen der besseren Lesbarkeit jeweils die männliche Form, selbstverständlich ist damit auch immer die weibliche Variante gemeint.

Angaben zum Coachingtool

Das Coachingtool, welches hier beschrieben wird, kann auf der Webseite potenzialentwickler.ch oder via E-Mail unter **info@potenzialentwicker.ch** bestellt werden.

Die Grafiken des Tools sind in diesem Begleitheft bewusst in niedriger Qualität gehalten, um unerlaubtes Kopieren zu verhindern. Vielen Dank für Ihr Verständnis!

Kurzporträt

Ich wurde am 22. April 1979 in Thun geboren. Ich wuchs in Wachseldorn, einer ländlichen Gemeinde bei Thun, auf. Nach meiner Lehre als Elektromechaniker bildete ich mich im Bereich Informatik weiter und schloss im Jahr 2008 mit einem Fachhochschulstudium als Informatiker FH in allgemeiner Informatik ab. Als technischer Leiter arbeitete ich bei einem IT-Dienstleister und leitete diverse IT-Projekte. Zudem war ich als Berufsbildner für die Lehrlingsbetreuung zuständig. Im Jahr 2009 begann ich an der Berufsfachschule Bern mit meiner Teilzeit-Unterrichtstätigkeit im Fachunterricht bei den Informatikern EFZ. Dies gefiel mir sehr gut, sodass ich im Jahr 2013 in den Vollzeitunterricht wechselte. Ich schloss im Jahr 2015 meine pädagogisch-didaktische Ausbildung zur Lehrperson Berufskundeunterricht ab. Im Jahr 2016 übernahm ich die Berufsgruppenleitung der Informatik und habe seither ein über 70-köpfiges Team, welches ich leite.

Da Coaching, Lernen, Neurowissenschaften usw. schon lange meine grosse Leidenschaft sind, begann ich im Jahr 2016 meine Ausbildung zum Coach bei Coachingplus. Ich besuchte an verschiedenen Institutionen Coachingausbildungen und schloss im Jahr 2020 am Eidgenössisches Hochschulinstitut für Berufsbildung ein CAS in «Lehrbegleitung & Praxisberatung für Berufsbildungsverantwortliche» ab. Nun bin ich als Praxisberater an berufsbildenden Schulen unterwegs. Diese Tätigkeit hat mich motiviert, zusätzlich noch den Fachausweis als betrieblicher Mentor zu absolvieren. Am Coaching fasziniert mich, wie durch Fragen und Anregen eines Denkprozesses das Beste aus einer Person herausgeholt werden kann. Ich verstehe mich als Potenzialentwickler und bin darum unter der Webseite https://potenzialentwickler.ch zu finden.

Wie alles begann

Warum ein weiteres Coachingtool? Die Frage ist berechtig, gibt es doch bereits sehr viele gute Coachingtools auf dem Markt. Warum füge ich noch eines hinzu?

Eine wichtige Kompetenz eines Coaches ist es, während dem Coachinggespräch den gesamten Prozess zu überblicken und den Kunden, welcher oft von Thema zu Thema springt, immer wieder hin zur Lösungsfindung zu lenken. Doch wie macht man das? Wo liegt die Balance zwischen «dem Kunden Raum geben» und «den Kunden lenken»? Diese Themen kommen in Coachingausbildungen immer wieder auf und es gibt viel hilfreiche Literatur dazu. Wie setze ich aber ganz konkret ein Gesprächsraster im Coaching ein, damit das Gespräch für die Anliegen des Kunden offenbleibt, das Gespräch selbst aber einer klaren Struktur folgt? Hier stand ich in der Praxis an.

Ein Gesprächsraster mit einer klaren Abfolge von «Problemschilderung, Zielvereinbarung, Lösungsfindung, Ressourcen klären, Umsetzen», wie es in Büchern oft vorgeschlagen wird, war zwar hilfreich, hat mich aber oft auch stark eingeschränkt. Zudem stand das Raster meist in krassem Gegensatz zu den kreativen Tools, welche ich in meinen Coachings gerne einsetzte. Seit ich Begleitungen anbiete, habe ich verschiedenste Coachingwerkzeuge gesammelt und diese gewissermassen in einem gut strukturierten Werkzeugkasten zusammengestellt: Da gibt es Werkzeuge, um Ressourcen zu aktivieren, Karten, um über Werte zu sprechen, oder Skalen verschiedenster Art. Ich wollte für jede erdenkliche Lage gut ausgerüstet sein. Mein Werkzeugkoffer hatte über die Jahre eine stattliche Grösse angenommen. Das Problem war jedoch, dass ich sowohl im beruflichen wie auch im privaten Alltag wiederholt unverhofft in eine Begleitungssituation geriet, in diesen Momenten dummerweise jedoch meinen Werkzeugkoffer nicht griffbereit hatte. Er war nicht handlich genug, um ihn jederzeit dabei zu haben. Die Situation ist mit einem platten Reifen bei einer Fahrradtour zu vergleichen: Dass zu Hause sämtliches Material für einen Reifenwechsel vorhanden wäre, hilft mir auf meiner Tour herzlich wenig. Dies brachte mich auf eine Idee: Ich brauchte ein Tool, ähnlich einem Schweizer Taschenmesser, das es mir ermöglicht, ganz einfach über viele verschiedene Coachingthemen zu sprechen. Es muss vielseitig einsetzbar sein und soll zum Denken anregen. Zugleich soll es den Coachingprozess strukturieren. Ich machte mich auf die Suche nach einem solchen Coachingtool, las viele Bücher und durchsuchte das Internet. Dies war sehr inspirierend, da viele gute Tools existieren. Keines passte mir aber zu 100%. Am meisten angesprochen haben mich Lernlandkarten oder «Advance Organizer», wie sie in Schulen für einen Einstieg in ein Thema oft eingesetzt werden. Diese geben einen systematischen Überblick über Kompetenzen, welche in einer

Lernphase erworben werden sollen. Sie unterstützen Lehrpersonen dabei, mit den Lernenden über vorhandene und noch zu entwickelnde Kompetenzen zu sprechen, und helfen, den Prozessfortschritt zu visualisieren. Im schulischen Umfeld hat sich dies gut bewährt. So stellte sich für mich schnell einmal die Frage:

Könnte mit einer Coachinglandkarte ein Tool entwickelt werden, welches den folgenden Anforderungen gerecht wird? Das Tool soll eine klare Struktur in ein Coachinggespräch bringen, den Kunden durch Fragen zum Nachdenken anregen, ihm dabei helfen, auf Lösungen zu fokussieren und vorhandene Ressourcen zu aktivieren, dabei aber für jeden Kunden individuell und flexibel bleiben.

Diese Frage liess mich nicht mehr los und war der Anfang einer sehr spannenden Reise.

Mir war schnell klar, dass mein Unterfangen mit einer Lernlandkarte allein nicht zu bewerkstelligen war. Es braucht sowohl eine Lernlandkarte als auch Karten mit Fragen, welche die Lernlandkarte ergänzen. Diese Karten sollen helfen, das Gespräch gut zu strukturieren und sowohl dem Coach als auch dem Kunden eine Orientierung zu geben. Man könnte sagen, dass die Lernlandkarte den Geist öffnet, neue Denkwege und Kreativität anregt und dadurch den Kunden auf neue Gedanken bringt. Die Karten helfen anschliessend, die vielseitigen Gedanken zu sammeln und zielgerichtet zu kanalisieren. Was noch fehlt, ist eine Möglichkeit, die beim Kunden entstandenen Gedanken festzuhalten. Ähnlich wie Seifenblasen verschwinden diese nämlich, wenn sie nicht eingefangen werden. Dabei sind es genau diese kurzen Momente, welche so wichtig sind, dass sie gesammelt, festgehalten und schlussendlich sortiert werden. Dies lässt sich, wie wir später noch sehen werden, sehr gut mit Post-it-Zetteln erreichen.

Die ganz grosse Herausforderung für mich war es nun, eine Lernlandkarte zu erstellen, welche sich für sehr viele Themengebiete eignet. Mir war sehr wichtig, dass mein Tool kreativ und vielseitig einsetzbar ist. Ich investierte deshalb viel Zeit dafür, mir zu überlegen, über welche Elemente mein Tool verfügen müsste. Ich analysierte viele Coachinggespräche: Um welche Themen geht es, wenn jemand ein Coaching in Anspruch nimmt? Die Antwort ist vielfältig: Es geht um Veränderungsprozesse, Ziele, Entscheidungen, Ressourcen, um das Erarbeiten von Handlungsalternativen, das Aufzeigen von Handlungsmöglichkeiten, um das Erkennen von Risiken oder Glaubenssätzen, den Umgang mit Konflikten oder schwierigen Lebenssituationen, um Zeitmanagement, Motivation, Lebenssinn oder Work-Life-Balance. Aufgrund dieser grossen Vielfalt musste ich mich beschränken. So habe ich beispielsweise das Zeitmanagement, den Umgang mit Konflikten sowie Teamprozesse bewusst nicht berücksichtigt, da dazu schon unzählige gute und erprobte Tools und Literatur existieren. Mit den anderen Themen erarbeitete ich eine Collage mit Bildern, welche ich unbedingt auf meiner Lernlandkarte haben wollte und schrieb mir meine Gedanken dazu auf. Dies war ein

sehr aufwändiger Prozess, der viel Zeit in Anspruch nahm. Immer wieder fielen mir neue Aspekte ein. Es gab viel abzuwägen und Prioritäten zu setzen. Schliesslich bündelte ich alle meine Anforderungen und gab Achim Ahlgrimm, einem berühmten Zeichner von Wimmelbüchern, den Auftrag, mein Bild zu erstellen. Für mich war klar, dass niemand anderes besser darin wäre als jemand, der Wimmelbücher zeichnet. Viele Leute fühlen sich von Wimmelbüchern inspiriert, da diese sie an gute Zeiten in der Kindheit erinnern. Diesen Effekt wollte ich mir unbedingt zunutze machen. Parallel dazu habe ich begonnen, mir zu den einzelnen Themengebieten systematisch Fragen auszudenken und diese festzuhalten. Es zeichnete sich bald einmal ab, dass blosse Fragekarten nicht reichen, weshalb ich zusätzlich Werkzeug- sowie Modellkarten erstellte. Werkzeugkarten sind Instrumente, mit denen es im Coaching gelingt, einen Sachverhalt genauer zu erforschen. Sie richten den Blick des Kunden auf seine Möglichkeiten und Ressourcen. Sie sollen helfen, Denkblockaden zu lösen und Wahlmöglichkeiten zu erarbeiten. Für eine Werkzeugkarte ist meist etwas mehr Zeit einzuplanen. Die Modellkarten dienen dazu, dem Kunden in der Beratung anerkannte Modelle aus der Psychologie bildhaft und einfach verständlich zu präsentieren. Sie sollen klären, anregen und dabei helfen, dass der Kunde «Aha»-Momente erlebt und sich selbst im Modell wiedererkennen kann. Diese Karten dienen Coaches als Einstieg in ein Thema, das mit dem Kunden bearbeitet werden soll. Ich habe sie bei diversen Coachings nach und nach auf deren Praxistauglichkeit überprüft und laufend weiterentwickelt. Dieser Prozess hat sehr viel Zeit beansprucht, da viele Anpassungen an den Karten sowie verschiedene Prototypen nötig waren, bis ich schlussendlich zufrieden war. Um möglichst viele Personen anzusprechen, ist das Tool nicht nur zweidimensional, sondern umfasst auch dreidimensionale Figuren, welche bewegt werden können und helfen sollen, eine Sachlage genauer zu visualisieren.

Das entstandene Tool besteht aus einer Kiste im Format A4 – was zugegebenermassen etwas grösser ist als ein Taschenmesser. Das Coachingtool ist so konstruiert, dass die Lernlandkarte durch Fragekarten ergänzt wird. In der Verpackung befindet sich zudem eine Bedienungsanleitung, welche dem Coach die entsprechenden Theorien und Gedanken des Tools näherbringen soll. Ich glaube, es ist mir gelungen, ein Tool zu entwickeln, welches dabei hilft, eine klare Struktur in ein Coachinggespräch zu bringen, den Kunden durch Fragen zum Nachdenken anzuregen, auf Lösungen zu fokussieren und vorhandene Ressourcen zu aktivieren, dabei aber für jeden Kunden individuell und flexibel zu bleiben und passende Lösungen anzubieten.

Das Tool selbst kann auf der Webseite potenzialentwickler.ch oder unter info@potenzialentwickler.ch bestellt werden.

Ich wünsche viel Spass beim Ausprobieren.

Das Coachingtool: Eine Übersicht

Auf den folgenden Seiten werde ich aufzeigen, wie einfach das Coachingtool anzuwenden ist und welche Theorien dahinterstehen. Es empfiehlt sich, die Lernlandkarte beim Lesen neben sich auszubreiten, da der Inhalt dieser Arbeit immer wieder darauf Bezug nimmt.

© potenzialentwickler.ch
Dieses Bild ist nicht für die Verwendung im Coaching lizensiert

Die Lernlandkarte unterstützt einen Coach darin, ein lösungsorientiertes Gespräch zu führen, indem das Gespräch durch die Lernlandkarte auf eine Metaebene gehoben wird. Durch Fragen wie «Was ist das Ziel des Coachings? Wie sieht die Ausgangslage aus? Welche Ressourcen sind vorhanden? Welche Entscheidungen müssen getroffen werden? Welches sind die Meilensteine auf dem Weg zum Ziel?» kommt das Gespräch in Gang und erhält eine klare Struktur.

Die Lernlandkarte wird mit Fragekarten aus den drei Gebieten **Coaching**, **Modelle** und **Werkzeuge** ergänzt. Deren Funktion wird später genauer beschrieben. Weiter sind in der Box noch Post-it-Zettel und Spielfiguren vorhanden.

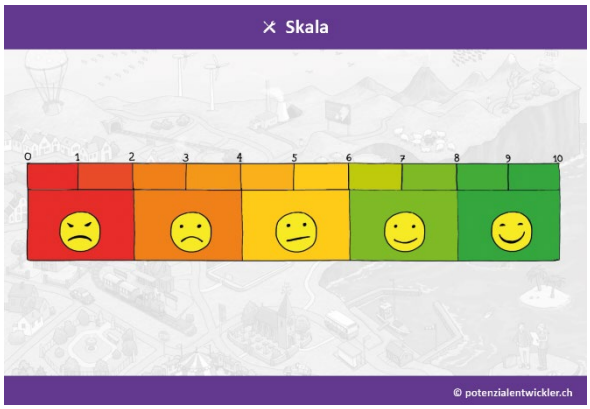
Kurzeinführung

Der Coach breitet die Lernlandkarte für den Kunden gut sichtbar auf einem Tisch aus. Sie eignet sich bereits beim ersten Treffen sehr gut, um dem Kunden einen Überblick über den Coachingprozess aufzuzeigen. Ergänzend dazu kann die Coachingkarte «Ablauf» als Unterstützung dienen. Die Coachingkarten erkennbar am Symbol sind im Format A5 gehalten und beidseitig bedruckt. Auf der Vorderseite befinden sich nur Bilder, auf der Rückseite ist auch Text vorhanden. Der Coach kann seinem Kunden damit erklären, dass ein Coaching eine klare Zieldefinition braucht. Ebenfalls können die Rollen von Coach und Kunde geklärt werden, indem auf die beiden Personen Bezug genommen wird, welche zusammen auf der Insel stehen. Im Coaching geht es immer darum, gemeinsam einen Weg zum Ziel zu finden. Dazu stehen verschiedene Möglichkeiten und Werkzeuge zur Verfügung. Meist müssen Entscheidungen getroffen und Meilensteine gesetzt werden. Je nach Coaching geht es auch um Ressourcen oder Orientierungspunkte, welche mit dem Windrad oder dem Leuchtturm dargestellt werden. Ist der Einstieg ins Coaching gelungen, kann mit dem Kunden zusammen die Zieldefinition betrachtet werden. Dazu kann die Fragekarte «Ziel» sehr hilfreich sein. Diese wird für den Kunden sichtbar auf den Tisch gelegt, und mithilfe von Post-it-Zetteln kann nach und nach die Zieldefinition ausgearbeitet werden. Auf der Rückseite der Karte stehen viele Fragen, welche dem Coach helfen, das Gespräch zu strukturieren. Der Coach entscheidet selbst, ob er nur die Vorderseite mit dem Bild des Ziels gebrauchen will, oder ob er sich auch auf die Fragen auf der Rückseite bezieht. Natürlich kann er auch weitere eigene Fragen stellen. Sind die Fragen für den Kunden sichtbar, kann dies hilfreich sein, um ihm aufzuzeigen, wohin die Reise gehen könnte. Mit Hilfe von Post-it-Zetteln werden die Gedanken des Kunden festgehalten. Sie können beliebig ergänzt oder ersetzt werden.

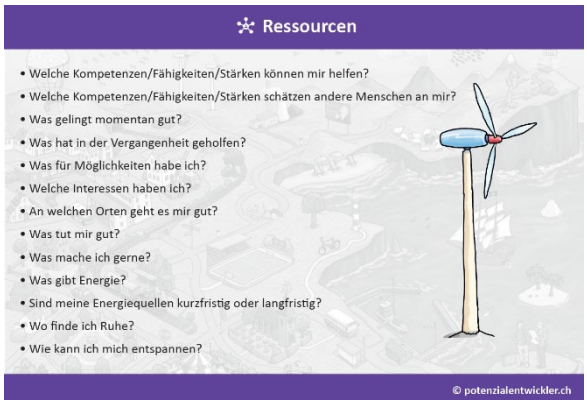
So gelingt es, mit dem Kunden zusammen eine Zieldefinition auszuarbeiten welche «PASSEND» ist. PASSEND steht für:

- **P**ositiv formuliert
- **A**ttraktiv
- **S**elbst erreichbar
- **S**elbstbestimmt
- **E**rkennbar
- **N**achhaltig
- **D**etailliert

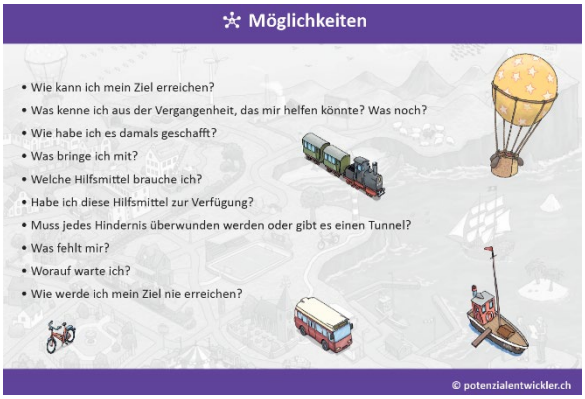
Weiter kann die Werkzeugkarte «Skala» bei der Einschätzung helfen, wo der Kunde zu Beginn des Coachings steht. Vgl. hierzu Kapitel «Skala» dieser Arbeit.



Bei der Lösungsfindung können die Fragekarten «Möglichkeiten» oder «Ressourcen / Energie» den Prozess unterstützen. Sie helfen dem Kunden, seine Ressourcen zu erkennen und zu aktivieren. Auch hier kann wiederum mit einer der beiden Seiten der Karte gearbeitet werden oder auch mit beiden, ganz wie es für den Coach und den Kunden passt.



Die Fragen auf der Karte sind da, um die Gedanken des Kunden in die richtige Richtung zu lenken. Der Coach kann dabei durchaus auch fragen, welche Frage aus der Sicht des Kunden noch geklärt werden müsste. Es ist immer wieder ratsam, die Ideen des Kunden auf Post-it-Zetteln festzuhalten und diese rund um die Karte zu positionieren. Der Kunde kann mit dem Smartphone ein Foto schiessen und sich so jeweils an die Fragen und seine Antworten erinnern.



Sind schwerwiegende Entscheidungen zu treffen, hilft die Werkzeugkarte «Waage». Hier kann ein Brainstorming der Vor- und Nachteile gemacht werden, welche auf unterschiedlich farbige Post-it-Zettel geschrieben und neben die Waage gelegt werden. Das Bild der Waage hilft dem Kunden meist instinktiv, die Argumente gegeneinander abzuwägen. Allenfalls kann noch eine genauere Entscheidungsmatrix erstellt werden, wenn dies nötig sein sollte. Der Coach könnte auch kleine Steine oder Papier in Form von Steinen verwenden. Der Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt.

Alternativ ist auch möglich, dem Kunden nur die Lernlandkarte zu zeigen und das Gespräch ohne Hilfskarten zu strukturieren. Auch hier ist der Coach in der Anwendung frei.

Nach ein paar Einsätzen des Tools kann der Coach möglicherweise damit arbeiten, ohne dass das Tool direkt zur Verfügung steht. Es reicht, wenn er sich an das Bild und dessen Elemente erinnert. Indem der Coach das Bild vor seinem inneren Auge hat, kann er das Gespräch gut strukturieren und sich sogar an viele Fragen der Fragekarten erinnern. Unser Gehirn kann abstrakte Informationen mit einem Bild zusammen sehr gut speichern, eine Technik, welche sich auch viele Gedächtnistrainer zunutze machen.

Theoretische Grundlagen hinter dem Coachingtool

Damit dem Anwender bewusst ist, auf welche Theorien sich das Coachingtool stützt, widmet sich dieses Kapitel den theoretischen Hintergründen.

Systemischer Coachingansatz

Beim **systemischen** Coachingansatz ist der Kunde selbst der Experte für anstehende Veränderungen. Der Coach hilft ihm durch gezieltes Stellen von Fragen und Anregen der Denkprozesse bei der Lösungsfindung. Sonja Radatz beschreibt es als «Ein Tanz zwischen Coach und Coachee, bei dem der Coach dem Coachee die passenden Fragen stellt, damit Letzterer im Gespräch – im gemeinsamen Tanz – passende Lösungen zu dem von ihm angesprochenen Problem bildet» (Radatz, 2010, S. 14). Der Coach begleitet den Lösungsfindungsprozess, ohne Vorgaben oder Ratschläge zu machen. Im systemischen Coaching wird der Coachee nicht als isolierte Person, sondern als Teil eines ganzen Systems betrachtet. Heinz von Foerster nennt dies «Teil der Welthaltung» (Von Foerster, 2007, S. 100). Dies können andere Personen, Teams, die Familie, das Unternehmen, die aktuelle Lebenssituation sein, die zum Kunden in einer Wechselwirkung stehen. Es gibt meist keine einfachen Zusammenhänge von Ursache und Wirkung. Bei einer Änderung eines Teilsystems ist meist das ganze System betroffen. Wir können immer nur die Welt beeinflussen, von der wir auch ein Teil sind. Gleichzeitig muss uns klar sein, dass wir jene Systeme, an denen wir nicht teilhaben und teilnehmen, eben nicht beeinflussen können. So sind wir z.B. als Coach nicht Teil des Teamsystems des Kunden und können dieses daher auch nicht verändern. Und wir können ebenso wenig die persönliche Welt des Kunden ändern – denn auch von dieser sind wir nicht Teil. Allerdings können wir sehr wohl unser gemeinsames Beratungssystem, die Welt, in der Coach und Kunde gemeinsam integriert sind, beeinflussen bzw. gemeinsam immer wieder aufs Neue gestalten: Genau so, wie wir sie gemeinsam haben wollen (Radatz, 2010). Der Blick richtet sich darum auf Verhaltens- und Denkmuster, Wertvorstellungen, Beziehungen, Kommunikation, Zusammenhänge, Ursachen und Wirkungen.

Bei folgenden Techniken aus dem systemischen Coaching ist das Coachingtool hilfreich:

- Fragetechniken
- Arbeiten mit Skalen
- Wunderfrage
- Arbeiten mit Bildern
- Arbeiten mit Landkarten
- Arbeiten mit Figuren und Gegenständen
- Arbeiten mit Modellen

Konstruktivismus

Der Konstruktivismus passt sehr gut zum systemischen Coachingansatz, beide gehen Hand in Hand.

Was hat Konstruktivismus mit Pippi Langstrumpf zu tun? Ganz einfach, nicht nur Pippi baut sich die Welt, wie sie ihr gefällt, vielmehr tun wir das alle. Der moderne Konstruktivismus beschreibt eine Theorie, wie menschliches Wissen zustande kommt. Er geht davon aus, dass wir Menschen nicht in der Lage sind, die Welt als objektive Realität wahrzunehmen. Unsere Wahrnehmung wird immer durch unsere Einstellungen, Erwartungen und Erfahrungen gefiltert.

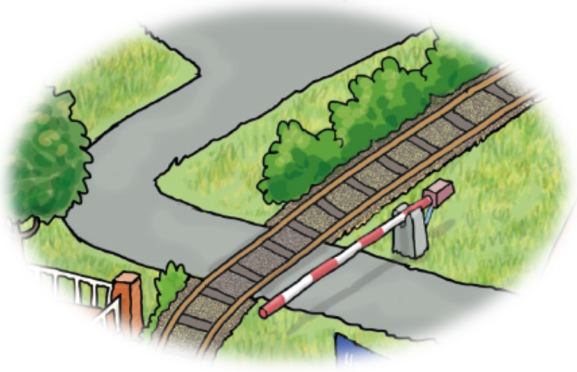
Zwei mal drei macht vier
widdewiddewitt
und drei macht neune !!
Ich mach' mir die Welt
widdewidde wie sie mir gefällt....

Deutscher Liedtext von Pipi Langstrumpf

«Von der Wirklichkeit nimmt der gesunde Menschenverstand an, dass sie gefunden werden kann, eine erfundene Wirklichkeit dagegen könne - eben weil erfunden - niemals die wahre Wirklichkeit sein. Im Gegensatz dazu handelt der sogenannte Konstruktivismus von der Einsicht, dass jede Wirklichkeit im unmittelbaren Sinn die Konstruktion derer ist, die diese Wirklichkeit zu entdecken und zu erforschen wähnen. Sie erfinden sie, ohne sich des Aktes der Erfindung bewusst zu sein» (Watzlawick, 2006, S. Klappentext).

So schafft sich jeder Mensch durch seine Wahrnehmung ein subjektives Bild von der Welt und davon, wie diese zu funktionieren hat. In der Realität stossen wir aber immer wieder an die Grenzen unseres Modells, jemand verhält sich nicht so, wie wir das erwartet haben oder bewährte Lösungsstrategien funktionieren nicht mehr. Dann ist es an der Zeit, unser Modell der Welt anzupassen. Und dies ist möglich, denn «Die Umwelt, so wie wir sie wahrnehmen, ist unsere Erfindung» (von Foerster, 1993, S. 26). Was wir selbst erfunden haben, können wir auch selbst anpassen.

Es ist die Aufgabe des Coaches, die Kunden anzuregen, die eigene Konstruktion der Wirklichkeit zu hinterfragen, und ihnen dabei zu helfen, diese weiterzuentwickeln. Dies gelingt durch gute Fragen, welche zum Nachdenken anregen. Genau hier will das Coachingtool neue Perspektiven und Möglichkeiten bieten. Coaches haben keinen direkten Einblick in das Gedankenmodell, welches sich der Kunde konstruiert hat, und auch Coaches konstruieren sich immer ihr eigenes Gedankenmodell. So kann es hilfreich sein, ein gemeinsames Bild, hier in Form einer Lernlandkarte, vorliegend zu haben, um von einer gemeinsamen Basis aus zu gehen.



Wenn wir erleben wollen, inwiefern Menschen auf ein bestimmtes Weltbild fixiert sind, legen wir die Lernlandkarte am besten Kindern vor. Es wird nicht lange dauern und die Kinder werden sagen: «Hier hat der Zeichner eine Bahnschranke vergessen». Geben wir zur Antwort: «Er hat sie nicht vergessen, das muss so sein! Was denkst du, warum ist hier nur eine Bahnschranke vorhanden?», beginnt im Kopf des Kindes ein Umstrukturierungsprozess seines Weltbilds.

Eine mögliche Antwort des Kindes könnte sein: «Es braucht gar nicht zwei, da der Fahrer auch bei einer geschlossenen Schranke nicht durchfahren kann und anhalten muss.» Fast immer folgt anschliessend die Frage: «Stimmt's?» Konstruktivistisch gesehen können wir darauf eigentlich nur mit: «Wenn du das so siehst, wird es wohl stimmen.» antworten.

Auch Erwachsene stellen sich diese Fragen, aber meist wagen sie sich nicht, diese auszusprechen.

Das Bild beinhaltet verschiedene unlogische Elemente, welche bewusst eingebaut worden sind, um unser oft so klares Weltbild zu hinterfragen. Wie ist es möglich, dass eine Palme und ein Eisberg so nahe nebeneinander existieren? Warum gibt es keine weiteren Menschen auf dem Bild, ausser die beiden Personen unten? Wozu dient die Spiralstrasse?

Oft begrenzen wir uns selbst auf das, was sichtbar ist. Das Coachingtool kann dabei helfen, unsere Sichtweise zu hinterfragen und den Blick weg vom Problem hin zur Lösung zu leiten. Wagen wir einen Blick durch das Lösungsfernglas! Was sehen wir?

Karten im Coaching

„Die Landkarte ist nicht die Landschaft, aber wenn die Landkarte der Struktur der Landschaft ähnlich ist, ist sie brauchbar."

Alfred Korzybski

Landkarten sind ein fester Bestandteil unseres Lebens geworden, die meisten Autos haben ein Navigationssystem eingebaut, und wenn wir an einem heissen Sommertag eine Eisdiele suchen, greifen wir gerne auf die Online-Kartendienste unseres Smartphones zurück. Landkarten helfen uns bei der Orientierung. Mit ihrer Hilfe können wir neue Wege ausfindig machen, Hindernisse erkennen, Distanzen einschätzen und uns auf dem Weg zum Ziel orientieren.

Landkarten sind dabei immer eine Vereinfachung der Realität. Gerade weil sie vieles, was nebensächlich ist, ausblenden, können sie im Coaching sehr hilfreich sein und für Orientierung und Struktur sorgen. Sie regen an, uns nur auf das Wesentliche zu konzentrieren. Korzybski bringt es mit der oben zitierten Aussage treffend auf den Punkt. Seine Aussage hat viele bewegt und inspiriert[1].

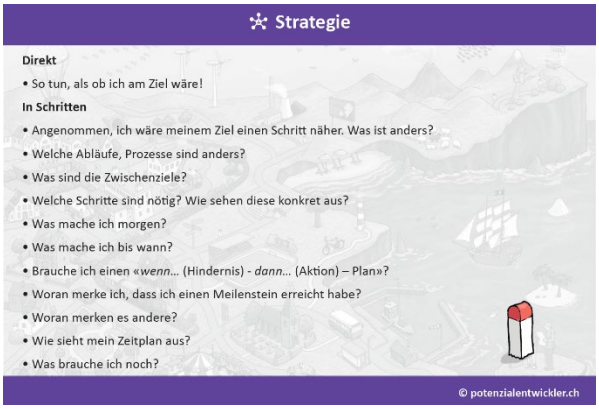
Ein weiterer Aspekt, der beim Coaching berücksichtigt werden muss, ist, dass der Mensch für viele Problemlösungen immer wieder auf gleiche Muster zurückgreift. Er macht das, was er schon immer gemacht hat. Nun kann es sein, dass der Kunde vor einer neuen Herausforderung steht und altbewährte Denkmuster nicht weiterhelfen. Es müssen neue Lösungen gefunden werden und die Denklandkarte im Gehirn muss neu kartografiert werden. Es ist, wie wenn man mit dem alten Stadtplan von Hamburg im neu entstandenen Stadtteil HafenCity unterwegs ist. Man ist etwas irritiert, dass soeben vieles noch so gut funktioniert hat und nun plötzlich alles anders ist. Das verwirrt und kann verängstigen. Oft führt dies bei Kunden auch zum Stillstand oder zur Handlungsunfähigkeit. Hier kann das Coachingtool helfen, aktiv und kreativ zu werden und den Kunden darin zu ermutigen, seinen mentalen Plan anzupassen. Die Aufgabe des Coaches wird sein, den Lösungsprozess anzustossen, den Kunden zu begleiten und bei den ersten Schritten zu ermutigen. So kann der Kunde erfahren, dass er selbst in der Lage ist, seine mentale Landkarte anzupassen, seine alten Lösungsstrategien mit neuen zu erweitern und dadurch mehr Handlungsspielraum zu erhalten.

[1] Gerade im NLP wird «The map is not the territory» stark thematisiert.

Mögliche Vorgehensweisen im Coaching mit dem Tool

Lösungsorientierter Ansatz

Steve de Shazer ist zusammen mit seiner Frau Insoo Kim Berg der Begründer des **lösungsorientierten** Kurzzeitcoachings. Dieser Ansatz zielt auf eine Lösungsfindung ab und verzichtet weitgehend auf eine ausführliche Problemanalyse. Indem wir die «Warum-Fragen» durch ein «Wie?» ersetzen, fokussieren wir auf die Lösung. Fragen wir zum Beispiel: «Warum hast du dich für XY entschieden?», gerät das Gegenüber in eine Rechtfertigungshaltung. Fragen wir hingegen: «Wie kommt es, dass du dich für XY entschieden hast?», rückt der Entscheidungsprozess in den Fokus. Das Gegenüber kann aufzeigen, welche Gedanken seine Entscheidung beeinflusst haben. Die Fragekarten «Möglichkeiten», «Strategie», «Ressourcen / Energie» können bei der Lösungs(er)findung behilflich sein.



Trotzdem kann es für den Kunden hilfreich sein, das Problem aus seiner Sicht genau zu schildern, damit er sich vom Coach verstanden fühlt. Hier kann die Fragekarte «Ausgangslage» helfen. Auch diese versucht, den Kunden in Richtung der Lösung zu lenken.

Shazer & Berg erarbeiteten folgende Sätze für das lösungsorientierte Coaching:

- Wenn es funktioniert, repariere es auch nicht.
- Finde heraus, was gut funktioniert und passt - und tu mehr davon!
- Wenn etwas nicht funktioniert, mach etwas ander(e)s.
- Problem und Lösung stehen nicht immer in direkter Beziehung zueinander.
- Veränderung geschieht ständig und unausweichlich.
- Kein Problem tritt immer – ohne Unterbrechung / Pause auf.
- Die Zukunft wird ausgehandelt und geschaffen.
- Kleine Schritte können zu grossen Veränderungen führen. (Szabo & Berg, 2009)

Lösungsorientiertes Kurzzeitcoaching

Peter Szabó gilt als Pionier des Kurzzeitcoachings, bei welchem man explizit davon ausgeht, dass die Lösung nichts mit dem Problem zu tun hat: «Salopp ausgedrückt: Der Lösung ist es egal, warum ein Problem entstanden ist» (Meyer & Szabo, 2008, S. 18).

So werden bei diesem Ansatz folgende Phasen des Coachings benannt.

Coaching-Vereinbarung

Hier wird geklärt, welchen Nutzen das Gespräch haben soll. Dabei kann die Fragekarte «Ablauf» helfen.

Futur Perfekt

In dieser Phase geht es darum, den gewünschten Zielzustand genau zu beschreiben und sich zu überlegen, welche Auswirkungen dieser auf das Leben hätte. Hierzu können die Karten «Ziel» und «Möglichkeiten» verwendet werden.

Auch die berühmte Wunderfrage kann hier helfen:

«Angenommen, es geschieht über Nacht ein Wunder, das alle Ihre Probleme oder Herausforderungen löst: Woran würden Sie dies am nächsten Morgen bemerken?» «Welche Auswirkungen hätte die Situation nach dem Wunder auf Sie und auf Personen, die Ihnen wichtig sind?» (Meyer & Szabo, 2008, S. 28)

Funktionierende Vorboten

Nun geht es darum, herauszufinden, welche Ressourcen der Kunde bereits besitzt und in der Vergangenheit aktivieren und mobilisieren konnte, um seinem Ziel und der Lösung näher zu kommen. Dafür eignen sich die Karten «Möglichkeiten» und «Ressourcen/Energie» sehr gut.

Kleine Schritte

In diesem Schritt geht es darum, die ersten Schritte zu planen. Die Karte «Strategie» hilft dabei.

Feedback zum Coaching und Ausblick

In dieser Phase wird das Coaching abgeschlossen und der Coach bringt dem Kunden Wertschätzung entgegen, indem er auf das bereits Geleistete und die Ressourcen des Coachees hinweist.

Die Skala

Beim lösungsorientierten Coaching wird oft mit Skalen gearbeitet. Manchmal hilft es dem Kunden, wenn er die Skala sehen kann. Aus diesem Grund kann hier die Werkzeugkarte «Skala» mit der dazugehörigen Spielfigur verwendet werden. Der Coachee setzt seine Figur dorthin, wo es für ihn passt. Die Skala hilft ihm, seinen aktuellen Standpunkt zu definieren. Als Coach ist es sinnvoll, für den Kunden die beiden Enden zu definieren. Wo steht der Coachee auf einer Skala von 0-10? 0 steht dabei für «Ich stehe ganz am Anfang und habe keine Ahnung, wie ich mein Ziel erreichen kann», 10 steht für «Ich habe mein Ziel erreicht.»

Fragen, die sich auf eine Skala beziehen, thematisieren immer einen Unterschied, den es im Coaching herauszuarbeiten gilt. Weitere Fragen dieser Art sind beispielsweise:

- Worin liegt der Unterschied zwischen der aktuellen Stufe und der nächsthöheren oder darunterliegenden Stufe?
- Wie werden Sie sich verhalten / fühlen, wenn Sie auf der nächsten Stufe sind?
- Wie werden die Anderen reagieren, wenn sie eine Stufe höher sind?
- Auf welcher Stufe würden andere Sie aktuell einordnen?

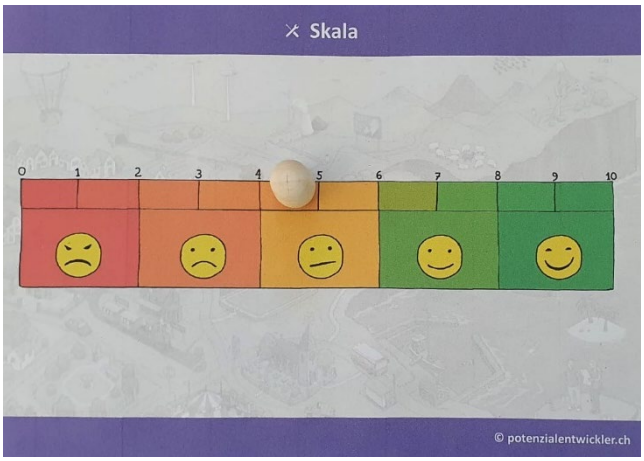
Man kann den Kunden auch fragen, wie weit er auf der Skala kommen möchte. Nicht immer muss die höchste Stufe angestrebt werden, bei vielen Dingen reicht es, wenn sie «gut» sind, sie müssen nicht «perfekt» sein.

Die Skala kann gebraucht werden, um einen Standpunkt zu ermitteln, den Fortschritt zu visualisieren, über die Qualität zu sprechen oder ein Feedback einzuholen.

Eine Aufgabe für den Kunden könnte lauten, sich jeweils abends zu fragen: «Wie sehr lebe ich meine für mich heute passende Zielvorstellung?» Dabei steht 0 für «ganz und gar nicht», 10 für «vollkommen erreicht.»

Er kann sich jeweils auch fragen: «Ist mein Ziel immer noch PASSEND, oder muss ich etwas justieren?»

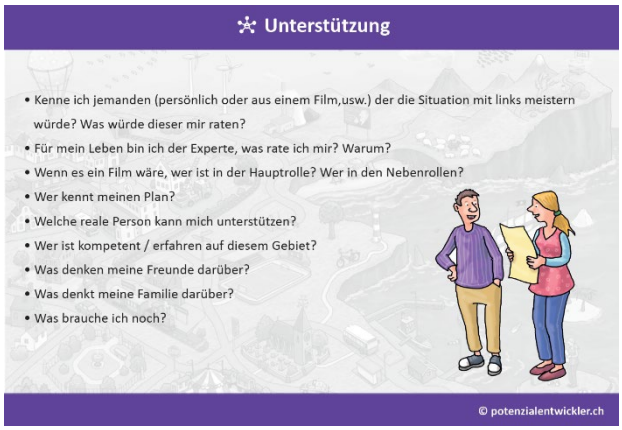
Weitere Skalenkarten können bei info@potenzialentwickler.ch bezogen werden.



GROW

Das Grow-Modell von John Whitemore dient ebenfalls als Gestaltungsablauf für Coachingsitzungen. «GROW» bedeutet auf Englisch «wachsen» und setzt sich aus den Anfangsbuchstaben der einzelnen Schritte zusammen:

- **G**oal: Ziele setzen für die Sitzung, fürs Coaching.
- **R**ealität überprüfen, um die aktuelle Situation zu analysieren.
- **O**ptionen und alternative Strategien und Möglichkeiten zur Handlung finden.
- **W**as muss wann und von wem gemacht werden, existiert der **W**ille dazu?



Das Besondere an diesem Modell ist, dass es mit der Zielsetzung beginnt. Whitemore schreibt dazu: «Es mag seltsam anmuten, Ziele zu setzen, bevor man die Realität überprüft hat. Eine oberflächliche Logik legt die umgekehrte Reihenfolge nahe: Man muss sicherlich erst die Realität kennen, bevor man sich Ziele setzen kann. Das ist nicht der Fall, denn Ziele, die allein auf der aktuellen Situation basieren, sind in der Regel negativ. Sie sind eine Reaktion auf ein Problem und durch die bisherige Leistung beschränkt. Ihnen mangelt es an Kreativität, weil sie einfach nur extrapoliert werden. Diese Ziele führen lediglich zu kleineren Teilerfolgen, schöpfen das vorhandene Potenzial nicht aus und können sogar kontraproduktiv sein» (Whitemore, 2015, S. 58).

Im Internet existieren zu diesem Modell viele hilfreiche Anleitungen[2]. Das Coachingtool kann den Coach in den jeweiligen Schritten mit folgenden Karten unterstützen:

Goal: Zur Zielfindung kann die Karte «Ziel» hilfreich sein.

Realität überprüfen: Hier unterstützt die Karte «Ausgangslage».

Optionen und alternative Strategien und Möglichkeiten zur Handlung finden: Hier können die Karten «Möglichkeiten», «Orientierung» und «Hindernisse» helfen.

Was muss wann, von wem gemacht werden, existiert der **W**ille dazu? Hier können die Karten «Strategie», «Unterstützung», «Was brauche ich» hilfreich sein.

[2] Z. B. https://www.coaching-tools.de/freie-tools/grow-modell-zur-gestaltung-von-coaching-sitzungen.html

WOOP-Methode

«WOOP» von Gabriele Oettingen ist eine wissenschaftlich fundierte mentale Strategie, mit welcher Menschen ihre Wünsche finden und erfüllen, Präferenzen festlegen und Gewohnheiten ändern können (Woop my Life, 2020). Auf der Webseite https://woopmylife.org/ finden sich hierzu viele nützliche Informationen.

Die vier Buchstaben stehen für:

- **W**ish (Wunsch)
- **O**utcome (Ergebnis)
- **O**bstacle (Hindernis)
- **P**lan

Schritt 1:

Welcher Wunsch, welches Anliegen soll im Coaching angegangen werden? Hier helfen die Fragen auf der Karte «Ziel». Die Antworten werden mittels Post-it-Zetteln gesammelt.

Schritt 2:

Was ist der Lohn oder – bildlich gesprochen – der Schatz, der am Ziel gefunden werden soll? Wie fühlt es sich für den Coachee an, wenn er sein Ziel erreicht hat? Konzentriert sich der Kunde auf dieses Gefühl, stärkt dies seine Motivation, das Ziel auch erreichen zu wollen. Aus diesem Grund ist im Ziel auch eine Schatztruhe abgebildet. Das Ziel dient der Motivation des Kunden.

Schritt 3:

Was hat den Coachee daran gehindert, seinen Wunsch zu erfüllen? Was hält ihn davon ab? Hier ist die Karte «Hindernisse» hilfreich.

Der Fokus liegt dabei nicht nur auf möglichen Hindernissen, welche in der Zukunft auftreten könnten, sondern auch auf denjenigen, welche den Kunden in der Vergangenheit daran gehindert haben, sein Ziel selbstständig zu erreichen. Dies können beispielsweise Glaubenssätze wie «ich kann das nicht» oder «ich darf das nicht» sein.

Schritt 4:

Nun gilt es, einen «wenn (Hindernis) – dann (Aktion)»-Plan zu erstellen. Die Karte «Strategie» hilft dabei.

Weiter können in diesem Schritt Meilensteine geplant werden. Es geht darum, dem Kunden aufzuzeigen, dass ihn bereits kleine Schritt näher an sein Ziel bringen.

Die Elemente des Bildes und ihre mögliche Bedeutung

Im Coaching sind Fragen der Schlüssel zum Erfolg. Fragen, welche den Kunden anregen, in neue Richtungen zu denken, sind wichtig. In diesem Kapitel beschreibe ich kurz die einzelnen Elemente der Lernlandkarte und deren mögliche Bedeutung. Ich zeige verschiedene Fragen auf, welche der Coach stellen könnte. Natürlich ist es jedem Coach freigestellt, die Elemente des Bildes anders, zum konkreten Coaching passend, zu deuten.

Ziel

Das Ziel ist ohne Zweifel eines der wichtigsten Elemente im Coaching. Dabei geht es sowohl um das Ziel der aktuellen Coachingsitzung als auch um ein längerfristiges Ziel. Was will der Kunde mit dem Coaching erreichen?

Ein gutes Ziel sollte für den Kunden stets passend sein. Dabei steht «PASSEND» für folgende Aspekte:

- **P**ositiv formuliert
- **A**ttraktiv
- **S**elbst erreichbar
- **S**elbstbestimmt (nicht: andere wollen, dass ich…)
- **E**rkennbar (ich merke, wenn es erreicht ist).
- **N**achhaltig
- **D**etailliert (genau beschrieben).

Positiv formuliert meint, das zu sagen, was man will und nicht, was man vermeiden möchte. «Ich will keine Angst vor Spinnen haben» wird beispielsweise zu «ich kann selbstständig Spinnen aus meiner Wohnung entfernen». Zudem sollte das Ziel für den Kunden **attraktiv** sein und **selbstständig erreicht** werden können. Das Ziel, eine ganz bestimmte Arbeitsstelle zu erhalten, hängt beispielsweise von vielen nicht beeinflussbaren Faktoren ab und ist deshalb zwar möglicherweise positiv, attraktiv, aber nicht selbst erreichbar. Hier ist es sinnvoll, mit dem Kunden zu eruieren, welches sinnvolle und passende Arbeitsstellen für ihn sind.

Selbstbestimmt ist besonders dann wichtig, wenn ein Kunde in ein Coaching geschickt worden ist. Er wird mit grosser Wahrscheinlichkeit nur bedingt motiviert sein, die Ziele seines Chefs durch ein Coaching erreichen zu wollen.

Für den Kunden muss **erkennbar** sein, wenn er sein Ziel erreicht hat. Schön ist es natürlich, wenn der Kunde auch erkennt, wie nahe er dem Ziel schon ist.

Das Erreichen des Ziels sollte keine gravierenden negativen Spätfolgen für den Kunden haben. Wenn für die Zielerreichung (z.B. Karriere machen) die Familie oder wichtige Freunde vernachlässigt werden müssen, ist das Ziel möglicherweise nicht **nachhaltig** und führt zu neuen gravierenden Problemen.

Detailliert meint, dass das Ziel so beschrieben ist, dass der Kunde es in seiner Vorstellung genau visualisieren kann.

Vorgehensweise

Es hat sich bewährt, mit dem Kunden ein Brainstorming über das Ziel zu machen und dies auf Post-it-Zetteln festzuhalten.

Zudem ist darauf zu achten, dass das formulierte Ziel auch dem wirklichen Ziel des Kunden entspricht. Es ist möglich, dass er ein Ziel wie zum Beispiel eine neue Arbeitsstelle nennt, sich dahinter jedoch ein ungelöster Konflikt am Arbeitsplatz verbirgt, dem der Kunde auszuweichen versucht. Dies zeigt sich häufig dann, wenn über den möglichen Schatz gesprochen wird, den der Kunde sich im Ziel erhofft. So könnte er sagen: «Bei der neuen Stelle werde ich von den Kollegen akzeptiert». Denkbar ist auch, dass weitere Ziele genannt werden, welche im Widerspruch zum genannten Ziel stehen, wie «ich möchte Karriere machen und mehr Freizeit haben.» Solche sich widersprechenden Ziele gilt es dem Kunden aufzuzeigen.

Nebel

Was ist im Ziel noch unklar? Was wird durch den Nebel verdeckt? Möglicherweise kann es auch sein, dass Nebel dazu verleitet, etwas allzu romantisch zu betrachten.

Steine

Wie geht der Kunde mit Steinen um, welche ihm in den Weg gelegt werden? Überwindet er Hindernisse oder umgeht er sie? Welches sind mögliche Steine im Leben des Kunden?

Dürrer Baum

Wenn ein Projekt scheitert, fragt man sich im Nachhinein oft, warum das niemand hat kommen sehen. Es war doch so offensichtlich! Dies rührt daher, dass man oft zu optimistisch in ein Projekt startet. Die Prä-Mortem-Metode[3] kann dabei helfen, realistisch zu bleiben und Selbstüberschätzung zu vermeiden. Als Aufgabe oder als Diskussion mit dem Kunden eignet sich hierzu folgende Frage: «Stellen Sie sich vor, es ist heute in einem Jahr. Sie haben Ihr

[3] Beschrieben im Internet oder im Buch von Daniel Kahneman «Schnelles Denken, langsames Denken»

Vorhaben in seiner jetzigen Fassung umgesetzt. Das Ergebnis war eine Katastrophe, Ihr Plan ist gescheitert. Was war der Grund?»

Meilensteine

Was sind konkrete Meilensteine auf dem Weg zum Ziel?

Anstieg

Wie steil ist der Weg zum Ziel? Ist genügend Energie zur Zielerreichung vorhanden?

Ausgangslage

Die Ausgangslage wird beim lösungsorientierten Coaching oft übersprungen, da die Meinung gilt, dass die Lösung unabhängig ist von der Ausgangslage. Dies kann durchaus sinnvoll sein. Jedoch gibt es auch Coachings, bei denen der Kunde am Anfang noch nicht in der Lage ist, sein Ziel genau zu formulieren. Dies kann bei einer unerwarteten Wende im Leben der Fall sein, wenn der Kunde unter Schock steht und die Situation noch nicht recht wahrhaben will. Hier kann es sinnvoll sein, zuerst die aktuelle Situation genauer zu analysieren. Man könnte dies auch betiteln mit «warten, bis sich der Nebel im Ziel etwas lichtet».

In diesem Punkt kann es darum gehen, sich mit sich selbst zu beschäftigen: Wer bin ich? Was sind meine Stärken? Was für ein soziales Umfeld habe ich?

Der Koffer repräsentiert mögliche Kompetenzen, die sich der Kunde angeeignet hat. Mit dem Kompass kann er sich orientieren und das Fernrohr hilft, in die Zukunft zu schauen.

Speziell ist, dass sich die Ausgangslage auf einer Insel befindet, dabei aber nicht ersichtlich ist, wie man hierhergekommen ist. Es gibt kein Boot, die Kleider sind trocken. Dies soll beim Kunden die Frage auslösen, wie er sich in die aktuelle Situation gebracht hat.

Ob ein Kunde davon ausgeht, dass er sich selbst in eine bestimme Lage hineinmanövriert hat oder von irgendjemandem in diese Situation gebracht worden ist, sagt schon einiges über ihn aus und kann im Coaching aufgegriffen werden.

Hilfsmittel und Möglichkeiten

Auf der Lernlandkarte stehen viele Möglichkeiten offen, das Ziel zu erreichen, nicht immer muss man dies zu Fuss tun.

Wie sähe ein möglicher Bus aus, der ans Ziel fährt? Diese Frage lässt den Kunden über neue Möglichkeiten nachdenken.

Der Ballon kann helfen, den Betrachtungswinkel zu ändern und an nicht Offensichtliches zu denken: «Was würde ich sehen, wenn ich das Ganze aus der Distanz betrachten würde?»

Bleibt der Kunde bei den sichtbaren Möglichkeiten? Ist er bereit, auch ausserhalb des Bildes zu denken? Dies kann in einem Coaching angesprochen werden: «Mir fällt auf, dass Sie nur Möglichkeiten berücksichtigen, welche hier dargestellt sind. Könnte es sein, dass Sie sich im Leben selbst begrenzen?»

Bahnhof

Wo steht der Kunde in einem Kopfbahnhof? Sieht er dennoch Möglichkeiten? Welche?

Orientierung

Im Coaching geht es oft um Veränderungsprozesse. Gerade deshalb ist die Orientierung sehr wichtig. Was ändert sich, was bleibt gleich? Was gibt Orientierung und wonach richten wir uns aus? Was sind die persönlichen Meilensteine? Wie sind sie beschriftet? Wie oft wird einer erreicht?

Mit solchen Fragen kann der Kunde dabei unterstützt werden, sich von seinem Weg zum Ziel nicht abbringen zu lassen. Der Coach kann über Veränderungsprozesse sprechen und dabei erkennen, wo der Kunde noch unsicher ist.

Strasse

Es gibt mehrere Möglichkeiten, um auf die «Zielstrasse» zu gelangen. Manchmal muss mit Hindernissen oder Umleitungen gerechnet werden. Es gibt Wege, da gibt es «Feuer im Dach» - beispielsweise Konflikte - oder es gibt Strassen, die sich nur im Kreis drehen und zu nichts führen. Wenn es dem Coach gelingt, mit dem Kunden zusammen Wahlmöglichkeiten zu erarbeiten, gibt das neue Perspektiven. Heinz von Foerster hat dies sehr prägnant ausgedrückt: «Handle stets so, dass die Anzahl der Möglichkeiten wächst» (von Foerster, 1993, S. 49).

Landschaft

In Coachingsituationen kann es vorkommen, dass ein Kunde dem Coach so viele Informationen liefert, dass dieser Gefahr läuft, den Durchblick zu verlieren. In einem solchen Fall könnte der Coach den Wald unten links auf der Landkarte thematisieren und darauf hinweisen, dass er als Coach gerade vor lauter Bäumen den Wald nicht mehr sieht und darauf angewiesen ist, mit dem Kunden nun Ordnung in die geschilderte Situation zu bringen. Auch hier bietet es sich an, vom Kunden genannte Stichworte auf Post-it-Zetteln zu notieren. Erfahrungsgemäss kommt dies beim Kunden gut an, da er sich möglicherweise ähnlich wie der Coach etwas verloren fühlt. Und schon hat der Kunde die Funktionsweise des Tools erkannt.

Zirkus / Stadion

Der Zirkus kann sehr vielseitig eingesetzt werden.

Einige Kunden verwenden den Zirkus als Metapher für ihre Firma. Da gibt es einen Direktor, einen Clown, Menschen, welche verschiedene Rollen spielen oder Raubtiere. Zudem passieren gewisse Sachen auch hinter der Kulisse.

Möglicherweise wird der Zirkus aber auch gebraucht, um über ein gut eingespieltes Team zu sprechen, in dem jeder weiss, was er machen muss und was sein Anteil ist.

Denkbar ist aber auch die Frage des Coaches: «Ich sehe einen Zirkus, wann haben Sie sich eigentlich zum letzten Mal etwas Spass gegönnt?»

Auch das Stadion eignet sich gut, um über Beruf oder Freizeit zu sprechen:

«Welches Spiel wird gespielt? Warum gewinnt das Heimteam gegen das Gastteam mit 2:1? Wer sind die Zuschauer? Wer sind die Spieler? Wie steht es aktuell in Ihrem Spiel? Was sagt der Trainer?»

Schule / Kaufhaus / Spital

Man muss im Leben nicht alles selbst erledigen, gewisse Dinge können auch ausgelagert werden. Denkbar sind folgende Fragen:

«Gibt es Bereiche, die Ihnen für Ihr Vorhaben noch fehlen?», «Welches Wissen oder Können müssen Sie sich für Ihre Reise zum Ziel noch aneignen?», «Müssen Sie das lernen oder können Sie das kaufen?», «Haben Sie die Risiken gut abgeschätzt?», «Haben Sie die Gesundheit beachtet?», «Sie hatten einen längeren Spitalaufenthalt. Nun geht es darum, Ihren Weg wieder zu finden, was sehen Sie für Möglichkeiten?» Sehr hilfreich ist hier auch die Karte «Koffer».

Teams

Auch mit ganzen Teams lässt es sich sehr gut über Ziele, Wege und Entscheidungen diskutieren. Das Bild der Schafherde kann dabei helfen, beispielsweise Mobbing oder schwierige Teamsituationen anzusprechen: «Gibt es ein schwarzes Schaf im Team?»

Risiken/ Hindernisse

Die Karte «Hindernisse» hilft bei der genauen Analyse von Hindernissen auf dem Weg zum Ziel.

Mentaltraining

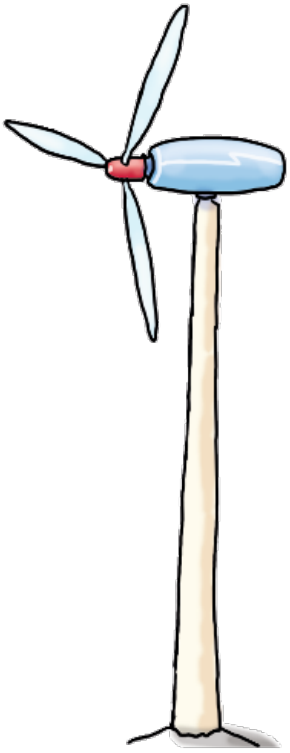
Oft sind Coachingthemen stark von unserer Denkweise beeinflusst. Die Tafel vor dem Aufstieg zum Ziel macht Werbung für mentales Training. Wie kann der Kunde mental stark bleiben? Wie gelingt es ihm, bei grossen Herausforderungen nicht an sich zu zweifeln?

Polizeiauto

Gibt es Gesetze / Vorgaben, die zu berücksichtigen sind?

Energie

Woher bezieht der Kunde seine Energie? Ist diese nachhaltig oder eher kurzfristig verfügbar und mit Langzeitfolgen behaftet? Die Karte «Ressourcen / Energie» hilft bei der Analyse.



Diverses

Weitere Fragen, die sich mithilfe des Bildes ebenfalls stellen lassen:

- Wo ist beim Vorhaben mit Rückenwind und wo mit Gegenwind zu rechnen?
- Gibt es in meinem Leben Stoppschilder? Wer hat sie aufgestellt?
- Im Park hat es einen Mülleimer, möchte ich etwas entsorgen?
- Wenn in meinem Leben eine Flaschenpost käme, die alles verändern würde, was wäre darauf geschrieben?
- Die Vögel fliegen in verschiedenen Formationen, wie Zeichen am Himmel. Gibt es in meinem Leben auch Zeichen, die ich beachten sollte?
- Ist es wirklich schon fünf vor zwölf?
- Wo gibt es im Leben Ampeln, welche Farbe haben sie und warum?
- Wo ist mein sicherer Hafen?
- Welches sind die Wellen in meinem Lebensmeer?
- Wie hoch sind die Wellen?
- Welche Früchte trägt mein Lebensbaum?
- Wie schmecken die Früchte meines Lebensbaums?
- Im Park hat es einen Brunnen – wo liegt mein Jungbrunnen im Leben?
- Wer kann von meinem Jungbrunnen profitieren?
- Wo ist die Insel meiner Träume? Was träume ich da?
- Wie heisst mein Land?

Die Werkzeugkarten

Die Werkzeugkarten sind am Symbol ✕ erkennbar. Sie sind Instrumente, mit denen es im Coaching gelingt, einen Sachverhalt genauer zu erforschen. Werkzeuge richten den Blick des Kunden auf Möglichkeiten und auf seine Ressourcen und sollen helfen, Denkblockaden zu lösen und Wahlmöglichkeiten zu erarbeiten. Für eine Werkzeugkarte ist meist etwas mehr Zeit einzuplanen.

Heissluftballonanalyse

Das Werkzeug «Heissluftballon» dient dazu, mit dem Kunden zusammen zu analysieren, was ihn antreibt und was ihn hindert. Es hilft ihm, seine Lebenssituation genau zu betrachten und den Blick auf seine Ressourcen zu lenken. Die Antworten zu den einzelnen Fragen werden in Form eines Brainstormings gesammelt und auf Post-it-Zettel geschrieben. Erst werden die Antreiber analysiert. Es ist wichtig, den Antworten keine Grenzen zu setzen, sodass hier auch Hobbys oder Sport genannt werden können. Auf diese Weise erfährt der Coach sehr viel über seinen Kunden.

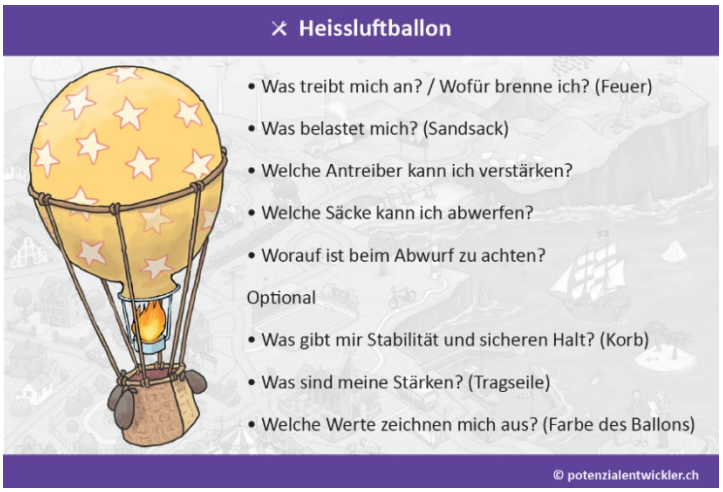
Anschliessend wird analysiert, was belastend ist. Es empfiehlt sich, für jede Frage eine neue Farbe des Post-it-Zettels zu wählen. In einem dritten Schritt wird darauf eingegangen, was von den Antreibern verstärkt und was von den Belastungen abgeworfen werden kann.

Nach jedem Thema sind diese beiden Fragen sehr wichtig:

- Was fällt Ihnen auf?
- Was ist Ihnen wichtig geworden?

Mögliche Fragen zum Abschluss: Wo können wir sicher landen? Was müssen wir für die Landung beachten? Welches sind die nächsten Schritte nach der Landung?

Hinweis: Nur dank dem Gewicht am Korb bleibt der Ballon in der Luft ruhig.



Der Lebensbaum

Das Werkzeug «Lebensbaum» dient dazu, zusammen mit dem Kunden eine Standortbestimmung im beruflichen oder privaten Bereich durchzuführen. Es liefert eine anschauliche Übersicht über die aktuelle Lebenssituation und zeigt Entwicklungswünsche auf. Der «Lebensbaum» wird eingesetzt, wenn es darum geht, das Wirkungsfeld des Kunden zu vergrössern. Die Antworten zu jeder Frage werden idealerweise in einer Gruppe von Post-it-Zetteln festgehalten. Der Coach fragt den Kunden hinsichtlich der genannten Themen immer wieder: «Was fällt Ihnen auf? Was ist Ihnen wichtig geworden?»

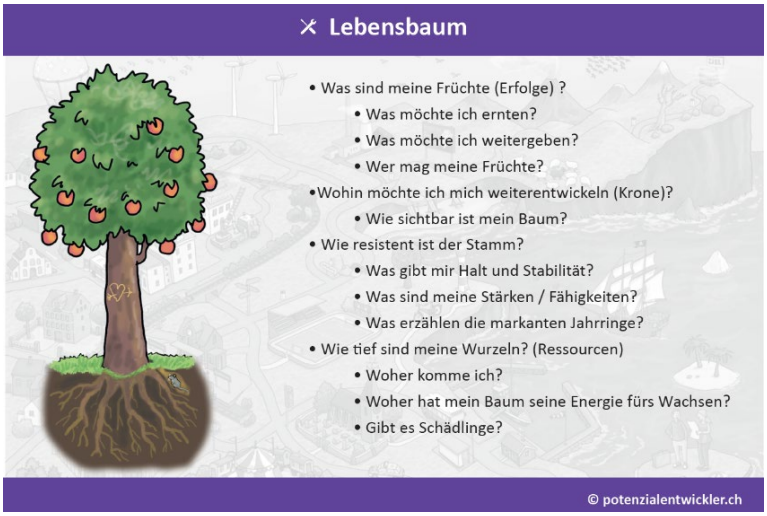
Die Früchte: Die Früchte repräsentieren die Erfolge im Leben, das, was vom Baum von Nutzen ist. Was sind die Erfolge des Kunden? Für wen sind die Früchte bestimmt?

Die Krone: Wohin möchte sich der Kunde entwickeln? Wie sieht sein Selbstbild aus? Ist die Krone weithin sichtbar oder eher unauffällig? Wichtig ist sicher auch der Hinweis, dass das Produzieren von Blättern Energie braucht.

Der Stamm: Wie stark ist der Stamm? Um viele Früchte tragen zu können, ist ein starker Stamm nötig. Hier kann der Coach die Resilienz des Kunden ansprechen. Über welche Stärken und Fähigkeiten verfügt dieser?

Die Wurzeln: Woher komme ich? Woher kommt die ganze Energie für das Wachstum? Mit diesen Fragen können Ressourcen erkannt sowie Risiken und Energieräuber eruiert werden.

Das Umfeld: Wie beeinflusst der Baum sein Umfeld? So spendet er beispielsweise Schatten oder ist ein Zuhause für Tiere. Diese Frage führt wieder zur Lernlandkarte zurück, um konkrete weitere Schritte zu besprechen.



Das Lebensrad

Das Werkzeug «Lebensrad» dient dazu, zusammen mit dem Kunden eine Standortbestimmung vorzunehmen und zu analysieren, was in seinem Leben rund und was weniger rund läuft. Das «Lebensrad» liefert für grundlegende Fragen hilfreiche Ansatzpunkte. Gerade stressige Situationen verleiten oft dazu, die Energie auf bestimmte Lebensbereiche wie zum Beispiel die Arbeit zu fokussieren und andere dabei zu vernachlässigen, beispielsweise die Partnerschaft. Manchmal ist es wichtig, den Blick erneut aufs grosse Ganze zu lenken, um das Leben neu in Schwung bringen zu können.

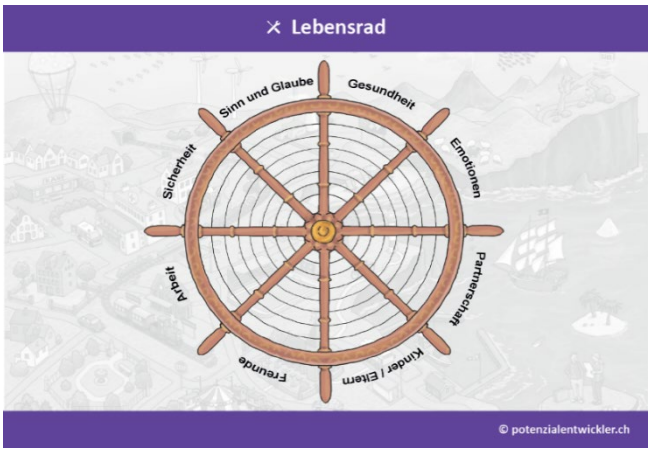
Der Kunde bestimmt für jedes Segment, wie zufrieden er aktuell in diesem Lebensbereich ist, und zeichnet dies ein. Ganz aussen bedeutet «sehr zufrieden», ganz innen «unzufrieden» oder «inexistent». Dabei geht es um die subjektive Wahrnehmung des Kunden und nicht um effektiv messbare Werte.

Ist jeder Bereich ausgefüllt, zeigt sich deutlich, welche Bereiche rund und welche weniger rund laufen.

Nun kann im Gespräch eruiert werden:

- Woran liegt es, dass ich in den zufriedenen Bereichen so zufrieden bin?
- Woran liegt es, dass ich in den unzufriedenen Bereichen so unzufrieden bin?
- Worauf müsste ich mich aktuell zuerst fokussieren?
- Was müsste passieren, damit ich in einem weniger zufriedenen Bereich eine Stufe zufriedener wäre?
- Auf welche Zufriedenheit möchte ich hinarbeiten?
- Mit welchen konkreten Massnahmen kann ein bestimmter Bereich verbessert werden?

Hinweis: Da die Karte foliert ist, können die Lebensbereiche direkt mit einem WhiteBoard-Marker eigezeichnet werden.



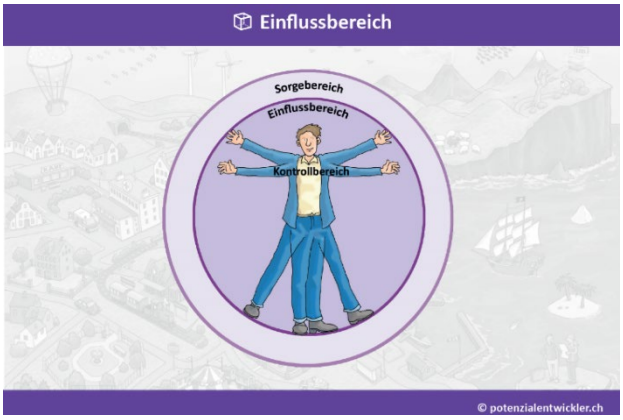
Die Modellkarten

Die Modellkarten sind am Symbol erkennbar. Sie dienen dazu, dem Kunden etwas zu erklären oder durch ein Bild etwas in seinem Innern anzuregen.

Antreiber

Der Begriff «Antreiber» kommt aus der Transaktionsanalyse (TA), begründet von Eric Berne und Thomas A. Harris. Dahinter steht die Theorie, dass Menschen bestimmte Verhaltensmuster entwickeln und sich daraus Lebensregeln, sogenannte Antreiber, zurechtlegen, um den Erwartungen des Umfeldes gerecht zu werden und Liebe und Zuneigung zu erfahren. Aufgrund angeeigneter Verhaltensmuster kommt es zu Situationen, in denen Menschen im beruflichen oder privaten Umfeld immer wieder gleich reagieren. Anzeichen für solche Antreiber können folgende Sätze sein: «Wenn es zu einem Streit kommt, bin ich immer diejenige, die nachgibt.», «Ich kann eine Arbeit nie richtig fertigstellen, ich müsste noch mehr daran arbeiten, sie noch verbessern». Auf meiner Webseite[4] finden sich weitere Informationen dazu sowie eine Analyse, welche den Kunden hilft, eigene Antreiber zu erkennen.

Einflussbereich



Unser Sorgebereich ist immer grösser als unser Einflussbereich und dieser ist wiederum grösser als unser Kontrollbereich. So können wir uns über das Wetter, die Politik oder die Wirtschaftslage Sorgen machen, haben jedoch keinen direkten Einfluss darauf. Wir verschwenden nur unsere Energie, wenn wir unseren Fokus darauf richten. Wir können hingegen sehr viel bewirken, wenn wir uns auf unseren Kontrollbereich konzentrieren. So können wir sehr wohl unsere Gedanken, Gewohnheiten, unsere Stimmung und Einstellung sowie unsere Reaktionen beeinflussen. Dies wirkt sich immer nach aussen und somit auf unseren Einflussbereich aus. Viktor Frankl sagte treffend: «Zwischen Reiz und Reaktion liegt ein Raum. In diesem Raum liegt unsere Macht zur Wahl unserer Reaktion. In unserer Reaktion liegen unsere

[4] https://potenzialentwickler.ch/persoenlichkeitsauswertung/

Entwicklung und unsere Freiheit» (R.Covey, 2016, S. 97). Wir haben immer eine Wahl, wie wir auf ein Ereignis reagieren wollen. Wer gelernt hat, sich selbst wahrzunehmen, kann auch lernen, sich selbst zu kontrollieren. Dadurch wird der Mensch selbstbestimmt, übernimmt die Kontrolle über sein Leben, erlebt Selbstwirksamkeit und kann erfahren, dass er alle nötigen Ressourcen besitzt, um sein Leben erfolgreich zu meistern. Dadurch vergrössert sich der Einflussbereich und der Sorgebereich wird immer kleiner und kleiner. Im Coaching kann darauf hingearbeitet werden, Wahlmöglichkeiten zu erzeugen, Ressourcen zu erkennen und die Selbstwirksamkeit zu stärken.

Mut

Die Werkzeugkarte «Mut» soll dem Kunden helfen, mutiger zu werden und mehr Selbstvertrauen zu gewinnen.

«Gott, gib mir die Gelassenheit, Dinge hinzunehmen, die ich nicht ändern kann, den Mut, Dinge zu ändern, die ich ändern kann, und die Weisheit, das eine vom anderen zu unterscheiden» - Reinhold Niebuhr

Das Gebet um Gelassenheit zeigt anschaulich, woran es liegt, wenn jemand Mühe hat, Dinge anzupacken. Das Problem liegt nicht in der Unfähigkeit, sondern im fehlenden Mut. Die Person hat den Mut verloren, sich ihren Aufgaben zu stellen. Wenn dies der Fall ist, muss sie zuerst zu diesem verlorenen Mut zurückfinden. Niemand wird als Held geboren, mutig zu sein, ist eine Entscheidung. Mutig sein bedeutet dabei nicht, keine Angst zu haben, sondern trotz Angst etwas zu wagen. Es geht darum, jeden Tag einen kleinen Schritt zu tun und etwas mutiger zu werden, etwas mehr auf sich selbst und seine Fähigkeiten zu vertrauen und gleichzeitig auch gelassen zu bleiben. Es muss nicht alles auf Anhieb funktionieren. Vielen Kunden hilft der Gedanke an einen kleinen inneren Freund, Beobachter oder Berater, der einem in jeder Situation beisteht. Die Aufgabe eines Coaches kann es sein, zusammen mit dem Kunden einen Namen und mutige Eigenschaften für diese innere Person zu suchen.

Zum Beispiel:

- der kleine Herr XY
- die kleine Frau XY
- der innere Indianer
- Der Krieger in mir
- Superman, Superwoman
- mein Freund
- mein Held
- Etc.

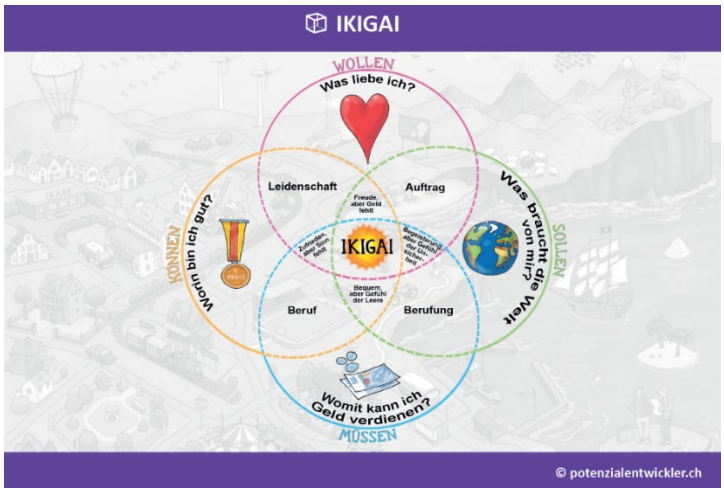
IKIGAI

Das Werkzeug IKIGAI eignet sich hervorragend, wenn ein Kunde in einer bestimmten Lebenssituation feststeckt: Er fühlt sich leer und kennt den Grund dafür nicht. Oder er weiss nicht, in welche Richtung sein Leben weitergehen soll. Es fehlt an Perspektiven oder vorübergehend sogar an Lebenssinn. Ikigai stammt aus dem Japanischen «iki» (= Leben) und «gai» (= Wert). Übersetzt bedeutet es so viel wie «lebenswert». Das Modell geht der Frage nach, was das Leben lebenswert macht und wofür es sich zu leben lohnt. Die vier zentralen Fragen sind:

- Was mache ich gerne?
- Worin bin ich gut?
- Womit kann ich Geld verdienen?
- Was braucht die Welt von mir?

Die Schnittmenge dieser vier Bereiche bildet das IKIGAI, also einen Idealzustand.

Ablauf:



Mit dem Kunden kann eine Bestandesaufnahme zu den einzelnen Fragen gemacht werden. Die Antworten werden auf Post-it-Zetteln gesammelt, wobei Überschneidungen visualisiert werden. Der Coach muss möglicherweise den Kunden ermutigen, auch verrückte Ideen aufzuschreiben. Bereiche, die nicht einfach zu bearbeiten sind, deuten oft darauf hin, dass ein Kunde sich hier selbst mit einem Glaubenssatz limitiert, beispielsweise «Dafür ist niemand bereit, Geld zu zahlen». Mit diesem Modell werden Bereiche sichtbar, welche die Grundlage für den weiteren Coachingverlauf legen. Möglicherweise findet ein Kunde auch die Begründung für ein Gefühl, das er sich bis jetzt nicht recht erklären konnte, zum Beispiel: «Mir geht es doch gut, aber ich fühle mich leer.» Im Coaching können danach weitere Schritte definiert werden, z.B. worauf der Kunde in nächster Zeit genauer achten will.

Was liebe ich?

- Was mache ich gerne?
- Was ruft bei mir Begeisterung hervor?
- Was könnte ich problemlos einen ganzen Tag lang tun?
- Wo komme ich in einen Flow?
- Was habe ich bereits als Kind geliebt?

Worin bin ich gut?

- Welche Talente habe ich, wo liegt mein Potenzial?
- Welche Ausbildungen habe ich?
- Was kann ich besser als andere?
- Wovon sagen andere, dass ich es gut kann?

Was braucht die Welt von mir?

- Was gibt meinem Leben einen Sinn?
- Welche Werte entsprechen mir?
- Was würde mir fehlen, wenn ich es nicht machen würde?
- Was von mir soll auf dieser Welt fortbestehen?

Womit kann ich Geld verdienen?

- Womit verdiene ich meinen Lebensunterhalt?
- Womit könnte ich sonst auch noch Geld verdienen?
- Welche kreativen Ideen habe ich?
- Wofür wären andere bereit zu bezahlen?

Meist sind nicht alle Bereiche gleich stark vertreten. Auch fallen bei gewissen Themen die Antworten leicht, während einige Bereiche Mühe bereiten. Gerade bei solchen lohnt es sich, genauer hinzuschauen: Warum machen diese Bereiche Mühe? Was steckt dahinter? Welche Glaubenssätze blockieren den Kunden? Welche Antreiber oder Grundbedürfnisse stehen möglicherweise im Weg?
Hier ergeben sich vielfältige Möglichkeiten für weitere Coachinginterventionen.

Das eigene IKIGAI lässt sich oft nicht in einer einzigen Sitzung finden, vielmehr müssen sich die Kunden meist länger mit dem Thema befassen, wobei die Karte «IKIGAI» einen guten Anstoss dazu geben kann. Natürlich ist immer auch eine Portion Mut nötig, um die Umsetzung zu realisieren. Hier kann die Karte «Mut» wiederum Unterstützung leisten.

Der Coach kann den Kunden unterstützen, wenn er ihn ermutigt, Neues auszuprobieren und seinen Einflussbereich zu erweitern.

Weitere Ideen zur Verwendung des Coachingtools

Der Lebensweg

Im Coaching geht es oft darum, einen Weg zu einen bestimmten Ziel zu finden. Manchmal kann es nützlich sein, mit dem Kunden zusammen zu eruieren, welchen Weg er in seinem Leben bereits zurückgelegt hat. Dazu kann eine rund 5 Meter lange Schnur hilfreich sein, mit welchem der Kunde seinen Lebensweg auslegt und markante Wegstellen mit einem Post-it-Zettel beschriftet. Im anschliessenden Coaching können Strategien und Ressourcen eruiert werden.

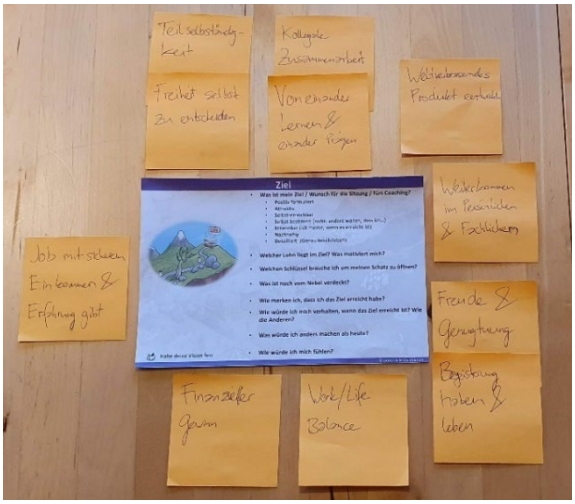
Mentale Erinnerungshilfen

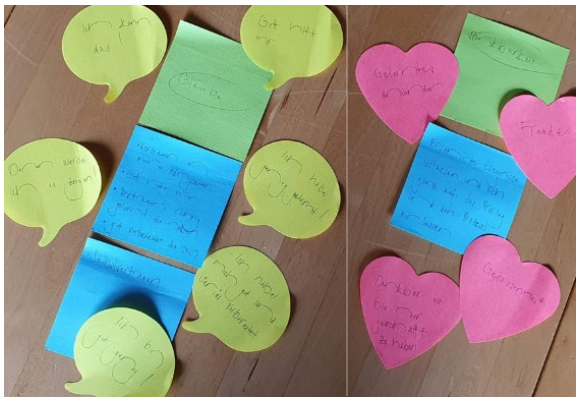
Um im Coaching einen langanhaltenden Effekt zu erreichen, ist es wichtig, sicherzustellen, dass die besprochenen Themen dem Kunden im Alltag in Erinnerung bleiben. Ich persönlich gebe den Kunden nach dem Coaching oft eine kleine Erinnerungshilfe in Form eines Schlüsselanhängers mit. Je nach Thema, an welchem wir gearbeitet haben, kann dies ein Ballon, ein Baum oder Ähnliches sein. **Diese Elemente sind nicht fester Bestandteil der Box**, da nicht jeder Coach damit arbeitet und der Preis der Box dadurch deutlich steigen würde. Hier eine kleine Auswahl zur Inspiration:

Evaluation in der Praxis

In diesem Abschnitt erläutere ich anhand einiger Fotos kurz, wie ich im Coaching mit dem Tool arbeite. Die Fotos stammen aus der Evaluation von konkreten Coachings und sind nicht speziell fürs Foto aufbereitet worden. Daher sind sie sehr authentisch. Gerade bei einem Erstcoaching geht es oft um eine Bestandesaufnahme. Das Ziel des Coachings soll geklärt werden und mit dem Kunden soll betrachtet werden, welche Elemente für das Erreichen des Ziels wichtig sind. Hierbei kann es helfen, die Spielfigur auf das Ziel zu stellen. Dies hilft dem Kunden, fokussiert zu bleiben. Die Definition des Ziels wird nach und nach mit Post-it-Zetteln herausgearbeitet. Hier hat es sich als hilfreich erwiesen, mit Post-it-Zetteln in verschiedenen Farben zu arbeiten und Gruppen zu bilden.

Die Skala kann an beiden Enden beschriftet werden. Durch das bewusste Positionieren der Spielfigur auf der Skala wird die Situation deutlicher visualisiert, als wenn nur vom Skalawert gesprochen wird. Die Frage «Was wäre anders, wenn Sie bei einer Fünf stehen würden?», verbunden mit dem gleichzeitigen Verschieben der Figur, visualisiert dem Unterbewusstsein des Kunden, dass eine Bewegung nötig ist, um weiterzukommen. Die Fragekarten dürfen ruhig auch dem Kunden gezeigt werden. Dass er die Fragen sieht, vermittelt ihm oft ein Gefühl von Sicherheit im Coachingprozess. Der Coach gestaltet den Prozess nicht alleine, vielmehr wird der Kunde zum Mitgestalter. So habe ich mehrmals erlebt, dass Kunden ganz spontan auf eine Frage der Karte reagierten, die ich in dieser Situation nicht direkt gestellt hätte. Es gibt viele verschiedene Formen von Post-it-Zetteln. Es hat sich gezeigt, dass Zettel mit speziellen Formen dabei helfen, die Übersicht zu behalten. So lassen sich Aussagen und Gefühle beispielsweise sehr schön mit Klebezetteln in der Form von Sprechblasen oder Herzen ausdrücken. Die Box kann problemlos mit weiteren, eigenen Post-it-Zetteln erweitert werden.





Abgrenzung: Was das Tool nicht bieten kann.

Coaching ist eine Beratungsmethode, welche dem Kunden hilft, sein Potenzial zu erkennen und sich seinen Wünschen entsprechend zu entwickeln. So vielfältig die Kunden sind, so unterschiedlich sind auch die Coachings. Mein Coachingtool ist sehr praxisorientiert, dennoch lässt sich nicht jedes Coaching mit diesem Tool bestreiten. Es gibt Kunden, für welche die Verbindung vom Bild zu ihrer aktuellen Lebenssituation zu abstrakt ist. Meist merkt ein Coach dies sehr schnell während des Gesprächs. Möglicherweise stellt der Kunde auch fest: «Ich bin kein allzu visueller Typ». Die Situation kann meist dadurch aufgefangen werden, dass sich der Coach vom Bild löst und das Coaching mehr mittels Gespräch steuert. Es ist aber durchaus möglich, dass der Kunde auf die Post-it-Zettel in verschiedenen Farben und Formen gut anspricht. Der Coach kann sich in diesem Fall von dem Bild gedanklich leiten lassen und den Coachingprozess dadurch strukturieren, ohne dass das Bild effektiv vorliegt. Auch muss ein Coach vor dem Einsatz abschätzen, ob das Tool zielführend ist. Nicht jede Person kann sich mit dem fröhlichen Zeichnungsstil anfreunden. In der Evaluation durfte ich aber auch erfahren, dass sich damit sehr wohl auch ernste Businessthemen bearbeiten lassen und sich der Kunde inspiriert fühlte. Manchmal braucht es einfach den Mut, etwas Neues zu wagen. Das Tool unterstützt den Coach im Prozess, wobei das Tool selbst den Prozess nur anregen und zum Nachdenken animieren kann. Es ist immer noch der Coach, welcher aktiv den gesamten Prozess überblicken und leiten muss. Auch für die Bearbeitung von Persönlichkeitsfragen oder Glaubenssätzen kann das Tool als Einstieg dienen, für eine ausreichende Tiefe muss der Coach jedoch wahrscheinlich auf weitere entsprechende Tools zurückgreifen. Möglicherweise erkennt ein Coach zusätzliche Anwendungsmöglichkeiten des Tools, welche ich im vorliegenden Dokument nicht angesprochen habe. Jeder Coach darf sich frei fühlen, mit meinem Coachingtool neue Gebiete zu erkunden.

Reflexion, Schlusswort

Am Anfang meiner Arbeit stand folgende Frage:

Könnte mit einer Coachinglandkarte ein Tool entwickelt werden, welches den folgenden Anforderungen gerecht wird? Das Tool soll eine klare Struktur in ein Coachinggespräch bringen, den Kunden durch Fragen zum Nachdenken anregen, ihm dabei helfen, auf Lösungen zu fokussieren und vorhandene Ressourcen zu aktivieren, dabei aber für jeden Kunden individuell und flexibel bleiben.

Sofern die oben beschriebenen Grenzen des Tools berücksichtigt werden, gehe ich davon aus, dass es möglich ist, sämtliche genannten Anforderungen unter einen Hut zu bringen. Ich habe mein Tool während meiner Ausbildung zum betrieblichen Mentor ausgiebig evaluieren und laufend weiterentwickeln können. Der Anfang war nicht einfach, zumal ich selbst zwar oft in Bildern denke, zeichnerisch jedoch nicht sonderlich begabt bin. Ich hatte eine Vorstellung, welche Elemente ich auf meinem Bild haben möchte, war jedoch nicht in der Lage, die Lernlandkarte selbst zu entwerfen. Der Weg von der Idee bis zum fertigen Produkt war lang, enthielt viele Umleitungen, zahlreichen Überarbeitungen und Korrekturen. Herstellung und Druck meines Tools haben mich in Gebiete vordringen lassen, in welchen ich bis anhin keine Erfahrung hatte. Ich konnte dabei vieles lernen, durfte aber auch feststellen, dass man nicht alles selbst erledigen muss. Gewisse Dienstleistungen, in meinem Fall war dies das Zeichnen des Bildes, dürfen ruhig auch gekauft werden. Aus diesem Grund findet sich im Bild auch ein Kaufhaus. Mir ist es gelungen, eine eigene Idee, welche ursprünglich so zerbrechlich wie eine Seifenblase war, einzufangen und in ein Produkt umzuwandeln. Manchmal braucht es einfach den Mut, etwas zu wagen und einen ersten Schritt in eine unbekannte Richtung zu machen. Ein Leuchtturm, in meinem Fall war dies eine erste Skizze der Lernlandkarte, hilft dabei, die Orientierung nicht zu verlieren und auf dem Weg zu bleiben. Möglicherweise ist der Weg länger als ursprünglich gedacht, aber er lohnt sich fast immer. Konkrete Meilensteine helfen dabei, den Fortschritt zu erkennen. In meinem Fall dauerte es von dem Moment, in dem ich dachte, mit meiner Arbeit fertig zu sein, immer noch drei Monate, bis ich wirklich fertig war. Ich habe nicht berücksichtigt, dass mein Ziel auf einem Berg liegt, daher habe ich den Höhenunterschied anfänglich nicht einkalkuliert. Meine Lernlandkarte hat sich seither in ganz unterschiedlichen Coachings gut bewährt und die Kunden meist dazu animiert, ihre Sicht weg vom Problem und hin zur Lösung zu richten. Die Landkarte hat eine sinnvolle Struktur in das Coaching gebracht, da sowohl für den Kunden als auch für mich ersichtlich wurde, wo wir im Coachingprozess aktuell stehen – genau so, wie ich mir das zu Beginn auch vorgestellt hatte. Als ich einmal einem Kunden die Lernlandkarte vorstellte, meinte er: «Ich glaube, wir beginnen gleich beim Zirkus, damit kann ich meine aktuelle Lebenssituation am besten verbinden.» Dies zeigt deutlich die Flexibilität

des Tools, da es nicht zwingend immer zuerst um das Ziel gehen muss, sondern möglicherweise zunächst um die aktuelle Lebenssituation, über die der Kunde sprechen möchte. So ergab sich auf ganz natürliche und lockere Art ein sehr klärendes Gespräch zu einem sehr ernsten Thema. Ebenfalls gut bewährt haben sich die Karten. Anfänglich war ich zwar etwas skeptisch, dem Kunden die Karten zu zeigen, da dieser meinen könnte, dass das Coaching mithilfe dieser Fragen ganz einfach wäre und es mich als Coach gar nicht braucht. Meine Befürchtung hat sich aber nicht bestätigt. Im Gegenteil, die Karten gaben dem Kunden die Sicherheit darüber, wohin die Reise im Coaching gehen könnte. So habe ich Kunden erlebt, die sich sogleich eine Frage auf der Karte aussuchten und diese intensiv bearbeiten wollten, weil sie sich davon sehr angesprochen fühlten. Ein solches Vorgehen gibt dem Kunden immer auch die Möglichkeit, das Gespräch selbst mitzugestalten. Auch die Frage: «Was haben wir in unserem Coaching nicht berücksichtigt, weil es möglicherweise ausserhalb des Bildbereiches liegt?» hilft dem Kunden, über den Rand hinaus zu denken. Letztendlich geht es in einem Coaching genau darum, Handlungsalternativen zu erarbeiten.

Ein Kunde hat mir einmal gesagt, dass es gemäss meiner Lernlandkarte nur noch bergab gehe, wenn er sein Ziel erreicht habe - eine Anspielung darauf, dass das Ziel zuoberst auf der Klippe steht. Es gelang mir, diese Interpretation umzudeuten in: «Nein, dann heben Sie ab!»

Ein Bild ist immer eine Momentaufnahme und zeigt nur einen gewissen Ausschnitt. Jeder Coach, der mit meiner Lernlandkarte arbeitet, soll sich frei fühlen, eigene (Um-)Deutungen vorzunehmen und über die Grenzen des Bildes hinauszudenken.

Ich habe das Bild kürzlich sogar in einer Projektplanungssitzung gebraucht, in welcher es darum ging, zusammen eine Vision zu entwickeln und Risiken abzuschätzen. Wer mit meinem Tool arbeitet, soll ruhig den Mut haben, das Bild ganz unterschiedlich anzuwenden.

Ich wünsche jedem Coach viele inspirierende Erlebnisse mit diesem Coachingtool und bin sehr gespannt auf Rückmeldungen und Berichte darüber, was andere Coaches mit meinem Tool erlebt und erreicht haben, wie sie es einsetzen konnten und welche zusätzlichen Möglichkeiten sie sich wünschen würden.

Literaturverzeichnis

Grolimund, F. (2017). *Psychologische Beratung und Coaching.* Bern: Hogrefe.

Meyer, D., & Szabo, P. (2008). *Coaching erfrischend Einfach.* Luzern: Solutionsurfers GmbH.

R.Covey, S. (2016). *Die 7 Wege zur Effektivität.* Offenbach: Gabal.

Radatz, S. (2010). *Einführung in das systemische Coaching.* Heidelberg: Carl-Auer.

Schoenaker, T. (2018). *MUT TUT GUT.* Spyer: RDI Verlag.

Szabo, P., & Berg, I. (2009). *Kurz(zeit)coaching mit Langzeitwirkung.* Dortmund: Borgmann Media.

von Foerster, H. (1993). *Wissen und Gewissen: Versuch einer Brücke.* Frankfurt aM : Suhrkamp.

Von Foerster, H. (2007). *Teil der Welt - Fraktale einer Ethik.* Heidelberg: Carl Auer.

Watzlawick, P. (2006). *Die erfundene Wirklichkeit: Wie wissen wir, was wir zu wissen glauben?* München / Zürich: Piper.

Whitemore, J. (2015). *Coaching for Performance.* Paderborn: Junfermann Verlag.

Woop my Life. (08. 08 2020). Von https://woopmylife.org/de/home abgerufen

Anhang

© potenzialentwickler.ch
Dieses Bild ist nicht für die Verwendung im Coaching lizensiert