

1 Beratungskontrakt schließen und halten

Auch wenn der Kunde gecoacht werden will, so gibt es doch oft unausgesprochene Bedingungen. Viele Kunden kennen Coaching noch nicht und sind sich unsicher, was da wohl alles auf sie zukommen wird.

Wir halten es für angebracht, Folgendes klarzustellen:

- **Vertraulichkeit**

„Alles, was wir hier besprechen, behandle ich als absolut vertraulich.“

- **Einlassen auf ungewöhnliche Schritte**

„Sie haben ja selbst schon versucht, das Problem zu lösen. Wahrscheinlich haben Sie auch schon mit dem einen oder anderen Menschen darüber gesprochen und sind doch nicht so weitergekommen, wie Sie es wollten. Ich werde Ihnen die eine oder andere eher ungewohnte Frage stellen und Sie bitten, auf andere Art und Weise an das Problem heranzugehen. Bitte lassen Sie sich darauf ein.“

- **Steuerung des Prozesses**

„Bitte sagen Sie Stopp, wenn ich etwas tue oder Sie etwas frage, das Sie nicht wollen. Und erlauben Sie auch mir, Sie im Sinne eines zielgerichteten Vorgehens zu unterbrechen, wenn ich es für wichtig erachte.“

Nützlich dabei ist es, den Kunden zu spiegeln und immer wieder zu testen, ob der Kontakt noch trägt. Dies kann man mit einem kleinen Nicken oder Lächeln tun. Nickt oder lächelt der Kunde mit, dann ist das ein Zeichen für einen zur Zeit tragfähigen Kontakt (Rapport).

- **Zielrahmen**

Wichtig ist auch der exakte Zielrahmen für dieses Coaching, diese zwei Stunden.

„Bitte stellen Sie sich vor, die Beratung ist vorbei und war nützlich, erfolgreich für Sie ... Was genau ist dann anders?“

„Und wenn Sie heute hier rausgehen, wie weit müssen wir dann gekommen sein?“

Es ist meist sehr nützlich, das Thema des Coachings überhaupt und dieser Coachingstunde speziell am Flipchart anzuschreiben. So ist es ständig vor Augen und erleichtert die Ausrichtung des Prozesses exakt auf das, was Sache ist.

Die aktuelle Befindlichkeit und die Stärke der vorhandenen Veränderungsenergie lässt sich gut folgendermaßen sichtbar machen:

„Wenn Sie an das Thema denken und an ihre Befindlichkeit dabei und Sie bewerten das auf einer Skala von – 5 (absolut schlecht) bis + 5 (absolut super), welche Zahl passt dann für heute?“

-5 -4 -3 -2 -1 0 +1 +2 +3 +4 +5

„Und wie weit möchten Sie kommen?“

Die Wertung lässt sich dann sowohl während des Coachings wie auch am Ende erneut abfragen.

2 Problem/Chance nützlich beschreiben

In vielen Fällen wälzt der Kunde das Problem in seinem Kopf lange Zeit hin und her. Nicht gerade konstruktive innere Dialoge, Erinnerungen an andere missglückte Situationen und Worst-Case-Bilder wechseln sich ab. Da tut es gut, das Problem zu äußern, also nach außen zu bringen (zu **externalisieren**).

Wir arbeiten gerne mit **Gegenständen**, die das Problem symbolisieren. Wir verwenden z.B. öfters eine Schatztruhe, eine Geldbörse, ein Kästchen mit Halbedelsteinchen oder einen Stoff-Schimpanse.

„Angenommen dieser Gegenstand hier wäre das Problem ...“

Oder auch:

„Bitte wählen Sie für das Problem symbolisch einen Gegenstand aus ...“

„Stellen Sie den Gegenstand ruhig mit genügend Abstand von Ihnen auf den Boden.“

Dies vereinfacht es sehr, dem Kunden zu helfen, sich abwechselnd und trennscharf zu dissoziieren und zu assoziieren.

Im **dissoziierten** Zustand ist der Kunde stressfrei. Er hat Zugang zu seinem kompletten Denkvermögen, hat guten Überblick, kann seine Kreativität laden und Ideen entwickeln. **Assoziiert** kann der Kunde seine emotionale Betroffenheit fühlen.

Wenn wir dem Kunden helfen, **sein Problem, seine Chance „nützlich“ zu beschreiben**, dann basiert das auf der Vorannahme des Konstruktivismus. Die Art und Weise, wie der Kunde sein Problem bisher wahrnimmt, hat direkten Einfluss darauf, wie groß oder wie klein sein Spielraum für Lösungsideen und für seine Handlungsfähigkeit ist.

Allein die Bitte:

„Beschreiben Sie Ihr Problem in vier Sätzen schriftlich.“

„Und jetzt beschreiben Sie es in vier Sätzen als Chance.“

bringt oft bereits eine Veränderung der bisherigen Wahrnehmung. Und diese zeigt sich natürlich in einer mehr oder minder stark geänderten Physiologie (in einem geänderten Körperausdruck).

Alternative Aufforderungen sind:

- *„Angenommen, die Situation, das Problem, die Chance hätte einen Namen, einen Titel - so wie ein Theaterstück oder ein Film -, wie könnte sie heißen?“*
- *„Von wem stammt das Problem? Wer hat es gezeugt, wer vererbt?“*
- *„Wenn Sie sich das Ganze mal von außen betrachten ... Welche Spielregeln gelten dort?“*
- *„Erzählen Sie mal probeweise im Märchenstil ‚Es war einmal ...‘!“*
- *„Wer würde vermutlich wie viel Geld dafür ausgeben, dass sich diese Aufgabe löst?“*

Diese Formulierungen aus unseren „Berater-Karten“ sind nur exemplarisch einige Anregungen für den Grund-Schritt „Problem/Chance nützlich beschreiben“. Wenn es gelingt, dass der Kunde sein Problem nützlich beschreibt, dann geschieht damit ein wichtiger Schritt in Richtung **„Los-Lösung von der Problemhypnose“**. Der Kunde erhält neue Ein-Sichten. Durch die Äußerung und Vergegenständlichung bekommt er Macht über das Problem. Sein Zutrauen in die eigene Lösungskompetenz steigt. Er kann es anpacken. Und durch die Beschreibung als Chance wird der Prozess verflüssigt, er kommt in Gang. Die Lösungsenergie, die Lust darauf, es zu lösen, steigt.

Eine alternative Intervention ist es, das **Problem zirkulär beschreiben** zu lassen.