

Martina Nohl, Anna Egger

Micro-Inputs Veränderungskoaching

**Die wichtigsten Modelle, Erklärungshilfen
und Visualisierungen für das Coaching
von Veränderungsprozessen**

Vorwort.....	9
Einleitung	12

I – Die Veränderungslandschaft erkunden

Veränderung diagnostizieren.....	22
Veränderung von allen Seiten betrachten	28
Veränderungsprozesse begreifen.....	33
Emotionen im Prozess.....	42
Den eigenen Veränderungstyp erkennen.....	47
Veränderungsstress minimieren	52
Abschied nehmen.....	59

II – Den Rucksack für den Veränderungsweg packen

Leuchttürme und Inseln sehen.....	66
Reiseproviant packen.....	71
Schätze aus der Vergangenheit bergen	77
Gute Geister als Begleiter erkennen.....	81
Unterstützung von nah und fern.....	86
Das innere Veränderungsteam mobilisieren	91

III – Der Kampf mit Drachen und Dämonen

Die Überlebensprinzipien verstehen.....	100
Veränderungsbotschaften erinnern	105
Das Veränderungs-Ich unterstützen	111
Wege aus der Burg.....	118
Den inneren Hebel umlegen.....	124
Blinde Flecken entdecken.....	130
Die Komfortzone weiten.....	136

IV – Im Niemandsland orientieren

Die Position auf dem Weg bestimmen.....	146
Die Übergangsbrücke bauen.....	152
Veränderungsebenen verstehen	158
Die Zeit abschreiten.....	164
Innere Leitplanken finden.....	170
In Kontakt mit der Veränderung gehen	176

V – Neue Landschaften erkunden

Den Möglichkeitsraum erweitern	184
Die Wegweiser sichten	189
Belastungspentagramm erstellen	196
Eine Runde auf dem Erwartungskarussell fahren.....	200
Die gangbare Mitte definieren.....	205
Das Horror- und das Wunsch-Ich erfinden	210
Dem Ruf aus der Zukunft lauschen	218

VI – Sich für die kommende Route entscheiden

Trittsteine setzen.....	228
Entscheidungsdilemmata lösen	234
Die Entscheidungskräfte aus dem Bauch nutzen.....	238
Das Reisemotto entwickeln.....	244
Auf Spurensuche im Jetzt für Zukunftswunder.....	250
Näher zum Ziel reisen	255

VII – Kraftvoll und mutig reisen

Aufräumen im Veränderungshaus	264
Hindernislauf üben.....	270
Die Rastplätze festlegen.....	275
Die Vorräte im Blick behalten	280
Kreativ mit Gefahren umgehen	285
Den Pokal heimbringen	290
Improvisieren, aber richtig	294

Anhang

Stichwortverzeichnis	300
Micro-Inputs.....	303

Einleitung

Das Buchkonzept ist ein Experiment. Deswegen möchten wir Ihnen hier noch einige Anregungen zur Anwendung mit auf den Weg geben, damit Sie den größten Nutzen für sich und Ihre Klienten aus dem vorliegenden Angebot ziehen. Die Materialsammlung, die Sie als Fundgrube für Ihre Arbeit verwenden können, ist nur so gut, wie Sie sie in Ihre Arbeit klienten- und lösungszentriert einbauen werden. Sie als Coach sind also Mittler und Katalysator im Bezug auf die Wirksamkeit der Interventionen bei Ihren Klienten. Das ist eigentlich bei jeder Coachingmethode so, aber bei anwendungsfertig aufbereitetem Material muss dieser Aspekt meines Erachtens besonders betont werden. Es erfordert viel Intuition und Coachingerfahrung, die passende Intervention, die stimmige Visualisierung oder das adäquate Modell im richtigen Moment in Ihren Arbeitsprozess zu integrieren. Deswegen dürfen wir Sie ermutigen, viele der Übungen erst einmal selbst auszuprobieren. So erweitern Sie Ihre eigene Veränderungskompetenz, die auch dazu beiträgt, im sich ständig verändernden Coachingprozess das passende Angebot zur richtigen Zeit zu machen.

Visualisierung im Coaching

Unsere Klienten sind meist kognitiv verwirrt und mit ihrem eigenen Latein am Ende, wenn sie ins Coaching kommen. Sie sind zudem zutiefst emotional verunsichert und fühlen sich defizitär, weil sie mit ihrer Veränderung nicht klarkommen, wo doch alle anderen das vermeintlich tun. Sie sind überfordert von der Vielzahl an Aspekten, die in das Geschehen mit hineinspielen. Ihre Ressourcen sind ihnen bei dem Stress, den sie gerade haben, nicht mehr in vollem Umfang zugänglich. Ihre Lösungsenergien sind durch Ansätze von Panik und einen zunehmenden Tunnelblick durch die Problemfokussierung blockiert. Oft haben sie auch keinen Zugang mehr zu ihrer Intuition bzw. vertrauen ihr nicht mehr.

Was kann nun Visualisierung im Veränderungscoaching dazu beitragen, damit Klienten zu ihren Stärken zurückfinden und sich ihre Lösungskompetenzen wieder neu erobern können?

- ▶ Visualisierung dient hier als Schlüssel zur Aktivierung der Intuition. Der visuelle Kanal ist unser größter Sinneskanal, hier können viele Informationen wahrgenommen werden, die an noch mehr abgespeicherte Informationen unseres emotionalen Erfahrungsgedächtnisses anknüpfen können. Das heißt, die Menge der aktiv zur Verfügung stehenden Informationen und damit das Material für die Lösungsfindung wird über Visualisierung deutlich erhöht.
- ▶ Visualisierungen und die Arbeit mit Metaphern lassen Interpretationen zu. Die Klienten sind nicht auf eine Sichtweise festgelegt, sondern können Stellung beziehen, Einzelaspekte herausgreifen und in ihrem Sinne weiterverarbeiten. Sie interagieren mit einem Visualisierungsangebot, bis sie es für ihre Person und ihre Situation passfähig gemacht haben. Deswegen sollten wir als Coach hier auch immer nur von Angeboten sprechen und niemals auf bestimmten Bildern und Metaphern beharren. Legen Sie Visualisierungen ohne Bedauern zur Seite, wenn Sie feststellen, dass Klienten dazu keinen Zugang finden.
- ▶ Visualisierung fördern die Merkleistung und damit auch die nachhaltige Verankerung der Beratungsergebnisse. Die meisten Klienten möchten die erarbeiteten Ergebnisse mitsamt Visualisierung mitnehmen. Die bildhaften Darstellungen werden meiner Erfahrung nach deutlich höher geschätzt als ein vollgeschriebenes Flipchart-Blatt.
- ▶ Anhand einer Visualisierung wird eine differenzierte Verständigung im Coaching oft erst möglich. Gerade abstrakte Begriffe wie Veränderungsprozess, Resilienz, Energiehaushalt etc. sind auf der Bedeutungsebene so unterschiedlich belegt, dass es gerne zu Missverständnissen oder Aneinandervorbeireden im Coaching kommt.
- ▶ Visualisierungen regen unsere Klienten zur kreativen Weiterarbeit an. Andere und vielfältigere Gehirnregionen werden aktiviert als bei der rein sprachlichen Arbeit im klassischen Coachinggespräch. Klienten kommen so oft auf eigene Metaphern, gerade in Abgrenzung zum Visualisierungsangebot: „So ist es bei mir nicht, aber mir kommt da das Bild von einem ...“ Diese Metaphern enthalten meist schon die besten Lösungsansätze.
- ▶ Ein nicht zu unterschätzender Vorteil von Visualisierungen ist, dass durch das Bildhafte und oft Spielerische auch schwierige Themen, ja sogar Tabuisiertes im Coaching greifbar und damit der eigentlichen Arbeit erst zugänglich gemacht wird. Man spricht nicht mehr über den problematischen Klienten, sondern das Problem ist das

Visualisierung ...

aktiviert die Intuition

lässt Interpretationen zu

fördert die Merkleistung

ermöglicht eine differenzierte Verständigung

regt Kreativität an

macht Tabus zugänglich

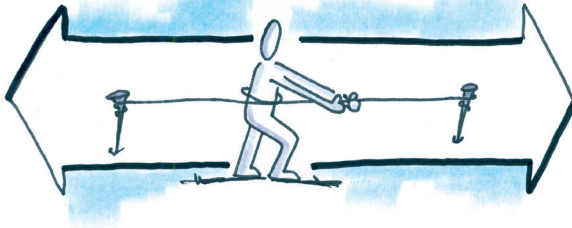
- Problem. Das Reden über das „Dritte“, das in den Fokus genommen wird, ist leichter möglich. Der Klient kommt dadurch automatisch mit Ihrer Unterstützung in die Lösungsverantwortung.
- fördert systemimmanente Lösungen* ▶ Durch den Metablick auf die Visualisierung wird auch das Allparteiliche, das ja sonst Aufgabe des Coachs ist, in der Wahrnehmung des Klienten gefördert. Systemimmanente Lösungen tun sich auf, indem zum Beispiel der Kern einer Sache plötzlich ganz deutlich zutage tritt oder eine bisher vergessene Perspektive plötzlich den Durchbruch im Verständnis bringt. Gerade die subjektiven Bewertungen und Sichtweisen des Klienten treten so vor der Realität der Situation in den Hintergrund. Zugunsten einer guten Lösung für das gesamte System begibt sich Ihr Klient in eine erwachsene Lösungshaltung.
 - entlastet Klienten* ▶ Gleichzeitig haben Visualisierungen etwas Magisches. Sie erleichtern und entlasten Klienten allein dadurch, dass die bösen Geister in Materie bzw. auf Papier gebannt sind. Das wertvolle Problem gerät nicht in Vergessenheit, es ist in der Visualisierung gut aufgehoben, sodass es dann mental auch eher losgelassen werden kann.
 - lädt zum Experimentieren ein* ▶ Gerade das Spielerische und oft Unvollkommene einer Visualisierung lädt dann zum Experimentieren ein. Wenn wir als Coach mit vielleicht eher schlicht anmutenden Visualisierungen zeigen, dass auch wir nicht so perfekt sind, lädt das unsere Klienten ein, sich ebenfalls in ihrer Unvollkommenheit zu zeigen, Fehler zu machen und etwas zu wagen. So wird Probehandeln im geschützten Coachingraum wahrscheinlicher und aktiv gefördert.

Sie sehen schon, vor so viel Visualisierungs-Power können Ihre Klienten gar nicht untätig im Problem verharren. Visualisierung ist also im Coaching generell und gerade, wenn es um das Ausloten neuer und stimmiger Verhaltensweisen geht, schlichtweg Gold wert.

Einige Visualisierungstipps für Sie

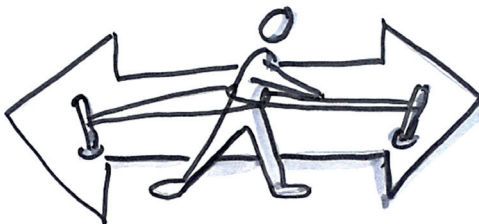
Tatsächlich müssen Sie keine Visualisierungskompetenz haben, wenn Sie mit den Visualisierungen in diesem Buch arbeiten. Frau Egger hat sich in diesem Buch schon zurückgehalten und beispielsweise keine 3-D-Effekte eingebaut, damit die Visualisierungen leichter nachzuarbeiten sind.

Hier ein dreistufiges Beispiel: Oben die Original-Visualisierung eines Visualisierungsprofis, in der Mitte die Visualisierung eines Coachs, der einige Visualisierungserfahrung mitbringt und unten die rudimentäre Visualisierung eines Coachs ohne künstlerischen Anspruch, die einfach



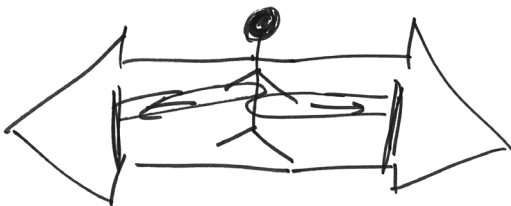
Was HÄLT mich?

Was ZIEHT mich?



WAS HÄLT MICH?

WAS ZIEHT MICH?



WAS HÄLT MICH?

WAS ZIEHT MICH?

nur mit wenigen Strichen erklärt, worum es geht. Und diese Visualisierungsqualität genügt. Eine der Urmütter der modernen Visualisierungsanwendung ist die inzwischen leider verstorbene Vera Birkenbiehl. Die Qualität ihrer Visualisierungen gehört – bei allem Respekt – in die untere Kategorie. Und das bekommen Sie definitiv auch hin.

Dies möchten wir Ihnen mit auf den Weg geben:

- ▶ Grundvoraussetzung: Senken Sie Ihre Ansprüche und legen Sie einfach drauflos. Alte Glaubenssätze wie „Ich kann nicht zeichnen“ oder „Ich habe kein schönes Schriftbild“ blockieren uns. Öffnen Sie der Kreativität die Tür!

Visualisierungstipps:

Senken Sie Ihre grafischen Ansprüche

- ▶ Wenn Sie schon im Vorhinein wissen, dass Sie mit einer bestimmten Visualisierung arbeiten, dann können Sie sie beispielsweise auf dem Flipchart oder auf einem Blatt, das Sie zwischen sich und den Klienten legen, vorbereiten. Verstärken Sie dann nur die Linien mit einem Marker.
- Materialien*
- ▶ Der Spaßfaktor beim Visualisieren steigt, wenn Sie unterschiedliche Visualisierungsmaterialien zur Hand haben. Legen Sie sich Wachsalkreiden oder Farbstifte und gut funktionierende Marker bereit. Arbeiten Sie auch mit Farbpulsen. Farben ordnen Informationen und lenken das Auge. Aber Achtung, fallen Sie dabei nicht in den Farbtopf.
- Bildaufbau von vorne nach hinten*
- ▶ Bauen Sie die Visualisierung von vorne nach hinten auf, da die vorderen Elemente die hinteren verdecken, und Sie somit leichter Überlappungen visualisieren können. Wenn Sie mögen, zeichnen Sie einen Rahmen rund um die Informationseinheiten, so steht die Visualisierung später besser auf einem Foto da, weil sie sich deutlicher vom Hintergrund abgrenzt.
 - ▶ Es kann auch sein, dass Sie zwei bis drei Skizzen machen müssen, bis die Visualisierung einigermaßen gelingt. Aber genau dadurch üben Sie Ihre Visualisierungskompetenz und Ihre Kreativität, ohne explizit dazu Seminare besuchen zu müssen. Das ist sozusagen ein Zweitnutzen unseres Buches.
- Lesbares Schriftbild*
- ▶ Achten Sie auf ein gut lesbares Schriftbild, Ihr Klient sollte sich mit der Visualisierung auseinandersetzen und nicht Zeit damit verbringen zu erraten, was auf dem Flipchart geschrieben steht.
- Ihre Haltung*
- ▶ Lachen Sie gemeinsam über nicht ganz geglückte Darstellungen, ich habe bisher keinen Klienten kennengelernt, der mir da etwas übel genommen hat. Wenn Klienten besser als Sie visualisieren können – umso besser. Dann werden sie nämlich von alleine ungeduldig und nehmen Ihnen den Stift aus der Hand, herzlichen Glückwunsch!
- Freiwilligkeit*
- ▶ Zwingen Sie auf der anderen Seite Klienten nicht dazu, selbst zu visualisieren, viele mögen das überhaupt nicht. Fragen Sie stattdessen immer wieder zurück, wenn Sie Vorstellungen oder Metaphern von Klienten visualisieren, ob das so o.k. ist, oder lassen Sie ganz beiläufig den Marker zu Ihrem Klienten weiterwandern, damit er die Zeichnung korrigiert oder vervollständigt.
 - ▶ Und wenn Sie Feuer fangen und sich mehr Visualisierungskompetenz aneignen möchten, finden Sie jede Menge Bücher, mit denen Sie sich autodidaktisch viel zum Thema Visualisierung beibringen können. Auch Visualisierungsseminare (z.B. von Anna Egger) sind hier sehr zu empfehlen, weil Sie sich da nicht um das Üben und Ausprobieren drücken können ...

Zu den Fallvignetten

Die in dem Buch dargestellten Fälle von Klienten sind Versatzstücke aus unterschiedlichen Fällen aus meiner Beratungspraxis oder von mir bekannten Fällen von Kollegen. Alle Angaben sind anonymisiert, so dass die jeweiligen Klientinnen und Klienten geschützt bleiben. Manche der Interventionsanwendungen haben so stattgefunden, andere sind imaginiert. Sie dienen dem besseren Verständnis der Modell- und Visualisierungsanwendungen. Sie sind keine Darstellungen von lehrbuchmäßigen Vorzeigecoachings! Sie können das gerne alles ganz anders und viel besser machen.

Die meisten Fallbeschreibungen stammen aus dem Business Coaching oder dem beruflichen Orientierungscoaching, da das meinen Arbeitsschwerpunkt darstellt. Sie können die Interventionen natürlich ebensogut auf Ihre Arbeit im Life-Coaching übertragen. Die Prinzipien des Veränderungscoachings sind in allen Lebensbereichen die gleichen und die Inhalte austauschbar.

Zur Arbeit mit dem Buch

Der Aufbau des Buches folgt einem Veränderungscoaching-Prozess. Das heißt, Sie werden im Verlauf des Coachings Angebote aus verschiedenen Kapiteln einsetzen können. Wie viele das in welcher Reihenfolge sein werden, bleibt Ihrer Beratungskompetenz überlassen. Manche Klienten benötigen vielleicht drei Angebote im Bereich Ressourcenkompetenz, andere Klienten kommen sehr spät zu Ihnen ins Coaching und benötigen nur ein oder zwei Übungen aus dem Bereich Entscheidung und Umsetzung. Nach meiner Erfahrung benötigt ein umfängliches Veränderungscoaching fünf bis zehn Sitzungen à 60-90 Minuten. Erst dann gelingt es, den Prozess auch wirklich gewinnbringend mit dem Klienten durchzuarbeiten und ihn zu einem Prozessverständnis und gewissen Kompetenzaufbau anzuleiten, ohne dass es zu explizit wird.

Sicher werden Sie die Angebote aus dem Buch mit Ihrem bestehenden Repertoire mischen. Hier appelliere ich an Ihre Coachingkompetenz und Ihr Coachingethos, dass Sie nicht mit einer vorgefertigten Interventionsauswahl inklusive Visualisierungen in das Coaching gehen und den Coachee damit in einen bestimmten Prozess zwingen. Nur weil die Visualisierungen in einer bestimmten Qualität und Reihenfolge aufbereitet sind, entfällt nicht Ihre Pflicht als Coach, anliegens- und klientenbezogen zu arbeiten. Die Gefahr besteht aufgrund des „fertigen“ Materials, das ist uns bewusst, deswegen weisen wir Sie an dieser Stelle noch einmal explizit darauf hin, dass dann unsere Intention, den Coa-

chingprozess zu bereichern und zu vertiefen, tatsächlich ad absurdum geführt wäre!

Hier seien als Anregung zwei Prozesse beispielhaft dargestellt. Die Fallbeschreibungen entstammen dem Buch. Der Prozess wurde nicht von vornherein so festgelegt, sondern im Nachhinein so dokumentiert.

Beispielfälle	
<p>Klaus F. ist langjähriger Verkäufer in einem Einrichtungshaus. Er soll sein angestammtes Team verlassen und Teil eines jüngeren Verkaufsteams werden, das deutlich mehr Mobilität von ihm verlangt, weil es viel auf Messen unterwegs ist.</p> <p>In den letzten zwei Monaten hat er sich stark im Widerstand verschanzt, deswegen wurde er „geschickt“. Sein Vorgesetzter sagt, dass er ihn schätzt und ungerne entlassen würde. Klaus F. empfindet es als mangelnde Wertschätzung seiner guten Leistung gegenüber nun „strafversetzt“ zu werden. Er weiß aber auch, dass es sehr schwierig wird, in seinem Alter eine gleichermaßen gut bezahlte Stelle bei einem anderen Arbeitgeber zu finden.</p>	<p>Vera I. ist seit einigen Jahren freiberuflicher Coach und Trainerin und befindet sich gerade im Profilkonfokussierungsprozess, weil ihr Business nur mäßig läuft. Sie hat das Gefühl, hier seit geraumer Zeit auf der Stelle zu treten. Sie möchte für sich klären, welche Rolle ihre Werte tatsächlich in ihrem Berufsleben bisher spielten und welche Möglichkeiten es für sie gibt, noch wertorientierter zu arbeiten und daraus Angebote zu entwickeln. Auch für die Umsetzung dieser Angebote wünscht sie sich mehr Mut und Selbstbewusstsein.</p>
Micro-Inputs	
1. Veränderungsstress minimieren (Kap. 1)	1. Reiseproviant packen (Kap. 2)
2. Das innere Veränderungsteam mobilisieren (Kap. 2)	2. Das Veränderungs-Ich unterstützen (Kap. 3)
3. Wege aus der Burg (Kap. 3)	3. Innere Leitplanken finden (Kap. 4)
4. Das Horror-Ich und das Wunsch-Ich erfinden (Kap. 5)	4. Den inneren Hebel umlegen (Kap. 3)
5. Die Rastplätze festlegen (Kap. 7)	5. Die Komfortzone weiten (Kap. 3)
	6. Dem Ruf aus der Zukunft lauschen (Kap. 5)
	7. Das Reisemotto entwickeln (Kap. 6)
	8. Kreativ mit Gefahren umgehen (Kap. 7)

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen viel Erfolg im Veränderungscoaching. Und Sie wissen ja: „Menschen wehren sich nicht gegen Veränderung, sondern dagegen, verändert zu werden.“ (Peter Senge)

Im Niemandsland orientieren

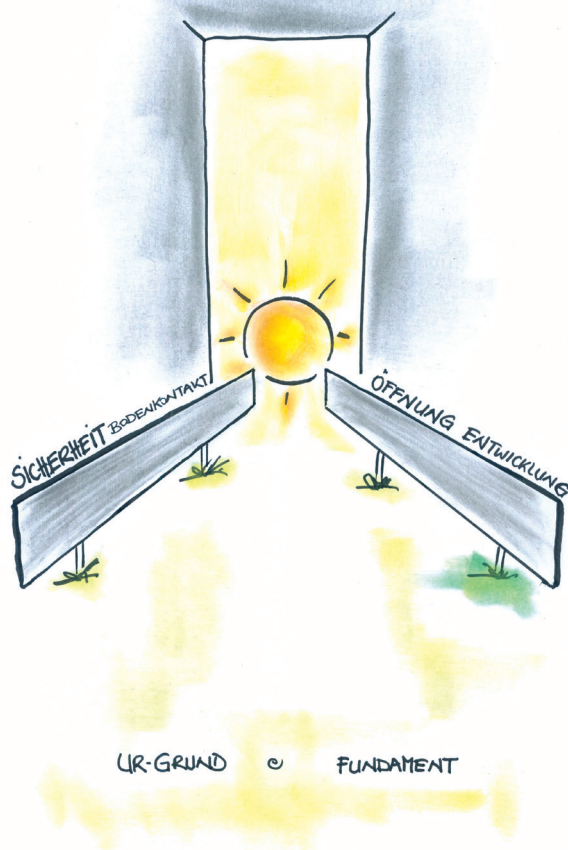
Dieses Kapitel beinhaltet Visualisierungen und Interventionen, die Sie einsetzen können, wenn Ihre Klienten im Prozess bereits weiter fortgeschritten sind. Manche fühlen sich bereits verloren gegangen, bei anderen stagniert der Prozess. Das Aus- und Durchhalten der Zwischenzeit, in der das Neue wachsen und reifen kann, wird hier in vielfältigen Facetten thematisiert und mit unterschiedlichen Zugangsweisen unterstützt.

Innere Leitplanken finden

Input: Arbeit mit Werten

*Beschreibung und
Hintergrund*

In unsicheren Zeiten, wenn die äußeren Sicherheiten wegbrechen, ist es sinnvoll, sich auf innere Sicherheiten zu besinnen. Klienten erleben es als ungemein hilfreich, ihre „Leitplanken“ in Form von grundlegenden Werten und Orientierungssystemen klar zu erkennen. Diese Arbeit kann von den wenigsten Menschen in Selbstreflexion durchgeführt werden, deswegen sind Sie als Coach hier als gute Werte-Hebamme gefragt.



Werte sind laut John Erpenbeck „Leuchtturm des Handelns“. Sie dienen so nicht nur als Leitplanken, sondern auch als Leuchttürme, mit deren Hilfe man auf bewegter See den Kurs halten kann.

Sammeln Sie mit Ihrem Klienten Werte, die in der Kindheit vermittelt wurden und die ihm heute noch für sein Leben wichtig sind. Wenn es sehr viele sind, dann lassen Sie ihn priorisieren und beginnen mit dem wichtigsten. Schreiben Sie diesen Wert auf eine DIN-A5-Karteikarte. Fragen Sie nach: „Woran würden Außenstehende merken, dass das ein wichtiger Wert für Sie ist?“, „Wofür ist dieser Wert gut, was bewirkt er bei Ihnen und bei anderen?“ Schreiben Sie die Antworten in Stichworten zu dem Wert dazu. Achten Sie hier darauf, dass es sich um tatsächlich aktuell gelebte Werte handelt. Ideale Werte sind oft nur durch die Eltern vorgegeben und tauchen in der Lebenspraxis nicht auf.

Vorgehensweise

Führen Sie diesen Prozess mit fünf bis sieben Werten in gleicher Weise durch.

Zeichnen Sie dann die zwei Leitplanken an ein Flipchart, schreiben Sie links die Begriffe „Sicherheit, Bodenkontakt“ und rechts „Öffnung, Entwicklung“ dazu. Ich erkläre die Pole gerne mit dem Goethezitat, dass wir Menschen beides brauchen, Wurzeln und Flügel. Das Zitat steht zwar im Kontext von Kindererziehung, aber schließlich waren wir ja alle mal Kinder.

Fragen Sie nach dem allerwichtigsten Wert: „Wenn es nur einen einzigen Wert geben dürfte, welcher Wert wäre das bei Ihnen? Welcher Wert ist für Sie essenziell oder vielleicht auch Ihr Ur-Grund?“ Hängen Sie diese Karte unten in die Mitte zwischen den Leitplanken und schreiben Sie hier „Ur-Grund, Fundament“ dazu.

Bitten Sie Ihren Klienten nun, die anderen Werte den beiden Leitplanken Sicherheit und Öffnung zuzuordnen.

Treten Sie gemeinsam einen Schritt zurück und überlegen Sie gemeinsam, was diese Leitplanken für den aktuellen Veränderungsprozess bedeuten. „Wo sind sie hilfreich, wo geraten Sie aber möglicherweise durch Ihre Werte in Konflikte?“

Bearbeiten Sie die sich hier zeigenden Themen nicht mehr in der gleichen Sitzung.

- Anwendungsbereiche**
- ▶ Für Coachees, die noch einmal genauer hinter die Kulissen schauen möchten
 - ▶ Für Klienten, die werteorientiert leben und arbeiten möchten
 - ▶ Für Klienten, die vermuten, dass hinter ihrer Veränderungsproblematik oder -stagnation vielleicht ein Wertekonflikt steht

Anwendungsbeispiel Vera I. (55) ist seit einigen Jahren freiberuflicher Coach und Trainerin und befindet sich gerade im Profilklassifizierungsprozess, weil ihr Business nur mäßig läuft. Sie hat das Gefühl, hier seit geraumer Zeit auf der Stelle zu treten. Sie möchte für sich klären, welche Rolle ihre Werte tatsächlich in ihrem Berufsleben bisher spielten und welche Möglichkeiten es für sie gibt, noch wertorientierter zu arbeiten.

Folgende Werte erarbeitet sie für sich:

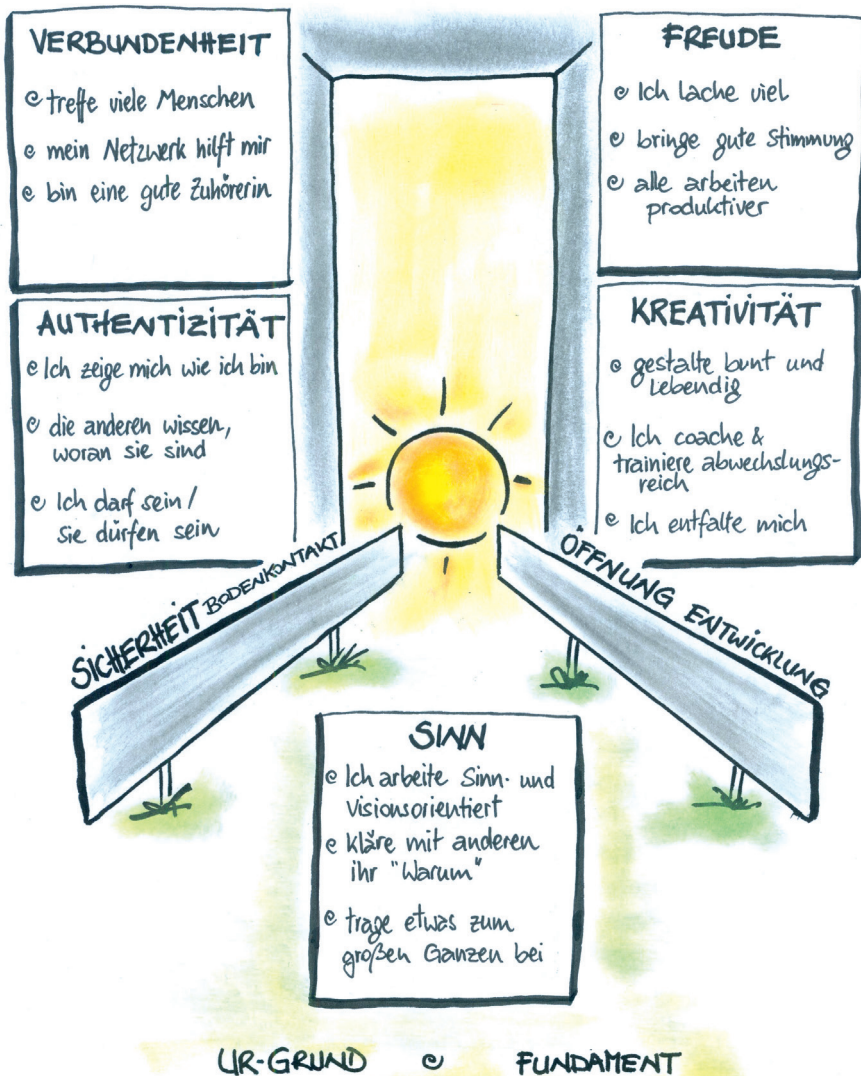
Sinn	<p>Ich arbeite werte- und visionsorientiert. Tiefere Fragen haben immer einen Platz bei mir.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Ich kläre mit anderen ihr Warum, sie sind neu motiviert ▶ Ich brauche das Gefühl, etwas zum großen Ganzen beizutragen
Freude	<p>Ich lache viel und stecke andere damit an.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Die Stimmung hebt sich ▶ Alle arbeiten produktiver
Kreativität	<p>Ich bin ständig am ausprobieren und herumbasteln, meine Wohnung und meine Praxis sind sehr bunt und lebendig gestaltet.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Meine Coachings und Trainings sind abwechslungsreich und laden zum sich selbst Ausprobieren ein ▶ Ich kann mich entfalten in all meiner Vielseitigkeit
Gemeinschaft/Verbundenheit	<p>Ich treffe mich oft mit Freundinnen und Kolleginnen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Mein Netzwerk hat mir schon oft weitergeholfen ▶ Ich bin eine gute ZuhörerIn
Authentizität	<p>Ich zeige mich so, wie ich bin.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Die anderen wissen, woran sie sind ▶ Ich darf ich sein (befreiend) und die anderen dürfen auch sie selbst sein, das genießen sie in meiner Gegenwart

Ihr Wurzelwert ist Sinn. Als eher sichernde Werte sieht sie Authentizität und Verbundenheit, ihre öffnenden Werte sind Freude und Kreativität. Diese Zuordnung treffen ihre Klienten. Der gleiche Wert kann entweder als sichernd oder als öffnend erlebt werden.

Danach gefragt, welche Werte aktuell in ihrer beruflichen Praxis „be-dient“ und von ihr gelebt würden, antwortet sie: Ihren Grundwert „Sinn“ erlebe sie durch ihre unterschiedlichen Aufträge als sehr gut

bedient. Es freue sie, dass hier also keine Zweifel „an der Basis“ bestehen.

Sie arbeite auch sehr authentisch, sie bekommt von Klienten immer wieder zurückgemeldet, dass diese sich dadurch auch mehr die Erlaubnis zur Authentizität geben. Wenn sie die anderen Werte „Freude“, „Kreativität“ und „Gemeinschaft“ betrachte, werde sie eher traurig. Hier könne noch viel mehr in ihre Arbeit mit einfließen.



Spontan sammeln Coach und Coachee folgende Ideen:

- ▶ Über Lach-Yoga informieren
- ▶ Kreative Visionstage anbieten
- ▶ Mehr Gemeinschaftsprojekte mit anderen Coaches und Trainern durchführen. Nächste Gelegenheit: gemeinsamer Messestand mit Workshop

Auf die Rückfrage, was ihr Profithema, mit dem sie in den Coachingprozess gekommen ist, mit den weniger gelebten Werten zu tun hat, antwortet sie spontan:

- ▶ Es kommt in meinem Außenauftritt überhaupt noch nicht rüber, dass ich ein lebenslustiger, kreativer und kooperativer Mensch bin, das muss ich bis in die Farben und Logogestaltung gründlich ändern.
- ▶ Meine Kernthemen, mit denen ich aktuell auf den Markt trete, sind noch viel zu trocken, sie brauchen Pep, ein eigenes Markenzeichen und viel mehr Mut, zu mir zu stehen. (Siehe da, die Authentizität.)
- ▶ Ich könnte das Thema Sinnfindung mit kreativer Lebensfreude verbinden, bei anderen kommt die Thematik oft so ernst oder esoterisch rüber, das kann ich anders!

Über die mentale Integration der öffnenden Werte, die in den letzten Jahren möglicherweise im „ernsten Businessaufbau“ eher auf der Strecke geblieben sind, kommt es zu neuer Dynamik im Profilierungsprozess. Vera I. hat nun Leitplanken, an denen sie sich auch praktisch weiterhangeln kann.

-
- Hinweise*
- ▶ Achten Sie auf ausreichend Zeit, diese Übung sollte nicht mittendrin abgebrochen werden.
 - ▶ Wenn sich Ihr Klient schwertut, spontan Werte zu finden, gibt es viele vorbereitende Werteübungen, die Sie vorbereitend mitgeben können, damit eine kleine Werteliste bereits vor der Übung vorliegt, sie darf sich aber auch gerne noch verändern. Beispielsweise, indem Sie bei abstrakten oder generischen Werten nachfragen, um einen genaueren Wertebegriff zu finden. Beim Begriff „Idealismus“ geht es vielleicht um „Welt verbessern“, bei „Spiritualität“ um „Gelassenheit“ oder „innere Zufriedenheit“ oder bei „Macht“ um „Respekt“ oder „Stärke“.

Hat Ihnen diese Leseprobe gefallen?

Als Mitglied von **Training aktuell** erhalten Sie beim Kauf von Trainingsmedien Sonderpreise. Beispielsweise bis zu **20% Rabatt auf Bücher**.

Zum Online-Shop

Training *aktuell* einen Monat lang testen



Ihre Mitgliedschaft im Testmonat beinhaltet:

- ▶ eine ePaper-Ausgabe **Training aktuell** (auch Printabo möglich)
- ▶ **Teil-Flatrate** auf 5.000 Tools, Bilder, Inputs, Vertragsmuster www.trainerkoffer.de
- ▶ **Sonderpreise** auf Trainingsmedien: ca. **20% Rabatt** auf auf Bücher, Trainingskonzepte im Durchschnitt **70 EUR günstiger**
- ▶ **Flatrate auf das digitale Zeitschriftenarchiv**: monatlich neue Beiträge, Dossiers, Heftausgaben

Mitgliedschaft testen