



SERIE COACHINGIMPULSE

Worum geht es eigentlich?



Foto: Pawlik Consultants

Auf der Suche nach seinen Kernwerten definiert der Coachee zunächst die fünf Lebensbereiche, die ihm besonders wichtig sind.

Wer Entscheidungen treffen muss, sollte seine Prioritäten klären. Deshalb lohnt es sich, einen Schritt zurückzutreten und sich zu fragen: Was ist mir wirklich wichtig? Coach Julia Manns beschreibt, wie sie dies im Coaching tut und dabei die fünf wesentlichen Lebenswerte ihrer Coachees aufspürt.

Treue, Freiheit, Humor, Erfolg ... Werte sind etwas ganz Wesentliches für jeden Menschen. Sie geben dem eigenen Leben einen individuellen Sinn, sie motivieren, liefern Energie und beeinflussen, wie wir handeln. Doch häufig stimmen die Ziele, die eine Person verfolgt, nicht mit ihren persönlichen Werten überein – oder stehen gar mit ihnen im Widerspruch. Die Folge können Antriebslosigkeit, Frustration oder Burn-out sein.

Werte als roter Faden

Ein Beispiel: Die Topwerte einer jungen Frau sind Gesundheit, Bewegung, Attraktivität und Freiraum. Fasst sie den Entschluss, sich als Personal

Trainer und Ernährungsberaterin selbstständig zu machen, passen Ziel und Werte sehr gut zusammen. Das sind beste Voraussetzungen für Erfolg und ein glückliches Leben.

Entscheidet sie sich jedoch für eine Beamtenlaufbahn, in der sie jeden Tag vorgegebene Aufgaben abarbeitet, wird es sie wenig erfüllen und langfristig Energie kosten. Ihr Ziel der Behördenkarriere passt nicht zu ihren Werten. Die Wahrscheinlichkeit, dass sie als Beamtin erfolgreich sein wird, ist deshalb gering.

Es lohnt sich also, ein Gespür für die eigenen Werte zu entwickeln. Wer weiß, was ihm im Leben am wichtigsten ist, kann sein Handeln danach ausrichten. Er wird Ziele auswählen, die er motiviert verfolgen – und entsprechend auch erreichen wird. Seine Werte sind für ihn eine Orientierungshilfe, die ihm Entscheidungen leichter macht.

Der Anlass: Werte ansprechen

Doch wie kommt man darauf, sich im Coaching mit Werten auseinanderzusetzen? Meist liegt die Thematik nicht gleich auf der Hand. Hinweise, dass sie relevant sein könnte, gibt es allerdings oft (siehe Kasten Seite 22). Dann sollte der Coach nachhaken und dem Coachee anbieten, gemeinsam mit ihm seine fünf wesentlichen Lebenswerte aufzuspüren.

Denn vielleicht war dem Coachee das erreichte Ziel gar nicht so wichtig und deshalb kann er sich nicht über seinen Erfolg freuen? Oder er geht ein Ziel wie einen Wohnungsverkauf gar nicht erst an, weil Flexibilität für ihn das höchste Gut ist? Denkbar ist auch, dass er im Job ständig gegen seine Überzeugungen agieren muss. Das kostet auf Dauer Kraft. Genauso energieraubend kann es sein, sich nie zwischen mehreren Handlungsalternativen entscheiden zu können.

Der Einstieg: Werte sammeln

Für die Suche nach den fünf wesentlichen Lebenswerten benötigen Coaches lediglich einige farbige Moderationskarten, einen Boardmarker und einen Kugelschreiber. Je nach Verlauf dauert es ca. 90 bis 120 Minuten, bis der Coachee damit seine persönlichen Werte geklärt hat.

Werte auf den Tisch bringen

Selten bringt der Coachee selbst das Thema Werte auf den Tisch. In der Regel ist es der Coach, der hinter dem offiziellen Thema eine Werteproblematik vermutet. Typische Aussagen, die Anlass zu einer solchen Vermutung geben, sind:

„Ich habe mein Ziel erreicht, kann mich aber gar nicht richtig darüber freuen.“

„Mir fällt es äußerst schwer, mich zu entscheiden. Da hadere ich oft lange.“

„Seit einer Weile fühle ich mich kraftlos. Wie kann ich meine Energie wiedergewinnen?“

„Ich plane seit langem, eine Wohnung zu kaufen. Aber mich kostet es so viel Überwindung, nach einem passenden Objekt zu suchen und den richtigen Kredit zu finden.“

„In meinem Job ärgere ich mich häufig über mich und andere. Irgendwie läuft da etwas nicht rund. Aber was?“

„Ich habe ein schlechtes Gefühl/Gewissen bei dem, was ich tagtäglich tue. Dabei mache ich nichts, was moralisch verwerflich wäre. Woher kommt das nur?“

Hier sollte der Coach hellhörig werden und sich fragen: Ist dem Kunden eventuell gar nicht klar, was ihm wichtig ist? Oder besteht bei ihm ein Konflikt zwischen zwei divergierenden Werten? Meist lohnt es sich, nachzuhaken und dem Coachee eine Werteklä rung anzubieten.

Zu Beginn definiert der Kunde seine fünf übergeordneten Lebensbereiche und schreibt jeden Bereich mit dem Marker auf eine separate Karte. Häufig werden Kategorien wie soziale Kontakte, Job/Karriere, Gesundheit, Finanzen und ICH ausgewählt. Oder auch anders formuliert: Beziehung, Familie & Freunde, Job, Freizeit und ICH.

Nun bittet der Coach den Coachee, zu jedem dieser Lebensbereiche etwa neun Werte zu notieren. Zum Einstieg kann er einige Beispiele für Werte – wie Liebe, Erholung, Reichtum etc. – nennen. Manchen Coachees fällt diese Übung leicht, sodass schnell die ersten Stichworte fallen. Andere müssen angeregt werden, um ins Erzählen zu kommen. Diese Hilfestellungen kann der Coach beispielsweise geben:

- ▶ „Was ist Ihnen in diesem Bereich besonders wichtig?“
- ▶ „Wann haben Sie sich in der vergangenen Woche so richtig gut gefühlt? Was hat dazu beigetragen? Welcher Wert wurde dabei befriedigt?“
- ▶ „Und nun erinnern Sie sich bitte an eine Situation, in der Sie sich unwohl gefühlt haben. Warum haben Sie sich so gefühlt? Welche Werte haben gefehlt?“
- ▶ „Was setzt Sie unter Druck? Wie reagieren Sie dann?“
- ▶ „Wann sind Sie stolz auf sich?“
- ▶ „Was gibt Ihnen Selbstvertrauen?“
- ▶ „Erzählen Sie mir von Ihrer Beziehung/Ihrem Job. Was mögen Sie daran? Was geht Ihnen gegen den Strich?“
- ▶ „Wofür geben Sie Ihr Geld aus?“ Zählt der Coachee hier eher konkrete Gegenstände auf, hilft die Frage:
- ▶ „Wofür ist das gut?“

Ohne direktiv einzuwirken, kann der Coach auch auf Aspekte hinweisen, an die der Kunde bislang noch nicht gedacht hat. Sollte es dem Coachee schwerfallen, aus seinen eigenen Erzählungen und Beschreibungen die passenden Werte abzuleiten, kann der Coach ihm dabei behilflich sein. Hier ein paar Beispiele:

- ▶ „Im Bereich ‚Soziale Kontakte‘ ist mir wichtig, Menschen zu haben, denen ich vertrauen kann.“ Vielleicht verbirgt sich dahinter der Wunsch nach Treue, Ehrlichkeit, Geborgenheit und/oder Zuverlässigkeit.
- ▶ „In meinem Job ist es mir wichtig, etwas bewegen zu können.“ Das kann ein Hinweis auf die Werte Freiraum, Kreativität, Verantwortung, Aktivität und/oder Sinn sein.
- ▶ „Finanziell lege ich Wert darauf, jederzeit genug Reserven für spannende Reisen zu haben.“ Hier hat der Coachee möglicherweise nicht nur die Aspekte Sicherheit und Unabhängigkeit im Sinn, sondern auch Abenteuer, Abwechslung und/oder Erholung.

Die Übersicht: Werte ordnen

Im nächsten Schritt beginnt die Priorisierung. Ziel ist es, jeweils aus den neun Werten die drei wichtigsten Werte pro Kategorie herauszufiltern. Dafür gehen Coach und Kunde zuerst jeden Lebensbereich gemeinsam durch:

- ▶ Haben mehrere Werte die gleiche Bedeutung?
- ▶ Welche Werte liegen nah beieinander?

Eigenständig entscheidet der Coachee, welche Werte zu einem Oberbegriff zusammengefasst werden können. Hat der Coach den Eindruck, dass sich noch weitere Werte ähnlich sein könnten, hakt er nach, zum Beispiel:

- ▶ „Was unterscheidet Flexibilität von Freiheit in Ihren Augen?“

► „Was verbinden Sie mit Treue? Was mit Loyalität?“

Danach wählt der Kunde für jeden Lebensbereich seine drei wichtigsten Werte aus und setzt sie in eine Reihenfolge, wobei der bedeutendste Wert jeweils Platz 1 belegt. Fällt ihm die Entscheidung an der einen oder anderen Stelle schwer, unterstützt ihn der Coach durch einen Vergleich zweier Werte:

► „Wenn Sie sich zwischen Ernährung und Bewegung entscheiden müssten: Was ist Ihnen wichtiger? Worauf könnten Sie eher verzichten?“

► „Stellen Sie sich bitte Ihr perfektes Leben vor. Wie wäre es, wenn der eine Wert voll erfüllt ist und der andere fehlt?“

Als nächstes lädt der Coach seinen Kunden ein, jeden der ausgewählten Werte auf eine einzelne Moderationskarte zu schreiben. Doppelungen kann er sofort auslassen. Nun sehen beide maximal 15 Werte vor sich. Die finale Aufgabe des Coachees ist es nun, seine Top 5 herauszukristallisieren. Erneut wägt er Werte gegeneinander ab und legt die Karten zur Seite, deren

Werte er aussortiert hat. Bleiben fünf Karten übrig, legt er diese in die für ihn richtige Reihenfolge.

Der Abschluss: Werte prüfen

Schließlich fragt der Coach:

► „Wie fühlt sich Ihre Auswahl an? Stehen dort die fünf wichtigsten Werte in Ihrem Leben?“

Fühlt sich die Konstellation noch nicht passend an, kann der Coachee so lange die Karten verschieben und einzelne Karten austauschen, bis er die beste Rangfolge für sich hat. Stimmt das Bauchgefühl, hat er seine individuelle Wertehierarchie gefunden. Das sind seine fünf Lebenswerte.

Als Abschluss bietet sich eine Positiv- und Negativbestätigung an. Zuerst bittet der Coach seinen Kunden, noch einmal an eine besonders unangenehme Situation zu denken und zu überlegen, welche seiner Lebenswerte dabei missachtet wurden. Meist zeigt sich, dass einige Werte unterdrückt wurden. Zuletzt folgt die Positivbestätigung: Dabei versetzt sich der Coachee in eine für ihn ideale Situation. Kommen seine Lebenswerte darin zum Tragen? Im Normalfall werden alle Werte dabei ausgelebt. Sollte dies nicht der Fall sein, darf der Coachee noch einmal die Karten verschieben. In einer Folge-Session empfiehlt es sich, gemeinsam abzugleichen, ob die fünf persönlichen Werte des Coachees in Einklang mit seinen Zielen stehen.

Julia Manns ■



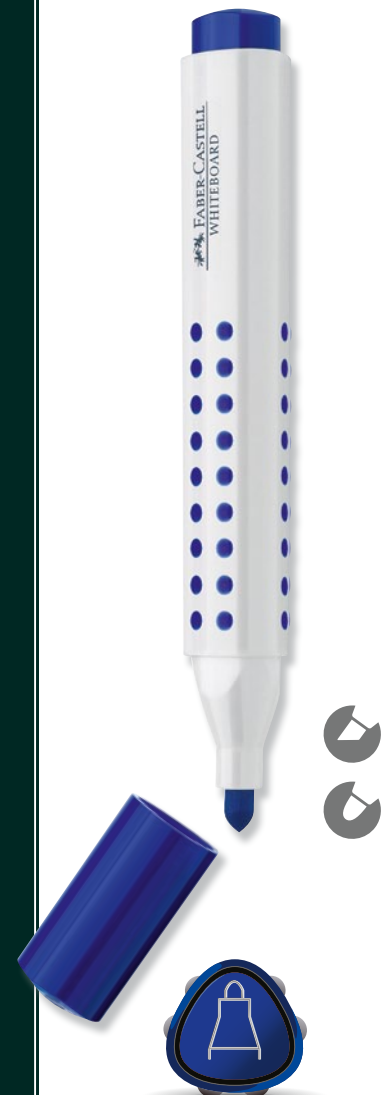
Foto: Thies Rätzke/Pawlik Consultants

Die Autorin: Julia Manns ist Coach und qualifizierte NLP Practitioner und NLP Master. Den Schwerpunkt ihrer Arbeit bei Pawlik Consultants, Hamburg, bilden Einzelcoachings von Fach- und Führungskräften. Kontakt: jmanns@pawlik.de


FABER-CASTELL
since 1761

Grip Marker Whiteboard

Für weiße Tafeln



Ergonomische
Dreieckform mit echter
Noppen-Griffzone

Rückstandsfrei trocken
abwischbar

Umweltgerechtes
Nachfüllsystem

www.Faber-Castell.de