HALTUNGEN EINES COACHES

Der Kunde ist kundig

Niemand kennt seine (Arbeits-)Situation so gut wie der Kunde selbst!
Er ist in der Lage, selbst Lösungen zu finden.

Offenheit

Der Coach hat vielleicht eine intuitive Idee, wie das Problem am besten zu lösen ist, stellt diese jedoch für die Dauer des Coachingprozesses zurück. Am Ende kann er das Ergebnis mit seiner ursprünglichen Intuition vergleichen (=Feedback). Also nicht „Das Problem kenne ich auch..."

Lösungs-Orientierung

Letztlich ist es entscheidend, dass es zu einer Lösung des Problems bzw. zu Veränderungen des Verhaltens kommt – und nicht weshalb das Problem bestand oder gelöst werden konnte. So wird auch vermieden, dass Kunde und Coach in der „Problemtrance" landen...

Zukunfts-Orientierung

Wenn vergangenheitsorientiert, dann auf positive Unterschiede fokussiert (z. B. wann war es besser – was war da anders? etc.).

Ressourcen-Orientierung

Das Stärken von Stärken (Erfahrungen, Wissen, Motive) ist hilfreicher als das Schwächen von Schwächen! Welche Stärken sollen in bestimmten Situationen mehr verfügbar sein?

Soziale Verträglichkeit

... ist für die erarbeiteten Lösungen die Mindestanforderung. Wie wird der Chef darauf reagieren, wie die Kollegen, welche Auswirkungen wird das auf die Familie haben usw. Und: ist der Kunde bereit, diese Konsequenzen in Kauf zu nehmen?

© Alfred Freudenthaler
www.freudenthaler.com

Vielfalt statt Einfalt

Obwohl sich der Kunde am Ende des Coaching-Prozesses für bestimmte Handlungsmöglichkeiten entscheidet, achtet der Coach darauf, dass dennoch alle Alternativen im Verhaltensrepertoire verbleiben. Fragen sollen prinzipiell den Handlungsspielraum erweitern.
Generell soll Coaching immer die Anzahl der Möglichkeiten erhöhen.

„Enthaltsamkeit" (bei Ratschlägen und Lösungsvorschlägen)

Der Coach ist nicht „Macher", sondern „Möglich-Macher". Er unterstützt einen interaktiven Prozess, in welchem der Kunde nach Möglichkeit selbst zu einer Lösung findet.

Umsichtigkeit

Urteile und Schlussfolgerungen sind immer von der eigenen Persönlichkeit und Lerngeschichte abhängig ("Landkarte"). Der Coach nimmt möglichst viele Perspektiven und Betrachtungsweisen ein und fördert dies beim Kunden.

Geduld

Der Coach ist sich darüber im Klaren, dass der Coaching-Prozess Zeit beansprucht – im Gegensatz zu Patentrezepten, vorschnellen Lösungen und Milchmädchenrechnungen.

Neutralität

Der Coach ist möglichst unvoreingenommen, objektiv und neutral. Er agiert gelassen und selbst-reflektiert.

Wertschätzende Akzeptanz

Der Coach steht dem Klienten akzeptierend gegenüber, ohne dabei unkritisch zu sein. Verständnis + Konfrontation = Entwicklung.

© Alfred Freudenthaler
www.freudenthaler.com