

DIE KRAFT DER GUTEN FRAGEN

VON URS R. BÄRTSCHI

Wissend zu sein und um Rat gebeten zu werden, fühlt sich gut an! Der Wissende ist in einer Position der Stärke, der Fragende unwissend. Viele geben deshalb in der Beratung Ratschläge, ohne weiter darüber nachzudenken. In der Individualpsychologie ist jedoch der Kunde der Wissende und die Beratungsperson die Fragende. Nur so können die private Logik und die Ressourcen des Ratsuchenden erfasst und eine gewinnbringende Lösung gefunden werden.

Jeder, der ein herausragender Coach werden will, darf lernen, gute Fragen zu stellen. Fragen wirken auf Ihr Gegenüber bereichernd und erweitern seine Welt. Hören Sie sich einmal selbst bei einem Gespräch zu: Wie viele Fragen stellen Sie?

Nicht nur was gesagt wird, hat Bedeutung, sondern auch wie es gesagt wird. Hören Sie auf das, was in den Worten Ihres Kunden mitschwingt: Welche Worte wählt er? Was sagen die Bestandteile seiner Worte? Solche Bedeutungszusammenhänge überhören wir schnell, dabei sagen sie so viel über die sprechende Person aus.

Falls Ihr Kunde sogenannte «Weichspüler» verwendet, schenken Sie diesen Abschwächungen Aufmerksamkeit und fragen Sie konkret nach. Viele Menschen wählen vage Formulierungen wie eigentlich, vielleicht, ein bisschen, ein wenig, scheinbar, vermutlich, nur, mal, irgendwie und relativ, um sich nicht festlegen zu müssen. Wenn er sagt: «Es ist relativ warm», dann wissen Sie noch immer nicht, ob es warm oder kalt ist. Weichspüler verschleiern die Position des Sprechers und dessen Aussage.

In Coachings ermutige ich meine Kunden, ihren Satz ohne diese Abschwächungen auszusprechen. Wie hört sich der Satz dann für sie an? Der Kunde hat nun die Wahl: Entweder er verzichtet ganz auf die Aussage, weil sie seiner Überzeugung widerspricht. Oder er bringt sie ganz ohne Weichspüler über die Lippen, weil er zu hundert Prozent hinter der Aussage steht.

Coaching vollzieht sich in einem Wechselspiel von Frage und Antwort. Auf überraschende Fragen kommt es ganz besonders an: Stellt der Coach die gleichen Fragen wie der Kunde, wird ein «Thinking out of the Box» unmöglich. Ihr Kunde braucht diese «Störmanöver» jedoch, um seinen gewohnten Denkraum zu sprengen. Genau das ist der Auftrag eines Coachings: Denkmuster erweitern und so neue Lösungen finden. Deshalb ermutigt der Coach seinen Kunden, «verrückte» Ideen und Lösungen zu spinnen. Im

Prozess des Querdenkens löst sich der Kunde von seiner vertrauten Betrachtungsweise und nimmt einen neuartigen Blickwinkel ein.

Eine hilfreiche Frage, um eingefahrene Denkmuster zu verlassen: «Was passiert, wenn das Problem nicht gelöst wird?» Die Frage zwingt, vom gewohnten Denken abzuweichen. Zugleich eröffnet sie konstruktive Ressourcen. Es ist, als würde man am «Stau» des konventionellen Denkens vorbeifahren und sein Ziel auf den Nebenstrecken erreichen – und zwar sehr viel schneller. ■



:: URS R. BÄRTSCHI

Gründer der Coachingplus GmbH, die meistbesuchte Coaching-Ausbildung in der Schweiz.

Coachingplus GmbH
Ifangstrasse 10
CH-8302 Kloten
Telefon +41 (0)44 865 37 73
info@coachingplus.ch

:: WWW.COACHINGPLUS.CH ::