

Abschlussarbeit

im Rahmen der
Coachingausbildung
bei
InKonstellation

Thema der Arbeit:
Coaching mit Bildern

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Bilder versus Sprache	1
3. Das selbstgemalte Bild	2
3.1. Denken in Bildern	3
3.2. Gefühle ansprechen	3
3.3. Der Blick von außen.....	3
3.4. Schwierigkeiten dieser Methode.....	4
4. Bildkarten.....	5
4.1. Grundbedürfnisse und Ressourcen	5
4.2. Schwierigkeiten dieser Methode.....	6
5. Studien zur Wirksamkeit von Bildern.....	6
6. Fazit	7
7. Literaturverzeichnis.....	8

1. Einleitung

In meinen ersten Übungcoachings als Klient habe ich sehr schnell gemerkt, dass es mir schwer fällt, mein Anliegen gut verständlich darzustellen. Insbesondere dann, wenn ich meine Gefühle in der speziellen Situation benennen und beschreiben sollte. Ich hatte den Eindruck, dass mein Coach Schwierigkeiten hatte nachzuvollziehen, wie mein Körper in dieser Situation reagiert und wie ich mich fühle. Ich selbst hatte dafür keine passenden Worte.

Im Rahmen des fünften Moduls hatte ich die Gelegenheit zum ersten Mal künstlerisch aktiv zu werden, indem ich für mein inneres Team Figuren, Symbole und Farben verwendete. In diesem Prozess erkannte ich, dass es für mich viel leichter war, Gefühle zu visualisieren, anstatt diese zu verbalisieren. Als besonders nachhaltig habe ich die Situation empfunden, in der ich mit etwas Abstand auf mein aufgemaltes Team geschaut hatte. Obwohl ich alle Teammitglieder sowohl verbal als auch visuell dargestellt hatte und mir über die Intensität der jeweiligen Emotionen bewusst war, erlebte ich das Zusammenwirken der Teammitglieder in der bildlichen Darstellung besonders deutlich und intensiv.

Aus diesem Grund habe ich mich dazu entschlossen, meine Arbeit dem Thema „Coaching mit Bildern“ zu widmen. Da das Thema in all seiner Fülle den vorgegebenen Rahmen dieser Arbeit sprengen würde, beschränke ich mich hier auf zwei Bereiche: Das selbstgemalten Klientenbild sowie die Arbeit mit Bildkarten. Ich möchte im Folgenden die Gründe für die Verwendung von Bildern im Coaching ausführen, verzichte aber auf ausführliche Anwendungsvorschläge.

2. Bilder versus Sprache

Unsere Sprache ist geprägt von bildhaften Elementen. Bilder werden verwendet, um eine Situation für andere bildhaft zu veranschaulichen. Ausdrücke wie „du hast Tomaten auf den Augen“, „einen Kloß im Hals haben“ oder „das war der Tropfen, der das Fass zum Überlaufen gebracht hat“, sind gängige Beschreibungen. Sie helfen uns, unserem Gegenüber das Ausmaß des Dargestellten deutlich zu machen. So können wir die Intensität eines Gefühls mit einem bildhaften Vergleich präzisieren. Dazu ein Beispiel: Eine Person berichtet mir, dass sie sehr wütend war. Das Ausmaß der Wut wird mir ziemlich schnell deutlich, wenn sie

mir diese mit den Worten beschreibt wie „ich habe gekocht vor Wut“ oder „ich musste dann erstmal Dampf ablassen“. Die bildhafte Sprache hilft also zum einen meinem Gegenüber, seine Wutintensität aufzuzeigen und zum anderen kann ich über die metaphorische Sprache mich sehr viel leichter in mein Gegenüber hineinversetzen und die Situation nachvollziehen.

Bilder drücken jedoch noch viel mehr aus, als gesprochene Worte. Nach Mertens „transportieren [sie] komplexe Inhalte analog, d.h. selbst einander widersprechende Bildinhalte werden gleichzeitig wahrgenommen.“¹.

Im Coaching können Bilder daher eine große Hilfe sein, Situationen, die schwer in Worte zu fassen sind, darzustellen und helfen, Sprachbarrieren zu überwinden.

Im Folgenden werde ich auf zwei ausgewählte Arbeitsweisen eingehen, wie Bilder im Coaching genutzt werden können.

3. Das selbstgemalte Bild

Eine Möglichkeit mit Bildern im Coaching zu arbeiten ist, dass der Klient sein Anliegen in einer Zeichnung oder einem Bild darstellt.²

Im Prozess des Malens setzt sich der Klient intensiv mit seinem eigenen Thema und seiner Sichtweise auf die Situation auseinander. Die künstlerische Darstellung enthält bereits viele persönliche Interpretationen, Gefühle und Erfahrungen. Diese oft unbewussten Aspekte, sind in kleinen Details erkennbar. Nach Mertens sind Klientenzeichnungen „authentische Lebensspuren“. Sie sind „sichtbare Erinnerungen, das Resultat all dessen, was je bezüglich der dargestellten Dinge erfahren und gelernt wurde“³. Diese wären in einer kurzen sprachlichen Beschreibung entweder nicht aufgetaucht oder wären vielleicht nicht „sichtbar“ geworden. Auch die Verwendung von Figuren, Farben und Größenverhältnisse ermöglichen ein vielschichtiges und genaueres Abbild der Situation des Klienten.

Im Prozess des Zeichnens oder Malens werden Gedanken geformt und so eine „visuelle Brücke zu einem Thema und seinen unbewussten Aspekten“⁴ geschaffen.

¹ Mertens, 2017.

² Im Folgenden verwende ich nur den Begriff „Bild“. Dies steht jedoch gleichermaßen für Zeichnung

³ Mertens, 2017.

⁴ Mertens, 2019.

3.1. Denken in Bildern

Während in „normalen“ Coachingprozessen der Klient über die Sprache zu Erkenntnisprozessen bewegt werden soll, werden in Coachings mit bildhaften Verfahren diese Erkenntnisse aus Bildern gewonnen. Der Coach und Berater Volker Kiel ist der Ansicht, dass es in der Arbeit mit Bildern, zur größeren Einsichten über sich selbst kommen kann, als dies über Gespräche möglich ist. Sie „öffnet eine zusätzliche Dimension des Denkens, (...) da wir davon ausgehen können, dass Menschen über Bilder denken“⁵.

Wenn wir also an bestimmte Situationen denken, tun wir dies vermutlich bewusst oder unbewusst in Bildern.⁶

Bilder bleiben darüber hinaus länger im Gedächtnis als Worte. Im Coaching können so wichtige Ziele und Vorhaben besser mental verankert werden.

3.2. Gefühle ansprechen

Bilder sprechen Gefühle des Betrachters unmittelbar an und sind Ausdruck von Emotionen. Gefühle des Klienten werden also im Prozess des Malens aktiviert und fließen gleichsam in die bildhafte Darstellung mit ein.

Auch in der Arbeit mit Bildkarten werden die Gefühle (oft unbewusst) aktiviert. In Aufgaben, bei denen ein Bild aus einer Reihe von unterschiedlichen Bildkarten ausgesucht werden soll, wird stets das Bild ausgewählt, welches die Gefühle des Auswählenden anspricht. Dies können negative, als auch positive Gefühle sein. Die Arbeit mit Bildkarten ist daher ein guter Einstieg, mit Klienten zu arbeiten, die sich gar nicht oder nur schwer auf den Prozess des Malens einlassen möchten.

3.3. Der Blick von außen

Das Erkennen des eigenen „Problems“ ist eines der wichtigsten Schritte im Coaching. Erst wenn sich der Klient der problematischen Situation bewusst ist und erkennt, welche Faktoren diese beeinflussen, ist er in der Lage, eine Lösung zu finden die zur Veränderung führt. Doch gerade diese Erkenntnis benötigt den Blick von außen. Klienten, die zu sehr im

⁵ Bolli, 2017.

⁶ Vgl. ebd.

Gefühl verharren, schaffen es nicht oder nur schwer, sich objektiv auf die Lösungssuche zu begeben. Je nach Intensität dieses Gefühls, verharrt er in der „Opferrolle“ und verhindert so die (Ein-)Sicht auf mögliche Lösungen. Sobald der Klient sein eigenes Bild, das alle Gefühle und Sichtweisen der Situation in sich trägt, mit Abstand betrachten kann, schafft er eine Distanz, um objektiv seine Situation analysieren zu können und Möglichkeiten zur Veränderung dieser zu finden.

Blockaden, die einem Veränderungsprozess bisher im Weg standen, lassen sich im selbst gemalten Bild schneller erkennen und effizienter bearbeiten. Auch in Konfliktsituationen, die scheinbar unlösbar scheinen, können mithilfe von Bildern neue Lösungsmöglichkeiten erarbeitet werden.⁷

Dieser Betrachtung des gemalten Bildes sollte unbedingt genug Zeit eingeräumt werden, denn „eigenhändig gemalte Bilder zeigen auf, welche Konzepte, verinnerlichten Strategien und Glaubenssätze [einen] Einfluss auf Verhalten und Kommunikation der Zeichner haben.“⁸

So können Themen hinter dem Thema sichtbar werden, die im Anschluss bearbeitet werden können.

Die Arbeit mit Klientenbildern führt darüber hinaus nicht nur zu Selbstreflexionsprozessen, sondern kann auch Selbstpraktiken wie die Affektregulierung fördern und Handlungsspielräume öffnen und erweitern.⁹

3.4. Schwierigkeiten dieser Methode

Bilder bieten einen hohen Interpretationsspielraum. Der Coach muss sich dessen bewusst sein und sich daher in seiner eigenen Deutung des vom Klienten gemalten Bildes zurückhalten. Denn auch beim Coach werden Emotionen beim Anblick eines Bildes angesprochen. Im Coachingprozess stehen die Anliegen und Deutungen des Klienten im Fokus. Der Coach sollte mit den entsprechenden Fragetechniken seine Hypothesen überprüfen und dem Klienten die Option eröffnen, diese als mögliches Thema zu erkennen. Er muss aber auch (so wie in jedem anderen Coachingprozess), für die Interpretationen und Erkenntnisse des Malers offen sein.

⁷ Vgl. Schmeer, 2008.

⁸ Mertens, 2019.

⁹ Vgl. Mertens, 2017.

Emotionen des Coaches können bei der Arbeit mit dem Klientenbild stark angesprochen werden und dabei eigene persönliche Anliegen präsent werden. Deshalb ist wichtig, dass er seine Rolle als Coach wahrt und sich objektiv mit dem Bild des Klienten auseinandersetzt.

4. Bildkarten

Im Mittelpunkt des Coachingprozesses steht die Beziehung zwischen Coach und Klient. Um Ziele formulieren zu können, und an Lösungen arbeiten zu können, muss Letzterer sich dem Coach öffnen können. Der Coach ist immer zunächst eine fremde Person und nicht jedem Menschen fällt es leicht, über seine Sorgen, Ängste und Probleme zu sprechen.

Die Überwindung, ein zunächst unausgesprochenes Thema zu benennen und zu bearbeiten, kann zusätzlich eine Hürde sein, die den Coachingprozess negativ beeinflusst.

Die Arbeit mit Bildkarten bietet dem Coach die Möglichkeit, sich zusammen mit dem Klienten Schritt für Schritt dem Thema zu nähern, ohne dass es zunächst in Worte gefasst werden muss.

4.1. Grundbedürfnisse und Ressourcen

Um die Bedürfnisse des Klienten herauszuarbeiten, bietet sich die Herangehensweise, mit Bildkarten zu arbeiten, an. Sandra Diller und Eva Jonas haben hierzu das Bildkartenset „Psychologische Grundbedürfnisse erkennen“ herausgegeben. Die Karten unterscheiden die drei grundlegenden psychischen Grundbedürfnisse nämlich „das Bedürfnis nach Autonomie“, „das Bedürfnis nach Kompetenz“ und „das Bedürfnis nach sozialer Eingebundenheit“.

Diese drei Grundbedürfnisse beeinflussen das menschliche Handeln und regulieren die Zufriedenheit und das Wohlbefinden.

Da häufig nicht benannt werden kann, welche Bedürfnisse nicht erfüllt sind, der Klient lediglich äußert, dass etwas fehlt, ist die Zielfindung im Coaching zuweilen eine sehr schwierige Aufgabe. Bildkarten können dabei helfen, das entsprechende oft unbewusste Bedürfnis zu erkennen und einen Veränderungsprozess anzuregen.¹⁰ Hinter jeder bestimmten Handlung liegt immer ein bestimmtes Bedürfnis. Sobald dieses Bedürfnis

¹⁰ Vgl. Diller, Jonas, 2023, 3.

herausgearbeitet wurde, kann ein Verständnis für das zuvor gezeigte Handeln aufgebracht und an einer Veränderung gearbeitet werden.¹¹

Die Arbeit mit den Ressourcen des Klienten ist ein sehr wichtiger Aspekt im Coaching: Die Fähigkeiten und Stärken des Klienten sind dabei wichtige Bestandteile bei der Zielerreichung. Leider ist nicht jeder Klient sich seiner eigenen Ressourcen bewusst. Bildkarten können hierbei unterstützend wirken.

4.2. Schwierigkeiten dieser Methode

Bildkarten sollen Coach und Klienten unterstützen, Bedürfnisse zu erkennen, Ziele zu formulieren, Ressourcen zu finden und die Kommunikation über das Anliegen zu erleichtern. Jedoch werden hierfür auch entsprechende Bildkarten benötigt, die genau diese Kriterien erfüllen. Bei der Zusammenstellung der Bildkarten ist daher darauf zu achten, dass die Bilder alle oben genannten Bereiche abdecken und der Klient mithilfe der Karten Problemlösestrategien entwickeln kann und nicht auf der Problemebene verharret.

5. Studien zur Wirksamkeit von Bildern

Farida Tlili, eine Lerncoach Ausbilderin fasst in ihrem Artikel „ die Wirkung von Bildkarten in Coaching und Therapie“ drei Studien zur Wirksamkeit von Bildern zusammen.

In einer Studie ging es um die Wirkung von Visualisierungen in der kognitiven Verhaltenstherapie. Laut dieser Studie waren die Schritte zur Bewältigung von Angstzuständen und Depressionen mit der Arbeit von visuellen Hilfen deutlich besser umzusetzen, als bei den Klienten, die nur verbale Methoden nutzen konnten. „Die visuelle Darstellung von Zielen und Fortschritten half den Klienten, sich mehr engagiert und motiviert zu fühlen.“¹²

Eine andere Studie von Brown und Murray fand heraus, dass Bildkarten zur Verbesserung der Selbstreflexion und des emotionalen Bewusstseins beim Klienten führt. „Die Klienten berichten von tieferen Einsichten und einer besseren Fähigkeit, ihre Gefühle zu artikulieren und zu verarbeiten.“¹³

¹¹ Vgl. Diller, Jonas, 2023, 5.

¹² Tlili, o.J.

¹³ Ebd..

Auch der Umgang mit visuellen Metaphern wurde in einer Studie untersucht. Dieser führte dazu, dass Klienten ihre Ziele klarer erkennen und artikulieren konnten, und die Kommunikationsbarrieren zwischen Coach und Klient verringert werden konnte.¹⁴

6. Fazit

Klienten, die den Wunsch nach Veränderung spüren und ein Coaching aufsuchen, wissen nicht unbedingt, was genau sie ändern wollen. Sie verspüren vielleicht nur eine allgemeine anhaltende Unzufriedenheit und haben noch Schwierigkeiten diese zu benennen. Mithilfe eines Bildes, auf dem Ressourcen oder Emotionen dargestellt sind, kann der Klient Klarheit gewinnen. Er sieht Parallelen zu sich und seiner Situation.

Bilder im Coaching können in mehrerlei Hinsicht den Coachingprozess positiv beeinflussen: Da Bilder Emotionen auslösen und wir uns in der Sprache oft bildlich ausdrücken, sind Bildkarten und das selbstgemalte Bild Hilfen, das eigene Anliegen und Ziele des Coachings zu finden und zu formulieren. Im selbstgemalten Bild können viele unbewusste Elemente entdeckt werden, die auf der sprachlichen Ebene selbst nicht hervorgetreten wären. Im Gegensatz zur verbalen Beschreibung einer Situation, bleibt das Bild präsent. Der Klient kann sich dadurch dem Gefühl, das im Erzählprozess ausgelöst wird, entziehen und den Blickwinkel ändern.

Bildkarten bieten sich besonders bei Klienten an, die Schwierigkeiten haben, über ihre Emotionen zu sprechen oder sich generell schwer tun, die „richtigen“ Worte zu finden. Sie erleichtern darüber hinaus die Themen- und Zielfindung. Der Einsatz von Bildkarten bietet sich gut an, um Klienten dabei zu unterstützen, sich über ihr Anliegen und den Veränderungswunsch bewusst zu werden und den Ist-Zustand zu definieren.

¹⁴ Vgl. Tlili, o.J.

7. Literaturverzeichnis

Bolli, Joy, Die Resonanz von Bildern im Coaching, 2017, in: <https://blog.zhaw.ch/iap/2017/05/14/die-resonanz-von-bildern-im-coaching>, 26.06.2024.

Diller, Sandra, Jonas, Eva, 36 Bildkarten. Psychologische Grundbedürfnisse erkennen. Für Coaching, Training, Supervision, Mentorin und Consulting, Weinheim, Beltz Verlag, 2023.

Farida Tlili, Die Wirkung von Bildkarten in Coaching und Therapie, o.J., in: <https://lerncoach-profibox.de/die-wirkung-von-bildkarten-in-coaching-und-therapie>, 03.08.2024.

Mertens, Sabine, Bildnerische Methoden (1). Wie Zeichnen im Coaching neue Perspektiven eröffnet, 2019, in: <https://www.trainertreffen.de/index.php/journal-mainmenu/115-methoden/24226-bildnerische-methoden-wie-zeichnen-im-coaching-neue-perspektiven-eroeffnet>, 01.08.2024.

Mertens, Sabine, Malen und Zeichnen im Coaching. Wie man Bilder für Coachingprozesse nutzt und wann es sich besonders lohnt, diese von den Klienten selbst malen zu lassen, 2017 in: https://www.beltz.de/presse/themendienst/aktuelle_meldungen.html?tx_news_pi1%5Bnews%5D=13467&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&cHash=62b16c12618c37f7d35b4e4f26eca786, 01.08.2024 .

Schmeer, Gisela, Bildnerische Methoden im Coaching. Warum Malen mehr bringt, 2008, in: https://www.managerseminare.de/ms_Artikel/Bildnerische-Methoden-im-Coaching-Warum-Malen-mehr-bringt,164338, 26.06.24.