

INKONSTELLATION GmbH



INKONSTELLATION

Abschlussarbeit:

**Fragetechniken
Das wichtigste Werkzeug des Coaches**

Vorgelegt von: Sandra Schulte

Ausbildung: systemisches Coachen Frankfurt am Main

abgegeben am: 17. September 2024

Inhalt

Einleitung.....	1
Warum Fragen bewegen, und welche Fragetechniken gibt es?.....	1
1.1. Was ist ein Problem und wann entsteht ein Problem?.....	1
1.2. Die Aufgabe eines systemischen Coaches	1
1.3. Aktives Zuhören	2
1.4. Coaching Anlässe	2
2.0. Das wichtigste Instrument des Coaches: Fragetechniken	3
2.1. Einstiegsfragen	3
2.2. Zirkuläre Fragen	4
2.3. Skalierungsfragen	4
2.4. Gefühlsebene	4
2.5. Weg vom Problem hin zum Ziel	5
2.6. Das Ziel	5
3.0. Der Auftrag	6
3.1. Lösungsfokussierte Fragen.....	6
3.2. Wunderfrage.....	7
3.4. Hypothetische Fragen	7
3.5. Paradoxe Fragen	8
3.6. Metaphorische Fragen.....	8
3.7. Lösungs- und Ressourcenfragen	8
3.8. Verhaltens- statt Situationsfragen	8
4.0. Konkrete Schritte vereinbaren	9
4.1. Abschluss des Gespräches	9
Fazit	10

Einleitung

Im Coaching spielen verschiedene Fragetechniken eine zentrale Rolle, um den Coachee dabei zu unterstützen, Klarheit über seine Gedanken und Ziele zu gewinnen. Durch gezielte Fragestellungen kann der Coach den Coachee anleiten, über bestimmte Themen nachzudenken, neue Perspektiven zu entwickeln und letztendlich eigenständig Lösungen zu finden.

Welche Arten von Fragen sind im Coaching am effektivsten, um den Coachee zur Selbstreflexion und Zielerreichung zu führen?

Diese Forschungsfrage bildet den Ausgangspunkt für die vorliegende Arbeit und dient dazu, die verschiedenen Fragearten im Coaching zu untersuchen und deren jeweilige Wirkung auf den Coaching-Prozess zu analysieren. Ziel ist es, einen umfassenden Überblick über die unterschiedlichen Fragetechniken zu geben und herauszufinden, welche Arten von Fragen in welchen Situationen besonders hilfreich sind, um den Coachee zu unterstützen und zu inspirieren.

Warum Fragen bewegen, und welche Fragetechniken gibt es?

Mir wurden während meiner Ausbildung als systemischer Coach diverse Bücher empfohlen. Zunächst las ich den „Leitfaden zu persönlicher Veränderung“ von Richard Bandler, was ich zwar sehr spannend fand, aber zu Beginn meiner Ausbildung mit den Techniken wenig vertraut war. Nach diesem Buch begann ich mit dem Buch - die Einführung in das systemische Coaching - von Sonja Radatz. Dies war sehr kompakt und für mich zu wenig detailliert. Richtig warm geworden bin ich dann mit dem Buch -Beraten ohne Ratschlag- . Hier hat mich Sonja Radatz Überschrift enorm angesprochen. In dieser Arbeit habe ich mich sehr an das Buch gelehnt. Viele Passagen jedoch in meiner Sprache abgeändert. Wenn ich direkt zitiere, habe ich das vermerkt. Immer wieder wurde von unseren Trainern bemerkt, dass das wichtigste Tool die Fragetechniken sind. Aus diesem Grunde gehe ich in meiner Arbeit nochmal vertieft auf die Fragetechniken im Einzelcoaching ein.

1.1. Was ist ein Problem und wann entsteht ein Problem?

Solange unsere Denk- und Handlungsabläufe auf tägliche Herausforderungen Antwort finden, entsteht kein Problem. Probleme entstehen immer erst dann, wenn die eigenen Denk- und Handlungsmuster aus welchem Grund auch immer zu einer unbefriedigenden Antwort oder einem unpassenden Verhalten für diesen Menschen führen oder Handlungsmuster als störend empfunden werden.

1.2. Die Aufgabe eines systemischen Coaches

Die Aufgabe eines systemischen Coaches ist, dem Kunden durch u.a. kreative Fragetechniken seinen eigenen Blickwinkel zu erweitern und dadurch eigene Lösungswege zu finden. Der Coach muss neutral ohne Wertung respektvoll dem Klienten gegenüberstehen. Jegliche Meinungen und Ratschläge sollten vermieden werden. Durch gezielte Fragen ändert sich das Denken des Kunden und ermöglicht ihm dadurch andere Gesichtspunkte wahrzunehmen. Der Klient erhält die Möglichkeit sein Problem aus unterschiedlichen individuellen Blickwinkeln heraus zu betrachten. Im Coaching geht es in den meisten Fällen darum, mit dem Kunden neue

Beschreibungen, Erklärungen oder Bewertungen von Situationen und oder Verhaltensweisen zu erarbeiten.¹

Allein, wenn man beginnt über sein Problem von einer anderen Perspektive zu denken, verändert sich das Problem und dadurch auch oft die Kommunikation.

Aber wie gelingt es dem Coach eine Bindung zu dem Klienten aufzubauen, um genau das Vertrauen und die Anerkennung zu gewinnen? Das ist ein wichtiger Punkt, denn ohne Vertrauen und ohne Bindung führt das Gespräch nicht zum richtigen Ergebnis. Der Klient öffnet sich nicht und fühlt sich dadurch nicht geschätzt.

Der Coach sollte von Beginn an dem Kunden und dessen Situation Wertschätzung entgegenbringen.

Wichtige Handlungsempfehlung:

- Aktives Zuhören gewährleisten
- Eigene Meinung und Ratschläge vermeiden
- Augenkontakt halten, Sitzhaltung adaptieren
- Die Themen des Kunden in seiner Sprache wiederholen. Besonders sollte der Coach darauf achten, die gleiche Wortwahl anzuwenden.

1.3. Aktives Zuhören

Aktives Zuhören ist erlern- und trainierbar und bedeutet, dass sie nicht nur zuhören, sondern auch wiederholen können. Was Sie vom Kunden gehört haben, und zwar unter der Verwendung der Wörter und Ausdrucksweise, des Tempos und des Sprechrhythmus des Kunden. So fühlt sich der Kunde geschätzt und verstanden².

1.4. Coaching Anlässe

Coaching im Unternehmen:

In der heutigen Arbeitswelt gewinnt Coaching im Unternehmenskontext zunehmend an Bedeutung. Es geht darum, die Sinne der Mitarbeitenden für ihre eigene Produktivität zu schärfen und diese effektiv zu nutzen. Ein zentrales Ziel des Coachings ist es, die individuellen Stärken zu fördern und die Mitarbeitenden dabei zu unterstützen, ihr volles Potenzial zu entfalten. Dabei wird nicht nur auf fachliche Kompetenzen, sondern auch auf die persönliche Entwicklung geachtet. Durch gezielte Fragen und Reflexionen können Mitarbeitende angeleitet werden, neue Perspektiven zu gewinnen und kreative Lösungsansätze zu entwickeln, die nicht nur ihre eigene Leistung, sondern auch die Effizienz des gesamten Teams steigern.

Work Life Balance:

Ein weiterer wesentlicher Bereich des Coachings ist die Work-Life-Balance. Hier stehen häufig innere und externe Konflikte im Fokus, die das Gleichgewicht zwischen beruflichem und privatem Leben stören können. Viele Menschen kämpfen mit einem geringen Selbstwertgefühl oder fühlen sich von den Anforderungen des Alltags überfordert.

Coaching kann in solchen Fällen helfen, Klarheit zu gewinnen, Prioritäten zu setzen und Strategien zu entwickeln, um Stress zu bewältigen und ein erfülltes Leben zu führen. Ziel

¹ Vgl. Beratung ohne Ratschlag, S. 48

² Vgl. Beratung ohne Ratschlag, S. 110

ist es, eine harmonische Balance zu finden, in der berufliche Erfüllung und persönliches Wohlbefinden im Einklang stehen.

2.0. Das wichtigste Instrument des Coaches: Fragetechniken

Durch Fragen setzt man alternative Denk- und Lösungsprozesse in den Gang und verschiebt dadurch die Denkrichtung. Einen guten Coach macht es u.a. aus, genau zuzuhören und die richtigen Fragen an der passenden Stelle zu stellen, um somit das Ziel für den Kunden zu erfassen.

Hier gilt es, den Kunden nicht zu lange in der problembehafteten Vergangenheit verweilen zu lassen. Meistens tut das Gespräch über die problembehaftete Vergangenheit dem Betroffenen weh. Bei Gesprächen über die erwünschte Zukunft, über das Ziel und die Lösungen fühlen sich die meisten Menschen im Gegensatz dazu recht wohl.

Der Fokus sollte auf offene Fragen gesetzt werden. Offene Fragen sind Fragen, die nicht mit nein und ja zu beantworten sind.

2.1. Einstiegsfragen

- Wie geht es dir?
- Warum geht es dir gut?
- Wann geht es dir gut?

Situationsschilderung

- Was führt sie denn zu mir?
- Was wollen wir heute besprechen?
- Was sind die ersten Anzeichen des Problems?
- Ist das Thema, welches dich beschäftigt ein dauerhaftes Problem?
- Wer ist an der Situation beteiligt?
- Was löst das Problem aus?
- Wie lange existiert das Problem schon?

Sollte der Kunde zunächst sein Problem nicht erkennen, eignet sich hier die Timeline. Oder die Frage: Was müsste hier passieren, damit es sich für dich auszahlt, hier gewesen zu sein?

Oftmals gelangt der Kunde dann in die Problembeschreibung.

In der ersten Phase ist es wichtig, dass der Kunde die Möglichkeit erhält, ausführlich über seine Situation zu sprechen, sein Herz auszuschütten, um so auch zu erkennen, wo eigentlich sein Problem liegt. Die Aufgabe des Coaches liegt hier beim aktiven Zuhören bzw. Muster erkennen. Ab der Problemschilderung sollte schrittweise ein besseres Verständnis für die Situation des Kunden erzeugt werden.

2.2. Zirkuläre Fragen

Ziel ist es, eine perspektivische Erweiterung zu gelangen. Wer befindet sich in deinem System? Familienumfeld? Berufliches System? Raus aus dem eigenen Denken kommen, um andere Denkweisen anzuregen. Man denkt aus einem anderen Blickwinkel.

- Woran würdest du merken, dass das Problem gelöst ist?
- Wer würde sich dann anders verhalten?
- Was sind erste Anzeichen des Problems?
- Was tust du meistens, wenn du merkst, dass das Problem wieder im Kommen ist?
- Was würde dir dein Vorbild raten?
- Was würde dir deine Mutter raten?
- Was würde dir dein Eigenes ich raten?
- Was würde dir Supermann raten?

Die Frage – „Was noch?“ - passt immer und gibt Raum für viele Alternativen. Oft liegen in den Alternativantworten die Perlen.

Diese Fragemethode eignet sich, damit aus dem Präsentierproblem das eigentliche Problem herausgearbeitet wird. Meist liegt das eigentliche Problem hinter dem Erzählproblem.

2.3. Skalierungsfragen

Die Effektivität des Gespräches wird häufig durch eine Skalierungsfrage überprüft.

Skalierungsfragen werden benutzt, um den aktuellen Status abzufragen. Es gibt Themen, die schwer messbar sind. So kann durch Skalierungsfragen die Situation besser eingeschätzt werden.

Durch die Skala kann man besser kleine Schritte definieren. So wird der Aufwand überschaubar, z.B. „Mir geht es schlecht!“

→ Was heißt das? Man hat ein klareres Bild von dem Thema. Auf einer Skala von 0-10.

→ Wie geht es dir gerade mit ihrem Thema? Wie stark belastet dich das?

Gerne wird diese Fragetechnik zu Beginn und am Ende des Gespräches benutzt, um die Wirksamkeit des Coachings einzuschätzen.

Hier noch mal ein Fragebeispiel:

- Was müsste denn passieren, dass sie von einer vier auf eine sechs kommen? Und was unterscheidet denn diese beiden Punkte? Was können sie tun, um diesen ersten Schritt zu machen? Das bringt auch bei dem Klienten eine Klarheit.

2.4. Gefühlsebene

- Wo spürst du das Gefühl/ dein Problem im Körper?
- Was ist es für ein Gefühl?
- Wenn das Gefühl eine positive Absicht hätte, welche wäre das?

Gefühle und Emotionen bestimmen unser Leben, ob wir wollen oder nicht. Wir investieren viel Zeit und Geld, um bestimmte Gefühle zu vermeiden und andere möglichst oft zu erfahren. Wut, Angst, Freude, Trauer oder Scham – jedes Gefühl erfüllt eine wichtige Funktion in unserem Leben. Jedes Gefühl ist eine Kraft, die gezielt eingesetzt werden möchte, wenn sie gebraucht wird. Der richtige Umgang mit diesen Gefühlen ist ein wichtiger Schlüssel zu unserer emotionalen Intelligenz und den viel gelobten Soft Skills die sowohl beruflich als auch privat ausschlaggebend sind für erfolgreiche Beziehungen. Die meisten Menschen sind sich der Tatsache, dass sie ihre Gefühle selbst erschaffen, nicht im Geringsten bewusst. Gefühle spiegeln Gedanken, da sie von ihnen und durch sie ausgelöst werden. Wenn wir diesen Zusammenhang erkannt haben, können wir unsere Gefühle gezielt nutzen, statt gegen sie anzukämpfen³.

Oftmals ist nicht der Ansatzpunkt die erlebte Situation, sondern die Emotionen, die dahinterstecken.

Deshalb arbeitet der Coach auch gerne mit den Gefühlen. Hier besteht die Aufgabe darin, die Gefühle positiv umzulenken, um diese zu verankern.

2.5. Weg vom Problem hin zum Ziel

Dem Klienten sollte durch das Coaching bewusst werden, dass sein Verhalten (seine schlechte Seite) auch eine gute Seite hat. Durch einen anderen Blickwinkel kann er sein Verhalten ändern, um so eine andere Reaktion auszulösen. Man muss nicht seine Angelegenheit loswerden, man sollte zunächst einen anderen Blick auf das Problem bekommen.

Eine wichtige Frage an den Kunden wäre somit:

- Was führte bisher dazu, dass der Kunde sich so verhalten hat, wie er sich verhalten hat?
- Wenn es irgendwas gibt, was sie am Problem auch schätzen, was ist es?

Diese Fragestellungen dienen dazu, sein positives Ziel zu erarbeiten.

2.6. Das Ziel

Das Ziel ist es, sich auf die Veränderung zu konzentrieren.

→ Wo möchtest du hin? Wie ist es dir in der Vergangenheit gelungen, den Konflikt die Auseinandersetzung zu lösen?

Hier sollte der Coach auch auf alle Signale achten: Atmung, Körperhaltung, Stimmlage... Diese können viele Anhaltspunkte verraten (somatische Marker).

Zielorientierte Fragen

Was müsste wer wann in Zukunft anders tun, damit für Sie ein optimaleres Ergebnis herauskommt?

- Was musst du tun oder unterlassen, dass das Problem nicht mehr auftritt?
- Welche Ziele wollen Sie mit Ihrem geänderten Verhalten erreichen?
- Was soll in Zukunft anders sein?

³ Zit. Vivian Dittmar, Buch Gefühle & Emotionen

- An welchem Verhalten würde jemand anderes merken, dass Sie Ihr Ziel erreicht haben?
- Wenn du dieses Coaching mit einer Taxifahrt vergleichst – ich wäre der Taxifahrer, du wärst der Fahrgast, der bestimmt, wo es hingehet und welchen Weg wir wählen, was würdest du denn mir als Taxifahrer sagen, wo es hingehen soll?

Es ist sinnvoll ein Erstbestes und ein zweitbestes Ziel zu definieren. Sozusagen sollte das Ziel geschärft werden, damit es in einer Sitzung erreicht werden kann. Einen Berg kann man auch nur schrittweise erklimmen, d.h. der Coach sollte das Ziel nur akzeptieren, wenn die Werkzeuge und die Maßnahmen zur Erreichung innerhalb der Coachingsitzung erreicht werden können.

Hier wären folgende Fragen hilfreich:

- Wie kann das Ziel geschärft werden?
- In welchen Teilzielen könnten wir denn dieses doch sehr umfassende Ziel unterteilen?

Falls ein Kunde immer wieder die Formulierung aufnimmt, „Ich will nicht, ich will weg!“ dann kann die Frage hilfreich sein: **Was wollen sie stattdessen?**

Wenn ein Ziel gefunden wurde, sollte dies notiert werden! Das hilft nicht nur dem Coach, sondern auch dem Klienten, immer wieder einen Blick auf das Ziel zu werfen!

3.0. Der Auftrag

Kein Coaching ohne Auftrag!

Der Auftrag legt fest, was in der Coachingstunde erarbeitet werden soll und was der Klient vom Coach erwartet. Wenn alle beiden Seiten eine klare Vorstellung über den Auftrag haben, kann das Coaching weitergehen.

Hier ist die Frage sinnvoll:

- Was erwarten Sie von mir?
- Was können wir beide heute hier und jetzt tun, damit Sie ihr Ziel erreichen?

Nachdem das Ziel und die Auftragsklärung erfolgt ist, kann durch weitere Fragetechniken das Ziel erarbeitet werden.

3.1. Lösungsfokussierte Fragen

- Woran würden Sie erkennen, dass sie eine passende Lösung gefunden haben?
- Welche Anweisungen stehen in der Gebrauchsanleitung für Ihre Lösung?
- Was könntest du tun, damit die Situation noch schlimmer wird?

Es ist zu einfach, den Kunden zu fragen, was die Lösung des Problems wäre. Der Kunde hat sich bereits mehrfach darüber Gedanken gemacht, sein Problem bzw. seine Situation selbst zu lösen und hat aus seiner Sicht alle Möglichkeiten bereits durchdacht.

Es ist sinnvoll hier nach maßgeschneiderten Lösungskriterien zu fragen.

3.2. Wunderfrage

Die Wunderfrage kann immer dann eingesetzt werden, wenn Menschen über Probleme sprechen und sich dadurch in einer Art Problemtrance bewegen, in welcher jegliche Lösungsidee und– energie fehlt. Diese Methode ist gut geeignet, die gewünschten Zustände und die notwendigen Handlungsschritte zu visualisieren und festzuhalten. Sie erlaubt dem Klienten, sich vorzustellen, was er erreichen möchte, wie er leben will und wie das aussehen soll! Entscheidende Bedeutung hat, wie die Wunderfrage formuliert wird. Sie sollte nicht direkt auf ein Thema bezogen gestellt sein, sondern dem Coachee den Raum lassen, ein ganzes Spektrum von Antworten auf die Frage zu finden.

Charakteristika eines Wunders sind:

- Es tritt plötzlich ein - es kommt überraschend.
- Es ist alles möglich. Der Weg dorthin ist unwichtig.
- Es passiert einfach so.

Deshalb fragen wir nie nach, wie es passiert ist, sondern interessieren uns nur für das Wunder selbst und wie es sich im Alltag zeigt. Achte auf die Erzeugung positiver und die Vermeidung negativer Unterschiede: Wenn du nicht mehr (negierende Beschreibung) tust, was tust du stattdessen? Wenn (negierende Beschreibung) nicht mehr geschieht, was wird stattdessen geschehen? Hier sinnesspezifisch über das VAKOG-System nachfragen und damit dem Coachee helfen, so richtig in dieses „tu-mal-so-als-ob ein Wunder passiert ist“ einzusteigen. So viele Details erfragen wie möglich, um das Wunder erlebbar zu machen.

Erzeuge konkretes und spezifisches Verhalten:

Was wirst du anders machen am Tag nach dem Wunder woran andere sehen können, dass das Wunder geschehen ist?

Angenommen, am Tag nach dem Wunder wird ein Film über dich gedreht, was werden wir dort sehen, das uns zeigt, dass das Wunder geschehen sein muss?⁴

3.4. Hypothetische Fragen

Hypothetische Fragen zielen auf die Zukunft ab und beginnen mit

- Was wäre, wenn....
- Wie würden Sie leben, wenn Geld keine Rolle spielen würde?
- Was würden Sie tun, wenn die Fee ihnen drei Wünsche schenkt?
- Was wäre, wenn die eine Oma sind, ihre Enkel turnen um sie herum. Sie schauen auf ihr Leben zurück und erzählen ihre Geschichte, bei welchen wichtigen Weggabelungen sie welche Entscheidungen getroffen haben und warum?
- Was würden sie denn tun, wenn sie es tun könnten?

Hier wird der Klient aus seinem festgefahrenen Denkmuster gebracht, damit der Blickwinkel geöffnet wird.

⁴Vgl. Wunderfrage_LR.pdf (froschkoenige.ch)

3.5. Paradoxe Fragen

Hier ist das Ziel die Problematik des Verhaltens zu verstärken. Wir verstärken das Problem, um den Denkprozess zu verändern. Z.B. angenommen, sie denken sie werden entlassen. Was müssten sie unbedingt tun, damit sie es auch werden. Diese Fragen werden oft zu Stärkung des Selbstbewusstseins angewandt. Hier kann der Kunde erkennen, was er eigentlich schon richtig gut macht.

- Was müssen Sie tun, damit Ihr Chef Ihnen ganz sicher keine Aufstiegsmöglichkeiten gewährt?
- Was müssen Sie tun, damit das Problem schlimmer wird?
- Wie haben Sie es geschafft, diese Situation so tapfer bis jetzt zu ertragen?

3.6. Metaphorische Fragen

Metapherfragen sind Fragen, die metaphorische Sprachbilder oder Vergleiche verwenden, um eine bestimmte Situation oder ein bestimmtes Konzept zu veranschaulichen oder zu erklären. Diese Fragen regen oft zum Nachdenken an und können helfen, neue Perspektiven oder Einsichten zu gewinnen z.B. ich habe Hunger wie ein Bär.

Hier kann der Coach wunderbar mit den Bildern arbeiten. Werden diese Bilder mit den fünf Sinnen verknüpft, werden diese positiv verstärkt.

- Was sehen sie an diesem Bild, was Ihnen gefällt?
- Wie sieht ihr Zielbild aus?
- Woran würden Sie zuerst erkennen, dass sich Ihr Bild verändert?

3.7. Lösungs- und Ressourcenfragen

Wir fragen so, dass dem Klienten Ressourcen einfallen, um der Lösung näher zu kommen. Wenn dem Klienten schon einmal etwas gelungen ist, sollte ihm durch die Ressourcenfragen dies widergespiegelt werden, damit er das damalige Verhalten noch mal anwenden kann.

- Was haben sie schon getan, um das Problem zu lösen?
- Gab es eine Situation, wo dir das gelungen ist, eine ... – und wie ist dir das gelungen?
- Was hast du anders gemacht?
- Wie kann man die Ressource wiederbeleben, um diese gut einzusetzen?

3.8. Verhaltens- statt Situationsfragen

Coaching zielt nicht darauf, Situationen zu ändern, sondern Verhalten zu verändern, um andere Reaktionen zu erhalten. Verhaltensfragen erhellen Wechselwirkungen zwischen einzelnen Personen eines Systemumfeldes.

Situationsfragen

- Wie schätzen Sie diesen Menschen ein?
- Wie ist dieser Mensch?
- Wie können Sie diesen Menschen ändern?

Verhaltensfragen sind wiederum:

- Was tut jeder Einzelne dazu, um diese Situation herbeizuführen?
- Welche Verhaltensweisen an diesem Menschen tragen zum gemeinsamen Ziel mehr bei, welcher weniger?
- Wie verhält sich dieser Mensch derzeit?

Bei Verhaltensfragen entdeckt der Kunde seine eigenen Handlungspotentiale, die mit großer Wahrscheinlichkeit zu einer Veränderung des Verhaltens führt.

Typische Fragen nach dem Verhaltensmuster

Erfolgreiches Verhalten wird wiederholt und dadurch verstärkt. Erst wenn die Versuche nicht erfolgreich sind oder demjenigen keine Verhaltensalternative einfallen, wird ein Mensch Ratschläge aus seinem Umfeld einholen oder ein Coaching besuchen.

Ist ein eingefahrenes Verhaltensmuster festgestellt worden, kann der Coach mit folgenden Fragen das Verhalten bewusst machen und kleine Änderungen des Klienten durch bestimmte Fragen verändern:

- Was tun Sie genau und in welcher Reihenfolge, damit das Problem entsteht?
Was tun andere als Aktion bzw. Reaktion?
- Welche Schritte müssten Sie weglassen, damit das Problem gar nicht entsteht? Wenn wir Ihr Verhaltensmuster als Kochrezept betrachten würden: Welche Schritte müssten Sie der Reihe nach genau beachten, damit am Schluss das Problem herauskommt?
- Welche Schritte müssten Sie konkret beachten, damit keinesfalls das Problem herauskommt?

4.0. Konkrete Schritte vereinbaren

Zum Abschluss des Gespräches, sollten konkrete Schritte für den weiteren Ablauf definiert werden, damit der Kunde ins „Tun“ gerät.

- Was werden Sie wann genau tun?
- Was werden Sie jetzt als Erstes tun?
- Was sind Ihre ersten drei Schritte, die Sie nun setzen?

4.1. Abschluss des Gespräches

Mit einer Skalierungsfrage wird das Gespräch beurteilt und dann auch beendet. Hier hat der Coach die Möglichkeit zu erfahren, ob seine Technik gefruchtet hat.

- Was hat sich verändert, seit Sie hier sind?
- Was hat Ihnen an diesem Gespräch besonders weitergeholfen, was weniger?

Fazit

Abschließend lässt sich festhalten, dass die Wirksamkeit von Fragen im Coaching maßgeblich von der Art der gestellten Fragen abhängt. Die Forschungsfrage **"Welche Arten von Fragen sind im Coaching am effektivsten, um den Coachee zur Selbstreflexion und Zielerreichung zu führen?"** diene als Leitfaden für diese Untersuchung. Es wurde deutlich, dass insbesondere offene und explorative Fragen eine zentrale Rolle spielen, da sie den Coachee dazu anregen, tiefer über seine Gedanken und Gefühle nachzudenken. Diese Fragen fördern die Selbstreflexion und helfen dabei, verborgene Überzeugungen und Emotionen ans Licht zu bringen. Gleichzeitig sind lösungsorientierte Fragen essenziell, um den Fokus auf konkrete Ziele und Handlungsschritte zu lenken.

Durch die Kombination verschiedener Fragetechniken können Coaches die Selbstwahrnehmung des Coachees schärfen und ihn dabei unterstützen, neue Perspektiven zu entdecken und eigenständig Lösungen zu entwickeln. Die vorliegende Arbeit hat gezeigt, dass eine gezielte und situationsabhängige Auswahl der Fragearten entscheidend ist, um die Effektivität des Coaching-Prozesses zu maximieren und den Coachee erfolgreich bei der Erreichung seiner Ziele zu unterstützen.

Quellen: Podcasts Coachingbande
Skript In-konstellation
Buch Beratung ohne Ratschlag von Sonja Radatz 11. Auflage, Verlag Literatur-vsm,
2023
Vivian Dittmar, Buch Gefühle & Emotionen
Wunderfrage_LR.pdf (froschkoenige.ch) 20.08.2024