

ZIELLOS IM COACHING

DER UNTERSCHÄTZTE STOLPERSTEIN IM COACHING

Abschlussarbeit von
Annika Orth

*Wer den Hafen nicht kennt,
in den er segeln will,
für den ist kein Wind der richtige.*

Lucius Annaeus Seneca

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3
Zielfindung	4
Das Lebensrad	4
Die Navigationssystem-Methode:	4
Coaching Haus	5
Lebensziel vs. Sitzungsziel	6
Everest-Ziele	6
Das Restriktionsmodell	7
Zielformulierung	8
SMART	8
INKONST1	8
Zwiebelschalen- und Bedingungsklärungsarbeit bei der Zieldefinition	9
Kriterien Zielformulierung	11
Priorisierung von Zielen	12
Schlussbetrachtung	13
Quellenverzeichnis	14

Einleitung

„Ich will nicht länger...“ so beginnen viele Zielformulierungen. Ein Navigationssystem ließe sich damit nicht bedienen: Die bloße Information, dass jemand „nicht länger in Köln“ sein möchte, liefert noch keinen Hinweis darauf, wohin die Reise tatsächlich gehen soll. Oder wer in ein Reisebüro geht und sagt „Ich will aus Köln weg“, wird vermutlich die Antwort hören: „Es stehen 4.711 Ziele außerhalb von Köln zur Verfügung – welches möchten Sie?“

Dieses Muster begegnet uns häufig: Oft wissen Menschen sehr genau, was sie nicht mehr wollen – doch nur selten haben sie klare Vorstellungen davon, was sie stattdessen wirklich wollen. Der Fokus liegt häufig darauf, Probleme „wegzuhaben“, ohne uns Gedanken darüber zu machen, was sie stattdessen wollen.

Ähnlich verhalten sich Coachees im Coaching. Sie formulieren ihre Anliegen häufig in Sätzen wie: „Ich will nicht mehr...“ oder „Ich will weg von...“.

Den Übergang von einer Problemschilderung hin zu einer klaren Zieldefinition zu gestalten, ist im Coaching häufig eine anspruchsvolle Aufgabe, die viel Geduld und Konsequenz erfordert. Coachees neigen dazu, immer wieder in die Beschreibung ihres Problems zurückzufallen, während der Coach sie kontinuierlich in Richtung Zielfindung begleitet.

Dabei ist es entscheidend, sich der Rollenverteilung bewusst zu sein: Die Verantwortung für den Prozess liegt beim Coach, die Verantwortung für das Ergebnis beim Coachee. Das bedeutet der Coach darf Hilfestellungen geben, aber er darf nichts in die Feder des Coachee diktieren.

Der Prozess der Zielformulierung kann sich für beide Seiten intensiv anfühlen – fast wie ein wiederholtes „Bohren“ beim Zahnarzt. Gerade hier liegt eine der häufigsten Fehlerquellen: Viele, insbesondere frisch ausgebildete Coaches, empfinden diesen Schritt als unangenehm oder sind nicht beharrlich genug. In der Folge wird die präzise Zieldefinition zu schnell übersprungen.

Fehlt ein klares Ziel, verläuft der Coachingprozess im Kreis: Fortschritte bleiben aus und der Sinn der Arbeit geht verloren. Mark Twain brachte es treffend auf den Punkt: „*Nachdem wir das Ziel endgültig aus den Augen verloren hatten, verdoppelten wir die Anstrengungen.*“

Die Zielklärung ist der entscheidende Erfolgsfaktor im Coaching. Selbst eine methodisch gut gestaltete Intervention bleibt wirkungslos, wenn unklar bleibt, welchem Ziel sie dient.

Genau genommen bestehen zwei Herausforderungen: Zum einen gilt es, ein Ziel herauszuarbeiten, und zum anderen, dieses anschließend präzise zu formulieren. Orientiert man sich an den in dieser Arbeit vorgestellten Konzepten und setzt diese gezielt ein, lässt sich der Prozess von der Zielfindung bis hin zur optimalen Zielformulierung klar strukturiert und mühelos gestalten.

Zielfindung

Manche Coachees haben bereits Vorstellungen von ihren Zielen, weil sie sich schon längere Zeit mit einem Thema beschäftigen und wissen, wohin sie möchten. In vielen Fällen zeigt sich jedoch zunächst nur ein allgemeiner Veränderungswunsch.

Aus dem Wunsch nach Veränderung entsteht Schritt für Schritt ein konkretes Ziel. Der Prozess schafft Raum für Reflexion, hilft dabei, eigene Bedürfnisse zu erkennen und daraus konkrete Zielrichtungen zu entwickeln. Für diesen Prozess stehen verschiedene Methoden und Werkzeuge zur Verfügung. Im Folgenden werden sechs Ansätze näher erläutert:

Das Lebensrad

Beim Lebensrad werden zentrale Lebensbereiche wie Beruf, Familie, Gesundheit, Freundschaften, Finanzen oder persönliche Entwicklung betrachtet. Coachees schätzen ihren Ist-Zustand sowie ihren Soll-Zustand in jedem Bereich auf einer Skala von 1 bis 10 ein. Auf diese Weise wird sichtbar, welche Lebensbereiche ausbalanciert sind und wo Veränderungsbedarf besteht. Daraus lassen sich dann sukzessive konkrete Ziele ableiten.

Die Navigationssystem-Methode:

Die Metapher des Navigationsgeräts, die bereits in der Einleitung zur Veranschaulichung der Zielorientierung genutzt wurde, findet sich auch in einer gleichnamigen Coaching-Methode wieder. Ihre besondere Stärke liegt in der Bildhaftigkeit: Die anschauliche Symbolik erleichtert es Coachees, sich mit den eigenen Zielen auseinanderzusetzen. Noch wirkungsvoller wird der Prozess, wenn im Coaching tatsächlich ein Navigationsgerät oder ein symbolischer Kompass eingesetzt wird. Dadurch erhält die Arbeit nicht nur eine kognitive, sondern auch eine erlebbare, fast spielerische Dimension.

Ablauf der Methode:

1. Richtung bestimmen

Zu Beginn beschreibt der Coachee grob, in welche Richtung er gehen möchte. Das ist vergleichbar mit der Eingabe einer groben Himmelsrichtung. So entsteht zunächst Orientierung, auch wenn das konkrete Ziel noch nicht vollständig benannt ist.

2. Kriterien klären

Im nächsten Schritt geht es darum, herauszufinden, welche Kriterien für den Coachee wichtig sind, ähnlich wie bei der Wahl zwischen der „schnellsten“, „kürzesten“ oder „schönsten“ Route.

3. Ziele ausprobieren

Nun probiert der Coachee verschiedene Zielideen aus, indem er sie gedanklich „eingibt“. Mehrere Optionen nebeneinander zu betrachten, hilft, den Handlungsspielraum zu erweitern.

4. Risiken prüfen

Wie bei einem Navigationssystem, das Staus oder Baustellen meldet, wird jedes mögliche Ziel daraufhin überprüft, welche Hindernisse, Schwierigkeiten oder Nebenwirkungen auf dem Weg entstehen könnten.

5. Chancen benennen

Gleichzeitig wird geschaut, welche positiven Effekte oder Entwicklungen jedes Ziel mit sich bringt.

6. Attraktivität bewerten

Die Ziele werden anhand einer Skala bewertet, z. B. von 1 („kaum attraktiv“) bis 10 („sehr attraktiv“). Dadurch entsteht ein klareres Bild, welches Ziel für den Coachee am stärksten wirkt.

7. Entscheidung treffen

Nach dieser Reflexion entscheidet sich der Coachee für das Ziel, das für ihn die höchste Attraktivität aufweist.

8. Wege konkretisieren

Zum Schluss werden verschiedene Routen zum Ziel entwickelt. Dabei wird geschaut, welche Wege am besten zu den anfangs genannten Kriterien passen. So entsteht nicht nur ein Ziel, sondern auch ein Plan mit Alternativen.

Coaching Haus

Das Coaching-Haus dient als strukturierendes Werkzeug, um den Prozess der Zielfindung im Coaching systemisch zu begleiten. Es ermöglicht, bildlich gesprochen, alle „Räume“ des Coachee zu betreten – also verschiedene Ebenen seines Anliegens zu erkunden. Dabei hilft die Methode nicht nur, das vordergründige Thema zu erfassen, sondern auch das oft verborgene „Thema hinter dem Thema“ sichtbar zu machen.

Durch die klare Struktur des Coaching-Hauses lassen sich komplexe Anliegen ordnen und Schritt für Schritt bearbeiten. Gleichzeitig bleibt sie flexibel: Die metaphorischen Räume können je nach Bedarf betreten, gewechselt oder erneut besucht werden. Diese Offenheit ermöglicht eine individuelle Anpassung an die Bedürfnisse der Coachees.

Die Räume des Coaching-Hauses

- Raum 1: Anliegen/Thema**

Zu Beginn wird das Thema benannt, das die Coachees ins Coaching führt. Oft zeigt sich dabei, dass hinter dem ersten Impuls ein tieferliegendes Bedürfnis steckt.

- Raum 2: System/Organigramm**

In diesem Schritt wird das Umfeld betrachtet, in dem das Thema auftritt. Wer ist beteiligt? Welche Beziehungen und Strukturen beeinflussen die Situation?

- **Raum 3: Konkrete Situation**
Die Coachees beschreiben eine typische Szene, in der das Thema spürbar wird. Ziel ist es, ein möglichst klares Bild der Ausgangslage zu gewinnen.
- **Raum 4: Emotionale Ebene**
Gefühle, die mit dem Thema verbunden sind, werden bewusst gemacht. Dies fördert die Selbstreflexion und öffnet den Zugang zu tieferliegenden Motiven.
- **Dach: Zielklärung**
Auf Basis der vorherigen Reflexionen wird ein konkretes Ziel formuliert. Häufig unterscheidet sich dieses deutlich vom ursprünglich genannten Anliegen.

Lebensziel vs. Sitzungsziel

Eine erste wichtige Unterscheidung bei Zielen im Coaching geht auf Sonja Radatz zurück: die Differenzierung zwischen Lebenszielen und Sitzungszielen.

Im systemischen Coaching ist es wesentlich, zwischen langfristigen, übergeordneten Zielsetzungen und kurzfristigen, konkreten Anliegen zu unterscheiden.

Lebensziele begleiten Menschen oft über große Teile ihres Lebens oder sogar dauerhaft. Beispiele dafür sind etwa „mehr Selbstliebe entwickeln“ oder „ein selbstbewussteres Leben führen“. Solche Ziele sind komplex und können nicht in einer einzelnen Sitzung erreicht werden.

Sitzungsziele hingegen beziehen sich, wie der Name bereits verrät, auf konkrete Anliegen, die innerhalb einer Coaching-Sitzung bearbeitet werden können.

Beide Ziel-Ebenen stehen in engem Zusammenhang. Wenn ein Coachee beispielsweise äußert, er wolle „selbstbewusster werden“, wird dieses Anliegen nicht als „zu groß“ oder „nicht machbar“ abgelehnt. Stattdessen unterstützt der Coach dabei, ein Sitzungsziel zu formulieren, das auf das langfristige Lebensziel einzhält. Dies gelingt, indem die große Zielvorstellung auf eine konkrete, bevorstehende Situation heruntergebrochen.

Everest-Ziele

Das Konzept der Everest-Ziele, entwickelt von Kim Cameron und Emily Plews, beschreibt eine besondere Form der Zielarbeit, die über klassische Zieldefinitionen wie SMART-Ziele hinausgeht. Im Zentrum steht eine inspirierende Vision, die nicht nur als Endpunkt, sondern als Impuls für persönliche Entwicklung und Sinnstiftung dient.

Everest-Ziele zeichnen sich durch fünf zentrale Merkmale aus:

- **Positive Abweichung:** Sie gehen deutlich über das Gewohnte hinaus.
- **Eigenwert:** Sie sind intrinsisch sinnvoll und basieren auf persönlichen Werten.
- **Potenzialverwirklichung:** Sie fördern die Entwicklung individueller Stärken.

- **Beitrag über die eigene Person hinaus:** Sie stiften Nutzen für andere oder die Gesellschaft.
- **Energetisierende Wirkung:** Sie erzeugen innere Motivation und Engagement.

Im Coachingprozess wird zunächst die Vorstellungskraft erweitert, um das Ziel als Teil einer größeren Entwicklung zu denken. Anschließend erfolgt die Formulierung einer Vision, die mit den persönlichen Werten verknüpft wird. Durch die Ableitung konkreter Etappenziele entsteht ein erreichbarer Handlungsrahmen, der das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten stärkt und positive Erfahrungen ermöglicht. Diese Erfahrungen dienen wiederum als Ressource für weitere Entwicklungsprozesse.

Everest-Ziele sind somit ein kraftvolles Instrument im Coaching: Sie eröffnen neue Perspektiven, fördern die Potenzialentfaltung und ermöglichen es Coachees, über ihre bisherigen Grenzen hinauszuwachsen. Ziele werden nicht als starres Ergebnis verstanden, sondern als **Vision**, die den Weg begleitet und Veränderung ermöglicht.

Das Restriktionsmodell

Das von Gunter Schmidt entwickelte Restriktionsmodell stellt einen resilienzfördernden Ansatz im Coaching dar. Es richtet den Fokus auf Ziele, die aktuell oder dauerhaft nicht veränderbar oder erreichbar sind, und bietet Strategien, um dennoch handlungsfähig zu bleiben. Zentrale Idee ist, Begrenzungen nicht als Blockade zu verstehen, sondern als Ausgangspunkt für neue Wege und Ziele.

Im ersten Schritt geht es darum, Restriktionen bewusst wahrzunehmen und anzuerkennen. Dieser Prozess der Akzeptanz bildet die Grundlage, um inneren Widerstand zu reduzieren. Gleichzeitig werden die sogenannte Sehnsuchtsziele, also Wünsche, die momentan nicht erreichbar sind, nicht verworfen, sondern wertgeschätzt.

Das Modell unterstützt Coachees dabei, alternative und realistisch umsetzbare Ziele („Zweitbestes Ziel“) zu entwickeln, die trotz bestehender Begrenzungen erreichbar sind. Dadurch lassen sich Stress und Frustration abbauen, die häufig aus dem Festhalten an unerfüllbaren Zielen entstehen. Die Auseinandersetzung mit Restriktionen fördert die Resilienz, da sie hilft, mit nicht veränderbaren oder erreichbaren Situationen flexibler umzugehen und das eigene Handlungsspektrum zu erweitern.

In der praktischen Anwendung bedeutet dies, Einschränkungen zu reflektieren, Sehnsüchte ernst zu nehmen und daraus neue erreichbare Ziele abzuleiten.

Zielformulierung

Sobald ein Ziel gefunden ist, folgt die nächste Hürde: Das Ziel präzise und eindeutig zu formulieren.

Um dies zu erreichen, stehen unterschiedliche Modelle zur Verfügung:

SMART

SMART ist eine Abkürzung und steht für Kriterien, nach denen ein Ziel formuliert werden kann:

S – Spezifisch: Das Ziel ist klar und präzise formuliert.

M – Messbar: Es ist erkennbar, wann das Ziel erreicht wurde.

A – Attraktiv/Ansprechend: Das Ziel ist für die Person bedeutsam, reizvoll und motivierend – es soll wirklich gewollt sein.

R – Realistisch: Das Ziel ist im aktuellen Kontext erreichbar und nicht völlig utopisch.

T – Terminiert: Das Ziel hat eine klare zeitliche Orientierung.

Durch die Kriterien (spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch, terminiert) werden Ziele präzise formuliert und greifbar. Jedoch sind Aspekte wie Sinn, Werte oder persönliche Erfüllung schwer messbar und werden im SMART-Ansatz oft zu wenig berücksichtigt.

INKONST1

NKONST1 ist eine Weiterentwicklung des NLP-Modells PABSBRAGÖR(F) nach O'Connor und Seymour. Entwickelt wurde es von Timo Schlage.

Das Akronym verweist auf ein methodisches Instrument, das im Coaching eingesetzt wird, um den Zielrahmen präziser und bewusster zu gestalten. Es hilft dabei, klare und persönliche Zielbilder zu entwickeln – und zwar auf einer tiefen, sinnlich erfahrbaren Ebene.

Idee und Inspiration

Denke an das, was Du willst, nicht an das, was Du nicht willst! (Kein Konjunktiv, Zeitangabe, Verbindlichkeit). Dein Zielsatz muss im Präsens formuliert sein und soll richtig ansprechend und anziehend klingen.

Natürlich mit Unterstützung

Was ist notwendig, um Dein Ziel zu erreichen? Welche Ressourcen stecken in Dir und wer kann Dich auf Deinem Weg zu Deinem Ziel unterstützen und wie? Was hast Du bisher schon gemeistert und welche Haltung, Motivation, Vorgehensweise kann Dir auch bei Deinem nächsten Schritt behilflich sein?

Konkreter Ablaufplan

Was wirst Du tun, um Dein Ziel zu erreichen? Welche Schritte sind bis wann zu tun? Erstelle einen genauen Plan, wie im Projektmanagement. Definiere Meilensteine und umgehe Stolpersteine. Bis wann hast Du welche Stufe erreicht, was ist notwendig und wie genau setzt Du es um?

Optimales Ergebnis

Stelle Dir Dein optimales bereits erreichtes Ziel so sinnesspezifisch und genau vor, wie möglich. Male es mit den buntesten Farben so anziehend aus, dass Du es einfach erreichen musst. Verwende alle Sinneskanäle (VAKOG). Ankere das Bild anschließend und sorge dafür, dass Du es täglich mehrfach siehst (z. B. Zettel/Bild an Badezimmerspiegel).

Nachweis

Wie sieht der unumstößliche Nachweis aus, dass Du Dein Ziel erreicht hast?

Spannweite

Hat Dein Ziel die richtige Größe? Wenn es zu groß ist, baue Zwischenschritte ein/formuliere ein kleineres Ziel. Wenn es zu klein ist und dadurch nicht motivierend genug erscheint, so frage Dich, welches höhere Ziel Du dadurch erreichen kannst.

Test:

Fühle an dieser Stelle noch einmal tief in Dich hinein, ob es irgendwelche, wie auch immer geartete Widerstände gegen die obigen Maßnahmen und das Ziel gibt. Wenn Du Dein Ziel erreichst, welche Auswirkungen hätte das für Dich? Wie wirkt sich das Ziel auf Dein Umfeld aus? Spricht irgendetwas dagegen? Dann kannst Du es jetzt noch anpassen.

1. Schritt Was tust Du innerhalb von mindestens 72 Stunden? Die Erfahrung zeigt, dass der erste Schritt in Richtung Ziel ein wesentlicher ist. Gelingt dieser inhaltlich und im gesetzten Zeitrahmen, stellt er eine besondere Motivation dar. (Gute Unterstützung: einmal pro Woche ein Zielejournal führen).

Zwiebelschalen- und Bedingungsklärungsarbeit bei der Zieldefinition

Gemäß Sonja Radatz und Steve de Shazer bedarf ein „wohldefiniertes“ Ziel nachfolgende Eigenschaften:

1. Es sollte in Inhalt, Ausmaß und Zeitbezug jeweils klar definiert sein
Im Coaching sollte herausgearbeitet werden, was der Kunde, (bis) wann, in welchem Ausmaß erreichen will.

2. Die Umsetzung des Ziels sollte unter dem hundertprozentigen Einfluss des Kunden stehen.

Kunden setzen sich häufig ein Ziel, dessen Erreichung nicht zu 100% in ihrem Einfluss steht. Da wir im Coaching mit niemandem arbeiten können als mit dem Kunden selbst und davon ausgehen müssen, dass sich die anderen eben gerade nicht ändern, können wir auf Wünsche dieser Art nicht einsteigen: Wir müssen so lange an der Zieldefinition arbeiten, bis an der Erreichung des Ziels nur noch der Kunde selbst beteiligt ist.

3. Das Ziel sollte eher klein als (zu) groß sein.

Ein Ziel ist dann groß genug, wenn zu erwarten ist, dass alle Maßnahmen und Werkzeuge, welche die Erreichung dieses Ziels braucht, in einem Coaching gerade erarbeitet werden können.

4. Es sollte inter-aktional sein.

Nicht nach der Situation, die nach der Lösung des Problems erreicht werden soll - sondern nach dem Verhalten, das der Kunde und alle an der Lösung notwendigerweise Beteiligten zeigen sollen.

5. Es sollte immer den Beginn von etwas erfassen (und nicht das Ende).

Coaching arbeitet mit Situationen, in denen es um ein „hin zu“ und nicht um ein „weg von“ geht.

6. Es sollte etwas sein, das wie ein „Wunder“ erscheint oder zumindest in Richtung eines Wunders geht.

Ziele sollten nicht nur erreichbar sein, sondern auch so „wünschenswert“, dass sich ihr Erreichen wirklich lohnt.

7. Das Ziel sollte in konkreten, spezifischen, verhaltensbezogenen Worten bzw. Ausdrücken beschrieben werden.

Konkret: „...jeden Montag um 9 Uhr...“; Spezifisch: „...ohne einen einzigen Fehler...“; verhaltensbezogen: „... mach ich dann dieses und x wird wahrscheinlich mir gegenüber völlig anders reagieren.“

Vor allem aus der Sicht von Steve de Shazers ist diese Definition des Ziels die wichtigste Voraussetzung

8. Das Ziel sollte eventuell bestehende Bedingungen mit berücksichtigen
Wir fragen im Coaching nicht nur nach dem Ziel des Kunden, sondern auch ganz bewusst danach, wie die einzelnen, durch die Auswirkungen des später erreichten Ziels unmittelbar oder mittelbar betroffenen Umfeldpersonen zu einer Erreichung des Ziels durch den Kunden stehen würden:

1. Welche Personen würden denn merken, dass Sie Ihr Ziel erreicht haben?
2. Wie würden diese Personen reagieren, wenn sie merken, dass Sie Ihr Ziel erreicht haben?

Sonja Radatz verwendet das Bild der Zwiebel, um den Prozess der Zieldefinition zu beschreiben. Eine Zwiebel besteht aus mehreren Schichten, die man nacheinander freilegt, bis man den Kern erreicht. Genauso verhält es sich bei der Definition eines

Zieles: Man beginnt mit einer eher groben, äußereren Formulierung und arbeitet sich Schritt für Schritt bis zum innersten Kern vor.

Kriterien Zielformulierung

Gemäß Astrid Kellenbenz und Susanne Henkel (COACHINGBANDE) sind für eine wirksame Zielformulierung im Coaching nahfolgende zentrale Prinzipien einzuhalten:

1. Formulierung im Präsens

Das Ziel sollte so ausgedrückt werden, als sei es bereits erreicht. Dadurch wird ein Zustand innerer Gewissheit erzeugt und mögliche Selbstzweifel treten in den Hintergrund. Wichtig ist auch, zwischen Wunsch und Ziel zu unterscheiden: Ein Wunsch („Ich möchte ...“) ist unverbindlich, während ein Ziel eine klare und überprüfbare Ausrichtung vorgibt.

2. Positive Formulierung

Ziele sollten nicht in Form einer Verneinung beschrieben werden („Ich will nicht mehr so schüchtern sein“), sondern als positive Qualität („Ich trete mutig auf“, „Ich stehe zu meiner Meinung“). Hier lohnt es sich, gemeinsam mit dem Coachee präzise herauszuarbeiten, was er wirklich erreichen möchte. Ist es Mut? Dominanz? Selbstsicherheit? Diesen Klärungsprozess sollte der Coach behutsam begleiten und dem Coachee ausreichend Zeit geben, damit er erkennt, was er wirklich, wirklich will.

3. Erreichbarkeit und Überprüfbarkeit

Das Ziel muss innerhalb der Sitzung überprüfbar sein. Nur dann kann der Coachee am Ende der Einheit feststellen, ob er es tatsächlich erreicht hat. Zukünftige Ereignisse wie ein Meeting oder eine Familienfeier eignen sich daher nicht direkt als Ziel, da deren Ergebnis erst später sichtbar wird. Wohl aber kann im Coaching an der Vorbereitung gearbeitet werden – etwa durch die Entwicklung von Strategien, Handlungsoptionen oder Checklisten. Auf diese Weise lässt sich am Ende der Sitzung klar feststellen, ob der Coachee mit konkreten Ansätzen hinausgeht, die ihm Sicherheit und Handlungsfähigkeit verleihen.

4. Emotionale Resonanz

Das Ziel sollte den Coachee berühren und eine spürbare innere Bewegung auslösen. Wenn er das Ziel am Ende laut vorliest und nichts in ihm „ankommt“, ist dies ein Hinweis darauf, dass möglicherweise ein anderes Ziel passender wäre. Dieses Phänomen tritt oft bei sogenannten „geschickten“ Coachees auf – etwa wenn ein Partner den Coachingbesuch initiiert hat („Du sollst strukturierter werden“), obwohl der Coachee selbst mit seiner bisherigen Vorgehensweise gut zureckkommt. In solchen Fällen ist es sinnvoll, gemeinsam nach einer Zieldefinition zu suchen, die für den Coachee selbst Sinn macht, beispielsweise: „Ich entwickle Ideen, wie ich meinem Partner verdeutlichen kann, dass unsere unterschiedlichen Herangehensweisen auch Vorteile haben.“

5. Eigenverantwortung

Schließlich muss das Ziel ausschließlich im Einflussbereich des Coachees liegen. Zum Beispiel kann ein Coach dabei unterstützen, Strategien für ein Gehaltsgespräch zu entwickeln – er besitzt jedoch keine Fernbedienung oder Fernsteuerung und kann

nicht beeinflussen, ob die Führungskraft tatsächlich einer Gehaltserhöhung zustimmt. Ziele müssen daher immer so formuliert sein, dass ihre Umsetzung allein in der Verantwortung und Steuerbarkeit des Coachees liegt. Vor allem bei Konflikten, muss dem Coachee allzeit bewusst sein, dass er nur das eigene Verhalten beeinflussen kann, nicht das der anderen.

Priorisierung von Zielen

In Coachingprozessen bringt ein Coachee häufig mehrere Anliegen mit, die er gerne bearbeiten möchte.

Skalenarbeit bietet eine einfache, aber sehr wirkungsvolle Möglichkeit, Ziele zu strukturieren und deren Relevanz transparent zu machen. Der Coachee ordnet seine verschiedenen Anliegen anhand einer numerischen Skala ein, von 0 bis 10. Dabei können unterschiedliche Fragen helfen, die Bedeutsamkeit eines Ziels herauszuarbeiten, zum Beispiel:

- „Wie wichtig/dringlich ist dieses Ziel auf einer Skala von 0 bis 10?“
- „Wie groß ist Ihr aktuelles Bedürfnis, sich diesem Ziel zuzuwenden?“
- „Wie sehr würde sich Ihr Leben verändern, wenn dieses Ziel erreicht wäre?“
- „Wie viel Energie verspüren Sie aktuell, um an diesem Ziel zu arbeiten?“

Durch diese Reflexion wird deutlich, welches Ziel für den Coachee momentan die höchste Relevanz hat.

Schlussbetrachtung

Bei der Zielformulierung im Coaching ist es hilfreich, sich bewusst zu machen, dass es eine Vielzahl an Modellen und Methoden gibt, die diesen Prozess unterstützen können. Ob das Lebensrad, das Coaching-Haus oder SMART – jedes Modell bietet unterschiedliche Perspektiven und Impulse. Sie alle können dabei helfen, Ziele zu finden und klar zu gestalten. Es lohnt sich daher, diese Ansätze im Hinterkopf zu behalten und je nach Situation flexibel einzusetzen, um diese nach den individuellen Bedürfnissen der Coachees anzuwenden.

Die Zielformulierung im systemischen Coaching ist kein einmaliger Akt, sondern ein fortlaufender, lebendiger Prozess.

Erst wenn ein klarer Zielsatz formuliert ist, entscheidet der Coach, welche Intervention sinnvoll erscheint, um den Coachee auf seinem Weg zu unterstützen. Dabei bleibt das Ziel stets überprüfbar und anpassbar – es ist nicht in Stein gemeißelt, sondern darf sich im Verlauf des Coachings weiterentwickeln.

Diese Offenheit ermöglicht es, flexibel auf neue Erkenntnisse und emotionale Prozesse zu reagieren. Ein gut formulierter Zielsatz schafft Orientierung, ohne den Coachingprozess zu begrenzen. So wird das Ziel selbst zum Teil der Veränderung – als Wegweiser!

Quellenverzeichnis

Sonja Radatz, Beratung ohne Ratschlag Systemisches Coaching für Führungskräfte und BeraterInnen, Österreich: literatur-vsm, 2018

INKONSTELLATION Ausbildungsakademie, Skript Systemische Coachingausbildung, Köln, 04.04.2025

Martin Wehrle, die Choaching-Schatzkiste, Bonn: managerSeminare Verlags GmbH, 2021

Astrid Kellenbenz und Susanne Henkel, COACHINGBANDE – DER Coaching-Podcast, Zielklärung im Coaching! ACHTUNG Fehlerquelle, 05.04.2024

<https://www.loquenz.de/den-frieden-gewinnen-nicht-den-krieg-fokus-auf-everest-ziele/#:~:text=Everest%2DZiele%20als%20Konzept%20wurden%20von%20Kim%20Cameron,Eigenschaften:%20Positivabweichung%2C%20Eigenwert%2C%20Potenziyalverwirklichung%2C%20Beitrag%20und%20Energetisierung.>, 22.09.2025

<https://www.in-konstellation.de/glossar/artikel/das-restriktionsmodell-nach-gunter-schmidt/>, 22.09.2025

<https://www.in-konstellation.de/glossar/abschlussarbeiten/everest-ziele/>, 22.09.2025