

Fulfillment (Erfüllung) und Werte

In seiner einfachsten Form bedeutet ein erfülltes Leben, Tag für Tag wichtige Werte zu respektieren. Die Fragen, die wir an den Anfang dieses Handbuchs gestellt haben, weisen alle auf Werte hin. Erinnern Sie sich noch an den *Co-Active® Coaching Fundamentals*-Kurs? Dort wurde Ihnen die Aufgabe gestellt, sich einen Höhepunkt in Ihrem Leben vorzustellen, einen Augenblick, in dem Sie sich völlig lebendig gefühlt haben, in dem Sie wie eine Stimmgabel in Resonanz auf einen starken, klaren Ton vibrierten. Falls Sie mit jemandem zusammen waren, wer war das? Was haben Sie getan? Indem Sie diese Erfahrung voll ausschöpfen, können Sie eine ganze Reihe wichtiger Werte erkennen.

Im *Fulfillment*-Kurs werden wir Ihnen eine Auswahl an verschiedenen Techniken vorstellen, darunter auch „Höhepunkt im Leben“, die den Klienten dabei helfen sollen, ihre Werte ausfindig zu machen. Diesen Vorgang nennen wir auch „Klärung von Werten“. Es ist wichtig, anzumerken, dass die Werte bereits im Innern des Klienten existieren. Es sind keine Ideale, die man sich erarbeiten oder aneignen muss, Werte drücken sich vielmehr in der Lebensweise einer Person aus. Dissonanzen werden auftreten, wenn sich für die Person wichtige Werte NICHT in deren Lebensstil widerspiegeln. Möglicherweise wäre es sinnvoller, diesen Prozess „Aufdecken von Werten“ oder „Ausgraben“ oder „Zutage fördern“ zu nennen, da der Vorgang so gestaltet wurde, dass Klienten ihre Werte erfahren, statt sie zu analysieren oder als Worte auf einem Blatt Papier aufzulisten. Je mehr die Klienten die Werte als Bestandteil ihres inneren Wesens begreifen, umso mehr können sie ihre Entscheidungen auf diesen zentralen Werten basierend treffen.

Außerdem schult dieser Prozess die Fähigkeiten des Coachs, auf Ebene 3 zuzuhören. Denn die Klienten sind so nahe an ihrer eigenen Erfahrung, dass sie den Coach wirklich benötigen, um zu erkennen, wann die Stimmgabel vibriert oder nicht oder wann das Licht heller scheint oder aber dunkler wird. Welches Bild Sie auch aufgreifen möchten, Ihre Aufgabe ist dabei, die Lebendigkeit ihres Klienten wahrzunehmen.

Da Werte so persönlich und manchmal schwierig zu formulieren sind, empfehlen wir die Verwendung von Wortketten. Denn so wählen zum Beispiel viele Leute Freiheit als Wert. Jedoch kann es für die einen Freiheit / Unabhängigkeit / Abenteuer und für die anderen Freiheit / Selbstverwirklichung / ungeheure Kreativität bedeuten. Der Ausgangspunkt ist gleich, die Bedeutung aber höchst unterschiedlich. Deshalb ist es für Sie als Coach wichtig, neugierig zu bleiben und tief zu graben. Wir ermutigen auch dazu, nach persönlichen Ausdrücken Ausschau zu halten. Auflistungen von Standard-Werten sind fast nutzlos, da für Werte wie „Kojote“ oder „Zimt / Chenille / Kerzenlicht“ dort kein Platz ist. Sie haben möglicherweise keine Ahnung, was das für Ihren Klienten bedeutet, aber das Gute ist, dass Sie die nicht haben müssen. Als Coach haben Sie die Aufgabe, nach den Juwelen, die das Leben des Klienten schöner machen, Ausschau zu halten und diese zutage zu fördern.

Wahrscheinlich werden Sie bereits bei der ersten Kennenlern-Sitzung und Auftragsklärung mit der Arbeit der Werte-Klärung beginnen. Man sollte immer bedenken, dass dies erst den Beginn des Prozesses darstellt. Denn die Klienten leben die Werte an jedem Augenblick eines jeden Tages in ihrem Leben, oder sie leben sie nicht. Werte an sich mögen nicht sichtbar sein, aber ihre Auswirkungen und Einflüsse sind äußerst sichtbar. In einer dauerhaften Coaching-Beziehung wird es viele Gelegenheiten geben, weiter nach Werten zu graben, das, was bereits von Ihnen gemeinsam gefunden wurde, zu polieren und die

schwer ans Licht zu bringenden Werte aufzuspüren. Damit sind die Werte gemeint, die der Klient so sehr verinnerlicht hat, dass sie zunächst nur schwer erkennbar sind.

Wenn die Klienten mit der Zeit mehr Klarheit über ihre Werte erlangen, dienen diese als Wegweiser auf ihrer Reise. Herausfordernde Entscheidungen werden einfacher, wenn der Coach wertebezogene Fragen stellt: „Wird diese Entscheidung Ihren Werten gerecht? Welche Werte respektieren Sie, wenn Sie A oder B wählen? Für welche Werte würde sich Ihr Kapitän in dieser Situation einsetzen?“.