

Wirkungsvolle Fragen

Jede Frage schickt den Klienten auf der Suche nach einer Antwort irgendwohin. Das ist die Macht, die der Coach mit seiner Rolle des Fragenstellers erhält. Sie haben die Aufgabe, den Klienten an einen Ort zu schicken, wo er Dinge entdeckt, die er nie zuvor gefühlt oder gedacht hat. Wenn die Klienten Ihnen nur das erzählen würden, was sie bereits wissen, oder Ihnen nur ein paar Hintergrundinformationen geben würden, dann würde das Coaching abreißen. Beim Co-Active® Coaching geht es um das Handeln und Lernen des Klienten, nicht des Coachs. Wahrscheinlich werden Sie weit weniger Daten, Geschichte und Hintergrundwissen benötigen, als Sie glauben.

Wirkungsvolle Fragen sind provokativ und offen, sie führen den Klienten auf neues Terrain. Es liegt in der Natur dieser Fragen, dass sie neugierig machen – und zwar im Namen des Klienten. Beobachten Sie sich selbst, wann Sie neugierige Fragen zu Ihrem eigenen Nutzen oder Verständnis stellen. Sie müssen die Situation nicht so gut verstehen, dass Sie das Problem lösen können, denn das ist die Aufgabe des Klienten. Ihre Aufgabe ist es, wirklich und wahrhaftig so neugierig zu sein wie ein Kind.

Achten Sie darauf, wann Sie in Zustimmung zu Grundannahmen des Klienten nicken. Ist das wirklich so? Werden Sie neugierig. Stellen Sie alles in Frage, halten Sie nichts für selbstverständlich.

Geschlossene Fragen beenden die Suche. Sie kommen zu einem Schluss. Manchmal fragen sie um Erlaubnis oder fordern Deutlichkeit, was absolut in Ordnung ist. „Sind sie bereit, weiterzugehen?“ ist eine solche Frage nach Deutlichkeit. Es ist eine dieser „Ja-/Nein“-Fragen, die manchmal angemessen oder sogar notwendig sind. Aber passen Sie auf, wenn Sie sich häufig dabei ertappen, Ja-/Nein-Fragen zu stellen. Denn dies kann ein Zeichen dafür sein, dass Sie noch die Zustimmung des Klienten – oder ihre eigene – dafür benötigen, direkter sein zu dürfen. Sie können voraussetzen, dass der Vertrag – das zwischen Ihnen und dem Klienten gestaltete Bündnis – Ihnen diese Erlaubnis gibt. Genau dafür zahlt der Klient. Wenn Sie beispielsweise fragen: „Respektiert diese Beziehung Ihre Werte?“ werden einige Klienten Ihre Absicht nachvollziehen können und direkt darauf eingehen, wie und ob in dieser Beziehung ihre Werte respektiert werden oder nicht. Aber die Frage lädt auch geradezu zur Analyse ein, sie kann das Bedürfnis im Klienten wachrufen, alles erklären, rationalisieren und verteidigen zu müssen. Dann ist es eher so, als ob ein Staatsanwalt diese Frage gestellt hätte, und nicht der Coach des Klienten.

Die wirkungsvolle Frage könnte so aussehen: „Auf welche Weise honoriert diese Beziehung Ihre fünf wichtigsten Werte? Welche Werte werden in dieser Beziehung nicht berücksichtigt?“ Dieser Ansatz ist direkter und von Natur aus wirkungsvoller. Aus ähnlichen Gründen sollten Sie auch „Warum“-Fragen nur sparsam und mit einem bestimmten Ziel stellen, da diese Fragen auch die Tendenz haben, von den Klienten vernunftmäßige Erklärungen einzufordern. Denn es ist sehr wahrscheinlich, dass ihre Saboteure sie bereits darauf vorbereitet haben, die defensiven „Warum“-Fragen zu beantworten.