

# Sechs Arten der Klärung von Werten

## Das Zukünftige Ich

Lassen Sie Ihren Klienten die Werte, die sich bei der Kapitän-Visualisierung gezeigt haben, identifizieren.

„Ich habe bemerkt, dass die Natur und das Meer eine große Rolle spielen, wenn Sie über die Selbsterkundung sprechen. Welche Werte zeigen sich dadurch?“ oder „Fragen wir ‚Berg‘ nach seinen höchsten Werten.“

## Höhepunkte im Leben

Bitten Sie Ihren Klienten darum, einen Höhepunkt seines Lebens zu beschreiben und hören Sie auf die Werte, die im Lauf der Geschichte vorkommen (weitere Information finden Sie in: Fundamentals, Abschnitt 4: Ressourcen & Materialien).

## Unterdrückte Werte

Was uns wütend macht, frustriert oder aufregt sind häufig Dinge, die einem hohen Wert konträr gegenüberstehen. In anderen Worten, es handelt sich um einen Wert, der unterdrückt wird. Der Schlüssel liegt hier darin, den Klienten darauf hinzuweisen, dass die meisten Dinge, die ihn aufregen, Hinweise auf Werte sind, die unterdrückt werden.

So frustriert beispielsweise Ihren Klienten das Festsitzen im Berufsverkehr. Er wird nervös und sauer. Fragt man ihn nun, was ihn so wütend macht, so antwortet der Klient: „Ich habe keine Kontrolle und fühle mich gefangen.“ Daraufhin sagt der Coach: „Wenn wir das nun umdrehen (die andere Seite betrachten), hört sich das so an, als ob sie den Wert der Freiheit schätzen würden. Stimmt das?“

## Unsichtbare Werte

Diese Werte sind für den Klienten unsichtbar. Sie werden von Natur aus respektiert und der Klient denkt nicht besonders viel darüber nach. Wegen Ihrer Unsichtbarkeit kann es für den Klienten schwierig sein, sie auszumachen. Betrachten Sie als Coach Ihre Klienten: Sind sie ordentlich und zurechtgemacht? Drücken Sie in ihrer Art sich zu kleiden, Kreativität aus? Wie zuverlässig sind sie in Bezug auf ihre Coaching-Vereinbarungen? All diese Dinge sind Hinweise auf Werte des Klienten.

## **Das Muss**

Bitten Sie Ihre Klienten darum, darauf zu achten, was in ihrem Leben ein Muss ist. Was, außer Nahrung, Schutz und Gemeinschaft, benötigen Sie noch in ihrem Leben, um es als erfüllt anzusehen? Abenteuer? Partnerschaft? Leistung? Natur?

## **Zwanghafte Äußerung**

Wir alle sind dazu fähig, zwanghaftes Verhalten an den Tag zu legen – darauf zu bestehen, einen Wert als Bedürfnis zu deklarieren. So muss beispielsweise etwas bis zur Perfektion an seinem Platz sein. Wenn wir auf etwas bestehen – nach dem Motto: ‚friss oder stirb‘ – ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass sich hier ein Wert in seiner extremsten Form äußert. Bitten Sie Ihre Klienten darum, nach den Orten zu suchen, an denen sie einen Wert möglicherweise extrem ausleben. Ein weiterer Ort, an dem man suchen kann, sind die Rückmeldungen, die der Klient von Freunden und Familie bekommt. Wenn Ihr Klient beispielsweise häufig zu hören bekommt: „Du willst immer alles kontrollieren und im Mittelpunkt stehen.“ Diese Aussagen könnten auf den Wert der Führung oder der Anerkennung hinweisen.