



Mentoring-Programm für Fachleute zur Unterstützung der Integration von Zuwanderinnen in Form von Blended-Learning

## **MODUL 7**

### **Motivation durch Coaching**

2021-1-TR01-KA220-ADU-000033474

Umfassendes Ausbildungsmodell zur Unterstützung des Integrationsprozesses, zur Schaffung eines integrativen Umfelds und von Möglichkeiten für Immigrantinnen im Bereich des sozialen und beruflichen Lebens

**COMO-TRAIN**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

7. Motivation durch Coaching	3
7.1. Mentoring vs. Coaching	3
7.2. Coaching-Methoden und -Tools	6
7.3. Interview mit dem Kunden	11
7.4. Das GROW Coaching Interview Modell	15
7.5. Quiz	18
7.6. Referenzen	20
7.7. Annex 7 - Quiz Antworten	21

## 7. Motivation durch Coaching

### 7.1. Mentoring vs. Coaching

## Coaching

Nach der Definition der ICF (International Coach Federation) ist Coaching: Partnerschaft mit einem Klienten in einem kreativen Prozess, der sein Denken anregt und ihn inspiriert, sein persönliches und berufliches Potenzial zu maximieren.

Der Begriff Coaching stammt aus dem Sportbereich. Die Aufgabe des Coaches bestand in diesem Zusammenhang darin, immer höhere Ziele, bessere Leistungen und ein besseres Funktionieren des Sportlers oder der Mannschaft zu erreichen. Später wurde dieser Begriff auch in die Terminologie des Personalmanagements übernommen. Es wurde zu einer Form der zwischenmenschlichen Kommunikation - Coaching arbeitet in erster Linie mit Fragen. Die gesamte Philosophie des Coachings basiert auf der Idee, dass der Coachee am besten weiß, was für ihn gut ist und was er braucht. Er hat in seinem Leben schon viele Situationen bewältigt, was bedeutet, dass er über viele Werkzeuge und Fähigkeiten verfügt, auf deren Grundlage er auch andere Situationen bewältigen kann. Der Coach begleitet den Klienten bei der Suche nach einer Lösung, indem er geeignete Fragen stellt und eine Atmosphäre des Vertrauens schafft. Er wirkt auf die emotionale Komponente der Persönlichkeit ein. Es stärkt Einstellungen, Werte, Denken, Motive und Handlungen. Mit Hilfe des Coachings wird die Selbstständigkeit, der Mut zu Entscheidungen, die Arbeitsproduktivität und das Selbstvertrauen der Klienten nachweislich gesteigert und die Kommunikation verbessert. Ein wesentliches Maß für den Erfolg der Methode ist auch die Zufriedenheit des Klienten mit dem Coaching-Prozess selbst.

**Mentoring:** Hilfe und Unterstützung für einen weniger erfahrenen Kollegen, um seine persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern. Mentoring ist auch ein hervorragendes Motivationsinstrument, eine geeignete Form, um Talente zu entwickeln und zu erhalten und Kontakte zu knüpfen.

Der beste Weg, um zu verstehen, wie Coaching- und Mentoring-Beziehungen strukturiert sind, besteht darin, sie Seite an Seite zu vergleichen:

Thema	Coaching	Mentoring
Zeitraumen	Die Beziehung ist eher von kurzer Dauer (bis zu 6 Monaten oder 1 Jahr) und hat ein bestimmtes Ergebnis im Blick. Einige Coaching-Beziehungen können	Die Beziehung ist in der Regel langfristiger und dauert ein oder zwei Jahre oder sogar länger.

	jedoch länger dauern, je nach den erreichten Zielen.	
Focus	Coaching ist eher <i>leistungsorientiert</i> und zielt darauf ab, die Leistung der Fachkraft am Arbeitsplatz zu verbessern.	Das Mentoring ist stärker <i>entwicklungsorientiert</i> und bezieht sich nicht nur auf die derzeitige berufliche Funktion, sondern geht darüber hinaus und verfolgt einen ganzheitlicheren Ansatz für die berufliche Entwicklung.
Struktur	Traditionell eher <i>strukturiert</i> , mit regelmäßig angesetzten Sitzungen, etwa wöchentlich, zweiwöchentlich oder monatlich.	Im Allgemeinen finden die Treffen eher <i>informell</i> statt, je nach Bedarf des Mentees.
Fachkenntnisse	Coaches werden aufgrund ihres <i>Fachwissens</i> in einem bestimmten Bereich eingestellt, in dem sich der Coachee verbessern möchte. Beispiele: Präsentationsfähigkeiten, Führung, zwischenmenschliche Kommunikation, Verkauf.	Im Rahmen von Mentoring-Programmen in Unternehmen verfügen die Mentoren über mehr <i>Erfahrung</i> und <i>Fachwissen</i> in einem bestimmten Bereich als die Mentees. Der Mentee lernt von den Erfahrungen des Mentors und lässt sich von ihnen inspirieren.
Agenda	Die Coaching-Agenda wird vom <i>Coach</i> und dem <i>Gecoachten</i> <i>gemeinsam</i> erstellt, um die spezifischen Bedürfnisse des Gecoachten zu erfüllen.	Die Agenda des Mentorings wird <i>vom Mentee</i> festgelegt. Der Mentor unterstützt diese Agenda.
Befragung	<i>Das Stellen von Fragen, die zum Nachdenken anregen</i> , ist ein wichtiges Instrument des Coaches, das dem Coachee hilft, wichtige Entscheidungen zu treffen, Verhaltensänderungen zu erkennen und Maßnahmen zu	In der Mentoring-Beziehung ist der Mentee eher bereit, <i>mehr Fragen zu stellen</i> und sich das Fachwissen des Mentors zunutze zu machen.

	ergreifen.	
Das Ergebnis	Das Ergebnis einer Coaching-Vereinbarung ist <i>spezifisch</i> und <i>messbar</i> und zeigt Anzeichen einer Verbesserung oder positiven Veränderung im gewünschten Leistungsbereich.	Die Ergebnisse einer Mentoring-Beziehung können sich im Laufe der Zeit verändern und wandeln. Es besteht weniger Interesse <i>an spezifischen, messbaren Ergebnissen</i> oder verändertem Verhalten und <i>mehr Interesse an der Gesamtentwicklung</i> des Mentees.

### **Kenntnisse über den Ablauf von Vorstellungsgesprächen.**

Theoretisches Wissen, praktische Erfahrung. Anwendung einiger Coaching-Verfahren, z.B. GROW: Ziel - Realität - Optionen - Wille

### **Lösungsorientierung**

Dem Coach geht es nicht um das Sammeln von Informationen über das Problem, sondern um die Lösung der Situation, die Suche nach Ressourcen und Alternativen zum Ist-Zustand. Auch die Fragen zur Beschreibung der Realität dienen dazu, die Grundlagen zu beschreiben, wo es Lösungsmöglichkeiten gibt.

### **Die Fähigkeit zuzuhören**

Im Coaching bedeutet dies, zuzuhören, ohne zu bewerten, ohne zu selektieren, was wichtig ist und was nicht, ohne eigene Konstruktionen über das gegebene Thema zu erstellen.

### **Unvoreingenommenheit**

Die Fähigkeit, sich nicht auf die Seite des anderen zu stellen. Das Gespräch von persönlichen Gefühlen und Meinungen zu befreien, es sei denn, es ist für den Klienten von Vorteil. Nicht die eigenen Lösungen durchsetzen.

### **Interesse am Kunden**

Die Bedürfnisse des Kunden wahrnehmen, an seinen Themen und seinem Weg arbeiten. Vertrauen in die Fähigkeit des Klienten, seine eigene Situation zu lösen. Es äußert sich z. B. darin, dass man den Klienten mit Fragen und einer lösungsorientierten Haltung ermutigt.

## **Respekt vor der Art und Weise, wie der Klient sich ausdrückt und die Situation bewertet**

Sie äußert sich darin, dass der Coach die Situation nicht in seinen eigenen Worten kommentiert, sondern sich in der Sprache des Klienten ausdrückt. Im Optimalfall verwendet er die gleichen Worte und Ausdrucksmittel wie der Klient (er paraphrasiert nicht).

## **Authentizität, ehrlicher Ausdruck der eigenen Gefühle**

Wenn der Coach seine eigene Meinung in das Gespräch einbringen muss oder wenn er Emotionen im Zusammenhang mit der Situation hat, spricht er ehrlich mit dem Klienten darüber, wobei er gleichzeitig versucht, einen Nutzen für den Klienten zu erzielen. Indirekt stärkt er damit auch das Gefühl der Freiheit des Klienten, seine eigenen Emotionen auszudrücken und zu benennen.

## **Positive Einstellung**

Die Überzeugung, dass eine Person das Beste tut, was sie zum gegebenen Zeitpunkt tun kann.  
Die Überzeugung, dass der Klient weiß, was gut für ihn ist, und in der Lage ist, selbst etwas zu ändern, wenn er sich dafür entscheidet.

## **7.2. Coaching-Methoden und -Tools**

Das Maß für den Erfolg des Gesprächs ist der Nutzen für den Kunden. Es ist wichtig zu fragen, ob und was genau das Gespräch für den Kunden nützlich war, damit er den Beitrag und seinen eigenen Beitrag zur Lösung erkennt.

Die Rolle des Coaches ist es, den Denkprozess des Coachees zu erleichtern und zu strukturieren. Dazu setzt er verschiedene Instrumente ein. Vor allem aber muss er fragen.

Einige Coaching-Werkzeuge:

1. Zielformulierung und Beobachtung
2. Fragen
3. Zusammenfassungen
4. Schweigen
5. Würdigung, Ermutigung
6. Messung des Gesprächsverlaufs

### **Fragen**

Fragen sind beim Coaching kein Ausdruck von Unsicherheit und kein Instrument zur Informationsbeschaffung. Sie dienen in erster Linie dazu, die Landkarte des Klienten zu untersuchen, Ziele zu finden, die Möglichkeiten der Problemlösung zu erweitern und neue Gesichtspunkte zu erkunden. Der klassische Ansatz bietet uns zwei Grundtypen von Fragen: offene und geschlossene.

Für den systemischen Ansatz sind die folgenden Arten von Fragen typisch:

- **Instruktiv:** mit dem Ziel, den Klienten zu einer Antwort zu führen (Haben Sie das schon einmal ausprobiert?)
- **Entdeckend:** Ziel ist es, Informationen herauszufinden, die wir nicht haben, von denen wir aber annehmen, dass der Partner sie hat (Haben Sie das schon einmal ausprobiert?)
- **Konstruktiv:** Wir konstruieren gemeinsam eine eindeutige Antwort (Wie wäre es, wenn Sie...?)
- **Hypothetisch:** Wir nehmen an, dass die Situation bereits geklärt ist, wie würden Sie sich verhalten?
- **Zirkulär:** Was würde Ihr Kollege sagen, wenn er sich die Situation ansehen würde?
- **Wunderbar:** Wenn Sie einen Zauberstab hätten, was würden Sie als Erstes tun?
- **Skalierung:** Wir finden heraus, ob wir uns auf das Ziel zubewegen, wir messen den Nutzen des Gesprächs für den Klienten (z.B.: Auf einer Skala von 1 bis 10, wie sehr würde Sie dieser Versuch dem Ziel näher bringen?)

Wonach der Coach fragt:

#### **Zu einem Ziel:**

- Was würden Sie gerne am Ende dieses Gesprächs haben?
- Was sollten wir jetzt anwenden, damit es für Sie nützlich ist?
- Was ist Ihr langfristiges Ziel?

#### **Zur Beschreibung der Realität:**

- Was genau passiert dann?
- Was genau tun Sie, wenn...?
- Hatten Sie schon einmal mit etwas Ähnlichem zu tun? Wie ist es ausgegangen?

#### **Zu den Umständen:**

- Wer war außer Ihnen noch da?
- Wie sieht es an anderen Tagen aus?
- Mit wem möchten Sie konkret nicht sprechen?

#### **Zur Klärung, Meinung:**

- Wie begründen Sie das?
- Was ergibt sich daraus für Sie?
- Wie können andere davon profitieren?
- Wer wird es als erstes bemerken?

#### **Im Gegensatz zu:**

- Welche Änderungen könnten Sie vornehmen, damit es funktioniert?
- Wie zufrieden sind Sie im Vergleich zu ...?
- Wie sehr hat sich die Situation im Vergleich zu früher verbessert?
- Welche Option ziehen Sie vor?

#### **Für Ausnahmen:**

- Was machen Sie anders, wenn es Ihnen gut geht?
- Wie war es vor einem Jahr, als Sie es geschafft haben?
- Woran erkennen Sie, dass das Problem gelöst ist?

#### **Für Ressourcen:**

- Welche Stärken hatten Sie, die Ihnen geholfen haben, das Problem zu lösen?
- Wer könnte Ihnen helfen?
- Wo könnten Sie sonst noch Antworten finden?

#### **Zusammenfassen**

Es kommt vor, dass der Kunde viele Themen, Bedeutungen und Emotionen, die mit ihnen verbunden sind, zur gleichen Zeit einbringt. Um den Verlauf der Gedanken des Kunden ständig verfolgen zu können, sie zu verbinden und dem Kunden auch zu helfen, sich darin zu orientieren, steht uns zum Beispiel die Zusammenfassung zur Verfügung - das heißt, eine



Zusammenfassung der Gedanken. Wir können die Zusammenfassung nutzen, um Prioritäten zu setzen, um festzustellen, welches der Themen für den Klienten am wichtigsten ist, auf welches wir uns weiter konzentrieren werden, oder um neue Verbindungen mit dem Klienten zu finden und das Gespräch dem Ziel ein Stück näher zu bringen.

### **Schweigen**

Schweigen gibt uns ein Gefühl der Unsicherheit, das in der Regel unangenehm ist, so dass wir versuchen, es zu vermeiden. Vor allem, wenn wir eine Frage stellen und der Klient lange Zeit nichts sagt, ist das für uns ein Raum, in dem wir uns Bedeutungen ausmalen können, in dem wir nach einem Fehler in der gestellten Frage suchen... Aber das ist nicht nötig. Im Gegenteil, das Schweigen kann ein Zeichen dafür sein, dass wir die richtige Frage gestellt haben und der Klient einen Raum zum Nachdenken braucht. Wir nehmen die Stille als eine Quelle für neue Ideen und neue Zusammenhänge wahr. Wenn die Stille unangenehm ist und der Klient ebenfalls Signale des Unbehagens sendet, können wir direkt fragen, was die Stille signalisiert, was los ist, welche Gedanken ihm durch den Kopf gehen. Wenn der Klient zum Ausdruck bringt, dass er auf die Frage nicht reagieren kann, können wir die Frage umformulieren oder uns weiter mit dem beschäftigen, was die gestellte Frage für den Klienten schwierig gemacht hat.

### **Wertschätzung, Ermutigung**

Der Coach kann dieses Instrument jederzeit einsetzen, wenn der Klient die Gelegenheit dazu bietet. Eine ehrliche und spezifische Wertschätzung ist manchmal genau das, was der Klient braucht. Auch die Tatsache, dass der Klient gekommen ist und nach neuen Möglichkeiten sucht, kann eine Gelegenheit für Wertschätzung und Ermutigung des Klienten für die weitere Arbeit an seinen Zielen sein. Wertschätzung und Lob müssen jedoch sehr feinfühlig unterschieden werden. Verwenden Sie subjektive Aussagen: Ich mag..., ich denke, dass das, was Sie getan haben, sehr sinnvoll war... Bewertungen wie: Das hast du gut gemacht! Du bist ausgezeichnet! Sie sind Ausdruck von Kontrolle, d. h., wir sind Experten und loben den Kunden, weil wir wissen, was gut ist und was nicht.

### **Messung des Gesprächsfortschritts**

Im Coaching werden Skalen verwendet, um das Tempo des Gesprächsfortschritts zu bestimmen, um die Zufriedenheit des Klienten mit dem Gesprächsverlauf zu ermitteln, um den vereinbarten Weg zu bestätigen, um neue Möglichkeiten zu finden usw. Meistens wird

eine Skala von 0 bis 10 verwendet, wobei immer zu bedenken ist, dass diese beiden Stufen definiert werden müssen, bevor eine Frage gestellt wird.

Beispiel:

- 0 ist der Zustand, in dem nichts gut läuft...
- 10 ist der Zustand, der idealerweise eintreten sollte, Ihr Wunschzustand...

Bei der Beschreibung des befriedigenden Zustands können wir die Visualisierung sowie einige andere, z. B. Entspannungstechniken zur detaillierten Analyse und Konsolidierung der Idee des Ziels verwenden.

Es können Fragen folgen wie:

- Wo befinden Sie sich im Moment?
- Wo möchten Sie am Ende unseres Treffens sein?
- Was können wir gemeinsam dafür tun?

Skalen sollten während des Gesprächs auf natürliche Weise verwendet werden; sie sollten dem Thema des Kunden folgen. Gut eingesetzte Skalen und Bereiche sind für den Coach eine wertvolle Informationsquelle darüber, ob der Gesprächsverlauf für den Klienten förderlich ist, ein wertvolles Instrument für die Arbeit mit Zielen und auch eine Hilfe für den Gesprächsverlauf selbst.

### **Wen man coachen kann:**

Sie können grundsätzlich jeden coachen, der alleine kommt, zum Beispiel mit Fragen wie: Ich brauche Hilfe bei..., Ich muss etwas klären, denke...Ich kann mich nicht entscheiden... und viele andere. Sie können auch selbst Coaching anbieten oder es in andere Gespräche und andere Formen der Arbeit mit dem Klienten einbeziehen.

### **Wann man nicht coachen sollte:**

- Wenn es nicht möglich ist, eine vertrauensvolle Atmosphäre zu schaffen und der Klient vorsichtig ist, wenn er seine Gedanken äußert, ist er unsicher und hat keine Lust, sich selbst zu dem Thema zu äußern. Dies ist z. B. der Fall, wenn der Vorgesetzte seinen Untergebenen coachen möchte, dieser aber zu viel Respekt vor ihm empfindet.

- Wenn der Klient nicht den Willen zeigt, an seinen Zielen zu arbeiten, sich nicht mit seinen eigenen Ressourcen auseinandersetzen will, wenn er es vorzieht, geführt zu werden und die Verantwortung für die Lösung auf den Schultern des Beraters belässt.

- Wenn der Klient psychotherapeutische oder andere Hilfe benötigt.
- Wenn er/sie ohne Konsequenz nur gekommen ist, um zu sitzen und zu reden.

### 7.3. Interview mit dem Kunden

#### **Der Ablauf von einem Interview**

Im Coachingprozess begleiten wir den Coachee auf dem Weg zur Lösung seiner Situation. Wir geben ihm Raum und Zeit zum Nachdenken, um eigene Strategien, Wunschzustände und Lösungen für die eigene Situation zu entwerfen.

#### **Der Ablauf von einem Interview**

- Einleitung: Bedingungen und Vertrauen schaffen
- Definition des Ziels
- Kenntnis der Realität
- Suche nach Optionen und Alternativen
- Auswahl der Optionen, Genehmigung
- Einen Plan erstellen
- Rekapitulation, Ermutigung, Schlussfolgerung

#### **Vorbereitung auf ein Interview**

Nehmen Sie sich nach dem vorangegangenen Gespräch Zeit, um sich auf den neuen Kunden einzustellen und sein Thema ruhig, positiv und lösungsorientiert aufzugreifen.

#### **Einleitung: Bedingungen und Vertrauen schaffen**

- Vereinbaren Sie mit dem Klienten die Dauer des Gesprächs, in der Regel 1 Stunde, sowie die Art und Weise, wie Sie die Zeit einhalten werden.

- Wählen Sie eine geeignete Umgebung, in der die Vertraulichkeit gewährleistet ist. Sorgen Sie für ein ungestörtes Gespräch, achten Sie auf eine angemessene Beleuchtung und Belüftung des Raums. Es sollten keine ablenkenden Farben oder Geräusche im Raum sein.

- Machen Sie deutlich, dass der Klient im Mittelpunkt des Interesses steht, und bringen Sie zum Ausdruck, dass er/sie die Freiheit hat, den Verlauf des Gesprächs sowie das zu besprechende Thema zu lenken und zu steuern.

- Es ist auch eine gute Idee, die Rolle des Coaches in einem bestimmten Gespräch zu klären und die Erwartungen des Coaches und des Coachees in Einklang zu bringen.

- Teilen Sie dem Klienten mit, ob Sie sich Notizen machen müssen, damit Sie sich besser in die Rede des Klienten hineinversetzen können, damit Sie den Verlauf des Gesprächs mit seinen Worten zusammenfassen und die Einstellung des Klienten besser wahrnehmen und das Ziel des Gesprächs gemeinsam mit ihm verfolgen können.

Teil der Vertrauensbildung ist **der sogenannte Rapport**.

Rapport ist für den Aufbau einer effektiven Beziehung zwischen Coach und Klient von grundlegender Bedeutung, da er das Vertrauen fördert und die Entwicklung von Vertrauen ermöglicht. Manchmal werden Sie feststellen, dass Sie von Natur aus gut mit jemandem auskommen, während es bei anderen möglich ist, Rapport aufzubauen, indem man eine gemeinsame Basis findet und einfühlsam ist. Menschen, die Vertrauen erwecken, passen sich oft unbewusst dem Verhalten und der Sprache ihres Gegenübers an. Sie können dieses Modell auch bewusst trainieren, indem Sie die Körperhaltung, die Stimme oder den Sprachausdruck Ihres Gegenübers beobachten und natürlich imitieren. Solange Sie es natürlich und ohne Zwang tun, können Sie die Einstellung des Kunden besser wahrnehmen und gemeinsam mit ihm das Ziel des Gesprächs verfolgen. Wir raten davon ab, den Rapport mit Gewalt anzuwenden, da dies als Manipulation empfunden werden kann.

### **Definition des Ziels**

Die Festlegung des Ziels ist der wichtigste Teil des Gesprächs. Manchmal reicht schon die Definition eines Ziels, um die gewünschte Veränderung herbeizuführen. Es ist wichtig, diesem Prozess die nötige Aufmerksamkeit und Zeit zu widmen, damit das Ziel richtig benannt wird.

Das Ziel des Coaching-Gesprächs hat zwei Ebenen:

1. ein Thema, über das der Klient sprechen möchte und das einen längerfristigen Charakter hat
2. ein Thema für ein bestimmtes Gespräch

Der Coach muss beide Ziele im Auge behalten und deren Erreichung überwachen. Bei der Festlegung von Zielen ist es hilfreich, sich auf die gewünschte Veränderung und ihre Erscheinungsformen zu konzentrieren.

**Das Ziel sollte sein:**

- S (spezifisch) - konkret
- M (measurable) - messbar
- A (achievable) - erreichbar
- R (realistic) - realistisch
- T (timed) - zeitlich begrenzt

Bei der Formulierung eines Ziels ist wie folgt vorzugehen:

- von Negativformulierungen zu Positivformulierungen



- Arbeit mit der Metasprache



- Arbeit an dem, was Sie beeinflussen können



- es sollte sich auf den Anfang und nicht auf das Ende von etwas beziehen



Empfehlung:

Halten Sie sich an drei Grundsätze der systemischen Hilfe:

- Reparieren Sie nicht, was nicht kaputt ist.
- Tun Sie, was am besten funktioniert.
- Anstatt etwas falsch zu machen, mache etwas anderes.

## **Kenntnis der Realität**

Der Klient beschreibt seine Situation und sucht mit Hilfe des Coaches nach neuen Perspektiven, rekapituliert vergangene Lösungen, beschreibt die Umstände und mögliche Ressourcen zur Lösung der Situation.

## **Suche nach Optionen und Alternativen**

In dieser Phase unterstützen wir den Klienten dabei, seine eigenen Wege und Lösungsmöglichkeiten zu finden, wir unterstützen und würdigen seine aktive Herangehensweise und schaffen gemeinsam eine neue Wahrnehmung der Situation. Wir helfen dem Klienten, neue Möglichkeiten und Ressourcen zu finden. Die Rolle des Coaches ist es, den Denkprozess des Coachees zu unterstützen und zu strukturieren. Es gibt viel Raum für Kreativität und die Suche nach einem gemeinsamen Weg mit dem Klienten. Einem Coach stehen viele Werkzeuge zur Verfügung.

## **Auswahl der Optionen, Zustimmung**

Während des Gesprächs entscheidet sich der Klient für einen Weg zur Lösung seiner Situation. Gemeinsam mit dem Klienten kann der Coach die Angemessenheit der gegebenen Option, ihre Vor- und Nachteile, die Auswirkungen auf den Klienten selbst und sein Umfeld prüfen und so die Motivation des Klienten stärken, den vorgeschlagenen Weg zu gehen. Nach der Auswahl einer Lösungsmöglichkeit für die Situation, folgt die Erstellung des Plans.

## **Erstellung eines Plans**

Der Coach ermutigt den Klienten, die Sitzung mit einem konkreten Plan oder Vorgehen zu verlassen.

Bei der Erstellung eines Plans kann er fragen:

1. Was wird der erste Schritt sein, den Sie unternehmen werden?
2. Wann werden Sie ihn tun?
3. Was brauchen Sie noch dazu?

Auch eine Skala oder Visualisierung kann in diesem Schritt sinnvoll eingesetzt werden. Nach Absprache mit dem Coachee empfiehlt es sich, die geplanten Aktivitäten und den Fortschritt bei der Lösung der Situation zu protokollieren.

## **Rekapitulation, Ermutigung, Schlussfolgerung**

Am Ende ist es angebracht, den Verlauf des Gesprächs zusammenzufassen, um die Ressourcen des Klienten zu würdigen. Im Coaching wird die so genannte Abschlussintervention eingesetzt, die die Möglichkeit bietet, den Klienten in seiner Entscheidung zu bestärken, in der vereinbarten Weise fortzufahren. Es ist möglich, dem Klienten eine Aufgabe vorzuschlagen oder ihn einfach nur zu schätzen und zu ermutigen, bis er zum nächsten Treffen kommt. Der Coach vereinbart einen Termin und ein vorläufiges Thema für das nächste Treffen. Am Ende des Gesprächs ist es wichtig, sich zu vergewissern, dass der Verlauf des Gesprächs für den Klienten sicher war, dass der Klient mit einem Aktionsplan oder einer Idee für eine Lösung geht, dass eine nützliche Veränderung für ihn stattgefunden hat.

## 7.4. Das GROW Coaching Interview Modell

Es gibt verschiedene Coaching-Modelle, eines davon ist GROW:

Das GROW-Modell ist zu Recht eines der etabliertesten und erfolgreichsten Modelle zur persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung, das in der Coaching-Branche angeboten wird.

Das GROW-Modell ist ein Akronym, das für (G)oals, (R)eality, (O)ptions und (W)ill steht und die vier wichtigsten Schritte bei der Umsetzung des GROW-Modells hervorhebt. Durch das Durchlaufen dieser vier Stufen schärft das GROW-Modell das Bewusstsein des Einzelnen für seine eigenen Bestrebungen, ein besseres Verständnis für seine aktuelle Situation, die Möglichkeiten, die ihm offen stehen, und die Maßnahmen, die er ergreifen kann, um seine persönlichen und beruflichen Ziele zu erreichen. Durch die Festlegung spezifischer, messbarer und erreichbarer Ziele und eines realistischen Zeitrahmens für deren Verwirklichung fördert das GROW-Modell erfolgreich das Selbstvertrauen und die Eigenmotivation, was zu einer höheren Produktivität und persönlichen Zufriedenheit führt.

### **Die Struktur des GROW-Modells**

#### **Schritt 1 des GROW-Modells - Was sind Ihre (G)oals?**

- Identifizierung und Klärung der Art des Ziels durch ein Verständnis der Endziele, Leistungsziele und Fortschrittsziele auf dem Weg dorthin.
- Vermittlung eines Verständnisses der wichtigsten Ziele und Bestrebungen.
- Klärung des gewünschten Ergebnisses der Sitzung.

## Schritt 2 des GROW-Modells - Was ist die (R)ealität?:

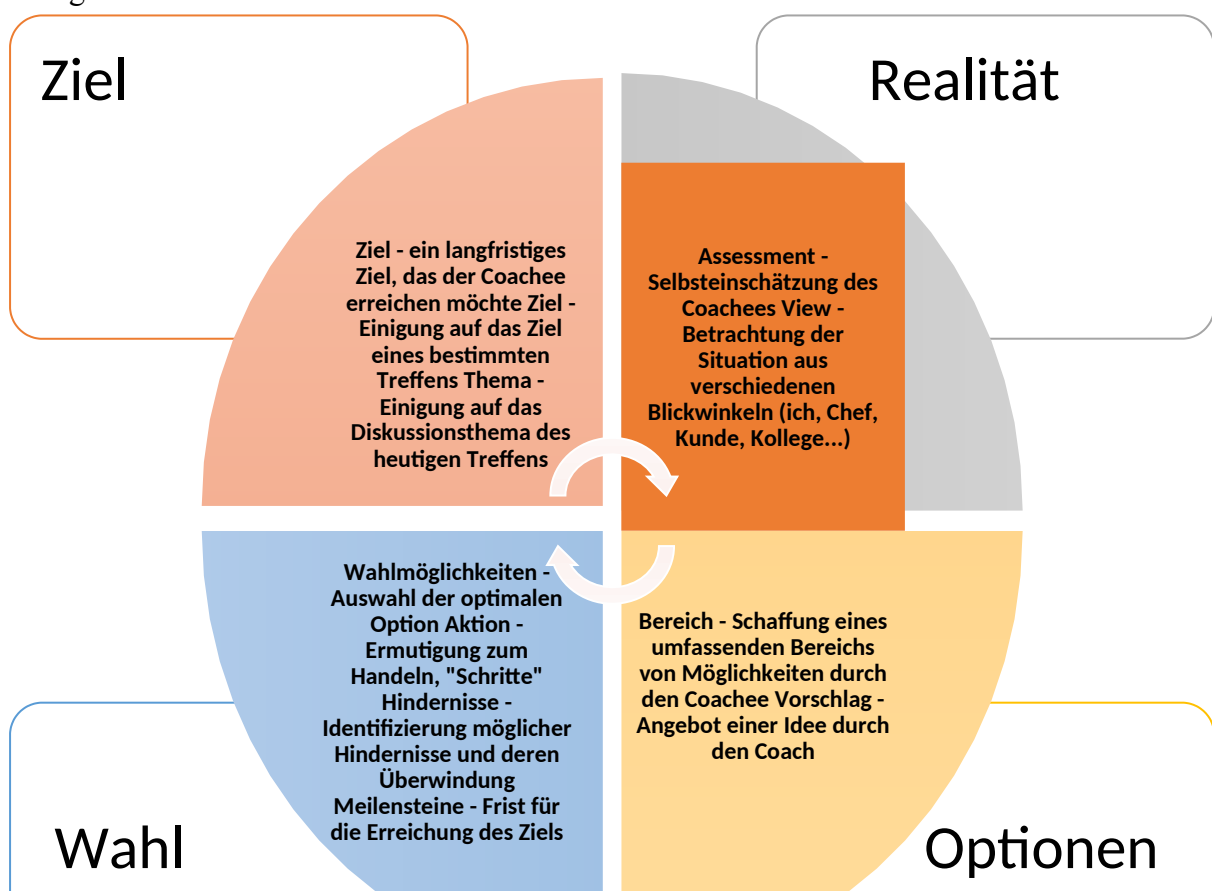
- Bewertung der aktuellen Situation im Hinblick auf die bisher ergriffenen Maßnahmen.
- Klärung der Ergebnisse und Wirkungen der bisher durchgeführten Maßnahmen.
- Ermöglichung eines Verständnisses der internen Hindernisse und Blockaden, die derzeit den Fortschritt verhindern oder einschränken.

## Schritt 3 des GROW-Modells - Was sind Ihre (O)ptionen?

- Identifizierung der Möglichkeiten und Alternativen.
- Erläuterung und Hinterfragung einer Vielzahl von Strategien für den Fortschritt.

## Schritt 4 des GROW-Modells - Was (W)ollen Sie tun?

- Vermittlung eines Verständnisses dafür, was gelernt wurde und was verändert werden kann, um die ursprünglichen Ziele zu erreichen.
- Erstellung einer Zusammenfassung und eines Aktionsplans für die Umsetzung der identifizierten Schritte.
- Überblick über mögliche zukünftige Hindernisse.
- Überlegungen zur weiteren Erreichung der Ziele und zur möglicherweise erforderlichen Unterstützung und Entwicklung.
- Bewertung der Sicherheit des Engagements für die vereinbarten Maßnahmen.
- die Methoden zur Sicherstellung der Rechenschaftspflicht und des Erreichens der Ziele aufzeigt





## 7.5. Quiz

### 1. Ist die Aussage richtig oder falsch?

**Coaching: Partnerschaft mit dem Kunden in einem kreativen Prozess, der sein Denken anregt und ihn inspiriert, sein persönliches und berufliches Potenzial zu maximieren.**

- a. Richtig
- b. Falsch

### 2. Welche der aufgeführten Kompetenzen gehören zu den Kompetenzen eines Coaches?

- a. Kenntnisse über Interviewverfahren
- b. Lösungsorientierung
- c. Fähigkeit zum Zuhören
- d. Unparteilichkeit
- e. Alle von ihnen

### 3. Die Fähigkeit zum Zuhören im Coaching bedeutet:

- a. Zuhören ohne zu bewerten, sondern zu selektieren, was wichtig ist und was nicht, in manchen Fällen ist es erlaubt, eigene Konstruktionen über das gegebene Thema zu erstellen.
- b. Zuhören und Bewerten, wobei ausgewählt wird, was wichtig ist und was nicht, und eigene Konstruktionen über das gegebene Thema erstellt werden.
- c. Zuhören ohne Bewertung, ohne auszuwählen, was wichtig ist und was nicht, ohne eigene Konstrukte über das gegebene Thema zu erstellen.

### 4. Welche Werkzeuge werden im Coaching eingesetzt?

- a. Zielformulierung und Interview
- b. Fragen
- c. Zusammenfassungen
- d. Schweigen
- e. Würdigung, Ermutigung
- f. Messung des Gesprächsfortschritts
- g. Alle

**5. Welche Arten von Fragen werden im systemischen Coaching-Ansatz verwendet?**

- a. Instruktiv, konstruktiv, hypothetisch, geschlossen
- b. Instruktiv, konstruktiv, hypothetisch, zirkulär, wundersam, skalierend
- c. Geschlossen, kreisförmig, wundersam, skalierend

**6. Ist die Aussage wahr oder falsch?**

**Coachen Sie nicht, wenn der Klient nicht den Willen zeigt, an seinen Zielen zu arbeiten, wenn er sich nicht mit seinen eigenen Ressourcen auseinandersetzen will, wenn er es vorzieht, geführt zu werden und die Verantwortung für die Lösung auf den Schultern des Coachs belässt.**

- a. Richtig
- b. Falsch

**7. Bei der Festlegung von Zielen hilft der Coach, sich auf die gewünschte Veränderung und ihre Erscheinungsformen zu konzentrieren. Das Ziel soll sein:**

- a. Konkret, real, zeitlich begrenzt.
- b. Konkret, messbar, erreichbar, realistisch, zeitlich begrenzt.
- c. Erreichbar, realistisch, konkret, messbar.

**8. Ist die Aussage wahr oder falsch?**

**Am Ende des Gesprächs ist es nicht wichtig, sich zu vergewissern, dass der Verlauf des Gesprächs für den Klienten sicher war, dass der Klient mit einem Aktionsplan oder einer Idee für eine Lösung geht, dass eine nützliche Veränderung für ihn stattgefunden hat.**

- a. Richtig
- b. Falsch

**9. Bei der Formulierung des Ziels geht der Coach vor:**

- a. Von negativen Formulierungen zu positiven Formulierungen.
- b. Von positiven Formulierungen zu negativen Formulierungen.
- c. Beide Antworten sind richtig.

**10. Das GROW-Modell ist ein Akronym und steht für:**

- a. (G)goals, (R)esponsibility, (O)pportunities und (W)ill,
- b. (G)goals, (R)eality, (O)bstracles und (W)ill,
- c. (G)goals, (R)ealität, (O)ptionen und (W)ill,

### **11. Schritt 1 des GROW-Modells:**

- a. Ermöglicht ein Verständnis der inneren Hindernisse und Blockaden, die gegenwärtig das Vorankommen verhindern oder einschränken.
- b. Identifizierung und Klärung der Art des Ziels durch ein Verständnis der Endziele, Leistungsziele und Fortschrittsziele auf dem Weg dorthin.
- c. Erstellt eine Zusammenfassung und einen Aktionsplan für die Umsetzung der identifizierten Schritte.

### **12. Schritt 3 des GROW-Modells:**

- a. Klärt die Ergebnisse und Auswirkungen der zuvor ergriffenen Maßnahmen.
- b. Skizziert mögliche zukünftige Hindernisse.
- c. Skizziert und hinterfragt eine Vielzahl von Strategien für das Vorankommen.

## **7.6. Referenzen**

1. Fischer, M. – Epe: KOUČOVÁNÍ. Zásady a techniky profesního doprovázení. Portál, 2006
2. Atkinson, M., Chois, R. T. (2009). Koučink – věda i umění, Vnitřní dynamika. Vydavatel'stvo: Portál, 2009
3. Whitmore, John. (2005). Koučování: rozvoj osobnosti a zvyšování výkonnosti, metoda transpersonálního koučování. Praha: Management Press, 2005. 184 s. ISBN 80-7261-101-1
4. Podaná, R. (2012). Koučování pro manažery, Grada, 2012
5. Whitmore, J. (2009). Koučování: Management Press, 2009
6. Štermenský, M. (2021). Koučing a mentoring v řízení. Získané dňa 22/01/2023 z: <https://www.nocka.sk/wp-content/uploads/2021/05/Koucing-a-mentoring-v-riadeni.pdf>
7. Zust, CH. (2017). Know the Difference Between Coaching and Mentoring. POSTED: Jul. 05, 2017 Acquired on 22/01/2023

<https://www.kent.edu/yourtrainingpartner/know-difference-between-coaching-and-mentoring>

## 7.7. Annex 7 - Quiz Antworten

<b>Fragen</b>	<b>Antworten</b>
Frage 1	a
Frage 2	e
Frage 3	c
Frage 4	g
Frage 5	b
Frage 6	a
Frage 7	b
Frage 8	b
Frage 9	a
Frage 10	c
Frage 11	b
Frage 12	c



Mentoring-Programm für Fachleute zur Unterstützung der Integration von Zuwanderinnen in Form von Blended-Learning

## **MODULE 7**

### **Motivation durch Coaching**

**2021-1-TR01-KA220-ADU-000033474**

Umfassendes Ausbildungsmodell zur Unterstützung des Integrationsprozesses, zur Schaffung eines integrativen Umfelds und von Möglichkeiten für Immigrantinnen im Bereich des sozialen und beruflichen Lebens

### **COMO-TRAIN**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## Contents

7. Motivation durch Coaching	3
7.1. Mentoring vs. Coaching	3
7.2. Coaching-Methoden und -Tools	4
7.3. Interview mit dem Kunden	6
7.4. Das GROW Coaching Interview Modell	7

## 7. Motivation durch Coaching

## 7.1. Mentoring vs. Coaching

<b>Aktivität No. 7.1.</b>	
<b>MODUL</b>	Motivation durch Coaching
<b>THEMA</b>	Mentoring vs. Coaching
<b>Titel der Tätigkeit</b>	Feststellung der Unterschiede zwischen Mentoring und Coaching
<b>Pädagogisches Ziel</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brainstorming, um eine Lösung für ein bestimmtes Problem zu finden, indem eine Liste von Ideen gesammelt wird, die von den Teilnehmern spontan eingebracht werden.</li> <li>2. Verstehen, wie Coaching- und Mentoring-Beziehungen strukturiert sind</li> </ol>
<b>Zielgruppe</b>	Fachleute
<b>Dauer (in Minuten)</b>	30 Minuten
<b>Einstellung</b>	Klassenraum
<b>Größe der Gruppe</b>	10-12 Leute
<b>Methode</b>	Brainstorming in kleinen Gruppen, Diskussion in einer großen Gruppe
<b>Tools</b>	Flipchart, Stifte, Papier, Marker
<b>Beschreibung der Tätigkeit</b>	
<p>Der Lektor stellt das Brainstorming als eine Situation vor, in der eine Gruppe von Lernenden zusammenkommt, um neue Ideen und Lösungen für ein bestimmtes Interessengebiet zu entwickeln, indem Hemmungen abgebaut werden. Die Lernenden sind in der Lage, freier zu denken, und sie schlagen so viele spontane neue Ideen wie möglich vor. Alle Ideen werden kritiklos notiert und nach der Brainstorming-Sitzung werden die Ideen bewertet.</p> <p>Die Teilnehmer werden in zwei Gruppen aufgeteilt. Die Aufgabe der Gruppen besteht darin, die Beziehungen zwischen Mentoring und Coaching in Bezug auf Zeitrahmen, Schwerpunkt, Struktur, Fachwissen, Inhalt, Fragestellung und Ergebnisse zu untersuchen und zu vergleichen. Die erste Gruppe erforscht in Form eines Brainstormings und schreibt die Merkmale von Coaching auf, die zweite Gruppe untersucht und schreibt die Merkmale von Mentoring auf. Abschließend präsentieren und diskutieren beide Gruppen die Ergebnisse in einer großen Gruppe.</p>	
<b>Text der Anleitung für Lernende (Fachleute)</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teilen Sie sich in zwei Gruppen auf.</li> <li>2. Die Aufgabe der ersten Gruppe besteht darin, innerhalb von 15 Minuten die Merkmale des Coachings in Bezug auf Zeitrahmen, Fokus, Struktur, Fachwissen und Inhalt, Methode des Fragenstellens und Ergebnisse aufzuschreiben.</li> <li>3. Die Aufgabe der zweiten Gruppe besteht darin, innerhalb von 15 Minuten die Merkmale von Mentoring in Bezug auf Zeitrahmen, Schwerpunkt, Struktur, Fachwissen und Inhalt sowie die Methode des Fragenstellens und die Ergebnisse aufzuschreiben.</li> <li>4. Schließlich präsentieren und diskutieren beide Gruppen die Ergebnisse in einer großen Gruppe innerhalb von 15 Minuten.</li> </ol>	
<b>Zusammenfassung</b>	
Durch diese Übung werden die Teilnehmer die Beziehungen zwischen Coaching und Mentoring	

verstehen. Das Brainstorming ermöglicht es ihnen, Ideen freier zu formulieren und Kreativität zu entwickeln.  
 Die Übung wird empfohlen, um das im Selbststudium erworbene theoretische Wissen zu üben und es mit Hilfe eines Dozenten in der Praxis zu vertiefen.

## 7.2. Coaching-Methoden und -Tools

<b>Aktivität No. 7.2.</b>	
<b>MODUL</b>	Motivation durch Coaching
<b>THEMA</b>	Coaching-Methoden und -Tools
<b>Titel der Tätigkeit</b>	SMART-Ziele
<b>Pädagogisches Ziel</b>	Einübung der Formulierung von Zielen nach der SMART-Methode
<b>Zielgruppe</b>	Fachleute
<b>Dauer (in Minuten)</b>	90 Minuten
<b>Einstellung</b>	Klassenraum
<b>Größe der Gruppe</b>	10-12 Leute
<b>Method</b>	Arbeit in Dreiergruppen, Diskussion in einer großen Gruppe
<b>Tools</b>	Bleistift, Papier
<b>Beschreibung der Tätigkeit</b>	
<p>Die Teilnehmer werden in Kleingruppen von drei Personen aufgeteilt. Von den drei Mitgliedern nimmt ein Teilnehmer die Rolle des Coaches, der zweite die des Klienten und der dritte die des Beobachters ein. Der Kunde beschreibt die Problemsituation (z.B.: Niemand mag mich. Ich bin für alles verantwortlich, was in der Abteilung passiert. Ich will mich mit niemandem mehr streiten.)</p> <p>Die Rolle des Coaches ist es, Fragen an den Kunden zu formulieren, so dass sein Ziel SMART ist und dass sie gemeinsam in der aktuellen Zeit und im aktuellen Raum daran arbeiten können.</p> <p>Ein SMART Ziel muss sein:</p> <p>S - SPECIFIC - spezifisch, um das Ziel so konkret wie möglich zu definieren.</p> <p>M - MEASURABLE - messbar, am Ende des Ziels muss man wissen, ob man erfolgreich war und was man erreicht hat.</p> <p>A - ACHIEVABLE - erreichbar, denken Sie über die Methode nach, mit der Sie Ihr Ziel erreichen wollen.</p> <p>R - RELEVANT - realistisch, bestimmen Sie ein Ziel, das für Sie realistisch und machbar ist.</p> <p>T - TIME BOUND - zeitlich begrenzt, legen Sie den Anfang und das Ende fest.</p> <p>Der Beobachter beobachtet den Verlauf des Gesprächs, macht sich Notizen und weist auf Schwachstellen hin, die es zu beheben gilt. Nach 20 Minuten werden die Positionen/Rollen</p>	



gewechselt, so dass jeder abwechselnd alle Positionen/Rollen innerhalb der Gruppe einnimmt.

Anschließend findet eine Diskussion mit dem Dozenten und anderen Teilnehmern in einer großen Gruppe statt, in der die Erkenntnisse der Beobachter besprochen werden, welche Teile der Zielsetzung bzw. der Formulierung der Fragen nach der SMART-Methode am anspruchsvollsten waren, wie der Coach seine Fähigkeiten in diesen Bereichen weiterentwickeln kann.

### **Text der Anleitung für Lernende (Fachleute)**

1. Bilden Sie kleine Gruppen von drei Personen. Vereinbaren Sie miteinander die Rollen in der Gruppe, so dass eines der drei Mitglieder die Position des Coaches, das zweite die des Kunden und das dritte die des Beobachters einnimmt.
2. Wählen Sie ein Thema, bei dem der Teilnehmer in der Kundenposition seine Problemsituation beschreiben kann und wozu er die Hilfe des Coaches benötigt.
3. Die Aufgabe des Coaches ist es, Fragen an den Kunden so zu formulieren, dass sein Ziel SMART ist und dass sie gemeinsam in der aktuellen Zeit und im aktuellen Raum innerhalb von 20 Minuten daran arbeiten können.
4. Verwenden Sie Anlage 1, wenn Sie Ziele nach der SMART-Methode festlegen.
5. Wechseln Sie nach 20 Minuten die Positionen/Rollen und wiederholen Sie die Übung, bis jedes Mitglied der Gruppe alle Positionen/Rollen ausprobiert hat.
6. Die Aufgabe des Beobachters besteht darin, den Prozess der Formulierung von Fragen für den Klienten im Hinblick auf die Schwierigkeit zu analysieren.
7. Diskutieren Sie mit dem Dozenten und den anderen Teilnehmern in einer großen Gruppe die Ergebnisse der Beobachter und die Möglichkeiten zur Weiterentwicklung der Fähigkeiten der Trainer.

### **Zusammenfassung**

Die Übung wird empfohlen, um die im Selbststudium erworbenen theoretischen Kenntnisse zu üben und mit Hilfe eines Lektors in der Praxis zu vertiefen.

## **Anhang 1**

Das Ziel soll lauten	Hilfreiche Fragen zur Zielsetzung
<p><b>1. Spezifisch</b></p> <p>Das erste objektive Merkmal ist seine Besonderheit. Es handelt sich nicht um irgendeinen unklaren oder leeren Satz, sondern um eine überzeugte, konkrete und vernünftige Entscheidung, die die objektive Richtung bestimmt, z. B. die Suche nach einem Arbeitsplatz.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Was wollen Sie erreichen?</li> <li>- Warum wollen Sie es erreichen?</li> <li>- Wie können Sie es erreichen?</li> </ul>
<p><b>2. Messbar</b></p> <p>Wir wissen, wie wir das Ziel erreichen können, wenn wir es mit Zahlen belegen. Legen Sie die Referenzwerte für die Überprüfung Ihrer Fortschritte fest. Legen Sie fest, wie genau Sie wissen werden, wann Sie Ihr Ziel erreicht haben.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie viel?</li> <li>- Wie oft?</li> <li>- Wie lange?</li> <li>- In welchen Tagen?</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- In welcher Zeit?</li> <li>- Bis wann?</li> <li>- - Woran werden Sie erkennen, dass Sie Ihre Ziele erreicht haben?</li> </ul>
<p><b>3. Erreichbar</b></p> <p>Natürlich muss das Ziel realistisch gesetzt werden, damit wir es auch tatsächlich erreichen können. Stellen Sie sicher, dass es realistisch ist, das Ziel innerhalb Ihres Zeitrahmens zu erreichen. Es ist notwendig, auch andere Aufgaben im Auge zu behalten.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Welche konkreten Schritte können Sie unternehmen?</li> <li>- Was führen Sie als Erstes durch? Was war der zweite, der dritte...?</li> <li>- Wie sieht Ihr Plan aus?</li> <li>- Welche Hindernisse können auftreten? (Finanziell, gesundheitlich, zeitlich...)</li> <li>- Ist es möglich, Ihr Ziel in einem bestimmten Zeitrahmen zu erreichen?</li> <li>- Sind Sie ausreichend motiviert, es zu erreichen?</li> </ul>
<p><b>4. Relevant</b></p> <p>Der nächste Schritt zum Erfolg besteht darin, sich bewusst zu machen, wie nützlich das Ziel für Sie und Ihr Leben ist.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Warum ist es sinnvoll, dieses Ziel zu verfolgen?</li> <li>- Ist Ihr Ziel relevant, z. B. im Hinblick auf Ihre Karriere?</li> <li>- Warum ist es für Sie wichtig, es zu erreichen?</li> <li>- Wie verändert es Ihr Leben?</li> <li>- Lohnt es sich für Sie, dafür Ihre Energie, Zeit und Ihr Geld zu investieren?</li> <li>- - Welche positiven Veränderungen und Auswirkungen hat das Erreichen des Ziels auf Ihr Leben?</li> </ul>

<p><b>5. Zeitlich begrenzt oder nachvollziehbar</b></p> <p>Die zeitliche Begrenzung von Zielen ist besonders bei kurzfristigen Zielen wichtig.</p> <p>Es ist wichtig, Fristen oder Zeitpläne für Aktivitäten festzulegen. Je länger Sie in die Zukunft planen, desto größer ist das Risiko, dass das Leben Ihre Pläne verändert. Daher ist es bei langfristigen Zielen sinnvoll, Meilensteine festzulegen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie lange dauert es, bis Sie Ihr Ziel erreichen?</li> <li>- Handelt es sich um kurzfristige oder langfristige Ziele?</li> <li>- Sind Sie daran interessiert, das Ziel zu erreichen (z. B. die Arbeitsposition zu erhalten) oder das System festzulegen (z. B. Sie wollen etwas regelmäßig tun)?</li> <li>- Wann erreichen Sie Ihr Ziel?</li> </ul>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 7.3. Interview mit dem Kunden

<b>Aktivität No. 7.3.</b>	
<b>MODUL</b>	Motivation durch Coaching
<b>THEMA</b>	Interview mit dem Kunden
<b>Titel der Tätigkeit</b>	Das eigene Thema
<b>Pädagogisches Ziel</b>	Ausprobieren des Selbstcoachings, Anwendung von Coaching-Fragen zum eigenen Thema.
<b>Zielgruppe</b>	Fachleute
<b>Dauer (in Minuten)</b>	30 Minuten
<b>Einstellung</b>	Heimische Umgebung
<b>Größe der Gruppe</b>	10 - 12 Leute
<b>Method</b>	Hausaufgaben/Individuell
<b>Tools</b>	Bleistift, Papier
<b>Beschreibung der Tätigkeit</b>	
<p>Ziel der Übung (Hausaufgabe) ist es, anhand einer ausgewählten Problemsituation, mit deren Lösung der Teilnehmer nicht zufrieden war, ein Selbstcoaching zu versuchen. Es gibt empfohlene Fragen, die es Ihnen ermöglichen, die Problemsituation auf eine andere Weise zu lösen.</p>	
<b>Text der Anleitung für Lernende (Fachleute)</b>	
<p>Denken Sie an eine Situation, die Ihnen von Zeit zu Zeit begegnet, mit deren Lösung Sie aber bisher nicht ganz zufrieden waren. Zum Beispiel: Konflikt in der Familie, Kommunikation mit einem Kollegen, ... und versuchen Sie, die folgenden Fragen zu beantworten. Machen Sie sich Notizen darüber, welche der Fragen für Sie nützlich waren oder welche Erkenntnisse Sie aus dem Prozess, wie Sie über Ihr Thema nachgedacht haben, gewonnen haben. Haben Sie etwas Neues entdeckt?</p> <p>1.       Wie würde jemand anderes aus Ihrer Nachbarschaft diese Situation wahrnehmen?</p>	

2. Wie würde ein Experte für dieses Thema die Situation wahrnehmen?
3. Was, glauben Sie, ist für Sie und Ihren Partner in dieser Situation wichtig?
4. Was sollte das Ergebnis dieser Situation sein?
5. Was würde dann anders sein?
6. Was könnten Sie tun, um dies zu erreichen?
7. Was könnte noch getan werden?
8. Wie werden Sie diese Situation in 5 Jahren sehen?

#### Zusammenfassung

Mit Hilfe dieser Aufgabe können die Teilnehmer das im Selbststudium erworbene Wissen in der Praxis anwenden, insbesondere die Formulierung von Fragen in Form von Selbst-Coaching. Es wird dazu beitragen, ihre Coaching-Fähigkeiten zu entwickeln.

## 7.4. T Das GROW Coaching Interview Modell

<b>Aktivität No. 7.4.</b>	
<b>MODUL</b>	Motivation durch Coaching
<b>THEMA</b>	Das GROW Coaching Interview Modell
<b>Titel der Tätigkeit</b>	Wie führt man ein Coaching-Gespräch nach der GROW-Methode?
<b>Pädagogisches Ziel</b>	Kenntnisse über die Anwendung der GROW-Methode in der Praxis
<b>Zielgruppe</b>	Fachleute
<b>Dauer (in Minuten)</b>	80 Minuten
<b>Einstellung</b>	Klassenraum
<b>Größe der Gruppe</b>	10-12 Leute
<b>Method</b>	Arbeit in Paaren, Diskussion in einer großen Gruppe
<b>Tools</b>	Bleistift, Papier
<b>Beschreibung der Tätigkeit</b>	
<p>Die Teilnehmer werden in Paare aufgeteilt. Von den Paaren ist ein Teilnehmer in der Position des Coaches, der zweite in der Position des Kunden. Der Kunde beschreibt die Problemsituation.</p> <p>Die Aufgabe des Coaches ist es, mit Hilfe der GROW-Methode Fragen zu formulieren, damit sie gemeinsam an der beschriebenen Problemsituation arbeiten können.</p> <p>Eine Rekapitulation der GROW-Methode</p> <p>Zielsetzung - Zielsetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifizierung des Gesprächsbereichs</li> <li>- Langfristiges Ziel</li> <li>- Zielsetzung des Gesprächs</li> </ul>	

o Beschwerde (sie tun ...)

o Bitte (Ich möchte ...)

o Auftrag (und ich brauche von Ihnen=ME+YOU+HERE+NOW "... Was kann ich tun, damit es Ihnen nützt?")

- Prioritäten setzen

- Einigung über die Arbeitsweise

Realität - Realität

- Mit wem hat dieses Thema zu tun? - Realität von allen Seiten abbilden

- Erweiterung des Situationsbewusstseins (zirkuläre Fragen)

- Vergangene Erfolgsquellen entdecken (z.B. auch anhand der Skalierungstechnik...)

- Suchen Sie nach Ausnahmen für das Problem - wenn etwas nicht passiert, was in der Vergangenheit funktioniert hat = Potenzial für eine Lösung in der Zukunft

Optionen - Möglichkeiten

- Brainstorming von Ideen - zur Suche nach Lösungen anregen, es geht um die Menge der Lösungen, nicht um die Bewertung von Vorschlägen

- Achtung, es gibt keine Grenzen, wir setzen die Grenzen

- Frage: "Was noch ...?"

- Bereitstellung von Ideen durch den Coach

Wahl der Lösung (Auswahl)

- Auswahl der am besten geeigneten Lösungsalternative

- Kartierung möglicher Hindernisse/Barrieren + Methoden zu deren Beseitigung

- Erster Schritt: "Was werden Sie als ersten Schritt tun? Wann fangen Sie an?"

- Skalierung - Absicht, die gegebene Lösung umzusetzen (Name der Skala, Beschreibung der Skala, Messung)

- Raum für Äußerungen - Was möchte er/sie noch sagen?...

- Feedback zum Treffen ...

- Konvention beim nächsten Treffen

### **Text der Anleitung für Lernende (Fachleute)**

1. Bilden Sie Paare. Vereinbaren Sie miteinander die Rollen in der Gruppe, so dass eines der beiden Mitglieder in der Position des Coaches, das zweite in der Position des Kunden ist.
2. Wählen Sie ein Thema, so dass der Teilnehmer in der Kundenposition seine Problemsituation beschreiben kann und was er/sie vom Coach an Hilfe benötigt.
3. Die Aufgabe des Coaches ist es, mit Hilfe der GROW-Methode Fragen an den Klienten zu formulieren, die sie gemeinsam innerhalb von 20 Minuten bearbeiten können.
4. Nach 20 Minuten wechseln Sie die Positionen/Rollen und wiederholen die Übung.
5. Diskutieren Sie mit dem Lehrenden und den anderen Teilnehmern in einer großen Gruppe über Ihre Erfahrungen mit der GROW-Methode.

### **Zusammenfassung**

Mit Hilfe dieser Aufgabe können die Teilnehmer das im Selbststudium erworbene Wissen mit Unterstützung eines Lektors in der Praxis anwenden. Nach dem Erwerb praktischer Fähigkeiten

werden sie in der Lage sein, die GROW-Methode bei der Arbeit mit einem Klienten anzuwenden.