

COACHINGPLUS

TRAINING

EMPOWERMENT

138

Coachingplus _ Fachartikel

Coaching-Tipps
Aktuelle Seminare

Sprache als „Wirklichkeitsmacher“
Nehmen Sie die Worte unter die Lupe



Erfolg durch Kompetenz

Die Sprache ist die Kleidung der Gedanken. Samuel Johnson
Die Sprache ist die Quelle aller Missverständnisse. Antoine de Saint-Exupéry
Richtiges Zuhören ist nicht leicht. Wir hören die Worte, aber wir Drosseln das Tempo nur selten, um hinzuhören und die Ohren wirklich zu spitzen, um die Emotionen, die Ängste und eigentlichen Sorgen zu hören. Kevin Cashman

Sprache als „Wirklichkeitsmacher“ - nehmen Sie die Worte unter die Lupe

Sprache. Sie ist mehr, als beim Bäcker ein Brot zu kaufen oder einem Touristen den Weg zum Bahnhof zu erklären. **Die Sprache** spiegelt unsere Überzeugungen wider, unsere **Werte, Ideen und Sichtweisen**. Wie wir denken, wie wir die Welt sehen und diese Betrachtung aufrechterhalten – das geschieht über die Sprache und wird durch sie gefestigt.

Worte schaffen Wirklichkeit

Warum ist ein Stuhl ein Stuhl oder ein Tisch ein Tisch? Weil wir uns darauf geeinigt haben, weil wir die Sprache dazu verwenden, Gegenständen Namen zu geben. Doch es geht noch weiter. Paul Watzlawick geprägt durch Vaihinger¹ und Adler sagte: **„Jeder konstruiert sich seine Wirklichkeit“**, und wenn man diese Worte einen Moment auf sich einwirken lässt, sind die Folgen gravierend.

Denn Worte beschreiben eben nicht nur so profane Dinge wie Stühle oder Tische, sie haben auch **Macht und Gefühl**, lösen also Emotionen aus. Worte führen zu Begeisterung, Hoffnung oder Zuversicht, sie erzeugen aber auch Unsicherheit, Angst oder Traurigkeit. Durch die Sprache können Sie also ermutigt oder gelähmt werden. Ob Ihr „Herz vor Freude hüpf“ oder Sie „vor Wut platzen“, darüber entscheiden die Worte und die Art, wie sie benutzt werden. Als Coach ist es daher besonders wichtig, sich nicht nur um das gesprochene Wort, sondern auch um die **dahinter liegenden Emotionen** zu kümmern. Denn der „Gefühlswert“ der Sprache ist mindestens ebenso wichtig wie die Worte, die ihn transportieren.

Wie sprechen Sie eigentlich über sich selbst?

Worte transportieren und verfestigen unsere **inneren Überzeugungen**, ganz gleich, ob dies nützlich oder hindernd ist. Wir speichern also gleichermassen Worte und individuelle Erfahrungen ab.

1 Vgl. <https://urs-r-baertschi-coaching.ch/betrieblicher-mentor-thematische-arbeit/>

EIN BERUF MIT ZUKUNFT



SGfB zertifiziert



IHRE BERUFUNG AUSLEBEN UND MENSCHEN BERATEN.

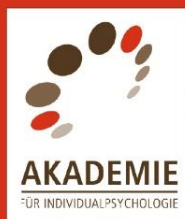
DIPL. INDIVIDUALPSYCHOLOGISCHER BERATER /
INDIVIDUALPSYCHOLOGISCHE BERATERIN

Dreijährige berufsbegleitende Ausbildung
in psychosozialer Beratung! Start jeweils
im Sommer. Lernen Sie es bei uns – kompetent
und überzeugend.

Neu: Bei eidg. Diplom HFP 50% Bundesfinanzierung

Akademie für
Individualpsychologie GmbH
Ifangstrasse 10
8302 Kloten
Tel. 044 865 05 20

www.akademie-ip.ch



SCHWEIZER KONGRESS FÜR
ADLERIANISCHE PSYCHOLOGIE
5.-6. SEPTEMBER. 2020, KLOTEN, WWW.SKAP.CH



Urs R. Bärtschi

DIE AUSBILDUNG, DIE DAS LEBEN ERKLÄRT UND BEREICHERT

10-Tage die Aha-Erlebnisse garantieren.
Sie erleben Selbststärkung und Ermutigung!
Sie kommen in ihren individuellen Fragen
viele Schritte weiter. Und dazu lernen Sie erst
noch, andere zu coachen.

WANN SIND SIE BEI UNS?

Urs R. Bärtschi | www.coachingplus.ch
info@coachingplus.ch | Tel. +41 (0) 44 865 37 73
CH-8302 Kloten (nähe Zürich Flughafen)



JETZT LESEN!

www.ich-bin-mein-eigener-coach.ch

Testen Sie sich und **Ihre Wortwahl** doch einmal selbst. Beschreiben Sie einen Wochentag der vergangenen Woche oder ein Erlebnis, das Sie als besonders schön empfunden haben. Stellen Sie sich Fragen wie diese:

- Welche Schwierigkeiten gab es in der letzten Woche?
- Was erwarten Sie von Ihrer Arbeit?
- Wie gehen Sie mit Komplimenten um?
- Wie bereiten Sie sich vor, wenn Sie einer Ihnen unbekannten Runde beitreten?

Achten Sie dabei nicht nur auf **Ihre Emotionen**, sondern auch auf die Formulierungen und die Worte, die Sie verwenden. Schon einfache **Sprach- und Wortanalysen** decken oft bestimmte wiederholte Worte auf und zeigen bestimmte Ausdrücke und Redensarten. Hören Sie sich zu, und womöglich drucken sie sich eine oder zwei eigene Mails aus, um auch diese zu studieren:

- Welche Sätze wiederholen Sie häufig?
- Welche Worte benutzen Sie besonders oft?
- Wie verleihen Sie dem, was Sie sagen wollen, besonderen Nachdruck?

Und, wenn Sie wieder beim Zuhören sind:

- Worüber haben Sie in den letzten Tagen nachgedacht?
- Hat Sie dieses Nachdenken blockiert?
- Oder sind Sie einen Schritt weitergekommen?

Aus Ihren Gedanken formen sich Worte, aus Worten werden Taten. **Innere Blockaden** jedoch können den Menschen festhalten.

Worte beeinflussen Beziehungen, Wertschätzung und Ermutigung

Natürlich geht die Gestaltung durch Worte über unsere innere Welt hinaus. Sie prägen auch **unsere Beziehungen**. Eine gute Beziehung – das liegt in der Natur der Sache – baut auf Vertrauen auf. Das allerdings fällt weder vom Himmel noch ist es bei Amazon zu haben. Vielmehr müssen wir es Schritt für Schritt entstehen lassen und vertiefen. Die Grundlage für Vertrauen sind **Glaubwürdigkeit, Verlässlichkeit und Authentizität**.

Doch Vertrauen richtet sich nicht nur in die Zukunft. Ausschlaggebend sind auch Erfahrungen aus der Vergangenheit. Haben wir dort Vertrauen aufbauen können,

hoffen wir darauf, dass das auch in Zukunft passieren möge. Dass das nicht immer gelingt, versteht sich von selbst, aber wenn wir von unangenehmen Erfahrungen absehen, die naturgemäss nicht ausbleiben, schafft Vertrauen ein **komfortables Potenzial**. Umfangreiche Sicherungsmechanismen werden überflüssig, wir wissen, dass wir uns auf das Gesagte des Gegenübers verlassen können und erweitern so die Möglichkeiten des eigenen Handelns. Letztlich entsteht durch Vertrauen Sicherheit.

Ohne Vertrauen kein Wir-Gefühl, so einfach lässt es sich zusammenfassen. Nur durch ein Wir-Gefühl entsteht zwischen Menschen das Empfinden der Zugehörigkeit, die ihrerseits einer der Schlüssel für dauerhafte Beziehungen sind. Dahinter steht das, was wir alle uns wünschen und brauchen: **Zustimmung, Akzeptanz und Wertschätzung**. Wer sich in einer auf Wertschätzung und Akzeptanz basierenden Beziehung befindet, unterstützt das Gegenüber, bringt ihm gegenüber Respekt und Akzeptanz entgegen und erfährt das gleichermassen bei sich. Wir wollen als Beziehungspartner wir selbst sein.

Aber zurück zur Sprache. Die Art, wie wir sprechen und zuhören, ist wichtiger als alle anderen Faktoren. Unser Verhalten, **unsere Überzeugungen** und unsere inneren Einstellungen – all das wird transportiert über unsere Sprache. Erst durch sie werden wir für andere erkennbar. Über unsere Sprache wird auch die Persönlichkeit, die uns ausmacht, nach aussen transportiert. Ein gutes Gespräch, eine gute Rede liegt dann vor, wenn das von uns Gesprochene beim Empfänger auch wirklich ankommt. Ohne Zweifel zählen auch **Mimik, Gestik und Tonalität** zu den Aspekten, die dabei wichtig sind. Aber die Sprache bildet die Basis.

Die Wortwahl als Zeichen für die inneren Überzeugungen

Für mich gilt es, in einem Gespräch sehr genau auf die Worte und die Formulierungen zu achten. Denn deren Wirkkraft kann man kaum zu hoch ansiedeln.

Sprachliche Klarheit bzw. Unklarheit sorgt immer wieder für Missverständnisse in der Kommunikation, aber auch für das Einschränken seiner selbst. Sprachliche Klarheit nach dem Motto: „Alles, was nicht ja ist, heisst nein“ steht Unklarheiten gegenüber, mit denen wir uns selbst beschränken. Oft wählen wir eine Sprache, die uns nicht festlegt und Misserfolge indirekt in die Sprache einbaut.

Einige Beispiele hierfür:

- „Ich versuche es mal.“
- „Ich habe ja so viel zu tun.“
- „Ich könnte es ja mal probieren.“

- „Ich bemühe mich doch.“
- „Eigentlich sollte man ...“

Legen Sie also den **Fokus auf das Gesprochene**. Und hören Sie gut zu, denn wenn Menschen lange genug reden, sagen sie alles, was wichtig ist. Auch verdeckte Gedanken, Sprachmuster und der Tonfall spiegeln sich in der Sprache wider.

Dabei sollten Sie natürlich den **emotionalen Ton** beachten. Menschen sind zwar mit Fähigkeiten ausgestattet, ihre Emotionen zu verbergen, doch dabei stossen sie an natürliche Grenzen. Die Stimme und der Gesichtsausdruck verraten enorm viel, und „Weichspüler“ reduzieren nicht nur die Aussagekraft, sie sind auch eine **Art von Augenwischerei** – sich selbst und dem Zuhörer gegenüber. Schauen Sie sich einmal eine Polit-Talkshow im Fernsehen an, Sie werden sofort verstehen, was ich meine.

Wenn Worte die Aussagekraft reduzieren

Relativierende Wörter gibt es haufenweise: Eigentlich, vielleicht, ein bisschen, relativ, scheinbar, ein wenig, vermuten, nur, mal und irgendwie – um nur einige zu nennen. Was in dieser kleinen Aufzählung noch recht harmlos wirkt, entpuppt sich schnell als ausgezeichnetes Instrument, um Worten ihre Aussagekraft zu nehmen:

- „Es ist relativ kühl.“

Tja, was mag das jetzt heissen? Ist es warm? Ist es kalt? Hier fehlt eindeutig der **klare Bezugspunkt**. Warum nicht klar und eindeutig? „Ich möchte Herrn Müller noch den Dank aussprechen“. Herr Müller hat gerade einen Vortrag gehalten, und der Gastgeber scheint auf diplomatische Art dafür danken zu wollen. Aber spricht er wirklich seinen Dank aus oder hat er nur den Plan, das zu tun? Das mag vielleicht etwas kleinlich wirken, aber klarer und eindeutiger wäre der Satz: „Herr Müller, ich danke Ihnen für den spannenden Vortrag!“

Dem einzelnen Wort mehr Beachtung schenken

Es gibt Wörter, die gehören zwar wie selbstverständlich zu unserem Wortschatz, etwa: immer, alle, nie. Doch zur Klarheit tragen sie meist nicht bei, im Gegenteil. Denn einerseits sollen sie **dem Gesagten ein besonderes Gewicht verleihen**, andererseits verfehlen sie aber genau dieses Ziel, weil sie lediglich ein Zeichen für undifferenziertes Sprechen sind.

Und es gibt weitere, **häufig benutzte Worte**, die eher Verwirrung als Klarheit stiften:

- **Aber:** „Mir geht es gut, aber...“ oder „Das ist richtig, aber...“ sind gängige Sätze, über die wir nicht weiter nachdenken. Doch das sollten wir, denn durch den Zusatz „aber...“ negieren wir die zuvor getroffene Aussage. Versuchen Sie es einmal: Verzichten Sie auf diesen Zusatz, Sie werden schnell feststellen, dass Sie achtsamer mit sich selbst und mit Ihren Mitmenschen umgehen.
- **Müssen:** Wie wäre es stattdessen mit „können“ oder „wollen“? Das Wort „müssen“ impliziert einen gewissen Zwang, eine Fremdbestimmung. Und auch wenn damit eine Wichtigkeit erzeugt wird, hält es uns doch von einer eigenen Entscheidung ab. Sie wollen noch mehr Klarheit? Einfach **tun!**
- **Nicht:** Dieses kleine Wort gebrauchen wir häufig im Laufe eines Tages. Doch es zeigt eine Richtung auf, die nicht geht, die nicht funktioniert, die nicht sein kann. Es ist völlig unnötig, Verneinungen auszusprechen, weil sie negativ besetzt sind. Sagen Sie doch statt „Das darf ich nicht vergessen“ lieber „Das schreibe ich mir auf.“ Und – ganz nebenbei bemerkt – das Wort „nicht“ bereitet unserem Gehirn arge Probleme. Sie kennen das Beispiel sicher: Denken Sie jetzt einmal nicht an den Eiffelturm. Da das Gehirn Schwierigkeiten hat, das „nicht“ gedanklich umzusetzen, passiert nun also genau das, was Sie eigentlich nicht wollten: Sie denken an den Eiffelturm.
- **Versuchen:** Die etwas eigenwillig formulierte Redensart „Versuch macht klug“ mag allgemein anerkannt sein. Aber sie ist in unserem hier geschilderten Zusammenhang reine Zeitverschwendung. Wenn Sie etwas versuchen, steckt das Scheitern dieses Versuches bereits in den ersten Gedankengängen. Zwar werden eine Bereitschaft und eine scheinbare Sicherheit erzeugt. Versuchen Sie etwa, Ihre Meinung zu sagen, lenken Sie den Fokus auf die vermeintliche Tat, nicht auf die eigentliche Aktivität. Und wenn Sie dann im weiteren Verlauf zum Schluss kommen: „Tja, immerhin, ich habe es versucht“, besagt das nichts anderes als Ihr eigenes Versagen. Wenn Sie etwas versuchen, steht immer die Option im Raum, das Ziel nicht zu erreichen.
- **Wenn und dann:** Mit diesen beiden Wörtern werden Bedingungen an Sie gestellt, die Sie einschränken, behindern oder gar in die Passivität zwingen. Schliesslich können Sie a) nicht machen, so lange b) nicht erledigt ist: „Wenn ich mich sicherer fühle, dann packe ich die Sache an.“ Was aber, wenn Sie sich sicherer fühlen, wenn Sie die Sache anpacken? Dann berauben Sie sich einer wichtigen Möglichkeit des Handelns.
- **Bemühen:** „Ich bemühe mich stets, ein guter Mensch zu sein und immer das Richtige zu tun, auch wenn das manchmal nicht so einfach ist!“ Dieser Satz ist schon fast ein Klassiker der vermeintlichen Selbstüberwindung. Das Bemühen garantiert keinerlei Resultate. Und es ist sicher kein Zufall, wenn in Arbeitgeberbewertungen ihrer Arbeitnehmer die abwertende Formulierung verwendet wird: „Er war stets bemüht.“

- **Eigentlich:** Eigentlich, im Grunde, im Prinzip ... das sind Wörter, um die eigenen Aussagen (und Fähigkeiten) zu relativieren. Statt einer inneren Überzeugung wird Halbherzigkeit transportiert.
- **Vielleicht, vielleicht auch nicht:** Damit wird Unsicherheit und Unentschlossenheit zum Ausdruck gebracht. Ein bisschen wie „Komm ich heut nicht, komm ich morgen.“ Und morgen sieht es dann schon wieder ganz anders aus.
- **Ein bisschen:** Ein bisschen hier, ein bisschen da, in geringem Masse, nicht sehr wesentlich. Was bleibt am Ende übrig? Fast gar nichts.
- **Scheinbar:** „Scheinbar geht es Ihnen wieder besser.“ Wie wirkt diese Aussage auf Sie? Vermutlich hinterlässt sie Zweifel, denn es ist ja nicht gesagt, ob es Ihnen wirklich wieder besser geht. Es könnte also ganz anders sein, als es scheint.
- **Vermutlich:** Vermutlich ist es mit ziemlicher Sicherheit so, dass unter Umständen eventuell der Sachverhalt so ist, wie er vermuten lässt. Bei so viel Konjunktiven dreht sich einem schnell der Kopf. Vermutlich ... ohne Lösungsansätze.
- **Irgendwie:** Damit wird eine unbestimmbare oder unbestimmte Art und Weise impliziert. Das ist unkonkret und wenig hilfreich.

Alles in allem kann man die hier verwendeten Begriffe als „**Weichspüler**“ bezeichnen. Achten Sie darauf, ob und in welchem Zusammenhang Sie sie verwenden. Widmen Sie diesen **Abschwächungen oder Relativierungen** Aufmerksamkeit und streichen Sie sie aus Ihrem Wortschatz. Wenn Sie auf die Weichspüler verzichten, werden Sie mehr Klarheit und innere Überzeugung in sich spüren. Das stärkt Ihre Handlungskraft und letztlich das Selbstvertrauen.

Sprache wirkt

Der Satz „Am Anfang war das Wort“ hat eine schöpferische Kraft. Er stammt von der Eröffnung des Evangeliums und wurde von Johannes ausgesprochen. Und er zeigt, **welch eine Wirkung Sprache hat**. Doch man kann auch einen anderen Satz bemühen, der die Herausforderung deutlich macht, die mit der Sprache verbunden ist: „Am Anfang war das Wort. Gleich danach kam das Missverständnis.“ Was auf den ersten Blick humorvoll wirkt, macht doch klar, dass Menschen häufig aneinander vorbeireden. Zwar gibt es unterschiedliche Modelle, die den Dialog vereinfachen sollen. Doch **menschliche Kommunikation** führt immer auch zu Missverständnissen, daran führt kein Weg vorbei. Das gilt oft auch in Beratungs- und Verhandlungsgesprächen.

Schauen wir uns die Modelle von Watzlawick und von Thun einmal etwas genauer an. Sie gelten als die wichtigsten Kommunikationsmodelle.

Das Modell von Watzlawick

Paul Watzlawick stellte 5 Grundregeln² auf, die die menschliche Kommunikation erklären und ihre Widersprüche zeigen:

1. Man kann nicht nicht kommunizieren
2. Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt
3. Kommunikation ist immer Ursache und Wirkung
4. Menschliche Kommunikation bedient sich analoger und digitaler Modalitäten
5. Kommunikation ist symmetrisch oder komplementär

Das vier Ohren-Modell von Schulz von Thun

Ein sehr populäres Kommunikationsmodell ist das „**Vier-Ohren-Modell**“ nach **Schulz von Thun**. Auch im Seminaralltag stelle ich immer wieder fest, dass Schulz von Thun die Teilnehmer prägt und interessiert.

Im Seminaralltag ist das vier Ohren-Modell sehr populär. Kurz nach dem Schreiben meines Sachbuches³ fiel mir auf, der Geschäftige bedient meist das **Appel-Ohr**. Der Konsequente das **Sach-Ohr**, der Freundliche das **Beziehungs-Ohr** und der Gemütliche das **Selbstoffenbarungs-Ohr**.

Persönliche Ziele, smart formuliert

Wenn viele Coaches etwas gemeinsam haben, dann ist es der unwiderstehliche Wunsch, seinen Kunden eine Zielformulierung ins „Hausaufgabenheft“ zu schreiben. Vielleicht haben Sie es auch schon einmal erlebt, dass ein Coach vor Ihnen steht und Ihnen die **SMART-Formel** empfiehlt, garniert mit diesen oder ähnlichen Worten: „Ziele formulieren will gelernt sein. Wenn Sie stets die SMART-Formel anwenden, kann dabei nichts schief gehen.“

Pardon, aber so einfach ist es nun auch wieder nicht. Denn auf diese Weise formulierte Ziele setzen auf der logischen Ebene an. Aber die bisherigen Gewohnheiten werden ebenso wenig berücksichtigt wie die **bislang geltenden Handlungsmuster**. Es ist ein bisschen wie mit dem guten Vorsatz für das neue Jahr: Sobald der 1. Januar Geschichte ist, sind auch die guten Vorsätze dahin, sie werden eingeholt von der Realität.

Es ist ja richtig, die Menschen zu Zielsetzungen zu motivieren. Aber dafür muss ich etwas über den Menschen wissen, über seine Biografie, seine Werte und vieles mehr.

² Vgl. <https://www.paulwatzlawick.de/axiome.html> Zugriffen 17. Januar 2019

³ Siehe auch: <https://coachingplus.ch/resilienz-fuenf-tipps-fuer-mehr-zufriedenheit-und-innere-staerke/>

Nur so kann ich wirklich **Handlungskompetenzen** bei meinem Gegenüber erzeugen, nur so können Ziele auch umgesetzt werden.

Ein weiteres Problem ist die **Vernachlässigung der Emotionen**. Doch die sind das Salz in der Suppe. Daher höre ich als Coach genau zu und überprüfe den emotionalen Gehalt der Worte. Durch das Aussprechen der Zielformulierung kann ich erkennen, ob die Umsetzung gelingen kann.

Viele Coaches beschränken sich auf das Formulieren eines smarten Ziels, mit dem dann die Kunden (und vor allem: die Coaches) zufrieden sind. Doch die Enttäuschung folgt auf den Fuss, wenn nichts weiter passiert und sich das Ziel als hohle Blase entpuppt. Einen guten Coach macht aus, schon beim Formulieren des SMART-Zieles **einen Effektivitätscheck** einzufügen und den emotionalen Gehalt der gesprochenen Worte einzubeziehen. Der Mensch ist durchaus in der Lage, über sich hinauszuwachsen. Und Emotionen – etwa Mut – fördern diese Fähigkeit. Werfen Sie einen Blick auf den emotionalen Gehalt Ihrer Worte
Dem emotionalen Gehalt von Worten kann gar nicht genug Bedeutung beigemessen werden. Denken Sie an einen Verkehrsunfall und über **zwei mögliche Beschreibungen dieses Ereignisses** nach:

1. „Zwei Autos sind zusammengestossen.“
2. „Zwei Autos sind zusammengekracht.“

Während das erste Beispiel eher emotionslos den Vorgang des Unfalls beschreibt, „würzt“ das zweite das Ereignis mit Emotionen. Das Wort „zusammenkrachen“ erzielt eine **deutlich stärkere Wirkung**, es hat mehr Energie als das Wort „zusammenstossen“.

Dabei geht es nicht nur um Assoziationen, sondern um die innere Wirklichkeit, die dem Ausgesprochenen zugrunde liegt. Spricht er also von **Mut, Zuversicht und Ich-Stärke**? Oder eher von Schwierigkeiten und Klagen? Wie schildert er einen Konflikt? Als sich im Recht fühlend oder doch eher unterlegen?

Bei smarten Zielen geht es darum, **zielführende Energie zu erzeugen**. Die Formulierung und auch die Zielformulierung müssen sich beim Empfänger gut anfühlen. Doch das ist längst nicht bei allen SMART-Zielen der Fall. Wir alle kennen **Redewendungen**, die alle darauf abzielen, dass ein Ziel im Grunde gar nicht erstrebenswert ist.

- In einen sauren Apfel beißen

- Kleine Brötchen backen
- Brotlose Kunst
- Sein Fett abkriegen
- Ins Fettnäpfchen treten
- Da liegt der Hase im Pfeffer
- Das Herz rutscht in die Hose
- Da ist Hopfen und Malz verloren
- Die beleidigte Leberwurst spielen
- Dastehen wie der Ochs vorm Berg
- Einer soll bleiben, wo der Pfeffer wächst
- Da haben wir den Salat
- Gegen den inneren Schweinehund ankommen
- Die Suppe auslöffeln

Spüren Sie bei diesen Aussagen **spontane Glücksgefühle**? Vermutlich nicht.

Die Sprache der Kraft: Festigkeit durch eine klare Sprache

Negative Formulierungen begleiten uns tagtäglich, sie werden oft und gern verwendet. Aber sie haben einen tückischen Haken: Sie sind missverständlich und demotivierend. Das ändert jedoch nichts an ihrer Akzeptanz im täglichen Leben. Schon Kinder müssen sich Sätze wie „Hüpf nicht herum“ oder „Iss nicht mit offenem Mund“ anhören und erfahren sich daher schon früh als **defizitäre Wesen**.

Aufgrund der allgemeinen Verwendung von Negativ-Formulierungen kostet es einiges an **Selbstdisziplin**, um die eigenen **Sprachmuster** zu erkennen und in eine neue, positive Richtung zu lenken. Wer ständig negativ formuliert, widmet sich dem, was nicht ist, statt dem, was ist. Er sieht sozusagen die Löcher im Käse und verliert den Blick für den Käse als solchen. Sowohl im Coaching-Gespräch als auch im Alltag ist es sinnvoll (und wohltuend!), **ressourcenorientierte Formulierungen** zu verwenden.

Dadurch erreichen Sie, was Sie wollen, Ihre gesamte Kommunikation ist zielgerichteter. Es ist eigentlich ganz simpel: Wer seine **Stärken und Ressourcen in den Vordergrund** stellt, fühlt sich besser. Wer nach einem ersten Versuch, etwas zu tun, hinterher sagt, dass das fürs erste Mal gut gelungen ist, wird zu anderen Ergebnissen kommen, als jemand, der der Meinung ist, „die anderen können das besser als ich.“

Formulieren Sie motivierend

Kürzlich sagte eine Mutter in einem Tischgespräch zu mir, ihr Sohn sei „ein Spätzünder“. Der Junge stand kurz vor dem Übertritt in die Oberstufe, seine Noten waren allerdings dafür nur knapp ausreichend. Die Folge: Der Sekundarbesuch war eher unwahrscheinlich. Für die Mutter war ihr Satz unproblematisch und eine **realistische Einordnung der Fähigkeiten** ihres Sohnes. Doch dabei können wir es an dieser Stelle nicht belassen.

Denn da ist ja noch der Sohn, der mit dieser Haltung klarkommen muss. Und die ist alles andere als motivierend. Gut möglich, dass der Junge zum Schluss kommt, in den nächsten Monaten die Füsse hochzulegen, schliesslich bringt es eh nichts, anders an die Sache heranzugehen. Das wird sicher nicht der verfolgte Ansatz der Mutter gewesen sein, doch die Wahrscheinlichkeit, dass genau das passiert, ist ausgesprochen hoch.

Ein weiteres Beispiel: Eine Mutter (oder ein Vater, das spielt keine grosse Rolle) ärgert sich über ihr Kind, weil es so schlecht im Kopfrechnen ist. Resigniert stellt sie fest: „**Mathe ist eben nichts für dich**, das kannst du nicht.“ Dem Kind wird dadurch vermittelt, dass es zu dumm ist, um im Kopfrechnen auf einen grünen Zweig zu kommen. Wahrscheinlich gibt es sich seinem Schicksal hin und lässt künftig Kopfrechnen Kopfrechnen sein.

Doch die Mutter könnte auch anders an die Sache herangehen und zum Kind sagen: „**Du kannst logisch denken und hast eine schnelle Auffassungsgabe.** Kopfrechnen ist Konzentrationssache. Das nächste Mal üben wir am Wochenende, wenn du ausgeruht bist. Jetzt ist der Zeitpunkt schlecht.“ Nun wird dem Kind vermittelt, dass es nicht defizitär ist, sondern das Potenzial hat, sich der Herausforderung erfolgreich zu stellen. Und wahrscheinlich wird es – neu motiviert – genau das tun.

Sie sehen: Bestimmte negative Formulierungen öffnen das Tor der **Selbstsabotage**⁴ weit und nachhaltig. Sie kennen sicher Formulierungen wie diese im inneren Selbstgespräch:

- „Ich kann das nicht.“
- „Ich habe schon wieder versagt.“
- „Das schaffe ich niemals.“

4 Siehe auch <https://urs-r-baertschi-coaching.ch/produkt/selbstsabotage/>

- „Das kann jeder andere besser als ich.“
- „Dafür bin ich zu blöd.“

Durch die Selbstmontage werden wir **zu unserem eigenen grössten Feind**. Und wir bemerken es nicht einmal. Deswegen achten Sie auf die eigene Sprache, konzentrieren Sie sich auf die Gefahr der Selbstmontage. Mehr zu diesem Thema finden Sie hier:

Wie die Zielerreichung gelingt

Der Mensch möchte sich mit seinen Stärken und Fähigkeiten einbringen. Er sucht **Zugehörigkeit**, möchte sich mit seinem Umfeld oder einer Gruppe verbunden wissen, etwas bewirken und einen **positiven Beitrag** leisten.

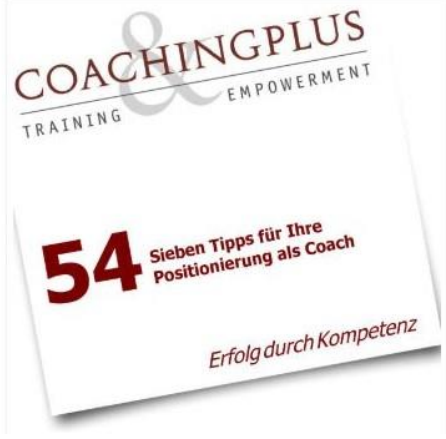
Das Grundbedürfnis des Menschen nach einem Platz in einer Gruppe kann mit dem Begriff „**Zugehörigkeitsgefühl**“ beschrieben werden. Der Mensch wünscht sich einen Platz in einer Gruppe, einem Team und/oder der Gesellschaft. Dabei spielt das Bewusstsein darüber eine grosse Rolle, nicht abseits zu stehen, dazu zu gehören.


Alfred Adler arbeitete heraus, dass in jedem Menschen die Fähigkeit angelegt ist, durch die schöpferische Kraft den Sinn für die Gemeinschaft zu entwickeln. Allerdings ist das Gemeinschaftsgefühl (weil ich mich zugehörig fühle, will ich zur Gemeinschaft beitragen) nicht angeboren wie beispielsweise das Atmen. Es gibt aber eine **angeborene Veranlagung**, die es bewusst zu machen und zu entfalten gilt. Je weiter also die persönliche Entwicklung fortgeschritten ist, desto besser schafft es der Mensch, sich mit anderen zu verbinden.

Dabei bedeutet das Gemeinschaftsgefühl immer auch eine **Wechselseitigkeit**, das heisst, es besteht sowohl aus dem **Geben als auch aus dem Nehmen**. Diese Kombination führt zu dem Ziel, sich eingeben und etwas beitragen zu wollen. Wie gut das gelingt, zeigt unter anderem ... die Sprache.

Autor: Urs R. Bärtschi, Coach mit eidg. Diplom, Gründer der Coachingplus GmbH in Kloten. Seit fast 30 Jahren als Coach und Berater tätig. Als Ausbildungsleiter unterrichtet er den [zehntägigen Studiengang für angewandtes Coaching](#) und bildet zum [«Betrieblichen Mentor FA»](#) aus. Die meistbesuchte Coaching-Ausbildung in der Schweiz.

Bestellen Sie unsere besten Ratgeber-Artikel: <https://urs-r-baertschi-coaching.ch/shop/>

	<p>Empfehlungen für die berufliche Selbständigkeit ... und ein stets gut gefülltes Auftragsbuch</p> <p>Ratgeber Nr. 54: Sieben Tipps für Ihre Positionierung als Coach</p> <p>Mit einer klaren Positionierung bei Ihrer Zielgruppe sind Sie gut gerüstet. Die sieben wichtigsten Tipps für Ihre Positionierung als Coach habe ich Ihnen hier zusammengestellt.</p> <p>Hier für sFr. 3.20 bestellen!</p>
---	--

	<p>Ressourcenorientiert beraten und coachen</p> <p>Ratgeber Nr. 124: Leben Sie Ihre Stärken! Kompetenzen und Ressourcen entfalten, nutzen und erhöhen: Trainingsplan für mehr Selbstbewusstsein und Fokus auf Ihre Stärken.</p> <p>Hier gratis Download!</p>
---	---

Angebot:

Termine 10-tägiger Studiengang für angewandtes Coaching

Frühling (Donnerstag / Freitag)

Kurs 2010 19., 20. März, 2., 3., 30. April, 1., 14., 15., 28., 29. Mai 2020
jeweils 8.30-16.45 Uhr **Dieser Kurs ist demnächst ausgebucht**
Seminartrainer: Urs R. Bärtschi

Frühling (10x Mittwochnachmittag)

Kurs 2015 29. April, 6., 13., 20., 27. Mai, 3., 10., 17., 24. Juni, 1. Juli 2020
jeweils 13.00-20.00 Uhr **Dieser Kurs ist zur Hälfte ausgebucht**
Seminartrainer: Urs R. Bärtschi

Sommer 2020 (Montag / Dienstag)

Kurs 2016 17., 18., 31. Aug., 1., 14., 15., 28., 29. Sept., 19., 20. Okt. 2020
jeweils 8.30 – 16.45 Uhr
Seminartrainer: Marcel Hager

Preis: Fr. 3'095.-

Weitere Kursdaten, Informationen und Anmeldung unter
<http://coachingplus.ch/termine/>

Termine Betrieblicher Mentor/-in mit eidg. Fachausweis

Nach dem 10-tägigen Studiengang: mit der modular aufgebauten Diplombildung (plus 12,5 Tage) zur eidgenössischen Prüfung: «Betrieblicher Mentor/-in mit eidg. Fachausweis / Dipl. Coach SCA». Die nächste Durchführung beginnt am **27. April 2020**. <http://coachingplus.ch/termine-ausbildung-fachausweis/>

Wir bieten die preiswerteste Ausbildung zum «Betrieblicher Mentor FA», verbunden mit einer exzellenten und anwendbaren Beratungs-Kompetenz. **Jetzt 50% günstiger!** <https://coachingplus.ch/factsheet-betrieblicher-mentor-preiswerte-ausbildung/>

Coachingplus GmbH

Urs R. Bärtschi
Ifangstr. 10
CH 8302 Kloten
Tel. +41 (0) 44 865 37 73
info@coachingplus.ch
<https://coachingplus.ch/>

