Christina Budde

Mitten ins Herz – Storytelling im Coaching

Die Kraft von Storytelling für Coaching und Beratung nutzen

managerSeminare Verlags GmbH – Edition Training aktuell

Inhalt

Liebe Leserin, lieber Leser 5

1. Was ist Storytelling? 9

Die zwei Einsatzmöglichkeiten des Storytellings im Coaching 11

Weshalb Geschichten in Coaching und Beratung Kraft entwickeln können 14

2. Was gutes Storytelling ausmacht – die Kernelemente 19

Regeln guten Storytellings 21

Metaphern und Vergleiche als Mini-Geschichten 27

Die Heldenreise als Grundmuster des Erzählens längerer Geschichten 36

3. Mit Geschichten im Coaching kreativ arbeiten 45

Wie Coachs und Berater zu guten Geschichtenerzählern werden 47

Der Klient als Erzähler 76

4. Sprache im Storytelling 91

Sprache als Basis 93

Klar und auf den Punkt: Sprache entwirren, Verständigung herstellen 96

Körpersprache im Storytelling 106

© managerSeminare

5. Toolbox: Storytelling 111

Methoden, um mit und an den Metaphern und Geschichten des Klienten zu arbeiten 113

Kreative Methoden, um Geschichten zu erfinden und/oder weiter zu entwickeln 151

6. Zehn Impulse für die Praxis 177

Impulse für die Praxis 179

Das Arbeiten mit der Heldenreise 217

„Wie seekrank" – Storytelling im Gesundheitscoaching 256

7. Geschichten für alle Fälle 259

Geschichten zum Thema Führung 262

Geschichten zu Karriere und beruflicher Entwicklung 277

Geschichten zu Kommunikation, Kooperation und Konflikt 298

Geschichten zur Persönlichkeitsentwicklung 307

Geschichten zu Selbstmanagement/Gesundheit 312

Geschichten zu Veränderung/Neuorientierung 319

Literatur 326

Gastautorinnen und -autoren 331

Stichwortverzeichnis ..... §§§

Liebe Leserin, lieber Leser

Als ich ein Kind war, erzählte mir mein kleiner ostwestfälischer Opa mit der runden Brille oft Geschichten. Wir kuschelten uns auf das Sofa, ich knabberte vergnügt an von ihm mitgebrachtem Süßen und er breitete mit seiner großen Fantasie aus, was ihm in den Sinn kam: Geschichten von schüchternen Schweinchen, die ihre Angst überwinden und gegen den Bauern aufbegehren, der sie schlecht behandelt; von mutigen Hühnern, die auf Wanderschaft gehen, weil ihnen ihr Stall zu eng geworden ist oder von sehnsüchtigen Kaninchen, die in ihren verhassten Stallkollegen am Ende doch den guten Freund finden, nach dem sie so lange gesucht hatten.

Mein Opa erfand die Geschichten immer so, dass etwas Lustiges dabei war und etwas Lehrreiches. Das Lustige gefiel mir besser, aber beim Lehrreichen ließ mir seine Erzählung immer die Freiheit, selbst zu entscheiden, ob ich es annahm oder nicht. Geschichten machten mein Leben als Kind bunt und lebendig.

So könnte ich Ihnen, liebe Leserin und lieber Leser, leicht rührselig erzählen, weshalb ich schon als Kind Geschichten geliebt habe. Es steckt vieles von dem darin, was die Kraft von Geschichten für Menschen allgemein und auch in Coaching und Beratung ausmacht: als Coach und Berater können Sie so wie mein Opa Geschichten auswählen und erzählen, die dem Klienten Lösungen aufzeigen, ohne sie ihm aufzuzwingen. Ich könnte Ihnen meine Geschichte mit den Geschichten aber auch in einer anderen Variante erzählen. Etwa so:

Als Kind war ich schrecklich viel allein, weil meine Eltern arbeiteten, meine Schwester schon aus dem Haus war und es kaum Nachbarskinder gab. In den Geschichten, die mir mein Opa ab und an erzählte, fand ich zumindest virtuell Gefährten, die mich meine Einsamkeit weniger spüren ließen. Sie waren der Strohhalm, an den ich mich klammerte, um meiner kleinen isolierten Welt wenigstens für kurze Momente zu

© managerSeminare

entkommen. Es blieb mir quasi gar nichts anderes übrig, als in die Geschichtenwelt einzutauchen. Fast ein Zwang, den ich mir nicht selbst aussuchen konnte.

Hierin steckt die zweite Variante, die das Storytelling in Coaching und Beratung bietet: Je nachdem, wie ich eine Geschichte erzähle, prägt sich mein Blick auf die Dinge. Es kann ein hilfreicher und ein weniger hilfreicher Blick sein. Gemeinsam mit dem Klienten können Sie an der Art und Weise arbeiten, wie er die kleinen und großen Geschichten über seine Arbeit und sein Leben erzählt. Sie können ihn unterstützen, aus einer neuen, erweiternden Perspektive zu erzählen und damit mehr Möglichkeiten des Denkens, Fühlens und Verhaltens zu erzeugen.

Meine Geschichte mit den Geschichten erzähle ich gern als Liebesgeschichte. Sie haben mich mein Leben lang begleitet, ob in Büchern, in Filmen, in der Fotografie, in meinem Beruf, in den Begegnungen mit Menschen. Heute weiß ich, dass es nicht nur mir so geht: Alle Menschen lieben Geschichten. Schon unsere jagenden und sammelnden Vorfahren haben sich Geschichten erzählt, wenn sie am prasselnden Feuer zusammensaßen. Heute tun Sie das vielleicht bei einer leckeren Tasse Kaffee.

Das Geschichtenerzählen ist nicht nur unterhaltsam, sondern es vermittelt auch Botschaften und Weisheiten, Hinweise für erwünschtes und unerwünschtes Verhalten, Möglichkeiten, sich mit dem Helden oder der Heldin zu verbinden und auf diese Weise Ideen für Lösungen zu finden.

Geschichten sprechen Herz und Hirn an. Sie sind wie eine Tür zu den Gefühlen und zum bildhaften Denken und sie schaffen Zusammenhänge, an die sich das Gehirn besser als an reine Fakten erinnern kann. „Was den Menschen umtreibt, sind nicht Zahlen und Fakten, sondern Gefühle, Geschichten und vor allem andere Menschen“, sagt der Hirnforscher Manfred Spitzer (Spitzer 2004). Geschichten machen möglich, dass Lernen und Veränderung stattfinden können. Deshalb sind sie auch so gut für Beratung und Training geeignet.

Die Erkenntnisse der Neurowissenschaften sind möglicherweise der Grund dafür, dass seit einiger Zeit auch Coachs und Berater das „Storytelling“ für die Arbeit mit ihren Kunden entdeckt haben. Werbung, PR, Wissensmanagement und Unternehmensberatung nutzen die Methode schon länger, weil sie um ihre Kraft und Wirkung wissen. Denn Geschichten treffen „mitten ins Herz“.

Die Struktur des Buches

Wenn der Einsatz von Geschichten im Coaching für Sie gänzlich neu ist und Sie sich erst einen Eindruck vom Erfolg der Methode des Storytellings machen wollen, empfehle ich Ihnen, zunächst ein paar Seiten weiter zu blättern und einen Blick in das sechste Kapitel zu werfen. Dort finden Sie Fallbeispiele aus der Praxis, die eindrucksvoll demonstrieren, dass Storytelling der entscheidende Wendepunkt in einem Coaching sein kann.

Sind Sie zum Entschluss gekommen, dass Storytelling ein wichtiges Instrument in Ihrem Methodenkoffer werden kann, dann ermöglicht Ihnen dieses Handbuch, die Methode von der Pike auf zu lernen. Ihr Startpunkt ist das erste Kapitel, in dem Sie kurzgefasst erfahren, **was Storytelling ist** und **warum es wirkt**.

Im zweiten Kapitel werden die **Vorraussetzungen** des Storytellings dargelegt. Für wen und für welche Anlässe eignet sich Storytelling? Hier stehen Ihnen auch alle Informationen zu den Formen des Storytellings zur Verfügung. Es wird der Einsatz von „Mini-Geschichten" in Form von **Metaphern** und **Vergleichen** erläutert und das **Grundmuster längerer Geschichten**, die Heldenreise, vorgestellt.

Wie und mit welchen Mitteln ein Berater im Coaching kreativ mit Storytelling arbeitet, vermittelt Kapitel drei. Sie lernen, wie Sie selber **ein guter Geschichtenerzähler werden** und wie Sie **mit den Geschichten des Klienten arbeiten** können.

Weil die verwendete **Sprache** dabei eine entscheidende Rolle spielt, nimmt das vierte Kapitel sie in den Fokus. Dieses Kapitel gibt Ihnen Tipps, wie Sie sensibler für Sprache in Geschichten werden können und welche Möglichkeiten es gibt, um mit ihrer Hilfe Ressourcen freizulegen und Lösungen zu entwickeln. Sie erfahren, wie Sie am besten Ihre **Sprache konkretisieren** und wann es von Vorteil ist „**kunstvoll vage**" zu formulieren.

Das folgende fünfte Kapitel stellt Ihnen eine umfassende **Sammlung an Tools** zur Verfügung. Die hier dargestellten Methoden unterstützen Sie darin, mit und an den Metaphern und Geschichten des Klienten zu arbeiten oder Geschichten zu erfinden und weiterzuentwickeln.

© managerSeminare

Im sechsten Kapitel zeigen **Fallbeispiele aus der Praxis** wie die Umsetzung im Coaching gelingt. Sie werden erzählt von verschiedenen Coachs und Beratern.

Schließlich erhalten Sie mit dem siebten Kapitel die Grundlage für einen eigenen **Geschichtenfundus**. Hier sind Storys zusammengestellt, die sich gut für den Einsatz im Coaching eignen. Die Geschichten sind nach Anlässen sortiert und Sie finden mögliche Reflexionsfragen ergänzt.

Wenn Sie sich über ein konkretes Detail informieren möchten, unterstützen Sie zusätzlich zum Inhaltsverzeichnis des Buches die Schnellfinder zu Beginn jedes Kapitels. Sie führen für jedes Kapitel die Unterkapitel und Seitenzahlen auf. Sie können zur **Suche** zudem auch das Stichwortverzeichnis hinten im Buch zu Rate ziehen.

Eines noch, bevor es losgeht: In diesem Buch ist beispielsweise von „dem Klienten" oder „dem Coach" die Rede. Das maskuline Nomen oder Pronomen wird verwendet, um den Lesefluss nicht zu stören, gemeint sind aber selbstverständlich alle Geschlechter.

Storytelling

Fallbeispiel 1
Mit Storytelling zu neuer Kraft und Energie

Ein Licht, das heller wird

von Christina Budde

Das folgende Beispiel schildert Ihnen einen Fall aus meiner eigenen Praxis. Er zeigt, wie man verschiedene Ansätze aus dem Instrumentarium des Coachings und der Beratung mit denen des Storytelling mischen kann. Ein solcher „Mix" erlaubt ein flexibles Agieren auf das aktuelle Anliegen des Klienten. Was zählt ist das was hilft, und das kann manchmal auch ein Mix aus verschiedenen Tools sein.

„Alles ist zu viel"

Frau M. arbeitet seit einigen Jahren freiberuflich als Coach und Trainerin. Am Telefon kündigt sie an, dass sie zu mir ins Coaching kommen möchte, weil es zur Zeit nicht „rund läuft" mit dem Geschäft. Sie möchte sich beraten lassen, was sie tun kann, damit es besser wird. Beim ersten Termin sitzt mir eine attraktive schlanke Frau mittleren Alters gegenüber, die einen sehr erschöpften Eindruck macht. Nach dem aktuellen Anlass ihres Kommens und ihrem Anliegen befragt, atmet sie tief durch und beginnt matt zu erzählen: wie schwierig es sei, sich auf dem umkämpften Markt als Coach durchzusetzen und zu halten, wie mühselig es sei, damit sein Geld zu verdienen, wenn Klienten nur alle paar Wochen kämen und dann doch wieder kurzfristig den Termin absagten. Wie aufwändig und oft unmöglich es sei, in die Coach-Poole der Unternehmen zu kommen, die sicherere Aufträge vermitteln. Je mehr sie erzählt, desto mehr spüre ich den Druck, der auf ihr lastet.

Zudem habe ihre ganze Situation verschärft, seitdem es der Firma ihres Mannes schlecht gehe. Sie wisse keinen Ausweg mehr, alles sei verfahren, sie selbst habe es nicht mehr in der Hand und fühle sich ohnmächtig, wie in einem „engen Korsett", das sie nicht ablegen könne und das ihr die Lust zum Atmen nehme. *„Ich habe kein Gefühl mehr zu mir, keinen Zugang zu meiner Kreativität. Wenn ich an das denke, was kommt, dann verspüre ich nur noch Angst, weil ich keine Handlungsmöglichkeiten mehr sehe."*

Noch einmal nach ihrem konkreten Anliegen und Auftrag an mich als Coach befragt, formuliert sie die Hoffnung, dass ich sie dabei unterstützen könnte, ein klareres Profil als Coach zu erlangen. Dieses wiederum werde ihr helfen, eine klarere Website zu gestalten, mehr Kunden zu finden, weil diese dann eindeutig wüssten, weshalb sie sich genau an sie wenden sollten – und eben nicht an jemanden anderen.

Wird die Geschichte auch manchmal anders erzählt?

Mithilfe einiger **lösungsorientierter Fragen** eruieren wir zunächst, was sie schon alles unternommen hat, um ihre Situation zu verbessern und was davon hilfreich und weniger hilfreich war. Ich frage Frau M., ob sie ihre Geschichte unterschiedlich erzählt, ob es dabei so etwas wie eine „Tagesform" gibt. Ziel ist hier, Unterschiede auch in den Erzählungen über ihre Lösungsversuche wahrzunehmen. Frau M. bejaht, schildert, dass es immer wieder Zeiten gegeben habe, in denen sie zum Beispiel Kolleginnen erzählt habe, wie viel Spaß ihr ihre Arbeit mache und dass sie in ihrem jetzigen Beruf genau das gefunden habe, was ihr Freude macht. In solchen Zeiten kann sie auch die unsichere materielle Situation zumindest etwas lockerer sehen.

Ich frage sie auch danach, wie ihre Klienten sie in einer solchen optimistischen Phase wahrnehmen würden und ob diese Unterschiede in ihrem Verhalten spürten, je nachdem, in welcher Phase sie sich befände und wie sie ihre Geschichte gerade erzählte. Sie bejaht dies. Sie kann jedoch nur schlecht benennen, was sie in solchen „hellen" Phasen anders macht. Es ist ein wenig, als sei dann einfach das Wetter anders und besser und damit die Stimmung – was aber in ihrer Wahrnehmung nichts mit ihr und ihrem konkreten Verhalten zu tun zu haben scheint.

Weitere **zirkuläre Fragen** ergänzen diese Coaching-Phase: etwa, was ihr Mann ihr in der aktuellen Situation raten würde, was ihr geschätzter weiser Coaching-Lehrer sagen würde etc. Direkte Fragen nach ihren Fähigkeiten und Ressourcen kann Frau M. in diesem Moment nur stockend beantworten, sie ist von der für sie schwierigen Situation emotional sehr eingenommen.

Welche Bild spricht Sie an?

Ich schlage ihr deshalb einen anderen Schritt vor und breite die **Bildkarten** eines kleinen Bildkartensets vor ihr aus (vgl. S. 157). Frau M. soll sich spontan für eine Karte entscheiden, die sie in dem, was sie als Coach ausmacht, anspricht.

Es dauert keine Minute, da hat sie ihre Karte gefunden: ein funkelndes, sprühendes, prächtig buntes Feuerwerk. Sie nimmt die Karte auf und ist sofort sehr berührt, Tränen schießen ihr in die Augen. Danach befragt, schildert sie, wie es sie sofort „durchströmt". Sie sieht in der Abbildung des Feuerwerks eine Entsprechung der Coaching-Prozesse, die sie begleitet, eine **Metapher** für das, was sich entwickeln kann: zunächst ist alles im Dunkeln, dann entsteht ein wenig Licht, es wird zunehmend heller, entfaltet sich, fächert sich auf und lädt sich energetisch auf.

Ich frage Frau M. danach, was ihre Kunden und Klienten sich erzählen würden, wenn sie sich träfen: wie sie immer wieder schafft, dass die von ihr begleiteten Coaching-Prozesse so verlaufen können. Die Begriffe, die sie nennt, schreibe ich auf Kärtchen und lege sie vor ihr im Raum aus. Sie nennt: *„vermittele Klienten, dass alles menschlich ist" – „bin Geburtshelferin" – „sehe den ganzen Menschen" –„habe einen roten Faden" – „fiebere mit" – bin flexibel" – „bereite mich gut vor" – „bei mir wird gelacht und geweint" – „achte sensibel auf Sprache und Körper"* und anderes.

Frau M. ist selbst erstaunt, wie leicht es ihr fällt, mithilfe der Feuerwerkskarte und der gestellten (zirkulären) Fragen ihre Fähigkeiten auf den Punkt zu bringen. *„Ich hab schon immer gut auf Bilder reagiert"*, sagt sie und lächelt dabei. Die Bildkarte hat Frau M.s Gefühle angesprochen und damit eine andere Ebene als die rein kognitive erreicht. Auf diese Weise fällt es ihr leichter, Zugang zu den momentan vergessenen Ressourcen zu bekommen.

Wer sagt das?

Natürlich fällt Frau M. auch ein „Aber" ein: Aber sie müsse strukturierter sein, so gehe es nicht weiter. Ich frage sie, wer sagt, dass sie strukturiert sein müsse? Sie stutzt. Hier wende ich das Meta-Modell der Sprache an (vgl. S. 100), denn ihr Satz enthält eine Vorannahme, die ihr selbst möglicherweise unbewusst ist. Man könnte einen Glaubenssatz vermuten, der sich in dem *„Ich muss strukturierter sein"*, spiegelt. Durch die genaue Nachfrage auf der sprachlichen Ebene versuche ich, die möglicherweise eingeengte Perspektive zu erweitern.

In einem weiteren Schritt schlage ich vor, versuchsweise das *„Ich muss strukturierter sein"*, in ein *„Ich kann Struktur"*, umzuwandeln, die Karte mit nach Hause zu nehmen und darauf zu achten, wie dieser Satz bis zur nächsten Coaching-Stunde auf sie wirkt. Sie fragt, wie ich auf

den Satz komme und ich knüpfe an das an, was sie zuvor auf ihre Kärtchen geschrieben hat: *„Ich habe einen roten Faden“* und *„Ich bereite mich gut vor“*: Woran sie „strukturiert“ festmache, frage ich sie zum Abschluss und ob ein roter Faden und eine gute Vorbereitung keine Kriterien für Struktur seien? Sie stimmt zu.

Wie hat die Belastung Sie im Griff?

Im Verlauf des weiteren Coaching-Prozesses taucht das Thema „Belastung“ und „Stress“ mit der aktuellen finanziell prekären Situation für Frau M. immer wieder auf. In einer weiteren Coaching-Stunde schlage ich ihr vor, den Belastungen weiter auf den Grund zu gehen und nach Lösungen zu suchen, die sie in ihrer Lage entlasten. Im Hinterkopf habe ich dabei das „**Problemlösungsprozess-Modell**“ (vgl. S. 138).

Ich frage Frau M. danach, wie sehr sie die Belastung im Moment im Griff hat – ich **externalisiere** das Problem damit sprachlich (vgl. die Seiten 84 und 127 f.), indem ich es personifiziere. Damit versuche ich, ihre Person und das „Problem“ zu trennen. Nicht sie, die ganze Frau M., ist belastet, sondern die Belastung ist etwas Äußeres, das sie momentan erfasst und „im Griff hat“. Darin steckt, dass sie sich von der Belastung lösen kann. Auf einer Skala von 1 bis 10 nennt sie die 8,5.

Als Nächstes arbeiten wir an der Zielformulierung, die hilft, aus dem Problemstatus in den Lösungsstatus zu kommen. Hier nennt sie: *„In meiner Kraft sein und klar meinen Weg sehen“*. Das konkrete Ziel sei noch verwaschen, aber sie spüre, dass sich etwas in ihr tue.

Woran sie merken würde, wenn sie das Ziel erreicht habe, frage ich. Frau M. macht eine Handbewegung vom Kopf hinunter zum Bauch und beschreibt: *„Ich bin dann zentriert, bin offen für alles, aber mit innerer Führung“*. Ob ihr dazu ein Bild in den Sinn käme? *„Vielleicht eine Kutsche“*, antwortet sie. *„Alle meine Partikelchen sitzen hinten und ich bin vorn im Geschirr. Ich ziehe sie in aufrechter Haltung und mit einem klar nach vorn gerichteten Blick. Ganz leicht geht das.“* Für dieses Ziel schreiben wir ein Kärtchen, sie platziert es im Raum. Hierhin möchte sie gelangen und hat auf dem Weg dahin möglicherweise noch einige Hürden zu überwinden. An dieser Stelle könnte man beispielsweise auch mit der Heldenreise weitermachen (vgl. S. 36 ff. und S. 217 ff.), bei der der Held die Herausforderungen meistert, die sich ihm in den Weg stellen.

© managerSeminare

Immer, wirklich immer?

Ich frage nach Worten, die Frau M. für die momentane Belastung findet und schreibe sie auf drei Kärtchen, die sie im Raum auslegt. Sie nennt: *„immer tun" – „immer dabei" – „immer einmischen"*. Das sind die möglichen Hindernisse, die sie (noch) von ihrer Zielerreichung abhalten. Anschließend bitte ich Frau M., sich auf diese Kärtchen zu stellen und sich kurz einzufühlen. Ich frage, was ihr diese Wörter erzählen. Sie beschreibt kleine **Beispielsgeschichten**, die ihr dazu einfallen. Ich beobachte ihre Körperhaltung dabei und gebe ihr dazu Rückmeldung. Sie wirkt eher starr, schaut angespannt.

Als ich Frau M. vorschlage, das Wort „immer" vor den anderen Wörtern zu streichen, sagt sie *„aha"* und setzt das sofort um. Sie steht nun nacheinander auf den Kärtchen **„tun – dabei – einmischen"**.

Wie werden die Geschichten jetzt erzählt?

Was ihr nun für Geschichten einfielen, frage ich sie. Sie berichtet und sagt dazu: *„Ich bin auf einmal unglaublich erleichtert"*. Das würde sie auch daran spüren, dass sich plötzlich ihre Arme bewegen ließen, für sie ein Zeichen dafür, dass etwas in Bewegung komme. Ihr Puls verlangsame sich, ihr Herz würde weniger schnell klopfen.

Als Nächstes frage ich Frau M. danach, mit welchen Schritten sie zum Ziel kommen kann und welche Ressourcen ihr dabei helfen können. Sie nennt den *„inneren Ruheraum, in den ich mich zurückziehen kann"*, dabei wiegt sie ihre Arme, als hielte sie ein Kind. Ich frage sie, ob sie ein Kind wiege? Sie kann damit nichts anfangen, sondern beschreibt das Bild ihres inneren Ruheraumes. Ein gutes Beispiel dafür, dass die Bildwelten des Coachs und die des Klienten nicht die gleichen sein müssen und dass es gut ist, nachzufragen und nichts vorauszusetzen.

Wir arbeiten weiter mit dem Bild des inneren Ruheraumes. Wie ihr gelingen könne, diesen Ruheraum zu aktivieren? Freiraum gehöre dazu, antwortet sie, was besonders gut bei Spaziergängen in der Natur gelänge. Weitere Ressourcen, die ihr helfen können, sind u.a. ihr Glaube, dass alles einen Sinn hat, Menschen, die sie lebendig werden lassen, Wissbegierde und Lernen und ihr vernetztes Denken. Ganz klar und präzise kann sie diese Ressourcen benennen.

Welche Geschichte erzählt Frau M. in einem Jahr?

Im letzten Schritt bitte ich Frau M., sich vorzustellen, dass wir uns in einem Jahr durch Zufall irgendwo in der Stadt wiederträfen und sie mir die Geschichte erzählte, wie sie ihr Ziel erreicht hat. Eine eigene Ge-

schichte zu entwickeln und laut zu erzählen, hilft der Klientin einerseits, ein inneres Bild zu entwickeln, an das sie sich gut erinnern wird, weil Bilder besser im Gedächtnis bleiben als Fakten. Auf der anderen Seite entwickelt sie noch einmal eine konkretere Vorstellung von ihrem Zielbild und welche Schritte sie dorthin geführt haben.

Sie erzählt: „Ich habe einen schrecklichen Einstieg in das Jahr gehabt: Wie ein verlorenes Kind habe ich mich gefühlt. Ich war allein im Wald und irrte herum mit dem Gefühl ‚Keiner rettet mich'. Ich hatte Hunger und Durst, die Kleidung hing mir schon in Fetzen vom Leib.

Doch dann habe ich plötzlich ein Licht gesehen, das richtig strahlt. Was ist das bloß, denke ich und gehe näher. Ich stehe davor und es erfüllt mich immer mehr. Es wärmt mich, bringt mein Blut zum Fließen. Ich kann mich wieder bewegen, ich habe ein leichtes Lächeln im Gesicht, ich kann wieder nach oben schauen und mein Blick wird weit. Vorher konnte ich nur nach unten schauen, wo ich nur den dunklen Waldboden sehe. Das silbrig-weiße Licht wird immer heller, meine Füße heben sich und fangen an zu tänzeln, ganz leichtfüßig komme ich mir vor. Meine verhaltene Bewegung wird immer harmonischer, immer kraftvoller.

Allmählich werde ich immer größer, so groß, wie ich auch in Wirklichkeit bin. ‚JA', denke ich und spüre die Kraft und Energie, die auch ein Teil von mir sind. Jetzt habe ich wieder Zugang zu ihnen. Jetzt bin ich eine große Frau, die in ein Licht gehüllt ist, das ihr Zuversicht gibt. Das Licht ist von außen nach innen gewandert. Ich fühle mich gehalten. Ich halte mich selber, ich habe Haltung.

Ich gehe weiter in die Welt hinaus und sehe die Möglichkeiten, die ich habe. Sie sind da und müssen nur aufgehoben werden wie Steine. Ich kann jetzt wieder sehen, was mich interessiert und was ich kann. Mein Herz und mein Verstand arbeiten gut zusammen, aber ich befrage immer mehr mein Herz, was für mich gut ist.

In diesem Jahr habe ich mein Leben in die Hand genommen. Ich bin nun mit verschiedenen Menschen in unterschiedlichen Kontexten zusammen. Ich mache meine Sachen, habe mich weiter entwickelt, habe neue Ideen. Mein Geist ist wach und hell, aber ich bin ganz ruhig."

© managerSeminare

So weit der Ausschnitt aus den Coachings mit Frau M. Sicher ist sie eine Klientin, die einen ausgeprägten Zugang zu Bildwelten und Geschichten hat, woran wir im Coaching gut anknüpfen konnten. Ich musste ihr nicht lange erklären, was es heißen kann, ein „inneres Bild" zu finden oder eine Geschichte zu erzählen, eine Metapher zu finden etc. Andere Klienten, die eher die Zahlen-Daten-Fakten-Menschen sind, brauchen dazu mehr Unterstützung und konkrete Anleitung. Doch ich bin sicher: Für alle ist der Einsatz von Methoden des Storytelling eine hilfreiche Erweiterung und manchmal sogar eine, die richtig Spaß machen kann.

Hat Ihnen diese Leseprobe gefallen?

Als Mitglied von **Training** *aktuell* erhalten Sie beim Kauf von Trainingsmedien Sonderpreise. Beispielsweise bis zu **20 % Rabatt auf Bücher.**

Zum Online-Shop

Training *aktuell* einen Monat lang testen

Ihre Mitgliedschaft im Testmonat beinhaltet:

- eine **ePaper-Ausgabe Training** *aktuell* (auch Printabo möglich)
- **Teil-Flatrate** auf 5.000 Tools, Bilder, Inputs, Vertragsmuster **www.trainerkoffer.de**
- **Sonderpreise** auf Trainingsmedien: ca. **20 % Rabatt** auf auf Bücher, Trainingskonzepte im Durchschnitt **70 EUR günstiger**
- **Flatrate auf das digitale Zeitschriftenarchiv:** monatlich neue Beiträge, Dossiers, Heftausgaben

Mitgliedschaft testen