

Sprachliche Kompetenz im Coaching

-

Wirkung von Worten

Abschlussarbeit zur Ausbildung „Systemischer Coach“ In-Konstellation

Therese Müller

München, November 2023 – Juli 2024

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	3
2.	Sprache – Vorgänge im Gehirn	4
3.	Einzigartige Sprache des Individuums – Aspekt des Idiolekts im Coaching	6
4.	Die Sprache des Coaches.....	7
4.1.	Geeignete Sprachwahl im Coaching.....	7
4.2	Fallstricke in der Sprachwahl beim Coaching.....	10
5.	Zusammenfassung und Tipps	11
6.	Quellenangaben	13

Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Hausarbeit das generische Maskulinum verwendet. Die in dieser Arbeit verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter.

1. Einleitung

Und wieder liegt ein Coaching- Ausbildungswochenende hinter uns. Ein Wochenende gänzlich ohne das Wort „aber“. Sagt einfach kein Trainer. Faszinierend. Und gleichzeitig ist es gar nicht so einfach, das kleine Wörtchen aus seinem eigenen Sprachgebrauch zu verbannen.

Daher möchte ich meine Facharbeit der Sprache widmen.

Die Sprache ist das mächtigste Werkzeug eines Coaches und somit ein entscheidender Faktor für den Erfolg und die Wirksamkeit des Coachings. Gerade ein Einzelcoaching ist eine sehr persönliche Form der Entwicklung, bei der die sprachlichen Geschicke des Coaches eine zentrale Rolle spielen. Die sprachlichen Fähigkeiten des Coaches ermöglichen es ihm, eine vertrauensvolle und unterstützende Beziehung aufzubauen, die für den Coaching-Prozess unerlässlich ist. Ein Coach muss in der Lage sein, aktiv zuzuhören und das Gesagte des Coachees vollständig zu erfassen. Dies beinhaltet nicht nur das Verstehen der Worte, sondern auch das Erkennen der Eigensprache des Klienten sowie der zugrundeliegenden Emotionen und Gedanken. Jeder Coachee ist einzigartig und ein guter Coach passt seine Sprache und seinen Kommunikationsstil an die individuellen Bedürfnisse des Coachees an. Der Coach sollte in der Lage sein, so zu kommunizieren, dass er damit den Coachee unterstützt, ohne ihn zu entmutigen, sein Denken einzuschränken oder ihn zu belehren. Dies erfordert eine sorgfältige Wortwahl und das passende Timing. Empathie ist ein Schlüsselement im Coaching. Ein empathischer Sprachgebrauch hilft dem Coachee, sich verstanden und akzeptiert zu fühlen, was wiederum die Offenheit und Bereitschaft zur Veränderung fördert.

In dieser Facharbeit möchte ich ein tieferes Verständnis für die Kraft der Sprache im Coaching schaffen. Ich gehe hierbei auf die Vorgänge im Gehirn beim Zuhören und Sprechen ein und zeige unter Einbezug des Idiolekts positive Formulierungen für den Coach auf. Auf die gewaltfreie Kommunikation (GFK) nach Marshall Rosenberg, die als Methode für eine empathische Kommunikation und eine friedlichen Konfliktlösung gilt, gehe ich auf Grund der Begrenzung in Bezug auf den Umfang der Arbeit nicht ein.

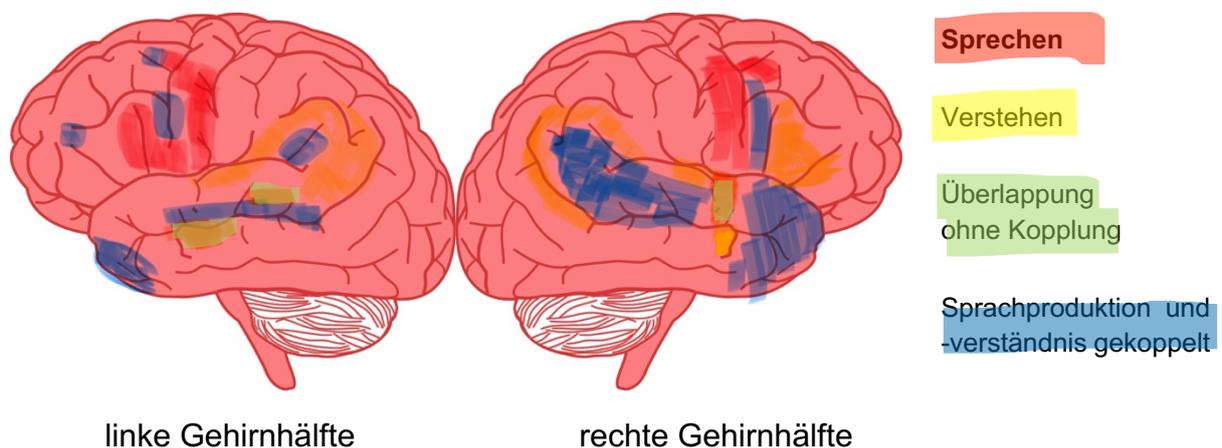
2. Sprache – Vorgänge im Gehirn

Unsere Kommunikation läuft in rasender Geschwindigkeit ab. Bei einem Gespräch liegen zwischen dem Gesagten und der Antwort etwa nur eine Fünftel Sekunde, das entspricht 200 Millisekunden. Wie ist das möglich?

Im Grunde plant unser Gehirn die Antwort während des Zuhörens.

Vereinfacht lässt sich das an folgendem Beispiel erklären.

„Gibst du mir bitte die nächste Karte!“ – „Ja klar, gerne!“ Dieser kurze Dialog vor einer Pinnwand zwischen Moderator und Co-Moderator während eines Ausbildungswochenendes ist für jeden problemlos verständlich. Unser Gehirn leistet hier in Sekundenschnelle Großes. Beispielsweise weiß der Gesprächspartner, dass mit Karte eine Moderationskarte und keine EC-Karte, Eintrittskarte oder Sternenkarte gemeint ist. Während des Verstehens plant der Zuhörer gleichzeitig seine Antwort. Die Hirnaktivitäten laufen gekoppelt ab, das heißt, nicht nur die Areale der Sprachzentren in der linken Gehirnhälfte werden aktiviert, sondern auch Bereiche der rechten Gehirnhälfte, die für das Sprachverständnis zuständig sind.



Der Beispieldialog dauert etwa fünf Sekunden. Erstaunlich schnell, wenn man bedenkt, dass innerhalb dieser Zeit eine Person zuhört, die Antwort vorbereitet und das Gehirn auch die motorische Abstimmung an Zunge und Stimmbänder planen muss.

Damit dies alles in einer so hohen Geschwindigkeit von statten gehen kann, hören wir nicht nur zu, sondern denken auch so mit, dass wir das tatsächlich Gesagte im Sinn unserer Erwartung deuten.¹

Daher tun wir als Coaches im Rahmen des aktiven Zuhörens gut daran, vom Klienten Erzähltes zusammenzufassen und nachzufragen, ob wir das so richtig, im Sinne des Coachees, verstanden haben.

Damit lässt sich im Übrigen auch erklären, warum eine Frage im Coaching eine gute Frage ist, wenn der Klient nicht gleich auf die Frage antworten kann, sondern erst darüber nachdenken muss. Der Klient hört zu, sein Gehirn bereitet schon die Antwort auf seine erwartete Äußerung der Coaches vor. Nun allerdings kommt eine andere, nicht erwartete Frage, bzw. nicht schon durchdachte Frage und die Antwort muss erst

¹ <https://www.spektrum.de/news/neurolinguistik-was-beim-sprechen-im-kopf-passiert/1547713>

neu konzipiert werden. Die komplette Planungszeit einer Antwort dauert etwa 1-2 Sekunden. Wenn der Klient die Antwort nicht parat hat, dauert die Gesprächspause (noch) länger.

Bei einem Coaching kann es für den Coach gut sein, bewusst zwischen dem Reiz, dem Zuhören des Coachee, und der Reaktion, dem Antworten, zu unterbrechen.²

Diese Unterbrechung zwischen Reiz und Reaktion ist ein zentrales Konzept in der Kommunikationspsychologie, geprägt durch den Gedanken „Zwischen Reiz und Reaktion hat der Mensch die Freiheit zu wählen.“³, welcher von Stephen R. Covey stammt. Sie bezieht sich auf die bewusste Pause, die eine Person einlegt, bevor sie auf einen Reiz reagiert, sei es in einer Konversation oder bei einer Handlung. Diese Pause ermöglicht es, die Antwort zu überdenken und zu kontrollieren, anstatt impulsiv zu reagieren.

Die Unterbrechung zwischen Reiz und Reaktion kann als eine Form der Selbstregulierung betrachtet werden. Sie erfordert Selbstbewusstsein und die Fähigkeit zur Selbstkontrolle.

In der Kommunikation wird dadurch eine tiefere Verarbeitung der erhaltenen Informationen ermöglicht. Wir können die Absichten des Gegenübers besser verstehen und unsere Antwort, z.B. die nächste Frage, darauf abstimmen. Dies ist besonders wichtig in komplexen oder emotional aufgeladenen Gesprächen.

In der Praxis verhilft es dem Coach dazu empathischer zu sein, Missverständnisse zu vermeiden, gezielt Fragen zu stellen und letztendlich eine stärkere Beziehung zum Klienten aufzubauen.

² <https://studyflix.de/biologie/reiz-reaktions-schema-4913>

³ <https://www.resilienz-akademie.com/ein-wichtiger-hinweis-resilienz-zitat/>

3. Einzigartige Sprache des Individuums – Aspekt des Idiolekts im Coaching

Jeder Mensch spricht in seiner eigenen, individuellen Sprache. Diese sogenannte Eigensprache wird Idiolekt genannt. Hierunter versteht man nicht nur den verwendeten Wortschatz, sondern auch die Wortwahl und die Betonung der gesprochenen Worte, also die Vielfalt der verbalen und non-verbalen Kommunikation. Im sprachlichen Ausdruck spiegelt sich der einzelne Mensch in seiner Gesamtheit und in seiner Einzigartigkeit wieder.⁴

Für das Coaching spielt das eine wichtige Rolle. Das Aufgreifen der Worte des Klienten schafft Vertrauen und Kontakt zwischen dem Coach und dem Coachee. Durch das Verstehen der Eigensprache können Missverständnisse reduziert und die Kommunikation verbessert werden. Der Coach orientiert sich dadurch an der subjektiven Lebenswelt des Klienten. Wenn beispielsweise ein Klient sagt, dass er das Gefühl habe, wie ein Planet durchs Weltall zu rasen, erhält der Coach einerseits die Möglichkeit, gezielt nach der Metapher und der Bedeutung dahinter zu fragen. Ob der Coachee die Begrifflichkeiten wissenschaftlich korrekt angewendet hat, spielt dabei keine Rolle. Zum anderen kann der Coach durch gezielte Fragen den Klienten dazu anregen, über seine eigene Wortwahl und deren Bedeutung nachzudenken. Dies führt zu neuen Einsichten und Perspektiven, die für die Selbstreflexion und die Problemlösung wertvoll sein können.

Und gleichzeitig ist es nicht nur wichtig, auf die Sprache des Klienten zu achten, sondern auch seine Eigensprache als Coach zu kennen und zu reflektieren. Das ist die Grundlage, um als Coach authentisch zu kommunizieren und Vertrauen zum Klienten aufbauen zu können, genauso wie seinen eigenen Stil zu entwickeln und anzupassen, um auf die Bedürfnisse des Klienten besser eingehen zu können. Sind die Worte, die man als Coach verwendet, positiv, motivierend, etc.? Im folgenden Kapitel einige Beispiele für eine geeignete Wortwahl.

⁴ <https://idiolektik.de>

4. Die Sprache des Coaches

4.1. Geeignete Sprachwahl im Coaching

Es ist gar nicht so einfach, seine eigene Coach- Sprache zu entwickeln. Einmal weil Kommunikation sekundenschnell abläuft und die Unterbrechung von Reiz und Reaktion viel Aufmerksamkeit und Selbstkontrolle bedarf, wie bereits in Kapitel 2 dargelegt. Hinzu kommt, dass der Coach beim aktiven Zuhören die Sprache des Coachee kopiert und gleichzeitig sein eigenes Sprachverhalten als Coach kennen und regulieren muss, wie im vorangegangenen Kapitel 3 beschrieben.

Wie eingangs erwähnt, sagt kein Trainer „aber“ an einem Ausbildungswochenende. Hört man genau hin, fallen einem noch mehr Wendungen der einzelnen Trainer auf. Coaches versuchen möglichst wertfrei zu sprechen. Damit geht eine Vermeidung bestimmter Wörter einher, die im allgemeinen Sprachgebrauch eine negative, einschränkende oder beherrschende Bedeutungskonnotation haben. In einigen Coachingbüchern wird empfohlen, sich Worte, Fragen oder Redewendungen zu notieren, um sich seine eigene, zu sich selbst passende Coachingsprache anzueignen.⁵ Denn auch wir stellen fest, dass nicht alle Formulierungen gleichermaßen in uns resonieren und manche Worte nicht dazu geeignet sind, sie in unsere Eigensprache einzugliedern.

Nun möchte ich einige konkrete Beispiele für eine geeignete Wortwahl geben.



„Aber“ wird oft verwendet, um einen Gegensatz oder eine Einschränkung zu dem auszudrücken, was zuvor gesagt wurde. Daher birgt das Wort „aber“ oft Konfliktpotential, da häufig eine Ablehnung oder eine Kritik an dem signalisiert wird, was zuvor gesagt wurde. Zudem kann sich der Coachee angegriffen fühlen und mit Abwehr oder Gegenargumenten reagieren. So kann aus einem neutralen Satz ein negativer werden. Statt „aber“ verwenden die meisten Trainer „und gleichzeitig“. So wird auf

eine Wertung verzichtet und es wird Raum für Gedanken und Konversation gegeben. Auch die Formulierungen „das eine, das andere“, „zudem“ oder „gleichwohl“ sind möglich.⁶



Coach: „Ich verstehe dein Dilemma, aber gibt es nicht noch weitere Alternativen?“



Coach: „Ein Teil von mir versteht dein Dilemma und gleichzeitig fragt sich ein anderer Teil von mir, welche weiteren Alternativen es geben könnte.“



Auch ohne das Wort „ob“ tut sich der Coach oft leichter. Das Wort „ob“ ist dann gut, wenn es um eine klare Entscheidung (ob oder ob nicht, also im Grunde ja oder nein) geht. „Ob“ wird oft verwendet, um eine Möglichkeit oder Unsicherheit auszudrücken. Im Coaching geht es häufig darum, den Klienten dabei zu unterstützen, Entscheidungen zu finden. Daher lässt sich mehr erreichen, wenn man das Wort „ob“ durch „wodurch“,

⁵ „Fragen können wie Küsse schmecken“ von Carmen Kindl-Beifuß S.30

⁶ <https://www.managementcircle.de/blog/alternativen-zu-ja-aber.html>

„welche“, „was“ oder „wie“ ersetzt. All diese Frageworte zielen darauf ab, nach tieferen Gründen oder Ursachen zu suchen.⁷



Coach: „Ich würde gerne wissen, ob du dir schon Gedanken zu weiteren Möglichkeiten gemacht hast.“



Coach: „Ich würde gerne wissen, welche weiteren Möglichkeiten du dir vorstellen könntest.“



Oft ist es gar nicht so einfach, als Coach allparteilich zu bleiben. Statt „Das kann ich gut verstehen.“ ist der Satz „Das resoniert in mir.“ neutraler. Auf den Gegenüber wirkt das empathisch und verbindend. Er zeigt, dass die Mitteilung nicht nur gehört, sondern auch auf einer tieferen, emotionalen Ebene verstanden wurde. Dies kann beim Gesprächspartner das Gefühl erzeugen, wertgeschätzt und verstanden zu werden, was die Grundlage für eine vertrauensvolle und offene Kommunikation bildet. Es wird

die Bereitschaft signalisiert, sich auf die Perspektive des anderen einzulassen und eine echte Verbindung herzustellen. Es kann auch dazu beitragen, eine Atmosphäre der Akzeptanz und des Respekts zu schaffen, die für produktive und konstruktive Dialoge förderlich ist. Damit der Satz „Das resoniert in mir.“ nicht zu Distanz führt, falls das Fremdwort vom Gegenüber nicht verstanden wird und erklärt werden muss, ist es hier besonders wichtig, auf den Idiolekt des Klienten zu achten.



Im Coaching geht es darum, hauptsächlich lösungsorientierte Fragen zu stellen. Daher ist häufig die Frage nach dem „Wofür?“ besser als die nach dem „Warum?“.

Der Unterschied zwischen den beiden Frageworten liegt in der Perspektive und Intention der Frage. „Warum?“ fragt nach der Ursache oder dem Grund für ein Ereignis oder eine Handlung. Es ist rückwärtsgerichtet und sucht nach einer Erklärung oder Rechtfertigung aus der Vergangenheit. „Wofür?“ hingegen sucht

nach dem Zweck oder der Absicht hinter etwas. Diese Frage ist zukunftsorientiert und zielt darauf ab, den Nutzen oder das Ziel zu verstehen, das mit einer Handlung oder Situation verbunden ist.



Coach: „Warum hast du das getan?“

Frage nach der Motivation oder den Auslöser für eine Handlung.



Coach: „Wofür hast du das getan?“

Frage nach dem beabsichtigten Ergebnis oder dem angestrebten Ziel der Handlung.

„Wofür?“ kann also eine konstruktivere Herangehensweise sein, wenn man nach positiven Auswirkungen oder Zielen sucht, während „Warum?“ tiefere Einblicke in die Gründe und Hintergründe geben kann.



Auch das Wort „müssen“ gehört zu den Wörtern, die ich inzwischen gerne ersetze. Zudem ist es ein Signalwort, wenn es der Klient häufig verwendet. Das Wort „müssen“ impliziert oft Druck und Zwang. Wir glauben, dass es nicht unsere Wahl ist. Es geht also nicht nur um das Wort selbst, sondern zugleich um die damit verbundenen Emotionen und die wahrgenommene Kontrolle über die eigene Situation. Ersetzt man das Wort

⁷ „Mini- Max- Interventionen“ von Manfred Prior, ab S. 19

„müssen“ durch „wollen“ fragen wir nach unserem eigentlichen Ziel in der Situation. Diese wird nicht mehr als Last empfunden.⁸



Klient: „Ich muss an Weihnachten zu meinen Eltern und dort muss ich jedes Jahr an dem Weihnachtsritual teilnehmen.“

Coach: „Wie würden denn der Satz heißen, wenn du müssen durch wollen ersetzt? Welchen Anteil hat das Wollen?“



Klient: „Ich will an Weihnachten zu meinen Eltern fahren und dort wie jedes Jahr an dem Weihnachtsritual teilnehmen, da ich weiß, wie sehr sie sich darüber freuen und weil ich ihnen diese Freude machen möchte.“

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass wertfreie Formulierungen essenziell sind, um eine offene und vertrauensvolle Atmosphäre zu schaffen. Sie beinhalten:

- Vermeidung von Bewertungen
Der Coach sollte beschreibende statt bewertender Sprache nutzen.
- Neutralität / Allparteilichkeit
Die Sprache sollte neutral / allparteilich sein und keine Vorurteile oder Annahmen über den Klienten enthalten.
- Offene Fragen
Fragen stellen, die nicht suggestiv sind und dem Klienten Raum für eigene Antworten und Perspektiven lassen.

Beispiele für wertfreie Formulierungen:



"Du hast das Problem nicht richtig gelöst."



"Ich habe bemerkt, dass du einen anderen Ansatz gewählt hast. Erzähl mir mehr darüber."



"Das war eine schlechte Entscheidung."



"Wie fühlst du dich mit der Entscheidung, die du getroffen hast?"



"Du wirkst immer so negativ."



„Mir ist aufgefallen, dass du oft Herausforderungen ansprichst. Was sind einige positive Aspekte, die du sehen kannst?“

Diese Formulierungen helfen dabei, eine Atmosphäre des Verständnisses und der Akzeptanz zu schaffen, ohne den Klienten zu bewerten oder zu kritisieren. Sie fördern eine offene Kommunikation und unterstützen den Klienten dabei, eigene Lösungen und Perspektiven zu entwickeln.

Ein Coach kann durch gezielte sprachliche Mittel die Selbstwirksamkeit eines Klienten, also dessen Überzeugung in die eigenen Fähigkeiten, bestimmte Handlungen auszuführen und Ziele zu erreichen, stärken. Dies geschieht durch:

- Positives Framing
Die Betonung von Stärken und Erfolgen statt Schwächen und Misserfolgen.

⁸ „50 SÄTZE DIE DAS LEBEN LEICHTER MACHEN“ von Karin Kuschik ab S. 39

- Ermutigende Fragen
Fragen, die den Klienten dazu anregen, über vergangene Erfolge nachzudenken und diese auf neue Herausforderungen zu übertragen.
- Zielorientierte Sprache
Die Verwendung von Sprache, die auf konkrete, erreichbare Ziele ausgerichtet ist und den Weg dorthin klar aufzeigt.

Generell kann es laut verschiedener Studien einige Wochen bis Monate dauern, bis sich eine veränderte Wortwahl und Formulierungen in unseren eigenen Sprachgebrauch etabliert. Wichtig ist die aktive und kontinuierliche Anwendung in verschiedenen Kontexten und geduldig mit sich selbst zu sein.

4.2 Fallstricke in der Sprachwahl beim Coaching

In den vorangegangenen Kapiteln habe ich einige wertfreie Formulierungen vorgestellt und gleichzeitig habe ich auch auf einige Fallen hingewiesen. Diese Fallstricke möchte ich noch einmal kurz zusammenfassen, da diese die Effektivität des Coachings sehr beeinträchtigen können:

- Voreilige Schlussfolgerungen
Schnelles Interpretieren oder Bewerten der Aussagen des Klienten kann zu Missverständnissen führen.
- Suggestive Fragen
Fragen, die eine bestimmte Antwort nahelegen, können die Selbstreflexion des Klienten einschränken.
- Übermäßiger (Fach-)Jargon
Die Verwendung von zu viel Fachsprache kann den Klienten verwirren oder einschüchtern.
- Verwendung von negativ konnotierten Worten
Negativ konnotierte Worte oder Formulierungen können demotivierend wirken und die Selbstwirksamkeit des Klienten untergraben.
- Redefluss stetig aufrechterhalten
Das Bedürfnis, keine Pausen entstehen zu lassen und dabei den Gedankenfluss des Klienten zu unterbrechen
- Lösungsdruck
Der Drang, schnell Lösungen zu präsentieren, statt den Klienten seine eigenen Lösungen finden zu lassen.
- Mangelnde Kongruenz
Eine Diskrepanz zwischen gesprochenen Worten und nonverbaler Kommunikation kann Vertrauen und Glaubwürdigkeit untergraben.
- Unklare Botschaften
Mehrdeutige oder unpräzise Sprache kann zu Verwirrung führen und die Zielerreichung behindern.
- Mangel an Aktivem Zuhören
Nicht vollständig auf den Klienten einzugehen und dessen Bedürfnisse und Perspektiven zu überhören.

Durch das Bewusstsein und die Vermeidung dieser Stolpersteine kann ein Coach eine unterstützende und effektive Kommunikation fördern.

5. Zusammenfassung und Tipps

Als Coach ist es wichtig, die eigene Sprache so anzupassen, dass sie die Kommunikation mit den Klienten unterstützt, verbessert und eine wertfreie Atmosphäre schafft.

Seien Sie sich daher der Wirkung Ihrer Worte bewusst. Jedes Wort kann motivieren oder entmutigen. Nutzen Sie positive Sprache, um eine ermutigende und stärkende Atmosphäre zu schaffen. Vermeiden Sie Fachjargon und komplizierte Ausdrücke. Sprechen Sie klar und einfach, um Missverständnisse zu vermeiden. Passen Sie Ihre Sprache an die des Klienten an. Dies zeigt Wertschätzung. Seien Sie offen für verschiedene Ausdrucksweisen und integrieren Sie diese in Ihre Kommunikation, um eine breitere Verbindung zum Klienten herzustellen. Reflektieren Sie regelmäßig Ihre Sprache, Sprachmuster, sowie die Körperhaltung und passen Sie diese gegebenenfalls an.

Das bedeutet viel Arbeit an sich selbst. Es ist ein stetiger Prozess der persönlichen Entwicklung und Selbstverbesserung, der Engagement und bewusste Anstrengung erfordert.

Hier sind einige Schritte, wie das gelingen kann.

Aufzeichnung und Analyse

Nehmen Sie Coaching-Sitzungen (mit Zustimmung des Klienten) auf und hören Sie sich diese an, um Ihre Sprachmuster zu erkennen und zu analysieren. Schauen Sie Videos von Sitzung von Kollegen, um hier gelungene Ausdrücke in Ihren eigenen Sprachgebrauch zu überführen. In-Konstellation stellt uns viel Videomaterial zu Verfügung.

Feedback einholen

Bitten Sie Kollegen um Feedback zu Ihrer Kommunikationsweise. Gerade in den Übungssettings während der Ausbildung ist hierfür die Rolle des Beobachters von großem Nutzen. Externe Perspektiven können wertvolle Einsichten bieten.

Selbstbeobachtung

Achten Sie während der Sitzungen bewusst auf Ihre Wortwahl, Ihren Tonfall und Ihre Körpersprache. Beobachten Sie die Sitzung bezüglich Nachfragen und Reaktionen des Klienten.

Supervision und Intervision

Nutzen Sie Supervision, um Ihren Sprachgebrauch mit einem erfahrenen Coach zu reflektieren. Intervision mit Kollegen, beispielsweise in den Peer- Groups, kann ebenfalls hilfreich sein. Durch die Ausbildung haben wir ein gutes Netzwerk zur Verfügung.

Fortbildung

Besuchen Sie Workshops oder Seminare zum Thema Kommunikation und Coaching, um neue Perspektiven und Techniken zu erlernen.

Tagebuch führen

Schreiben Sie nach jeder Sitzung Ihre Gedanken und Gefühle nieder, um Muster in Ihrer Sprache zu identifizieren.

Literatur und Forschung

Lesen Sie Fachliteratur über Kommunikation im Coaching und bleiben Sie über aktuelle Forschungsergebnisse informiert. Auch das Abonnieren von Newslettern kann in diesem Zusammenhang hilfreich sein.

Indem Sie diese Aspekte berücksichtigen und in Ihre Coaching-Praxis integrieren, können Sie eine Sprache entwickeln, die Ihre Klienten inspiriert und Ihnen dabei hilft, Ihre Ziele zu erreichen.

6. Quellenangaben

Bücher:

Manfred Prior: MiniMax-Interventionen
Carl-Auer-Systeme Verlag, Heidelberg 2023

Carmen Kindl-Beilfuß: Fragen können wie Küsse schmecken
Carl-Auer-Systeme Verlag, Heidelberg, 2023

Karin Kuschik: 50 SÄTZE DIE DAS LEBEN LEICHTER MACHEN
Rowohlt Taschenbuch Verlag, Hamburg 2023

Internetquellen:

<https://idiolektik.de>
(letzter Zugriff 15.4.2024)

<https://www.spektrum.de/news/neurolinguistik-was-beim-sprechen-im-kopf-passiert/1547713>
(letzter Zugriff 11.4.2024)

<https://studyflix.de/biologie/reiz-reaktions-schema-4913>
(letzter Zugriff 16.4.2024)

<https://www.resilienz-akademie.com/ein-wichtiger-hinweis-resilienz-zitat/>
(letzter Zugriff 15.4.2024)

<https://www.managementcircle.de/blog/alternativen-zu-ja-aber.html>
(letzter Zugriff 14.4.2024)