



DER FREMDE FREUND

Generationenkonflikt nach der Geschäftsübergabe, Skepsis am eigenen Businessmodell oder Stress mit dem Geschäftspartner: Bei schwer greifbaren Problemen kann ein Coach helfen, unüberbrückbar scheinende Gräben zu überwinden.

T – Tobias Meyer

Es gibt Situationen im Leben eines jeden Selbstständigen – also auch eines Fotografen –, in denen weder ein Berater noch ein Training weiterhilft. Hier kommt der Coach ins Spiel, denn er grenzt sich klar von den beiden anderen ab: „Ein Berater hilft mir bei einem expliziten Fachproblem, von dem er wesentlich mehr Ahnung hat als ich. Beispielsweise weiß ich nicht, wie die Einnahmen-Überschuss-Rechnung funktioniert, der Steuerberater löst mein Problem perfekt“, erklärt Jürgen Fecker. „In einem Training wiederum erlange oder verbessere ich – häufig in der Gruppe – durch Wiederholen und spezielle Tricks eine Fertigkeit, etwa die Porträt-Retusche.“ Fecker selbst ist Coach und hilft in Situationen, die weniger greifbar sind, etwa, wenn man selbst beginnt, die

eigene Tätigkeit zu hinterfragen, da sich kein Erfolg einstellt. „Ich schlage dabei auf keinen Fall Lösungen vor, wie es ein Berater tun würde“, so Fecker. „Ein Coach geht davon aus, dass die Personen oder Unternehmen, die auf mich zukommen, selbst eine Lösung finden. Nur so kann wirkliche Einsicht entstehen, das Verhalten ändert sich, das Problem wird gelöst – auch wenn das vielleicht bedeutet, dass sich Geschäftspartner trennen.“

Vertrauensvolles Arbeiten

Dabei muss der Coach nicht unbedingt im Fachgebiet des Klienten versiert sein: Ein Fotograf braucht also nicht zwangsläufig einen Coach, der sich auf Fotografen spezialisiert hat. Lediglich der große Rahmen sollte passen: Ein Coach, der fast aus-

F – MARVENT/SHUTTERSTOCK.COM

schließlich mit Konzernmanagern arbeitet, wird die Probleme eines Freiberuflers oder eines kleinen Unternehmens schwieriger einordnen können. „Das Wichtigste aber ist, dass sich beide Seiten gut verstehen. Die meisten Coaches berechnen daher die erste Sitzung nicht. Hier geht es um ein erstes Kennenlernen und das Eingrenzen des Themas der Zusammenarbeit. Nach dieser Auftragsklärung ist klar, ob man mit dem Gegenüber vertrauensvoll arbeiten kann“, so Fecker.

Neutraler Gesprächspartner

Ein Coaching ähnelt im Grunde dem Gespräch mit einem guten Freund, dem man sein Problem schildert. Der echte Freund ist jedoch nicht immer absichtslos: „Frage ich ihn, ob ich beruflich von Hamburg nach München ziehen soll, rät er mir vielleicht ab, weil er mich nicht verlieren will. Oder er hat, noch bevor ich ausgere-det habe, schon drei für mich nicht passende Lösungen parat. Aus seiner Warte sind das die einzigen Wege, für mich aber fühlen sie sich nicht richtig an.“ Ein Coach gibt im Normalfall keine Ratschläge. „Ich gehe davon aus, dass der Klient selbst die Lösung bereits hat, sie nur noch nicht findet“, sagt Fecker. Bei dieser Suche unterstützt der Coach durch verschiedene Techniken, in dem er bestimmte Fragen stellt oder das Reframing nutzt. Hierbei wird das geschilderte Problem in einen anderen Rahmen gestellt. Ein Beispiel wäre etwa ein Kind mit Aufmerksamkeitsstörung, was auf den ersten Blick negativ konnotiert ist: „Im Reframing würde das Kind dagegen als lebhaft und neugierig erscheinen, was erst mal nichts Schlechtes ist“, erklärt Fecker. „Wenn ich das Problem aber lediglich eingrenze auf die Fähigkeit des Kindes, eine Schulstunde ruhig zu sitzen, erlaube ich mir nur einen sehr engen Blick.“ Denn das Kind kann durchaus begabt und talentiert sein, lediglich der Rahmen passt nicht zu ihm. Hier kann der Coach als Außenstehender helfen, den Horizont zu erweitern.

Ebenfalls auf andere Blickwinkel zielen Techniken mit Metaebene ab: „Hier begibt sich der Klient sozusagen auf die Ebene des Feldherren, wie auf einem klassischen Gemälde: Napoleon steht oben, unten das Schlachtgetümmel. Stünde er mittendrin – wie im Business-Alltag – sähe er nur den nächsten Gegner, aber nicht, wo er die

WO HILFT EIN COACH – UND WO NICHT

- Typische Probleme, bei denen ein Coach hilfreich sein kann, sind eher emotionaler Natur, etwa übersteigerte, falsche, enttäuschte Erwartungen oder Kommunikationsprobleme. Das kann ein festgefahrener Generationenkonflikt sein, beispielsweise wenn der Nachwuchs das Fotostudio des Vaters übernimmt, der Senior aber immer noch den Ton an-gaben will. Hier sollten eventuell auch beide Parteien zum Coaching kommen. Ebenso kann ein Coach sinnvoll sein, wenn nach langjähriger, guter Zusammenarbeit plötzlich Konflikte mit dem Geschäftspartner über die künftige Ausrichtung des Studios entstehen. Häufig sind auch Selbstzweifel am eigenen Business oder die fehlende Work-Life-Balance Gründe, die für ein Coaching sprechen.
- Ein Coach kann dagegen nicht bei Krankheiten helfen, auch wenn er dem Therapeuten zunächst ähnelt. Depressionen und andere psychische Erkrankungen, die eventuell die Ursachen der Kommunikationsprobleme oder des schleppenden Business sind – oder aus diesen resul-tieren –, müssen von entsprechenden Fachärzten behandelt werden. Ein guter Coach wird das schnell erkennen und eine Behandlung empfehlen.

Strategie korrigieren muss“, erklärt Fecker.

Erfahrungsgemäß benötigt der Exper-te drei bis fünf Sitzungen zu je ein bis zwei Stunden, um einem Klienten dabei zu helfen, die Lösung seines Problems selbst zu finden. Normalerweise geht der Klient nach einem erfolgreichen Coaching aber dann nicht mit einer Patentlösung nach Hause, vielmehr ist sein Problem wie von selbst verschwunden.



JÜRGEN FECKER
Jürgen Fecker ist systemischer Coach. Seine „Schule“ betrachtet die Welt als komplexes System, ähnlich der eines Mobiles. Trägt ein Teil eine Last, kommt das ganze System aus dem Gleichgewicht. juergenfecker.de