

Sie haben Post!



Foto: MissTuni/iStock

Die schriftliche Kommunikation via E-Mail ist die einfachste Art der asynchronen Kommunikation und erinnert an das klassische Schreiben von Briefen.

Schriftliches Coaching via E-Mail oder Messenger wird zwar schon von vielen Coaches genutzt, häufig aber eher unbedacht und ohne das volle Potenzial auszuschöpfen. Das nämlich ist als Ergänzung zu anderen Formaten und Präsenzsitzungen oder in der Prozessbegleitung größer als viele denken – Ein paar Leitlinien sollten Coaches beim Einsatz jedoch befolgen.

Geschriebene Kommunikation wie beim E-Mail-Verkehr unterscheidet sich in wesentlichen Punkten von gesprochener. In Coaching-Prozessen kann das sowohl Vor- als auch Nachteile (siehe Kasten S. XX) haben. Beispielsweise kann der nachweislich heilsame Aspekt des Schreibens dem Coachee wertvolle Einsichten bringen. Andererseits können die Beschränkungen der Internetkommunikation aber auch zu einer Entwirklichung oder -emotionalisierung

führen, weil zu viel reflektive Distanz aufgebaut wird.

In jedem Fall sollte E-Mail-Coaching nicht leichtfertig eingesetzt werden. Denn jeder schreibt zwar heutzutage regelmäßig Mails. E-Mail-Coaching ist allerdings mehr. Die folgenden Tipps helfen, alle Möglichkeiten auszuschöpfen und einen erfolgreichen Coaching-Prozess zu gestalten.

Für den erfolgreichen Einstieg

In einem Coaching-Prozess muss auf mehr Einzelheiten geachtet werden, als dies im alltäglichen Mail-Verkehr der Fall ist. Weder Coach noch Coachee sollten also überstürzt und unvorbereitet in die E-Mail-Kommunikation einsteigen. Damit beiderseits klar verständliche, hilfreiche Mails im Posteingang landen, ist es wichtig, die inhaltlichen und formalen Rahmenbedingungen vorab zu klären.

Der oder die Coachee sollte das Thema oder Problem und das eigene Ziel ausführlich schildern. Und der Coach oder die Beraterin sollten solange nachhaken, bis sie das Gefühl haben, am Kern angekommen zu sein. Da fast alle Wahrnehmungskanäle fehlen und sich an der Körpersprache nicht erkennen lässt, ob Worte und Stimmung kongruent sind, müssen Beratungsprofis lernen, zwischen den Zeilen zu lesen, um Unstimmigkeiten schnell aufdecken zu können.

Um diesen Prozess zu vereinfachen, ist es empfehlenswert, sich auf eine

sogenannte E-Mail-Etikette zu verständigen, was Formulierungen im Betreff, Struktur und erwartete Folgeschritte angeht. Diese Netiquette (Etikette im Netz), kann im Beratungsvertrag festgehalten werden und beispielsweise folgende Punkte enthalten:

- ▶ Reaktionszeiten festlegen
- ▶ Aussagekräftige Betreffzeile
- ▶ Wenige Themen in eine E-Mail
- ▶ Umfang einer Standardantwort
- ▶ Text übersichtlich gestalten, Aufzählungen, Absätze
- ▶ Erhalt der E-Mail bestätigen
- ▶ Ein Symbol für Sondersituationen vereinbaren (z.B. Priorität).

Entsteht trotz aller Vorkehrungen einmal eine Unklarheit, sollte ein Coach diese sofort ansprechen. Auch die Klientin sollte dazu immer wieder aufgefordert werden. Bereits in der synchronen Kommunikation ist es schwierig genug, Missverständnisse aufzudecken – bei der asynchronen kostet die spätere Klärung unnötig Zeit und Mühe und verzögert dadurch den Prozess. Im schlimmsten Fall können (ungeklärte) Missverständnisse das Vertrauensverhältnis von Coach und Coachee beschädigen.

Schreiben will geübt sein

Texte nachvollziehbar und (möglichst) frei von Missverständnissen zu formulieren, bedarf tatsächlich etwas Übung. Es ist deshalb nicht empfehlenswert, sich einfach mal schnell in ein

E-Mail-Coaching zu stürzen, weil ein Kunde das vielleicht gerade fordert oder weil man als Coach herumexperimentieren möchte.

Die Formulierungen beim E-Mail-Coaching müssen eindeutig, ehrlich und klar sein. Dazu sollten die Nachrichten in der ersten Person im Präsens geschrieben werden. Diese „Ich-Botschaften“ können helfen, die Erfolge und Fortschritte eines Kunden oder einer Kundin angemessen zu bestätigen und kritisches Feedback gut zu verpacken. Dabei ist darauf zu achten, nicht überheblich oder unehrlich zu wirken.

Vorbereitend macht es durchaus Sinn, sich zunächst Abläufe, Themen und Vorgehensweisen zu überlegen. Dazu kann ein Standard erstellt werden, der im Prozess Hilfestellung gibt. Dabei sollte auf kurze Sätze und unmissverständliche Sprache geachtet werden. Auch einige Mails und Bausteine vorab zu erstellen, die dann von einer (ehrlichen) Vertrauensperson gegengelesen werden, kann hilfreich sein. Das Feedback sollte dann aber in keinem Fall als Kritik, sondern als

Vorteile von E-Mail-Coaching

- » **Usability und Flexibilität:** Der Umgang mit dem Medium ist bekannt und intuitiv und kann auch per Smartphone vorgenommen werden.
- » **Nachhaltigkeit:** Die Dokumentation macht den Prozess nachvollziehbar und die schriftliche Auseinandersetzung regt zu Reflexion an.
- » **Emotionalität:** Die verfassten Texte haben einen hohen emotionalen Wert, da der Coachee sich intensiv mit den eigenen Gefühlen beschäftigt.
- » **Verantwortung beim Coachee:** Klient oder Klientin werden kontinuierlich durch Impulse und Aufgaben aufgefordert, aktiv zu werden.
- » **Reflektierte Kommunikation:** Spontane Reaktionen entfallen und reflektierte, professionelle Antworten werden ermöglicht.

Nachteile von E-Mail-Coaching

- » **Mangelnde Klarheit:** Da die Qualität der Kommunikation abhängig von der Schreibfähigkeit ist, können leicht Missverständnisse entstehen.
- » **Zeitbedarf und Kompetenz:** Gut strukturierte und fundierte Texte kosten Zeit und Übung.
- » **Begrenzte Wahrnehmung:** Da alle Sinneskanäle wegfallen, muss genau auf die gewählten Worte geachtet werden.
- » **Distanz:** Viele Coachs schätzen gerade die Unmittelbarkeit der Begegnung mit Klientin oder Klient. Diese entfällt beim E-Mail-Schreiben.
- » **Begrenzte Ausdrucksmöglichkeiten:** Es besteht wenig Möglichkeit (abgesehen von Emoticons) begleitende Emotionen auszudrücken.
- » **Affinität fürs Schreiben erforderlich:** Das Klientel sollte gerne schreiben und lesen oder zumindest keine Scheu davor haben.



HANDOUT: E-MAIL-INTERVENTION

Der Lebensfreudeprozess

Die E-Mail-Intervention „Lebensfreudeprozess“ ist eine hilfreiche Methode, bei der z.B. eine Klientin dazu aufgefordert wird, die Dimensionen von Freude für sich zu entdecken. Sie soll erspüren, woran beziehungsweise worüber sie sich freut und was das für ihr weiteres Leben bedeuten könnte – es geht auch um Prioritäten im Leben. Die Methode startet mit der kleinsten Einheit und die Fragen sollten ausführlich beantwortet werden. Es ist zielführend, mit jeder E-Mail in die nächste Dimension einzutreten:

Mail 1: Freuden der letzten Stunde

„Woran haben Sie sich während der letzten Stunde erfreut? Es kann etwas ganz Kleines sein.“

Mail 2: Freuden eines Tages

„An einem ganz normalen Tag – woran erfreuen Sie sich? Am Morgen? In der Mittagspause? Nach Feierabend? Am Abend?“

Mail 3: Freuden eines Monats

„Was gibt es darüber hinaus in einem ganz normalen Monat, worüber Sie sich freuen?“

Mail 4: Freuden eines Jahres

„Welche Freuden kommen darüber hinaus noch dazu? Geburtstage? Besondere Jahreszeiten? Urlaub?“

Mail 5: Freuden des bisherigen Lebens

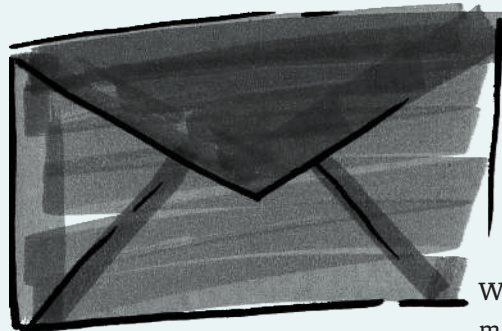
„Von der Gegenwart zurückblickend bis an den Beginn Ihres Lebens – welche Freuden kommen noch hinzu? Kindheit? Freundschaften? Erlebnisse? Erste Liebe? Erstes Auto? Geburt eines Kindes?“

Mail 7: Freuden des gesamten Lebens in einem Tag

„Wie spiegeln sich die Freuden des gesamten Lebens mit den Freuden eines einzelnen Tages? Was ist wirklich wichtig? Was wird eines Tages bleiben?“

Mail 8: Auswirkungen auf das zukünftige Leben

„Wie werden sich diese Erkenntnisse auf Ihr zukünftiges Leben auswirken? Was gewinnt dadurch mehr Bedeutung? Was verdient in Ihrem Leben mehr Energie und Aufmerksamkeit?“



Mail 6: Freuden des gesamten Lebens irgendwann einmal

„Was wird irgendwann (wenn Sie alles sehen, was Sie bisher an Freuden erlebt haben) noch an Freuden auf Sie zukommen.“

Mail 9: Handlungsabsichten

„Was werden Sie jetzt ganz konkret tun? Was ist der erste Schritt? Woran merken Sie nächste Woche, dass Sie sich auf den Weg gemacht haben?“

LITERATUR

» Sandra Dundler: *Für Entdecker: Ihr Weg zum Online-Coach. Vielfalt, Anforderungen und Einsatzmöglichkeiten von Formaten und Methoden des virtuellen Coachings*. 1. Auflage 2019, managerSeminare, 49,90 Euro, für Abonnenten 39,90 Euro.

Zu bestellen über:

www.managerseminare.de/
EditionTA

Anregung verstanden werden. Wenn möglich, ist es noch besser, sich einen Sparringspartner zu suchen, mit dem einige Sequenzen „live“ ausprobiert werden. Dadurch lässt sich im geschützten Raum lernen.

Neben Schreibstil und Formulierungen, sollte ein Coach auch darüber nachdenken, wie die Texte leichter lesbar gemacht werden können, damit etwa die Klientin den Blick auf die wesentlichen Aussagen und Schlüsselwörter richten kann. Dafür empfehlen sich Formatierungswerkzeuge und eine klare Struktur. Hilfreich können auch die Emoticons (Smileys und Co.) sein, die die Standardprogramme in der Regel anbieten. So wird der Text lebhafter und Emotionen werden transportiert. Das sollte auch dem Gegenüber ans Herz gelegt werden: Setzt er oder sie dann etwa ein Smiley mit einer Träne ein, kann der Coach nachhaken und vertiefende Fragen stellen.



Die Autorin: Sandra Dundler ist selbstständige Trainerin und Coach. Sie ist Expertin im Bereich Live-Online-Training und unterstützt ihre Kunden im Umgang mit unterschiedlichen Tools und bei der Konzeption von Online- oder Blended-Trainings. Kontakt: www.a-step-ahead.de

Zwischen den Zeilen lesen

Trotz des Einsatzes von Emoticons und der vorherigen Verständigung wie, wann und in welchem Umfang kommuniziert wird, können innerhalb der von Klienten versendeten Texte immer wieder verborgene Botschaften liegen. Ähnlich wie beim Eisbergmodell sind auch beim schriftlichen Coaching häufig nur zehn bis zwanzig Prozent der Kommunikation sichtbar, der Rest liegt vorerst im Verborgenen und muss entschlüsselt werden.

Während die Sachinformation also recht vernünftig und zielführend klingen mag, stecken emotionale Botschaften zwischen den Zeilen, die ein Coach zunächst vielleicht nicht wahrnimmt. Mit ein bisschen Übung und durch gezielte Fragen gelingt es aber, Klienten auf die emotionale Ebene zu führen und Inkongruenzen aufzudecken.

Unterstützende Systeme und Ableger

Manchmal kann es hilfreich sein, zusätzlich zu den vereinbarten und gegebenenfalls terminierten Mails, kurze Impulse zu setzen. Hierfür bieten sich heutzutage SMS- oder Online-Messenger-Dienste im Sinne einer Erinnerungsfunktion oder als Mutmacher vor gemeinsam vorbereiteten Terminen an. Das unterstützt auch den Beziehungsaufbau, da dem Coachee das Gefühl vermittelt wird, dass sein Coach

auch außerhalb der bezahlten Zeit an ihn denkt und für ihn da ist. Natürlich funktioniert dies bei allen Formen des virtuellen Coachings.

Welche Informationen geteilt werden, sollte aber unbedingt beachtet werden: Persönliche Hinweise oder Firmeninternes besser nicht über diese Medien versenden – da winken Probleme mit dem Datenschutz und Sicherheitslücken. Eher empfehlen sich kurze Reflexionsfragen, die einem Datendieb keinen Mehrwert bieten würden.

Oder aber man setzt gezielt auf sichere Messenger-Dienste. Nachteilig könnte nur sein, dass diese nicht so weit verbreitet sind und somit den Klienten extra Aufwand zur Installation verursachen.

Es gibt inzwischen auch Systeme auf dem Markt, die Coaching-Prozesse in puncto Nachhaltigkeit unterstützen. Das sind virtuelle Assistenzsysteme, die preislich attraktiv, sicher und deutlich komfortabler als E-Mails, SMS und Co. sind.

Ein Beispiel dafür ist CleverMemo, das automatisch alle Interaktionen dokumentiert, an Aufgaben erinnert und je Klienten einen Überblick bietet. Es gibt vorgefertigte Aufgaben, die individuell angepasst werden und wiederum als Vorlage gespeichert werden können. Die integrierten Vorlagen sind gut strukturiert, die Anwendung ist intuitiv und weder Coach noch Coachee müssen Software installieren. Bei CleverMemo stehen die Datenserver in Deutschland und die Aktivitäten sind passwortgeschützt. Die Anwendung ist allerdings wie das E-Mail-Coaching im Allgemeinen eher als Ergänzung, denn als eigenständiges Coaching-Tool nutzbar.

Sandra Dundler ■