

Coachen an der Strippe



Foto: LightFieldStudios/iStock

Coaching mittels Telefon ist die am häufigsten genutzte Variante des virtuellen Coachings.

Viele Coaches nutzen Telefon-Coaching zwar schon als ergänzendes Format für das Lösen akuter Probleme oder die Transfersicherung. Doch auch ein ganzer Coaching-Prozess kann telefonisch stattfinden – sofern die Rahmenbedingungen abgeklärt und ein paar Besonderheiten beachtet werden.

Vergleicht man Telefon-Coaching mit Coaching per Mail, scheint Ersteres Präsenzsitzungen ähnlicher zu sein. Doch auch am Hörer entfallen wichtige Wahrnehmungskanäle, die es durch besondere Aufmerksamkeit zu kompensieren gilt. Das mag für einige Coaches einen Nachteil darstellen, kann aber auch Vorteile haben (siehe Kasten S. 43). Bei der Fokussierung auf die verbale Kommunikation können sich Coach und Coachee beispielsweise voll und ganz auf Fragen und Antworten

konzentrieren, ohne durch Mimik oder Gestik abgelenkt zu sein. Das bedeutet aber auch, dass Coaching am Telefon mehr als nur ein netter Plausch ist. Möchte man das eigene Angebot um Telefon-Coaching erweitern, können folgende Tipps helfen.

Gut vorbereitet ins Gespräch

Generell gilt: Es sollte nicht unterschätzt werden, wie sehr sich eine gute Vorbereitung auf die Gesprächsqualität

auswirkt. Spontan in ein Telefoncoaching zu gehen, mag in der reinen Prozessbegleitung bedingt möglich sein. Soll hingegen der ganze Prozess telefonisch stattfinden, ist von Spontaneität abzuraten. Dafür sollte ein Coach sich nämlich gedanklich auf den Coachee und seine Situation einstimmen, indem er beispielsweise vor dem ersten Termin erst noch einmal die Auftragsklärung und bei Folgeterminen den Verlauf der vorherigen Sitzungen durchgeht.

Der Kunde oder die Kundin sollen schließlich das Gefühl bekommen, dass der Coach sich gut an seine oder ihre Bedürfnisse, Aussagen und Erkenntnisse erinnert. So entstehen Vertrauen und Nähe – und davon lebt letztendlich der Coaching-Prozess.

Auf das richtige Setting kommt es an

Obwohl eine gute Vorbereitung schon einen entscheidenden Faktor für ein gelungenes Telefon-Coaching darstellt, können Störungen den Prozess behindern oder sogar unterbrechen. Das Klingeln anderer Telefone, der Haustüre, das Bellen eines Hundes – Das alles wirkt störend im Verlauf des Coachings, und kann den Coachee im Denkprozess behindern. Deshalb ist es hilfreich, sich das grundsätzliche Vorgehen für ein telefonisches Setting vorab festzulegen.

Erst einmal sollten also alle Störfaktoren beseitigt werden, damit sich beide Gesprächspartner konzentrieren können. Auch Nebenbeschäftigungen können zu Störfaktoren werden. Deshalb sollte man sich genauso bewusst Zeit für ein Telefon-Coaching nehmen, wie es auch bei einem Präsenz-Setting der Fall wäre. E-Mails checken lenkt ab und Autofahren während eines Coachings kann durch mangelnde Konzentration sogar dazu führen, dass man sich selbst oder andere Verkehrsteilnehmende gefährdet.

Auf Kundenseite sollten diese Rahmenbedingungen ebenfalls abgeklärt sein. Auch hier gilt: Sowohl der störungsfreie Platz als auch die Forderung nach voller Aufmerksamkeit für den Prozess sind angemessen und Nebenbeschäftigungen tabu.

Eine weitere wichtige Angelegenheit, die unbedingt vor der ersten Session geklärt werden sollte, ist der Einsatz von Tonaufnahmen. Soll das Gespräch dadurch dokumentiert werden, muss der Coachee nämlich seine Einwilligung geben. Das gleiche gilt andersherum – ein Coach muss ebenso einwilligen, wenn der Coachee mitschneidet. Wenn sich beide dafür entscheiden, Teile des Prozesses aufzunehmen, sollte klar sein, wofür diese Aufnahmen genutzt werden sollen. Denn eine Archivierung der Problembeschreibungen kann bereits erzielte Erfolge schnell zunichte machen.

Je besser also die Erwartungen beider Parteien vor dem Termin geklärt sind, desto höher sind die Erfolgsquote und die Qualität des Coaching-Gesprächs.

Auf die Haltung kommt es an

Ein weiterer wichtiger Faktor beim Telefon-Coaching sind die Körperhaltung und die Stimme des Coachs. Es ist empfehlenswert, ein Headset zu nutzen, um die Hände frei zu haben. Eine bequeme und aufrechte Haltung – im Idealfall stellt man sich sogar hin –, bei der der Brustkorb gut mit Luft durchströmt wird, ist die Voraussetzung für eine volle Stimme.

Damit einher geht auch das „Schmieren“ der Stimme: Man sollte sich Wasser ohne Kohlensäure oder warmen Tee bereitstellen und zwischendurch einen Schluck nehmen, zum Beispiel wenn die Klientin gerade spricht. Wenn die Stimme angenehm klingt und die Mimik, beispielsweise ein Lächeln, zu „hören“ ist, kann das einen positiven Einfluss

Vorteile von Telefon-Coaching

- » **Sinneskanäle trainieren:** Die auditive Wahrnehmung wird durch jedes Telefon-Coaching und die kritische Reflexion im Anschluss trainiert.
- » **Fokussierung:** Der Mangel an visuellen Impulsen bietet die Möglichkeit, sich ganz auf Fragen und Antworten zu konzentrieren.
- » **Anonymität:** Wenn sich ein Coachee nicht beobachtet fühlt, fällt es ihm oder ihr oft leichter, selbstkritische oder schambesetzte Themen anzusprechen.
- » **Weniger Missverständnisse:** Sprechen liegt vielen besser als Schreiben, und Unstimmigkeiten können sofort angesprochen werden.
- » **Kaum zusätzliches Equipment:** Einen Telefonanschluss und/oder ein Smartphone hat heutzutage jeder, wodurch keine zusätzlichen Anschaffungen gemacht werden müssen.

Nachteile von Telefon-Coaching

- » **Beschränkte Wahrnehmung:** Da bis auf den auditiven alle Sinneskanäle wegfallen, ist die Wahrnehmung beider Parteien eingeschränkt.
- » **Interventionsmöglichkeiten begrenzt:** Interventionen, bei denen Visualisierungen notwendig sind, entfallen.
- » **Übung und Erfahrung erforderlich:** Telefonisches Coaching sollte geübt werden, da ein solcher Coaching-Prozess herausfordernd sein kann.
- » **Ablenkung:** Coachees lassen sich durch Nebenbeschäftigungen wie dem Checken von E-Mails leicht ablenken, weshalb ein Coach aufmerksam sein und bei geistesabwesenden Antworten gegebenenfalls intervenieren muss.



HANDOUT: CHECKLISTE

Telefon-Coaching vorbereiten

Ein Coach sollte sich auf ein Gespräch im Rahmen eines Telefon-Coachings gut vorbereiten, damit das Format seine volle Wirkung entfalten kann. Dabei kann eine solche Checkliste helfen:

Aktivität/Frage	Handlungsbedarf	erledigt
Zeitpuffer vor und nach dem Telefonat	Im Kalender reservieren	
Störungen auf meiner Seite	Handy/Telefon aus oder lautlos	
	Türklingel lautlos oder außerhalb	
	Kinder/Partner/Hunde außer Sicht- und Hörweite	
	E-Mail-Programm/Chat-Programme aus	
	Clean Desk – keine Ablenkung auf dem Schreibtisch	
Technik	Headset bereit – bei Funk geladen	
Eigene Verfassung	Innere Ruhe finden (Konzentration)	
	Aufmerksamkeit fokussieren (Atemübung)	
	Körperhaltung – Stuhl bequem einstellen, Schreibtischhöhe anpassen (bei elektrisch verstellbarem Schreibtisch)	
	Stimmung im Raum (z.B. Lichtverhältnisse)	
	Getränke (z.B. Tee) bereitstellen	
	Stimmübungen machen	

auf die Klientin und damit auf den Erfolg des Coachings haben.

Zuhören statt hinhören

Vor allem bezüglich des Coachings am Telefon sollte ein Coach sich bewusst machen, dass es zwischen Hinhören und wirklichem Zuhören einen Unterschied gibt: Bei Ersterem ist die Aufmerksamkeit nicht vollständig auf den Gesprächspartner, sondern eher auf die Gelegenheit, selbst sprechen zu können, gerichtet. Beim aktiven Zuhören (Nachfragen, Verbalisieren von Gefühlen, Zusammenfassen etc. nach Carl R. Rogers) versetzt man sich hingegen in die Situation des Gegenübers und schenkt ihm oder ihr die volle Aufmerksamkeit.

Nur ein Coach, der sich das immer wieder ins Gedächtnis ruft, kann das Gespräch dann auch steuern. Da die Sachinformationen in einem Gespräch oft weniger als 50 Prozent ausmachen und Emotionen mitschwingen, sollte ein Coach also üben, um den Coachee aktiv und zielorientiert begleiten zu können.

Startet eine Kundin zum Beispiel sehr aufgebracht in den Termin, hilft es dem Prozess, Ruhe hineinzubringen. Kommt sie eher lethargisch und ruhig ins Telefonat, wird es sie höchstwahrscheinlich aktivieren, wenn der Coach die Stimme

bewusst lauter oder fordernder werden lässt. Will man sich als Coach dabei voll auf die auditive Wahrnehmung konzentrieren, sollte man während des Gesprächs die Augen schließen. Dabei lässt sich dann auch besser auf andere hörbare Signale achten als auf reine Worte, wie eine auffällige Atmung oder ständiges Räuspern.

Außerdem begleiten Sprach- und Stimmveränderungen das Gespräch. Hört sich die Stimme der Klientin beispielsweise eher monoton und gelangweilt an, während sie über ihre Erfolge berichtet, deutet dies vielleicht auf Unstimmigkeiten hin, denen es nachzugehen lohnt. Auch ob die Sprechgeschwindigkeit zu den verwendeten Worten passt, kann Ansatzpunkte für genaueres Nachfragen liefern. Schweigen und Sprechpausen sind Indikatoren, ebenso wie das Sprechen von sich selbst in der dritten Person.

Zusammenfassen und nachbereiten

Entschleunigen lässt sich der ganze Prozess, indem das Gehörte im Kern zusammengefasst wird. Durch das Paraphrasieren der Aussagen des Klienten kann ein Coach sicherstellen, dass er die Botschaften nicht nur gehört, sondern auch verstanden hat.

Auch die umfassende Dokumentation eines Telefon-Coachings ist Aufgabe

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

des Coachs. Empfehlenswert ist eine standardisierte Vorlage, die zugleich durch den Prozess führt. Während des Gesprächs sollten alle relevanten Aspekte notiert und diese im Nachgang strukturiert werden.

Um die Transferchancen beim Klienten zu erhöhen und noch mehr Verbindlichkeit und Nachhaltigkeit in die Sitzungen zu bringen, kann es hilfreich sein, ihn zu bitten, dass er seine Erkenntnisse und nächsten Schritte per Mail an den Coach schickt. Dadurch entsteht zusätzliche Sicherheit, dass die eigene Wahrnehmung mit der des Kunden stimmig ist. Außerdem bringt es ihn dazu, den Termin zu reflektieren und nachzubereiten. Zusätzlich ist es sinnvoll, dem Coachee eine kurze Variante der eigenen Dokumentation zusammen mit seinen Ergänzungen (Achtung: Wortwahl des Kunden verwenden!) zur Abrundung zukommen zu lassen.

Sandra Dundler ■



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



Wissen aufbauen

Training *aktuell* + managerSeminare – das Duo für Profis

nur **8,30 Euro**

zusätzlich im Monat*

Nach ihrem Profi-Upgrade erhalten Sie weiterhin **Training aktuell** mit allen Zusatzservices und außerdem:

- 12 x jährlich **managerSeminare**
- Vollzugriff auf das digitale Archiv von **managerSeminare** mit Handout-Lizenz für alle Beiträge
- Sie sparen **50 %** beim Einkauf von Fachbüchern aus der Reihe **Leadership kompakt** mit umfangreichen Online-Materialien.
- Als Profipaket-Abonnent erhalten Sie auf die digitalen **lead&train-Selbstlernbausteine 50% Rabatt**. Das Material darf in Workshops verbreitet werden.



Jetzt upgraden:
www.managerseminare.de/profipaket
E-Mail: abo@managerseminare.de
Telefon: 0228/97791-23

*Jahresabo **Training aktuell** = 148 Euro
Profipaket Jahresabo = 248 Euro