

Anleitung für den Klienten:

Schritt 1: Vergleichen Sie immer die zwei nebeneinanderstehenden Begriffe auf den Wortkarten miteinander und entscheiden Sie sich für den für Sie Wichtigeren, also, z. B. Ruhm oder Herausforderung, Spaß oder Unabhängigkeit. Legen Sie die weniger wichtigen zur Seite, indem Sie auf den wichtigeren Begriff klicken. Natürlich sind alle Begriffe irgendwie wichtig. Aber entscheiden Sie sich trotzdem spontan für einen.

Schritt 2:

Sie haben jetzt eine Liste mit zwölf Wortkarten vor sich. Vergleichen Sie unter diesen ausgewählten Begriffen wieder jeweils zwei miteinander, von oben anfangend: lassen Sie bitte wieder den Wichtigeren liegen; den anderen legen Sie zur Seite.

Schritt 3:

Jetzt haben Sie noch sechs Begriffe vor sich liegen. Vergleichen Sie diese jetzt wieder paarweise. Legen Sie drei zur Seite. Drei bleiben übrig.

Schritt 4: Sie haben jetzt drei Motivatoren übrig. Sortieren Sie sie jetzt bitte nach ihrer Wichtigkeit. Der Wichtigste bekommt eine 1, der zweitwichtigste eine 2, der dritte natürlich die 3. Damit haben Sie Ihre stärksten Motivatoren, die etwas über Ihre Zufriedenheit oder Unzufriedenheit im Beruf aussagen.

Für dich als Coach:

Noch einmal: Bei allem Spielerischen und Willkürlichen dieses Coaching-Impulses, das Ergebnis ist immer relevant, sprich, ihr bekommt wichtige Aussagen und Anregungen. Dabei kann die Auslegung des Ergebnisses sehr unterschiedlich sein: Entweder sind die drei Hauptmotivatoren der Grund, warum deine Klienten in ihrem Beruf und mit ihrem Arbeitsplatz zufrieden sind. Das heißt, sie bekommen dort, was sie brauchen, und können ihre Werte leben. Prima, Glückwunsch.

Oder: Die drei Hauptmotivatoren sagen ihnen, warum sie ein Gefühl der Unzufriedenheit spüren. Das geschieht, wenn einer oder sogar alle drei Werte nicht gelebt werden können. Dann entsteht ein Werte-Vakuum, das gefüllt werden möchte. Wie das im Einzelnen geschieht, das kann dann im weiteren Coaching besprochen werden.

In den meisten meiner Coachings hat sich herausgestellt: Die drei Hauptmotivatoren sind immer der Grund, warum die Klienten ins Coaching kommen! Sie bekommen nicht genug von dem, was sie zu ihrem Wohlfühl brauchen, und wollen deshalb etwas ändern. Sie spüren eine latente Unzufriedenheit und bekommen mit dem Motivationsraster die Stichworte, um diese zu benennen.

Oft zeigt es sich, dass verwandte Begriffe übrigbleiben wie „Freude und Spaß“, „Unabhängigkeit und Freiheit“, „Harmonie und Kollegialität“.

Weiterführende Fragen, mit denen du deine Coaching-Klienten dazu bringst, mit den ersten Erkenntnissen weiterzudenken sind, am Beispiel des Begriffs „Sinn“:

- Was erscheint Ihnen als sinnvoll in Ihrem Leben?
- Wofür lohnt es sich, Ihre Kräfte einzusetzen?
- Wer braucht das, was Sie können?
- Wie sähe eine „sinnvolle“ Arbeitsplatzbeschreibung für Sie aus?

Die Erfahrung zeigt: Wer längere Zeit gegen seine Werte lebt und handelt, wer sie unterdrückt und wegschiebt, wer sich dadurch selbst untreu wird, kann auf Dauer nicht zufrieden sein. Er leidet an einem Werte-Mangel, der Wohlbefinden und sogar manchmal die Gesundheit trübt.

Wenn Klienten wissen, was sie brauchen, können sie aktiv werden und dafür sorgen, dass sie mehr davon bekommen. Und mehr als das: sie können ihre Motivatoren quasi wie ein Raster über alle zukünftigen Entscheidungen legen (daher der Name): Führt sie diese Entscheidung näher an ihre Werte heran oder weiter weg?

Dieser Coaching-Impuls eignet sich wunderbar als „Mind-Opener“ in anspruchsvollen Coaching-Gesprächen. Am Anfang dieser Übung wissen die Gecoachten noch nicht, wohin die Reise geht, und können deshalb nicht „konform“ antworten. Viele Menschen sind „zu klug“ für Gespräche über sich selbst oder ihre Ziele. Sprich, sie können ganz toll erklären, was sie eigentlich möchten oder warum etwas nicht geht – doch sie lassen sich nicht gern „in die Karten gucken“. Jeder erfahrene Coach weiß, dass die Ebene hinter dem tatsächlich Ausgesprochenen manchmal die Lösung bergen kann.

Das Motivationsraster ist tausendfach angewandt worden und hat sich bewährt, in Coachings, in Seminaren und sogar auf der Bühne mit einem vielhundert-köpfigen Publikum. Und die Erfahrung ist immer wieder gleich verblüffend. Das Ergebnis dieses kleinen Spiels ist jedes Mal relevant! Und das, obwohl die 24 Begriffe, die du gleich kennenlernen wirst, willkürlich nebeneinandergestellt werden, und die Teilnehmer/-innen sich sehr schnell entscheiden müssen.

Die Ausgangsfrage für den Klienten ist: Was steht ganz oben auf Ihrer Werteliste im Beruf? Wie hoch ist Ihre Motivation, die Ihnen hilft, etwas zu verändern? Das kannst Du sehr schnell und einfach mit dem Motivationsraster herausfinden.

Viel Freude beim Anwenden

Deine Sabine Asgodom

