

Coaching-Letter

seit 2003

Nr. 139, November 2014

Thema:

KREATIVES UMDEUTEN: COACHING-TOOL „REFRAMING“

INHALT:

- Umdeutung / Reframing: Definitionen
- Beispiele für Reframings
- Reframing - Die Kunst, einen passenden Rahmen zu setzen
- Coaching-Übung: Framings bewusst erkennen
- Zu guter Letzt...

Umdeutung / Reframing: Definitionen

Wikipedia:

Der Begriff **Umdeutung** von englisch *Reframing*, seltener auch *Neurahmung* oder *Referenztransformation*, bezeichnet eine Technik, die aus der Systemischen Familientherapie stammt, und von Virginia Satir eingeführt wurde. Dem *Reframing* wird besonders in der Hypnotherapie nach Milton H. Erickson und in der Neurolinguistischen Programmierung (NLP) ein hoher Stellenwert gegeben. Aber auch die Provokative Therapie deutet mit Humor vieles um / neu.

Durch Umdeutung wird einer Situation oder einem Geschehen eine andere Bedeutung oder ein anderer Sinn zugewiesen, und zwar dadurch, dass man versucht, die Situation in einem anderen Kontext (oder "Rahmen") zu sehen. Die Metapher hinter dem Ausdruck geht darauf zurück, dass ein Bilderrahmen entscheidend dafür sein kann, ob ein Kunstwerk dem Betrachter unscheinbarer oder schöner erscheint. Rahmen bedeutet auch ein Konzept, was unsere Sicht eingrenzt. Verlassen wir diese geistige Festlegung, können neue Vorstellungen und Deutungsmöglichkeiten entstehen.

Einem in der Umdeutung geschulten Menschen ist es durch Kommunikation möglich, Szenen in einem anderen Blickwinkel (Rahmen) erscheinen zu lassen, sodass er es Beteiligten erleichtert, mit der Situation umzugehen.

Ein Beispiel hierfür ist die Umdeutung der Rolle als Opfer ("Die Sucht überkommt mich einfach") in eine aktive Rolle, aus der heraus andere Entscheidungen als bisher getroffen werden können ("Wie sehen die Situationen aus, in denen Sie sich dazu entscheiden, nun die Droge einzunehmen?"). Andere Beispiele sind die Umdeutung eines als negativ wahrgenommenen Verhaltens ("Meine Mutter mischt sich ständig in mein Leben ein.") in ein positives ("Ihre Mutter möchte Sie also beschützen"), oder eine Sensibilisierung dahingehend, dass ein "gut gemeintes" Verhalten beim Zielobjekt negative Effekte auslöst.

Quelle: <http://de.wikipedia.org/>



NLPedia:

Alles, was wir wahrnehmen (= „alles“), nehmen wir in einem Rahmen (Bezugsrahmen, Wahrnehmungsrahmen, ...) wahr. Dieser Rahmen ist subjektiv und kann geändert werden. Dieses Umrahmen (Neurahmen) heißt im NLP **Reframing**.

Man unterscheidet:

Kontextreframing: Es wird ein Verhalten, eine Fähigkeit, ein Glaubenssatz... in einem anderen Kontext betrachtet, in dem dieses Verhalten nützlich ist. (Eine NLP-Grundannahme lautet: "Jedes Verhalten ist nützlich. Es existiert zu jedem Verhalten zumindest ein Kontext, in dem dieses Verhalten nützlich ist.")

Bedeutungsreframing (auch Beziehungsreframing): Es wird einem Verhalten oder einem Sachverhalt eine andere Bedeutung gegeben. Im Falle von Verhalten kann man z.B. die positive Absicht herausarbeiten. (NLP-Grundannahme: "Jedem Verhalten liegt eine positive Absicht zugrunde.")

Quelle: <http://nlpportal.org/nlpedia/wiki/>

Tania Konnerth:

Reframing ist eine Methode aus dem neurolinguistischen Programmieren (NLP). Übersetzen lässt sich "Reframing" wörtlich mit "*einen neuen Rahmen geben*" oder etwas freier mit "umdeuten". Es geht darum, Ereignisse, Phänomene oder auch Informationen in einem anderen Zusammenhang zu sehen, als der, den wir ihnen spontan geben. Sinn macht das vor allem dann, wenn uns bestimmte Gedanken nicht gut tun, uns lähmen und davon abhalten, aktiv unseren Weg zu gehen.

Im NLP unterscheidet man im Wesentlichen folgende zwei Reframing-Arten (die aber nicht immer sinnvoll zu trennen sind, sondern ineinander fließen können):

- Das **Kontext-Reframing** - Hier wird ein neuer / anderer Kontext gesucht, in dem z.B. ein Problem oder eine störende Verhaltensweise dann verschwindet oder auch positiv wird. **Beispiel:** Eine Person ist nur schwer oder gar nicht in der Lage, an einer Sache dranzubleiben - diese Eigenschaft ist z.B. da positiv, wo Flexibilität und das Vermögen, schnell umzudenken, erforderlich sind.
- Das **Bedeutungs-Reframing** - Hier ändern sich weder der Kontext, noch die Situation, sondern allein unsere Gedanken darüber. **Beispiel:** Sie können sich über die Pfotenabdrücke des Hundes auf dem Teppich ärgern - oder sie nehmen sie als Zeichen dafür an, dass Ihr geliebter, vierbeiniger Freund viel Spaß draußen hatte.

Quelle: <http://www.zeitzuleben.de/>

Heinz-Detlef Scheer:

Man kann niemandem sein Problem ausreden, aber man kann ihm andere Bedeutungen und Bewertungen anbieten

Quelle: <http://coaching.germanblogs.de>



Beispiele für Reframings

Kontext-Reframings:

Herr X vergeudet seine Arbeitszeit, indem er sich ständig um die Belange seiner Untergebenen kümmert. - Herr X ist ein fürsorglicher Großvater.

Herr Y ist ein unerträglicher Laberkopf. - Herr Y ist erfolgreicher Moderator einer privaten Radiostation.

Bedeutungs-Reframings:

Frau A streitet sich ständig. - Frau A versteckt sich nicht, geht keinem Konflikt aus dem Weg und steht für ihre Meinung ein.

Frau Z kann nicht einparken. - Frau Z ist Motivation für die Autoindustrie, innovative Einparkhilfen zu entwickeln.

Otto Rehagel...

ist ein begnadeter Reframer. Auf die Frage, ob es ihm nicht auf die Nerven ginge, so divenhafte, komplizierte Spieler zu haben, sagte er einmal: „Spieler, die mir keine Probleme machen, kann ich nicht gebrauchen, die machen dem Gegner ja auch keine!“

Arme Leute

Eines Tages nahm ein Mann seinen Sohn mit aufs Land, um ihm zu zeigen, wie arme Leute leben. Vater und Sohn verbrachten einen Tag und eine Nacht auf einer Farm einer sehr armen Familie. Als sie wieder zurückkehrten, fragte der Vater seinen Sohn: “Wie war dieser Ausflug?” “Sehr interessant!” antwortete der Sohn. “Und hast du gesehen, wie arm Menschen sein können?” “Oh ja, Vater, das habe ich gesehen.” “Was hast du also gelernt?” fragte der Vater. Und der Sohn antwortete: “Ich habe gesehen, dass wir einen Hund haben und die Leute auf der Farm haben vier. Wir haben einen Swimmingpool, der bis zur Mitte unseres Gartens reicht, und sie haben einen See, der gar nicht mehr aufhört. Wir haben prächtige Lampen in unserem Garten und sie haben die Sterne. Unsere Terrasse reicht bis zum Vorgarten und sie haben den ganzen Horizont.” Der Vater war sprachlos. Und der Sohn fügte noch hinzu: “Danke Vater, dass du mir gezeigt hast, wie arm wir sind.”



Framing - die Kunst, einen passenden Rahmen zu setzen

Auszug aus: „Coaching mit NLP-Werkzeugen“

von Thomas Rückerl und Torsten Adamski

Wiley-VCH Verlag, 2008

Das englische Wort Frame bedeutet Rahmen. Es ist der Zusammenhang oder das Umfeld, in dem ein bestimmtes Ereignis stattfindet. Die äußeren Rahmenbedingungen wie Ort, Zeit, Vorgeschichte, geltende Normen und Regeln bestimmen den Kontext einer Situation. Jede Kommunikation findet in einem spezifischen Kontext statt. Jede Information beeinflusst den Kontext und wird gleichzeitig im jeweiligen Bezugsrahmen unterschiedlich eingeordnet und bewertet. Der englische Begriff taucht auch beim Reframing auf, wo es darum geht, den Ereignissen einen neuen und besseren Rahmen zu geben. Der Bedeutungsrahmen ist grundsätzlich flexibel. Je nach Vorerfahrungen und Informationsstand entsteht bei dem Betroffenen einer mehr oder weniger starrer Glaubenssatz, der sich jedoch durch gezielte Fragen verändern lässt. Die Kunst, bewusst konstruktive Rahmen zu erschaffen (Framing) oder suboptimale Rahmen zu verändern (Reframing), ist ein wichtiger Bestandteil im Coaching. Sie verleiht eine hohe Flexibilität beim Bewerten von Situationen und dient als Grundlage vieler Gesprächsführungstechniken.

Im Coaching

Im Coaching können Sie Ihrem Coachee einen neuen Rahmen für die Bewältigung seiner Probleme anbieten. Dabei ist es wichtig, das Anliegen des Coachees erst einmal im Lichte seiner aktuellen Situation zu verstehen. Jede Situation erhält ihre Bedeutung erst durch die Rahmenbedingungen, innerhalb derer sie interpretiert wird. Zum Beispiel bekommt ein nackter, schwitzender Mann eine andere Bedeutung, wenn Sie wissen, dass er gerade in der Sauna sitzt - und nicht in einem 5-Sterne-Restaurant. Wenn Sie die Situation des Coachees und den Rahmen, in dem er seine Situation erlebt, verstanden haben, können Sie damit beginnen, lösungsorientiert an der Optimierung seiner Lage zu arbeiten. Als Coach trainieren Sie sich darin, einerseits die Sachinformationen zu sortieren und andererseits die Zusammenhänge in einen konstruktiven Rahmen zu setzen, um so die Bedeutung bestimmter Informationen im Erleben Ihres Coachees gezielt zu steuern.



Um die Hebelmöglichkeiten des Framings und Reframings im Coaching aktiv einzusetzen, helfen Fragen, die die bestehenden Rahmenbedingungen in Frage stellen oder auf die dahinter liegenden Bedürfnisse und Motivationen abzielen:

- „Sie sagten, dass Sie nicht mit unserer Gesellschaft konform gehen können - welche Werte prägen denn unsere Gesellschaft? Wer bestimmt nach Ihrer Meinung den Wert xy? Welche Motivation steckt dahinter? Wie könnte dieser Wert auch gesehen werden?“
- „Sie sagten, dass Sie unzufrieden mit dem Verlauf Ihrer beruflichen Entwicklung sind - woran messen Sie das? Womit vergleichen Sie sich? Was könnte gut daran sein? Was ist vielleicht sogar deshalb gut an Ihrem Leben?“

Im Coaching wie auch in der Mitarbeiterführung und im Kundenkontakt werden die Prinzipien des Framings vielfach unbemerkt eingesetzt. Nehmen wir einmal an, Sie haben in Ihrer Abteilung eine unbeliebte Aufgabe, die Sie nun an den neuen Mitarbeiter delegieren wollen und Sie sagen folgendes zu ihm:

- „Herr Müller, ich habe da eine schwierige und unangenehme Aufgabe für Sie. Vermutlich wird Ihnen die Arbeit nicht gefallen, aber irgendjemand muss es ja tun und da Sie neu bei uns sind, bleibt es an Ihnen hängen. Nähere Instruktionen gebe ich Ihnen heute Nachmittag. Kommen Sie deshalb bitte um 15 Uhr in mein Büro.“

Was wird dieses Framing bei Herrn Müller bewirken? Vermutlich wird er nicht besonders motiviert an die Sache rangehen. Vielleicht wird Herr Müller im Laufe des Tages darüber nachdenken, wie er die Aufgabe möglichst schnell an andere abwälzen kann. Diese Demotivierung wäre nicht nötig, wenn Sie stattdessen einen anderen Frame wählen:

- „Herr Müller, ich habe da eine wichtige Angelegenheit, die mir sehr am Herzen liegt und ich könnte mir vorstellen, dass Sie dafür genau der Richtige sind. Die Sache ist nicht ganz einfach, aber ich bin davon überzeugt, dass Sie über die notwendigen Fähigkeiten verfügen und dass wir beide gemeinsam das Kind schon schaukeln werden. Kommen Sie bitte um 15 Uhr in mein Büro, damit wir die Einzelheiten durchsprechen können.“

Durch dieses Framing der anstehenden Aufgabe wecken Sie Interesse und Vertrauen bei Herrn Müller. Er wird motiviert in das Büro seines neuen Chefs kommen, um die Sache in Angriff zu nehmen. Vielleicht liegt Herrn Müller diese Form von Aufgabe tatsächlich. Dann hätte Ihre Abteilung in Zukunft ein Problem weniger. Zumindest wird er der Aufgabe nicht mit einem unnötigen Vorurteil gegenüberreten. Vermutlich wird er nicht einmal auf die Idee kommen, den Auftrag als unangenehm zu empfinden, weil er in erster Linie eine gute Chance sieht, um sich als neuer Mitarbeiter bei seinem Chef zu profilieren.



Framing und Reframing sind im Coaching wichtige Werkzeuge, um die Aufmerksamkeit des Coachees in eine gezielte Richtung zu führen. Die Frage:

- „Welche Herausforderungen sehen Sie auf dem Weg zum Ziel?“

bietet dem Coachee einen anderen Bezugsrahmen zum Nachdenken an, als:

- „Welche Probleme sehen Sie auf dem Weg zum Ziel?“

Ein Scheitern in der Vergangenheit kann den Coachee davon abhalten, sein Ziel noch einmal anzugehen. Statt dieses zu betonen mit der Frage:

- „Warum sind Sie beim ersten Mal gescheitert?“

...kann der Coach auch nach dem Informationsvorteil im Scheitern fragen:

- “Was haben Sie aus dem ersten Mal lernen können?“

Durch derartige Fragen wird ein geistiger Bezugsrahmen vorbereitet, in dem der Coachee seine Erfahrungen konstruktiv einordnen kann. So braucht er negative Erfahrungen nicht als Angst auslösend oder verwirrend erleben. Ein ökologisches Framing führt dazu, dass ein unangenehmes Erlebnis auf ressourcenreiche Weise verarbeitet werden kann. Da der Kontext die Bedeutung der Ereignisse bestimmt, ist die gezielte Veränderung des Kontextes im Coaching eine effektive Methode, um das Befinden von Menschen zu verbessern. Der Coach nutzt diese Möglichkeit durch das Kontext-Reframing. Dazu gehört die Frage:

- „In welcher anderen Situation wäre diese Verhaltensweise sinnvoll?“

Jede einmal erlernte Verhaltensweise stellt eine Fähigkeit dar und ist somit eine wertvolle Ressource. Durch eine große Vielfalt an Verhaltensweisen entsteht ein flexibles Repertoire. Im Sinne maximaler Flexibilität gilt es als wünschenswert, für jeden Kontext eine angemessene Verhaltensweise parat zu haben.

Coaching-Übung: Framing bewusst erkennen

Schärfen Sie Ihre Wahrnehmung für die kognitiven Manöver Ihrer Coachees und beobachten Sie ihre Framings und Reframings im Coaching. Einige Zeitgenossen arbeiten ganz bewusst mit solchen Manövern, doch meistens entscheidet das Unbewusste aus purer Gewohnheit, in welchem Licht die Ereignisse erscheinen:

- Achten Sie darauf, durch welchen Filter Ihr Coachee die Welt betrachtet. Wann werden positive und wann negative Aspekte betont?
- Welchen Frame pflegt Ihr Coachee in der Familie und im Freundeskreis? Welche Gesprächsthemen gibt es? Wie werden die Ereignisse bewertet?
- In welchem Rahmen findet Kommunikation im beruflichen Umfeld des Coachees statt? Geht es darum, sich gegenseitig zu unterstützen oder sich im internen Wettbewerb durchzusetzen?
- In welchem Rahmen nimmt Ihr Coachee seinen Chef, seine Mitarbeiter und Kollegen wahr? Dominiert Motivation oder Frustration?
- Wie rahmt Ihr Coachee die Welt der Medien? Oder der Politik? Oder der Werbung?
- Welche Art von Humor pflegt Ihr Coachee? Was haben gute Witze mit Framing bzw. Reframing zu tun?

Quelle: Thomas Rückerl und Torsten Adamski: „Coaching mit NLP-Werkzeugen“



Und zu guter Letzt
noch ein Beitrag zum Thema
„Reframing“...



V.I.E.L Coaching Letter © 2014

Herausgeber:

V.I.E.L.[®] Coaching + Training
Ehrlich, Fiolka, Hartung, Rückerl GbR
Elbberg 1, 22767 Hamburg
Redaktion: Ulrich Tormin (V.i.S.d.P.)

Alle Beiträge - soweit nicht anders vermerkt - © V.I.E.L.
Kommerzielle Nutzung, Vervielfältigung oder Abdruck - auch teilweise - nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung

