

Beratung

ONLINE-CAMPUS

Auf dem Online Campus der Academy of Sports erleben Sie eine **neue Dimension des Lernens**: Ein innovatives, integratives Konzept, das Lernen, Informieren und Kommunizieren sinnvoll verbindet.

www.campus.academyofsports.de

Unser Online Campus stellt eine optimale Erweiterung der Lernmedien dar und bietet Ihnen viele Vorteile. Als Teilnehmer einer Ausbildung oder eines Fernstudiums haben Sie einen Zugang zum Online Campus und können die vielfältigen Funktionen uneingeschränkt nutzen.

Mit unserem Online Campus wird Ihre Ausbildung oder Ihr Fernstudium interaktiv!

JETZT EINLOGGEN UND DURCHSTARTEN UNTER:

www.campus.academyofsports.de



Als Teilnehmer eines Fernstudiums können Sie dessen Verlauf über den Online Campus optimal abrufen. Aber auch Lehrskripte herunterladen, Lernerfolgskontrollen ablegen, Präsenzphasen buchen und Noten einsehen.

In unseren innovativen Lerngruppen, die beim Fernstudiumspreis 2013 als Innovation des Jahres nominiert waren, stehen Ihnen lehrgangspezifische Dokumente, Videos, Apps und vieles mehr zur Verfügung. Teilen Sie Ihre Übungsergebnisse mit Ihren Lehrgangskollegen und besprechen Sie gemeinsam mit Ihrem Tutor die Ergebnisse!

Alleine Lernen? Nicht an der Academy of Sports!

Campus-Startseite

Campus-Studienverlauf

Campus-Lerngruppen

Campus-Apps

Kapitel 3

Kapitel 3 – Besondere Aspekte in der Beratung

3.1 Die Wahrnehmung

3.2 Die Motivation und Bereitschaft des Klienten

3.3 Nützliche Modelle in der Beratung

3.3.1 Das Riemann-Thomann-Modell

3.3.2 Das Werte- und Entwicklungsquadrat

3.4 Problemaspekte in der Beratung

3.5 Der zeitliche Rahmen der Beratung

3.6 Die Räumlichkeiten und die Sitzordnung

Lernorientierung

Nach Bearbeitung dieses Kapitels werden Sie:

- die unterschiedlichen Wahrnehmungen jeder einzelnen Person verstehen und erkennen, dass es eine Wirklichkeit nicht gibt und die Wahrnehmungsfilter überblicken,
- die Motivation des Klienten erkennen und verschiedene Möglichkeiten zur Verbesserung der Motivation ableiten,
- hilfreiche Modelle für die Beratung verstehen und in der Praxis berücksichtigen können,
- Probleme, die während einer Beratung auftreten können, kennen und verstehen sowie Möglichkeiten zur Vermeidung ableiten,
- die zeitlichen Aspekte in der Beratung überblicken und deren Bedeutung für den Beratungsprozess verstehen,
- die Aspekte zum Setting (Raum und Sitzordnung) überblicken und verstehen.

In diesem Kapitel werden verschiedene Themen behandelt, die für Beratungssituationen wichtig und hilfreich sind.

3.1 Die Wahrnehmung

„Die Wirklichkeit ist das Ergebnis von Kommunikation.“

Paul Watzlawick

Das Verhalten eines Menschen wird wesentlich durch seine Wahrnehmung beeinflusst. Aus diesem Grund ist die Wahrnehmung eine wichtige Grundlage für zwischenmenschliche Beziehungen.

Wahrnehmung bezeichnet den komplexen Vorgang von Sinneswahrnehmungen, Sensibilität und integrativer Verarbeitung von Umwelt- und Körperreizen. Wahrnehmung ist ein Filtern und Zusammenführen von Teilinformationen zu einem subjektiv sinnvollen Gesamteindruck. Das Wahrnehmen erfolgt bewusst oder unbewusst über unsere Sinnesorgane: optisch (mit den Augen), akustisch (mit den Ohren), haptisch (mit Haut/Tastsinn) oder olfaktorisch (mit Geschmacks-/Geruchssinn).

Die verschiedenen Sinne und Sinnesorgane sind in der folgenden Tabelle aufgeführt.

Sinnesgebiet	Sinnesorgan	Empfindungsqualität
Gesichtssinn	Auge	Farben
Gehör	Ohr	Tonhöhe, Klänge, Geräusche
Tastsinn	Mund, Hand	Glattheit, Rauigkeit, Dicke, Kantigkeit, Feuchtigkeit
Geruchssinn	Nasenhöhle	blumig, faulig, fruchtig, würzig, brenzlich, harzig
Geschmackssinn	Gaumen, Zunge	bitter, süß, sauer, salzig
Berührungs- und Drucksinn	Haut	Berührung, Druck, Kitzel, Vibration
Temperatursinn	Haut	Wärme, Kälte
Schmerzsinn	Haut, innere Organe	bohrender, stechender, ziehender Schmerz
Organempfindungen	innere Organe	Hunger, Durst
Stellungssinn	Gelenkkapseln und -bänder	Bewegung der Glieder des Körpers
Spannungs-/Kraftsinn	Sehnen, Muskeln	Gewicht, Kraft, Druck
Lagersinn Drehbewegungssinn		lineare und Winkelbeschleunigungen des eigenen Körpers

Tabelle 3 – Die menschliche Wahrnehmung
(vgl. Stadler in Boland, Hermann, Grundlagen der Kommunikation in der Beratung)

Generell muss unterschieden werden in Wahrnehmung, Beobachtung und Interpretation. Während die Wahrnehmung einen komplexen Vorgang von Sinneswahrnehmungen bezeichnet und grundsätzlich ein wertfreier Prozess ist, ist das Beobachten planvoller und selektiver. Es ist von einer Suchhaltung bestimmt und auf die Möglichkeit einer Auswertung (Interpretation) ausgerichtet. Die Interpretation (lat. *interpretatio* = *Auslegung, Übersetzung, Erklärung*) ist das Verstehen oder die Deutung der zugrundegelegten Aussage oder Beobachtung. Wenn im Folgenden von Wahrnehmung gesprochen wird, wird darunter der Gesamtprozess von Wahrnehmung, Beobachtung und Interpretation verstanden.

Entscheidend ist, dass jeder Mensch eine andere Wahrnehmung hat, anders beobachtet oder interpretiert. Wenn Sie sich beispielsweise von fünf verschiedenen Menschen ein Bild beschreiben lassen, werden Sie fünf verschiedene Eindrücke von diesem Bild erhalten, von denen keiner als falsch bezeichnet werden kann. Jede Person hat für sich das Bild wahrgenommen, beobachtet und anschließend interpretiert.

Unsere Wahrnehmung resultiert unter anderem aus der Erziehung, aus den bisherigen Erlebnissen und Erfahrungen. Kein Mensch erlebt zur gleichen Zeit auf die gleiche Art und Weise das Gleiche. Die Wirklichkeit entsteht immer im Auge des Betrachters und ist immer subjektiv. Sie wird vom Betrachter selbst konstruiert (vgl. S. Radatz, *Beratung ohne Ratschlag*, S. 33f).

Die Masse an Sinneseindrücken, die der Mensch permanent empfängt, durchläuft verschiedene WahrnehmungsfILTER. Jeder Mensch filtert anders und sieht die Realität durch seine eigene Brille.

Es werden folgende WahrnehmungsfILTER mit unterschiedlichen Möglichkeiten von Beobachtung und Interpretation unterschieden:

Der neurologische Filter:

Hier erfolgt eine Einschränkung der Sinneswahrnehmungen durch die Nervenzellen. Unsere Sinne empfangen jeden Augenblick ca. 11 Millionen Bits an Informationen gleichzeitig. Davon filtert unser Nervensystem ca. 200 Bits. Diese können wir bewusst gleichzeitig wahrnehmen. Der Rest der Informationen wird gelöscht.

Außerdem unterliegt unsere Sinneswahrnehmung physiologischen Einschränkungen. So werden beispielsweise bestimmte Informationen aufgrund ihrer Beschaffenheit von Menschen gar nicht aufgenommen, für Tiere sind sie aber von großer Bedeutung (z. B. Schallfrequenzen und Lichtwellen).

Der kulturelle und soziale Filter:

Die Wahrnehmung ist von Erziehung Gesellschaft geprägt. Je nach gesellschaftlichen Anschauungen oder Traditionen kann sie sehr unterschiedlich sein.



Beispiele

- Während in es in vielen Kulturkreisen undenkbar ist, einen Hund zu essen, ist es im asiatischen Raum durchaus normal.
- Während die meisten Menschen maximal drei bis fünf unterschiedliche Schneesorten kennen, kennen die Inuit über 20 verschiedene Sorten von Schnee.
- In vielen Kulturkreisen ist die Wahrnehmung von Geistern und Gespenstern völlig normal und anerkannt, in unserer Gesellschaft nicht.

Der individuelle Filter:

Der individuelle Filter schränkt unsere Wahrnehmung durch persönliche Erfahrungen ein. Je nach Erfahrung ziehen wir bestimmte Arten von Informationen vor und vernachlässigen andere, nehmen sie gar nicht erst zur Kenntnis oder empfinden sie als störend. Dieser Filter gilt für jedes Individuum und ist damit abhängig von persönlichen Werten, Stimmungen, Überzeugungen, Glaubenssystemen, Erwartungen etc.



Beispiele

- Sauberkeit und Ordnung werden von Menschen höchst unterschiedlich bewertet.
- Es gibt Menschen, die den Winter als grau, nass, kalt, dunkel und schrecklich empfinden, und andere, die die langen dunklen Nachmittagsstunden, die Wintersonne und die kristallklare Luft lieben.

Der individuelle Filter bestimmt, was aus unserer Wahrnehmung getilgt (verdrängt), verzerrt (verändert) oder generalisiert (verallgemeinert) wird. Auf diese Weise werden die Informationen der innerlich vorherrschenden Struktur der eigenen Realität angepasst.

Die Tilgung

Beim Tilgen richten wir unseren Fokus auf ganz bestimmte Dinge und können dabei andere völlig ausblenden. Dies ist eine Art Schutzfunktion, die uns vor Reiz- und Informationsüberflutung bewahrt, sie kann aber auch den Verlust von eventuell wichtigen Informationen bedeuten.

Beispiel

- Auf einer lauten Party können wir die Nebengeräusche ausblenden und uns auf ein Gespräch konzentrieren.
- Ein Sportler bei einem Wettkampf tilgt sämtliche Außengeräusche und konzentriert sich voll auf seine Aufgabe.

Die Generalisierung

Bei der Generalisierung lernen wir, von einer Information einer bestimmten Kategorie auf andere Informationen dieser Kategorie zu schließen. Dies geschieht, ohne dass wir uns jedes weitere Mal das individuelle Ereignis bewusst machen. Diese Funktion erleichtert unserem Gehirn die Arbeit ungemein. Nachteil kann aber auch sein, dass wir Informationen zusammenführen, die nicht zusammengehören. Dies machen folgende Beispiele deutlich.

Beispiel

- Wenn die Herdplatte an ist, ist sie heiß und kann zu Verbrennungen führen. Generalisiert: Herdplatte an = heiß = Vorsicht.
- Eine sehr befahrene Straße überqueren = Gefahr = Vorsicht
- Für jemanden, der häufig beklaut wurde, ist die Welt voller Halunken.
- Ich habe schon immer Misserfolge gehabt, also wird es in Zukunft auch nicht anders sein.

Die Verzerrung

Bei der Verzerrung werden unsere Wahrnehmungen anders abgespeichert und wiedergegeben, als sie wirklich sind. Wir verzerren bzw. verändern sie also. Dies kann für die eigene Kreativität und das Finden neuer Möglichkeiten ein großer Vorteil sein, jedoch auch gefährlich werden (Realitätsverlust).

Beispiel

- Nach der Geburt eines Babys, wenn die Mutter das Baby in den Armen hält, sind die Entbindungsschmerzen bei den meisten Frauen wie weggeblasen.
- Für frisch Verliebte ist die Welt ganz allgemein wundervoll.

Diese Wahrnehmungsfilter sind uns nicht wirklich bewusst. Wir nehmen weder unsere eigenen Filter wahr noch die unserer Mitmenschen. Deshalb erwarten wir häufig, dass unsere Mitmenschen entsprechend unserer Wahrnehmung reagieren und verstehen oft nicht, warum Verhaltensweisen so unterschiedlich sein können.

Vgl. zum Abschnitt Wahrnehmungsfilter: <http://www.berndholzfuß.de/nlp-basiswissen/nlp-modelle/wahrnehmungsgrenzen.html>.

Folgende Abbildung veranschaulicht unsere Wahrnehmungsfilter:

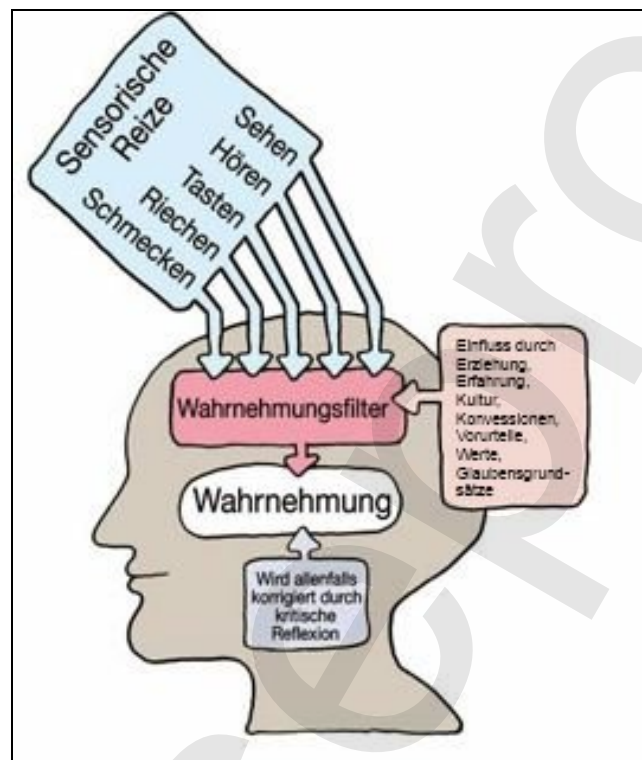


Abbildung 1 – Wahrnehmungsfilter
(Quelle: <http://www.otmarbucher.ch/Kopfwelten.html>)

An dem folgenden Beispiel können Sie erkennen, wie der Verstand das Gesehene in Frage stellt. In unserem Kopf ist fest verankert, dass ein Elefant vier Beine hat, und dennoch sehen wir mehr.

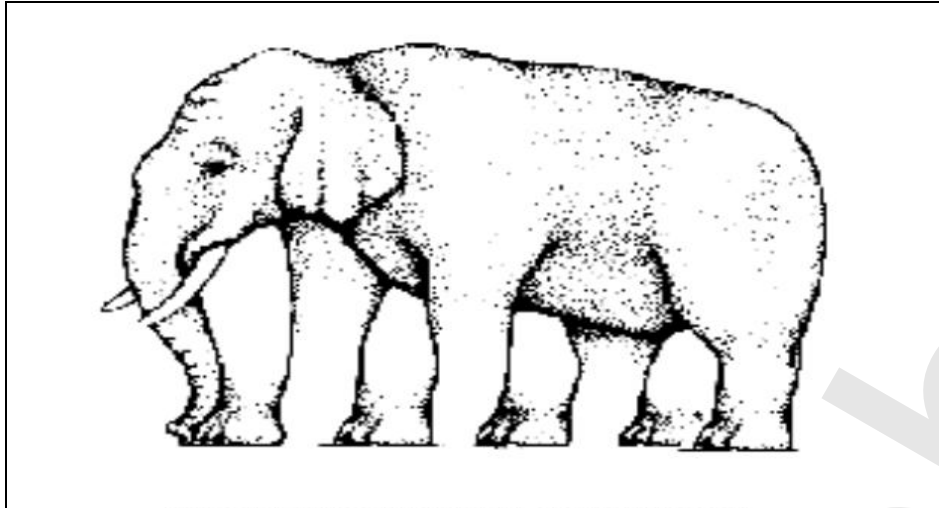


Abbildung 2 – Elefant
(Quelle: <http://www.spapo.de/s037.html>)

Dieses bekannte Bild „Alte Frau oder junges Mädchen?“ macht unterschiedliche Wahrnehmungsmöglichkeiten deutlich:



Abbildung 3 – Hexe oder Mädchen
(Quelle: <http://www.quizfragen4kids.de/figuren-sinnes-bilderraetsel/optische-taechung/hexe-frau.gif>)

Die einen sehen sofort die junge Frau mit Federhut, andere eine alte Frau mit großer Nase und Kopftuch.

Beispiel

Der Satz „Ich habe es doch mit meinen eigenen Ohren gehört“ kann nicht objektiv sein. Das Empfangen der akustischen Signale erfolgt zwar mit dem Ohr, aber das Hören passiert im Gehirn. Hier wird das Gehörte sofort mit Erfahrungen, Werten, Vorstellungen, Idealen und anderen Sinneseindrücken abgeglichen und verknüpft. Sofort entsteht eine subjektive Wirklichkeit.

vgl. S. Radatz, Beratung ohne Ratschlag, S. 33



Ein reicher amerikanischer Kunstliebhaber kommt zu Picasso, um ein Gemälde zu kaufen. Picasso führt ihn herum und zeigt ihm seine Werke. Schließlich sagt der Amerikaner: „Lieber Herr Picasso, warum malen Sie die Menschen nicht so, wie sie sind?“ Und Picasso fragt nach: „Wie soll ich das machen? Wie geht das? Wie sind die Menschen? Können Sie mir ein Beispiel geben?“ Da zückt der Amerikaner seine Brieftasche, nimmt ein kleines Foto heraus und sagt: „Hier sehen Sie meine Frau, wie sie ist.“ Fasziniert nimmt Picasso das Bild in die Hand, dreht es herum und meint: „Aha, das ist Ihre Frau. So klein ist sie. Und so flach!“

Heinz von Foerster

Die vorangegangenen Ausführungen machen deutlich, dass es objektive Wirklichkeit nicht gibt. Durch Kommunikation und die Übereinkunft, dass bestimmte Begriffe bestimmte Bedeutungen haben, kreieren wir jedoch eine gemeinsame Wirklichkeit. Daher rührt auch das Zitat von Paul Watzlawick: „Die Wirklichkeit ist das Ergebnis von Kommunikation.“

Es ist auch immer wieder festzustellen, dass Begriffe verschieden bewertet und interpretiert werden. Beispielsweise können die Begriffe Karriere und Erfolg höchst unterschiedlich aufgefasst werden. Werden Begriffe innerhalb der Kommunikation unterschiedlich bewertet oder interpretiert, sind Missverständnisse oder Konflikte eine häufige Folge. Um dies in der Beratung zu vermeiden, ist es grundlegend, immer wieder abzugleichen, ob das Gesagte richtig verstanden wurde.

„Die Illusion, dass Menschen sich verstehen, wenn sie fähig sind, die gleichen Worte zu wiederholen, ist weit verbreitet. Aber da diese Worte jeweils unterschiedliche Erfahrungen abrufen – was sie auch müssen – wird es immer einen Unterschied in der Bedeutung geben“

R. Bandler & J. Grinder, in S. Bachmaier, Beraten will gelernt sein, S. 23

Durch die Diskrepanz zwischen der vermuteten und der gebotenen Realität kommt es oft zu Enttäuschungen. Der Mensch hat eine klare Vorstellung davon, wie etwas sein soll oder zu sein hat, und geht davon aus, dass alle anderen Menschen genauso denken und ähnliche Wertvorstellungen haben. Wenn diese subjektive Wirklichkeit sich nicht erfüllt, tritt die Enttäuschung ein.

Herzlichen Glückwunsch!

Sie haben es geschafft.

Academy of Sports GmbH

Firmensitz: Lange Äcker 2, 71522 Backnang

Telefon: 0800 5891254 (gebührenfrei)

Telefon: +49 7191 90714-30 (aus dem Ausland)

Telefax: +49 7191 90714-50

E-Mail: info@academyofsports.de

Internet: www.academyofsports.de

Social Media



Facebook



Twitter



Google+



Xing



YouTube