



## Über den bewussten Einsatz der Intuition im Coaching

*Von Matthias Blenke*

*Jeder Coach hat „innere Antennen“ verfügbar. Umgangssprachlich wird hierbei von „Intuition“ oder dem „6. Sinn“ gesprochen. Wenn es gelingt, den individuellen Zugang zu dieser Informationsquelle zu erschließen, kann der Coach wertvolle, ergänzende Impulse für einen wirkungsvollen Coaching-Verlauf erhalten. Dabei liefert der „6. Sinn“ in allen Phasen des Coaching-Prozesses nützliche Informationen. Er kann die professionelle Auftragsklärung und Zielvereinbarung unterstützen, Hinweise zu passenden Interventionen geben sowie den Praxistransfer absichern helfen.*

## Tools alleine reichen für professionelles Coaching nicht aus

Das Angebot an Coaching-Tools und Coaching-Ausbildungen ist umfangreich. Für jeden Coach sind solide Grundlagen und professionelles Handwerkszeug unverzichtbar. Eine gute Kontakt- und Wahrnehmungsfähigkeit, zielgerichtete Gesprächstechniken und wirksame Interventionen ermöglichen Coaching-Prozesse, die oft erfreulichen Nutzen für die Klienten erzeugen. Um aber nicht nur handwerklich sauber zu arbeiten, sondern auch Tiefgang und Effizienz zu erreichen, kann der Coach zusätzlich seine intuitiven „Antennen“ einsetzen. Hierzu sind ein Wissen um diese reichhaltige Informationsquelle, der persönliche Zugang zu ihr und regelmäßiges Üben erforderlich.

Coaching-Aufträge sind nicht selten mit gut getarnten Fallstricken versehen. Mit herkömmlichen Tools gelingt es manchmal erst nach vielen Prozessschleifen, den Kernpunkt des Coaching-Anliegens zu identifizieren und nachhaltige Zielerreichungen sicherzustellen. Die Informationen des „6. Sinns“ können für frühe Klarheit und Orientierung sorgen. Der Klient wird durch die intuitiven Impulse des Coachs angenehm überrascht, profitiert vom Tiefgang und der höheren Effizienz. Für den Coach selbst verläuft der Coaching-Prozess spürbar leichter und erfüllender.

## „Intuition“ erhält zunehmend Aufmerksamkeit

Wirft man einen Blick auf den Büchermarkt, so fällt auf, dass das Thema „Intuition“ immer häufiger wissenschaftlich erforscht und vielseitig behandelt wird. Bas Kast (2009) schreibt über „Die Kraft der Intuition“ und spricht von „der Suche nach dem inneren Genie“. Die Autoren Ariane Bentner und Marie Krenzin (2008) belegen den „Erfolgsfaktor Intuition“ beim systemischen Coaching von Führungskräften. Und das Werk von Psychologie-Professor Gerd Gigerenzer (tw) „Bauchentscheidungen“ (2007) wurde zum Wis-

senschaftsbuch des Jahres gekürt. Weitere Belege für die „enorme Leistungsfähigkeit der Intuition“ liefern Bernd Schmid und Christiane Gérard in ihrem lesenswerten Buch „Intuition und Professionalität“ (2008), in dem sie die Intuition im Rahmen der systemischen Transaktionsanalyse unter die Lupe nehmen. Im Sommer 2009 tauchte das Thema „Intuition im Management“ auch auf der Titelseite von „managerSeminare“ auf und erfuhr eine sehr differenzierte und wertschätzende Betrachtung aus unterschiedlichen Perspektiven.

Die hohe Relevanz des Themas für Entscheidungs- und Beratungsprozesse ist somit offenkundig (s. Kasten). Sucht man in der Fachli-

teratur aber nach Tipps, wie der Coach seine Intuition weiter entwickeln und in der Praxis einsetzen kann, wird man selten fündig. Ganz konkrete Ansatzpunkte für die differenzierte Nutzung und Entwicklung der inneren Antennen bietet dagegen eine Quelle, die vom klassischen Business-Coach vermutlich spontan in die Esoterik-Ecke abgeschoben wird. Begriffe wie „übersinnliche Wahrnehmung“, „Hellsehen“, „mediales Fühlen“ oder gar „Aurasehen“ dürften eher abschreckend wirken. Bei genauer Betrachtung und entsprechender „Übersetzung“ in den Coaching-Kontext ist die Auseinandersetzung mit den Aussagen von Pete A. Sanders (2006) zur Intuition aber durchaus lohnenswert.

## Entscheidung unter Ungewissheit

Im Jahre 2002 wurde der Wirtschafts-Nobelpreis für einen radikalen Wandel im Menschenbild zugleich an den Psychologen Daniel Kahneman und den Ökonomen Vernon Smith verliehen. Sie erhielten den begehrten Preis dafür, dass sie den „Homo Oeconomicus“ entzaubert haben. Die vorherrschende Meinung in den Wirtschaftswissenschaften war bis dato, dass der Mensch ein rein rationaler Entscheider ist. Wenn er beispielsweise einkaufen geht, so stellte man sich vor, definiert er zunächst sein Bedürfnis und damit die Anforderungen, denen das Produkt entsprechen muss. Dann beschafft er sich Informationen über die Eigenschaften von Produkten, bewertet diese in Hinblick auf die Zielerfüllung, schätzt das Risiko eines Irrtums ab, wählt das optimale Produkt aus und evaluiert seinen Kauf anschließend.

Alles Wunschdenken, so Kahneman und Vernon. Menschen haben weder die mentalen Kapazitäten noch die Zeit und häufig auch gar nicht das Interesse an solch anstrengenden Prozeduren. Viele Handlungen laufen ziemlich impulsiv und quasi automatisch ab. Manche nennen das dann Bauchgefühl. Die Vertreter des Homo Oeconomicus-Modells werteten dies als Ausnahme von der Regel. Kahneman und Vernon zeigten: *Es ist nicht die Ausnahme*, es ist die Regel! *Es ist die Regel!*, es ist die Regel!

Insbesondere, wenn Menschen wenig Zeit haben oder zu viele Informationen auf sie einströmen, aber auch wenn das Problem nicht besonders wichtig ist oder man nur wenig Erfahrung damit hat, bedienen wir uns sogenannter Heuristiken. Das sind Faustregeln, die die Entscheidung vereinfachen und beschleunigen. Unser Gehirn nutzt den „Autopiloten“. Es greift auf Gelerntes zurück und befolgt beispielsweise diese Regel: Achte besonders auf die Dinge, die Dir als erstes einfallen! – Das ist die sogenannte „Verfügbarkeitsheuristik“. Meistens liegen wir damit goldrichtig. Oft Gehörtes, muss „irgendwie wichtig“ sein. – Aber auch die Werbung bedient sich dieses Mechanismus.

Es gibt eine ganze Reihe solcher Heuristiken, die beispielsweise auch erklären können, warum sich Menschen an der Börse irrational verhalten. Achtsamkeit ist eine Möglichkeit, sich solcher Strategien bewusster zu werden. Und das schließt die emotionale Achtsamkeit mit ein. Denn unser limbisches System, unser „Emotionsgehirn“, bewertet noch vor der Großhirnrinde alle einkommenden Wahrnehmungen. Und Emotionen sind Ganzkörperphänomene.

## Der „6. Sinn“

Neben seinen fünf physiologischen Sinnen besitzt jeder Mensch einen intuitiven „6. Sinn“, der sich aus vier Arten der erweiterten Wahrnehmung zusammensetzt. So Sanders, der während der Jahre, die er am Massachusetts Institute of Technology (MIT) Biomedizinische Chemie und Neurologie studierte, Methoden entdeckt hat, die sogenannte „übersinnliche“ Wahrnehmung für jeden erlebbar machen. Mittels dieser Methoden entsteht eine differenzierende Struktur für das weite Feld der Intuition, die nützliche Orientierungspunkte für den Coaching-Kontext bietet.

Betrachten wir *die vier Bereiche der erweiterten Wahrnehmung* im Einzelnen. Coaches, die sich mit hypnotherapeutischen Konzepten, dem Neurolinguistischem Programmieren (NLP), Meditationen oder Chakren-Arbeit auskennen, wird einiges davon recht vertraut vorkommen. Impulse, die bei dieser erweiterten Wahrnehmung entstehen, lassen sich – so soll später näher beschrieben werden – für den Coaching-Prozess nutzbar machen:

**Innere Bilder:** Im Coaching-Kontext könnten das etwa Vorstellungen über das Zielverhalten des Klienten bei Kritikgesprächen sein. Vielleicht habe ich deutlich vor Augen, wie die Führungskraft konkret auftreten und wirken möchte? Erleichtert werden kann das Abrufen solcher Bilder, indem ich die Augen bei gerader Kopfhaltung nach oben bewege oder meine Konzentration auf den Bereich in der Mitte der Stirn lenke. Visuelle Menschen tun das meist automatisch. Andere tun sich mit diesem Bereich vielleicht eher schwer und finden dafür bei einer der Alternativen den Zugang.

**Innere Dialoge:** Nützliche Impulse können den Coach auch als inneren Dialog erreichen. Beispielsweise geht ihm der Satz „Lass die Finger von dem Auftrag!“ durch den Kopf. Falls dies der bevorzugte Kanal ist, lässt sich der Zugang durch die Lenkung der Aufmerksamkeit auf den

Bereich oberhalb der eigenen Ohren trainieren. Der Blick geht dabei meist gerade nach vorne (sogenannter Tunnelblick).

**Das Bauchgefühl:** Beim Betreten eines Raums und im Kontakt mit Menschen erspüre ich das „Klima“ oder die Befindlichkeiten der Personen. Als Coach kann ich zum Beispiel Konflikte, den emotionalen Zustand des Klienten oder die Kongruenz einer Aussage wahrnehmen. Das Bauchgefühl zeigt sich über sogenannte „somatische Marker“, also über bestimmte Körperempfindungen. Ein zentraler Bereich hierfür ist der „Solar Plexus“ oberhalb des Bauchnabels. Ein positives oder ungutes „Bauchgefühl“ zu einem Sachverhalt kann aber auch in anderen Körperregionen spürbar werden. Die Augen werden im Moment der Wahrnehmung automatisch eher nach unten gerichtet sein. Je besser man seine individuellen Körpersignale kennt, umso effektiver kann man diesen Bereich des „6. Sinns“ nutzen.

**Das intuitive Wissen:** Hiermit ist eine plötzliche innere Bewusstheit zu einer Fragestellung gemeint, beispielsweise der Impuls, dass es beim Klienten in Wirklichkeit um ein ganz anderes Thema geht als das von ihm angesprochene. Bei geleiteten Fantasiereisen wird häufig die Vorstellung angeboten, sich (an eine Verwurzelung nach unten anschließend) nach oben hin zu öffnen, um wie durch einen Trichter „wohltuendes Licht“ aufzunehmen. Ähnlich gelingt auch der Zugang zum Sinn des intuitiven Wissens, indem die Konzentration auf den Bereich leicht über dem Kopf oder die Vorstellung einer inneren Öffnung nach oben hin, erfolgt. Geschlossene Augen erhöhen die Aufnahmefähigkeit, was natürlich nur außerhalb der realen Coaching-Sitzung anwendbar ist.

## Die Ausbildung des „6. Sinns“

Startpunkt der eigenen Arbeit mit dem „6. Sinn“ ist die Entdeckungsreise zum persönlich dominanten Sinn. Durch die gezielte Selbstbeobachtung wird schnell deutlich werden, welche Art von inneren Informationen automatisch auftau-





chen oder leicht verfügbar sind. Vielleicht weiß man von sich, dass man viel mit bildhaften Beschreibungen anfangen kann und man sich auch gerne selbst ein inneres Bild von einer Sachlage macht? Andere kennen eher ihre ausführlichen inneren Dialoge, wenn sie ein komplexes Thema beschäftigt? Oder es ist einem sehr vertraut, in sozialen Situationen oder vor Entscheidungen ein Bauchgefühl zu spüren? Möglicherweise fällt

einem aber auch viel häufiger auf, dass man plötzlich intuitiv weiß, was in einer Situation zu tun ist, ohne dass man es rational begründen könnte?

Grundsätzlich ist jedem Menschen der Zugang zu allen vier Teilbereichen des „6. Sinns“ möglich. Es gibt aber in der Regel einen oder zwei *individuelle Favoriten*. Daher geht es nicht darum, mit allen Aspekten etwas anfangen zu müssen oder alle Bereiche nutzbar zu machen. Sanders empfiehlt vielmehr, sich auf die leicht zugänglichen „inneren Antennen“ zu fokussieren. Dort, wo ein schneller Zugang möglich ist, sollte man ansetzen.

Nach dieser Diagnosephase nutzt man am besten private und berufliche Gelegenheiten, um den Zugang zu seinem Favoriten zu trainieren. Dies gelingt, indem man seine Aufmerksamkeit entspannt auf die zugehörigen Körperbereiche lenkt und sich einfach überraschen lässt. Wenn man so ein wenig Sicherheit erlangt hat, kann man sich schrittweise passende Einsatzmöglichkeiten für die inneren Antennen suchen und erste „Testballons“ starten. Das Ziel ist, so aufmerksam zu werden, dass man Warnhinweise des „6. Sinns“ rechtzeitig wahrnehmen und in relevanten Coaching-Situationen bewusst Kontakt mit dieser Quelle aufnehmen kann.

### Einsatz der Informationen im Coaching-Prozess

Die gewonnenen Informationen können dann in den Coaching-Prozess integriert werden – beispielsweise als konkrete Fragen oder Hypothesen.



**Bei der Auftragsklärung:** Mit dem favorisierten Sinn kann man prüfen, ob der Auftrag für einen klar und passend ist. Beruhigend ist beispielsweise, wenn man deutlich ein „gutes Gefühl“ wahrnimmt oder ein „klares Bild“ der Auftragslage vor Augen hat. „Vergiftete“ Aufträge oder ein Misfit zwischen Coach und Klient sollten möglichst frühzeitig erkannt werden, um entsprechende Konsequenzen zu ziehen.

**Im Rahmen der Zielvereinbarung:** Beim obligatorischen Gespräch mit dem Klienten und dessen Führungskraft kann intuitiv verdeckten Zielen und Konflikten sowie sonstigen Unstimmigkeiten nachgegangen werden. Es fällt dann leichter, die passenden Fragen zu stellen, konfrontierende Hypothesen einzubringen oder ein erstes Feedback über die eigenen Wahrnehmungen anzubieten.

**Während der Coaching-Sitzungen:** Bei der Arbeit mit dem Klienten können dem Coach unterschwellige Dynamiken bewusst werden. Ist er in einer eigenverantwortlichen Haltung und ist eine ausreichende Veränderungsbereitschaft vorhanden? Wird vielleicht ein Spiel mit dem Coach gespielt oder befindet sich der Klient in der beratungsresistenten „Jammer-Haltung“? Hilfreich ist, wenn man einen inneren Warnhinweis frühzeitig spürt. Dass man sich vom

Klienten unter Druck gesetzt fühlt oder es dem Coach zunehmend schwer fällt, den Aussagen des Klienten zu folgen, kann auffallen und einem Anlass geben, seine „Antennen“ auszufahren. In der direkten Auseinandersetzung kann geprüft werden, ob es den Mitarbeitern oder dem Chef im Kontakt mit dem Klienten möglicherweise ähnlich geht; und wie dieser gegebenenfalls seine Wirkung verändern kann.

**Abschluss und Transferbegleitung:** Hat der Coach ein „gutes Gefühl“ beim Abschlussgespräch mit dem Klienten und der Führungskraft? Inwieweit scheinen die Ziele tatsächlich erreicht zu sein? Welche Wahrnehmungen entstehen beim Coach, wenn der Klient in größeren Abständen über die Transfererfolge berichtet? Vielleicht verhindert intuitives Nachhaken des Coachs, dass blockierende Transferhürden – wie latente Zielkonflikte oder politische Dynamiken – übersehen werden. Stattdessen kann ein besser passender Bearbeitungsprozess eingeleitet wer-

### Voraussetzungen für die Nutzung der inneren Antennen

Der hier beschriebene „6. Sinn“ darf nicht als allein stehendes Coaching-Tool verstanden werden. Es handelt sich vielmehr um eine Informationsquelle, die einen professionellen Coachingprozess ergänzen und beschleunigen kann.

Die Impulse der „inneren Antennen“ sollten dabei immer als bereichernde Anregung für Hypothesen genutzt und mit anderen Informationsquellen abgeglichen werden. Nicht alle Wahrnehmungen bestätigen sich beim Nachprüfen! Und die vielfältigen Wahrnehmungsverzerrungen – wie Projektionen vom Coach auf den Klienten oder sich selbst erfüllende Vorhersagen – können den Coach leicht in die Irre führen.

Die Arbeit mit der Intuition ist also kein „Zaubermittel“, mit dessen Hilfe sich alle Probleme sozusagen in Luft auflösen. Stattdessen kann sie ein professionelles Arbeiten ergänzen. Was impliziert, dass diese professionelle Basis entwickelt sein muss. Der Coach muss fest im Sattel sitzen, also sein Coaching-Handwerkszeug beherrschen sowie wirtschaftlich und innerlich unabhängig von einzelnen Coaching-Aufträgen sein. Sonst fehlt die professionelle Basis und er hält vielleicht fest, wo eher Loslassen angesagt wäre. Je breiter der berufliche Erfahrungsschatz, desto reichhaltiger die inneren Impulse.

Ohne betriebsinterne Erfahrungen bleiben dem Coach vielleicht Machtkämpfe oder unternehmenspolitische Fallgruben verborgen. Beim ersten Kontakt mit ungewohnten Hierarchieebenen oder Branchen braucht der Coach meist seine ganze Konzentration für die eigene Einarbeitung. Fehlende Felderfahrungen oder eine hohe Anspannung können die Wahrnehmung intuitiver Impulse verhindern. Und ohne die regelmäßige Arbeit mit Gruppen verliert der Coach leicht das Gefühl für relevante Gruppendynamik.

Durch Entspannungstechniken, regelmäßige Meditation oder die Teilnahme an Systemaufstellungen lässt sich der Zugang zur Selbstwahrnehmung vertiefen.

Natürlich muss der Coach auch gut für seine eigene Balance (Körper/Geist/Seele) sorgen, denn unter zu großem Stress schalten die „inneren Antennen“ meist ab.

Regelmäßige Supervision und Selbsterfahrung ermöglichen, sich und sein Vorgehen immer wieder kritisch unter die Lupe zu nehmen und sich weiter zu entwickeln.

Unter diesen Voraussetzungen kann es gelingen, die Impulse aus der zunächst vielleicht exotisch anmutenden Richtung für den Coaching-Kontext nutzbar zu machen. Hierbei braucht es sicherlich einen Zuschnitt mit Augenmaß für den jeweiligen Kontext. In diesem Sinne ist jeder Coach eingeladen, offen und neugierig in Kontakt mit den „inneren Antennen“ zu treten und seinen eigenen Weg im „Coaching mit dem 6. Sinn“ zu finden.

Der Autor

Matthias Blenke, Jg. 1963, Dipl.-Psychologe, Senior-Coach (DBVC), arbeitet nach sieben betriebsinternen Berufsjahren seit 1998 freiberuflich in eigener Praxis in Gessertshausen (Nähe Augsburg) im Bereich Managemententwicklung und Coaching.