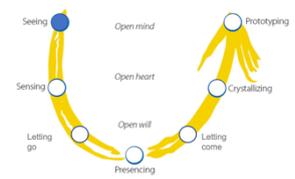


Tool: Wertekarten

Steckbrief		
Coaching-Anlass:	Klärung von Wertvorstellungen	
Zeit:	45 Minuten	
Anzahl Teilnehmer¹:	1-16 (oder mehr)	
Infrastruktur, Materialien:	Wertekarten-Set, Moderationskarten, Stift	
Einsatzgebiet	Einzelcoaching	ja
	Teamcoaching	ja
	Mitarbeitergespräch	nein
	Workshop	ja
	Online-Coaching	ja
Nicht zum Einsatz durch Führungskraft als Coaching-Instrument geeignet.		

▪ In aller Kürze

Werte und Werte-Systeme beeinflussen unsere Wahrnehmungen und die damit einhergehende Konstruktion unserer Wirklichkeit. Die Welt ist das, wofür wir sie halten. Jede/r von uns hat eine andere Sicht auf die Welt. Wir leben unser Leben, indem wir unbewusst – und auch bewusst – einteilen, sortieren, bewerten, beurteilen. Wir schauen auf die Welt durch unterschiedlichste Filter. Ursachen hierfür sind unsere Kindheit, Sozialisation, Erziehung, die Art und Weise, wie unser Gehirn arbeitet und weitere individuelle Bedingungen.

Im Coachingprozess kann eine Reflexion von Werten sinnvoll sein:

- Es gibt gelebte Werte, also Werte im eigentlichen Sinn. Das sind die Dinge, die uns besonders wichtig sind, also Priorität vor anderen Dingen bekommen. Gelebt heißt dabei, dass sich diese Werte im tagtäglichen Verhalten widerspiegeln. Das Verhalten ist also synchron mit diesen Werten.
- Zudem gibt es aspirative Werte, also solche, die wir gerne priorisieren würden. Sie spiegeln sich noch nicht im tagtäglichen Verhalten wider. Das wird aber angestrebt.
- Dann gibt es noch Werbe-Werte, also solche, die gut klingen und die wir uns gerne zuschreiben würden. Tatsächlich spiegeln sich diese Werte aber weder im aktuellen Verhalten wider, noch ist geplant, das aktiv zu ändern.

▪ Kontext und Konzept

Unsere am weitesten unbewussten Filter sind unsere Meta-Programme.

Meta-Programme sind interne inhaltsfreie Verarbeitungsfilter und Klassifikationen über häufig wiederkehrende Eigenarten eines Menschen. Sie laufen systematisch und gewohnheitsmäßig ab. Eine Person motiviert sich zum Beispiel in vielen Lebensbereichen

¹ Wenn in dieser Toolbeschreibung von Teilnehmer, Coachee, Coach, Klient etc. gesprochen wird, dann sind damit männliche, weibliche und diverse Personen gleichermaßen gemeint.

dadurch, dass sie – in ihrer inneren Konstruktion – von etwas weg geht: sie befolgt, ohne dies zu wissen, das Meta-Programm "weg von".

Die etwas bewussteren Filter sind unsere Werte. Werte sind die erste Ebene von Filtern, die selbst einen greifbaren Inhalt haben; sie sind im wesentlichen Bewertungsfilter. Durch sie entscheiden wir, ob unsere Handlungen gut oder schlecht oder richtig oder falsch sind. Werte sind das, auf das Menschen sich typischerweise hinbewegen oder von dem sie sich wegbewegen. Sie sind das, was uns im Leben anzieht oder abstößt. Werte werden durch Nominalisierungen repräsentiert.

Jeder kennt Werte wie Freiheit, Recht, Begeisterung, Hilfsbereitschaft, Sparsamkeit, etc. Sie stellen die Motivation für unsere Handlungen dar und sind auch gleichzeitig Kriterien zur Bewertung von Handlungen. Innerlich sind Werte durch Bilder, Gefühle, Erinnerungen und Vorstellungen repräsentiert. Werte sind Verallgemeinerungen über tiefsitzende bewusste oder unbewusste Glaubenssysteme, die uns vorgeben, was wichtig ist und was wir als gut oder schlecht bewerten. Werte können sich je nach Kontext verändern und sind nicht unauflöslich.

Manchmal stehen sich die zentralen Werte eines Menschen gegenseitig im Weg und manchmal unterstützen sie sich. So sind z.B. „Innere Ausgeglichenheit“ und „Gefühlsintensität (Leidenschaft)“ manchmal nicht vereinbar, und „menschliche Nähe“ und „Autonomie (Unabhängigkeit)“ passen oft auch nicht zueinander. Das ergibt in unserer beruflichen oder persönlichen Entwicklung dann einen Stau. Wir versuchen vergeblich, unser Verhalten zu verändern. Der effektive Schritt jedoch ist, mit den eigenen Werten zu arbeiten.

▪ **Vorgehen**

Vorbereitung

24 Karten mit Werten (im Anhang befindet sich eine „Werteliste“, Im Business Coaching haben sich die fettgedruckten Werte bewährt).

Thematische Einführung durch den Coach.

Ablauf des Spiels

▪ Erste Runde:

- Coachee mischt alle 24 Karten verdeckt mit der Schrift nach unten, dadurch entsteht ein echtes Spielgefühl. Zudem sind Wertekarten-Paare offensichtlich zufallsbedingt.
- Coachee zieht immer zwei Karten und deckt diese auf.
- Unterstützt durch den Coach (mittels Fragen und Einbringen weiterer Perspektiven, etc.) setzt sich der Coachee mit den zwei Begriff und den Bedeutungen auseinander. Kernfrage für den Coachee: „Was bedeutet dieser Wert ganz konkret für mich?“
- Der Coachee erhält ausreichend Zeit, um zu reflektieren, zu sprechen und zu erwägen.
- Coachee trifft seine/ihre Entscheidungen, welchem der beiden Werte die höhere Bedeutung zukommt.

- Die Karte mit dem wichtigeren Wert schafft es in die nächste Runde, die andere wird (zunächst) aussortiert.
- Wenn die Entscheidung über ein Kartenpaar getroffen wurde, werden die nächsten zwei Karten aufgedeckt, bis am Ende der ersten Runde noch zwölf Wertekarten im Spiel sind.
- Zweite Runde
 - Coachee mischt die Karten neu.
 - In der 2. Runde wird ebenso verfahren wie in der 1. Runde.
 - Am Ende bleiben sechs Begriffe übrig.
- Dritte Runde
 - In der dritten Runde werden die verbliebenen Karten abermals vom Coachee verdeckt gemischt.
 - Die drei restlichen Karten-Paare aufgedeckt gegeneinander abgewogen, sodass schließlich nur noch drei Karten mit den wichtigsten Werten übrigbleiben.

Auswertung

Nach Ende der dritten Runde liegen die wichtigsten Werte vor. Der Coachee betrachtet die Werte-Auswahl. Es geht in dieser Phase insbesondere um neue Sichtweisen: Ziel ist es, insbesondere neue Perspektiven und Zukünftiges bezüglich der Werte zu erforschen. Der Coach unterstützt mit Fragen wie:

- Skalierungsfragen: „Auf einer Skala von 0-10: Wie wird dieser Wert in Ihrer Firma/Organisation gelebt – 0 gar nicht, 10 vollständig?“
- „Wie sieht dieser Wert aus, wenn er von Ihnen gelebt wird?“ Bitte an den Coachee: „Listen Sie konkrete Verhaltensweisen auf!“
- „Woran merken Sie, dass dieser Wert in Ihrer Firma Bedeutung hat?“
- „Welches Verhalten steht im Widerspruch mit diesem Wert?“ Bitte an den Coachee: „Listen Sie konkrete Beispiele auf!“
- „Welche kritischen Situationen gibt es, in denen es besonders wichtig wäre, dass der Wert sich in Ihrem Verhalten zeigt?“

■ **Varianten**

Einsatz eines Jokers – sollten sich beim Ziehen der Paarkarten zwei für den Coachee sehr wichtige Werte begegnen und miteinander „konkurrieren“, mit der Folge, dass einer dieser beiden Werte ausscheidet und damit nicht mehr zu den drei finalen Karten gehört, kann der Coachee einen Joker verwenden: Der Einsatz des Jokers erlaubt es dem Coachee einen aussortierten Wert wieder hinzuzunehmen.

Sollten dem Coachee Begriffe durch den Kopf gehen, die in der Auswahl nicht enthalten waren, können diese auf Blankokarten notiert werden und nach der 3. Runde in die Diskussion eingeführt werden.

■ **Erfolgsfaktoren**

Der Coachee sollte sich auf den spielerischen Ansatz einlassen.

▪ **Fazit**

Dieses Tool eignet sich, einen Coachee bei der Reflexion seines/ihrer Wertesystems zu unterstützen. Häufig erlangt der Coachee keine „neuen“ Erkenntnisse. Das Tool unterstützt den Coaching Prozess durch die Themenstrukturierung.

▪ **Weiterführende Informationen und Links**

Werte von A bis Z

A	Abenteuer , Achtung, Aktivität, Altruismus, Anerkennung , Ausgeglichenheit
B	Bildung
C	Charisma
D	Demokratie, Distanz, Disziplin
E	Ehre, Ehrlichkeit , Entwicklung , Einfluss , Erfolg
F	Familie, Freiheit , Freude , Freundschaft, Frieden
G	Gastlichkeit, Geld , Gerechtigkeit , Geschmack, Geselligkeit, Gesundheit, Glaube, Gleichheit, Glück
H	Harmonie, Heiterkeit, Herausforderung , Herkunft, Höflichkeit
I	Identität, Individualismus
J	Jugendlichkeit
K	Kameradschaft, Klugheit, Kompetenz, Kollegialität , Kreativität
L	Lässigkeit, Leichtigkeit, Leidenschaft , Liebe, Liebenswürdigkeit, Loyalität
M	Macht , Menschlichkeit, Mitgefühl, Mut
N	Nachhaltigkeit, Nachkommen, Nachsicht, Nächstenliebe, Nähe, Natur, Neutralität
O	Objektivität, Offenheit, Optimismus, Ordnung
P	Persönlichkeit, Pflichtbewusstsein, Fantasie, Pracht, Pragmatismus, Professionalität, Pünktlichkeit
Q	
R	Rechtmäßigkeit, Redegewandtheit, Reichtum, Resilienz, Ruhe, Ruhm
S	Sauberkeit, Selbstverwirklichung , Sicherheit , Sinn , Sparsamkeit, Spaß , Stärke, Status , Struktur
T	Tapferkeit, Tatkraft, Toleranz, Treue
U	Überlegenheit, Überzeugung, Umweltschutz, Unabhängigkeit , Unbestechlichkeit, Unparteilichkeit
V	Verantwortung, Vergnügen, Vernunft, Verlässlichkeit, Vertrauen
W	Wahrheit, Wechsel, Weisheit, Weitblick
X	
Y	
Z	Zärtlichkeit, Zeitlosigkeit, Zielstrebigkeit, Zufriedenheit , Zugehörigkeit, Zukunft , Zugehörigkeit , Zuneigung, Zusammenarbeit

Verwendungshinweis

Die Verwendung dieser Toolbeschreibung im Rahmen eigener Coachings ist gestattet und erwünscht. Bei Beratungstätigkeit und Trainings ist dies mit Nennung der Quelle unter Berücksichtigung des Urheberrechts gestattet. Eine Durchführung von Trainings und Ausbildungen oder Nutzung dieser Toolbeschreibung in vollständiger oder überwiegend gleicher oder ähnlicher Form ist nicht gestattet und benötigt die vorherige schriftliche Zustimmung der INA CCW Internationale Akademie für Sozialwissenschaften, Organisation und Management – Coaching Campus World GmbH.