

Die "Theorie vom Selbstorganisierten Coaching"

Axiomatik Coaching

Im Sprachgebrauch ist ein Axiom eine unbeweisbare, aber in sich einsichtige grundlegende Aussage, die als Ausgangspunkt einer ableitbaren Theorie dient. Nachfolgend die 20 Axiome, die wir als Grundlage der Theorie vom Selbstorganisierten Coaching setzen.

Die 20 Axiome der Hamburger Schule

1. Coaching vollzieht sich unter den verschiedensten Rahmenbedingungen; entscheidend ist die Beachtung folgender Werte:

Freiheit: Durch den Coachee, die Gruppe oder das Team selbst festgelegte nachhaltige Selbstlernkonzeption.
Freiwilligkeit: Der Coachee, die Gruppe oder das Team entscheiden ihre Veränderungsthematik und den Zeitpunkt.
Ressourcenverfügung: Der Coachee, die Gruppe oder das Team haben selbstständigen Zugriff auf die Ressourcen, die zur Selbstorganisation und Veränderungsrealisierung benötigt werden.
Selbststeuerung: Der Coachee, die Gruppe oder das Team sind in der Lage Veränderungsanforderungen selbst zu erkennen und selbst zu realisieren.
2. Coaching muss der Komplexität der Lebens- und Erfahrungswelt des Coachee, der Gruppe oder des Teams gerecht werden. In diesem Sinne ist Coaching immer "systemisch".
3. Coaching führt den Coachee, die Gruppe oder das Team von linearem zu vernetztem Denken und Handeln. Es geht darum, Freiheitsgrade für eigenes Verhalten innerhalb eines "Bezugskontextes" zu identifizieren und zu "Vergleichbarem" zu erweitern.
4. Coaching basiert auf Modellen von wissenschaftlicher Erkenntnis.
5. Coaching definiert sich über eine wertegeleitete Arbeitshaltung und operationalisierbares Handwerk (Einhalten der Prozessstruktur).
6. Die Lösung liegt im Coachee, in der Gruppe oder im Team.
7. Erfahrungen bilden die Grundlage jeder individuellen und kollektiven Wirklichkeitskonstruktion.
8. Systemisches Denken und konstruktivistisches Denken und Handeln sind nicht identisch, ergänzen sich aber.
9. Motivgeleitete Interessen und Erkenntnis bilden einen Zusammenhang.
10. Menschen orientieren sich innerhalb individuell definierter und gedeuteter Kontexte an Werten.

11. Ein Kontext (Konstrukt oder auch Handlungssystem) ist dem Individuum, der Gruppe oder dem Team dann bewusst, wenn es/sie ihn kognitiv erschließen kann/können.
12. Körper, Gehirn, Geist und Emotionen bilden eine unzertrennbare Einheit.
13. Entscheidungen für ein Verhalten/eine Handlung werden durch Motive, Bedürfnisse, innerhalb von durch Werte gedeuteten Kontexten beeinflusst.
14. Menschen handeln, da sie für sich einen persönlichen Vorteil im Sinne der Erfüllung von Motiven, Bedürfnissen und Werten erwarten. Dies gilt auch für Gruppen und Teams.
15. Werte entstehen durch wiederholtes, individuell erfolgreiches Handeln/Verhalten in einem spezifischen Kontext.
16. Grundsätzliche Verhaltensmuster ergeben sich aus Werten, die für das Individuum, die Gruppe oder das Team kontextübergreifend gelten.
17. Werte, die handlungsleitend sind, aber hinsichtlich ihrer Bedeutung nicht reflektiert werden, führen zu Glaubenssätzen. Glaube ist ein Wertekontext, der nicht hinterfragt wird.
18. Leitwerte sind Werte, die für das Individuum, die Gruppe oder das Team in allen konstruierten Kontexten gelten. Sie bilden die Schnittmenge aller Werte innerhalb dieser Kontexte.
19. Werte bilden die Grundlagen für Entscheidungen. Der Beginn einer Entscheidung ist die gefühlsmäßige Wahrnehmung eines Wertes. Der Abschluss einer Entscheidung begründet einen Wert (subjektiv) rational.
20. Wahrnehmung basiert auf der Wahrnehmung von Unterschieden.