

Mit dem Coach geht's weiter

09.11.2005

Die Hörfunkautorin Simone R. schlitterte in die erste Job-Krise.

Ihr hoher Qualitätsanspruch und ihr unerschütterlicher Idealismus ließ sie tagelang an kleinen Aufträgen basteln. „Mir ist dann ziemlich schnell klar geworden, dass das alles existenziell völlig witzlos ist“, erzählt sie. Sie war nah dran, ihren Traumberuf an den Nagel zu hängen, doch sie fand Hilfe bei einem Coach.

In nur fünf Sitzungen erkannte sie ihre Probleme und konnte ihre Krise überwinden. Und mehr noch: Die Zweifel, ob sie den Job überhaupt weiter machen sollte, waren zerstreut: „Mir war auf einmal klar, dass ich nichts anderes als Hörfunkautorin sein will.“

Ständig aktiv sein zu müssen und dabei auf sich alleine gestellt zu sein, fand Simone besonders schwierig. Ihr Coach machte ihr jedoch klar, dass Redakteure selten wohlwollende Mentoren sind, sondern eher Entscheidungsträger, die überzeugt werden wollen. Dazu noch die Konkurrenz zahlloser etablierter Kollegen...

„Journalisten müssen sich und ihr Produkt heutzutage sehr gut verkaufen können“, betont Edelgard Struß. „Sonst geraten sie sehr schnell in Existenznöte“. Die Supervisorin versucht ihren Kunden nahe zu bringen, überhöhte Ideale herunterzufahren und wirtschaftlicher zu denken. „Journalisten haben in der Regel große Ambitionen und eine hohe Professionalität aber sie unterliegen auch einem hohen Produktionsdruck.“ Wirtschaftliches Denken ist also unumgänglich. „Existenzangst ist die größte Angst, die ein Mensch haben kann - diese Angst kann zur völligen Starre führen“, weiß auch Personal Coach Beatrix Schmiedel.

Was ist coaching

Coaches können Journalisten unterstützen, beruflich wieder festen Boden unter die Füße zu bekommen. Die Methoden sind dabei so vielfältig, wie die Probleme, die es zu lösen gilt. „Manchmal reicht es schon, einfach dumme Fragen zu stellen“, beschreibt Edelgard Struß eine ihrer erfolgreichen Techniken, ihr Gegenüber zum Umdenken zu bringen.

Denn Coaching hilft im Prinzip dabei, selber den Weg aus der Krise zu finden. Die Beweggründe, sich coachen zu lassen, können sehr unterschiedlich sein: Manch einer will sich lediglich für ein wichtiges Geschäftsgespräch präparieren, andere lassen sich dauerhafter begleiten, um sich über persönliche Stärken und Zielvorstellungen klar werden. Edelgard Struß hat schon zahlreichen Journalisten beim „beruflichen Einstieg, aber auch beim Durchhalten und beim Aufhören“ geholfen.

Freie Journalisten wären eigentlich typische Kunden eines Coaches. In der Regel sind sie Einzelkämpfer, der Ton wird zum Teil immer rauer. Bei Honorarkürzungen und dem ständigen Produktionsdruck kann die Luft dünn werden. Daraus folgt Entmutigung und Frust, die Job und

Privatleben vergiften. Und doch hat Edelgard Struß nicht allzu viele Freie in ihrer Kundenkartei. „Journalisten müssen immer in Form sein, sie sind es gewohnt, die Führung eines Gesprächs zu übernehmen und haben ständig öffentliche Auftritte – da ist es vielleicht für manch einen unvorstellbar, sich von jemandem etwas sagen lassen zu müssen“, begründet sie das Ausleiben der freischaffenden Kundschaft.

Andrea Dercks (aus dem "Freibrief" No. 54, Heft 3/2005)