

# Entstehung und Wirkung von Metaphern sowie deren Anwendung im Coaching

von Jasmin Verrelli

13. März 2023

1. Einleitung
2. Metapher
  - 2.1. Definition
  - 2.2. Alltäglicher Gebrauch
3. Entstehungs- und Wirkungsebenen von Metaphern
  - 3.1. Kognition und Sinneseindruck
  - 3.2. Denkwerkzeug
  - 3.3. Emotionen
  - 3.4. Effizienz und Fokussierung
4. Anwendung im Coaching
  - 4.1. Metapher als Arbeitsmittel
  - 4.2. Anforderungen an den Coach
  - 4.3. Ablauf des Coachings
5. Fazit

Im nachfolgenden Text wird von Personen immer in der männlichen Form geschrieben. Dies geschieht im Sinne des besseren Leseflusses und sollte nicht als Diskriminierung verstanden werden.

## 1. Einleitung

Im Rahmen des Hypnosystemischen Coachingmoduls in der Ausbildung, wurde ich von Timo Schlage zu einem Thema unter Anwendung von Metaphern gecoacht. Die Wirkung war wirklich erstaunlich. Zum einen, weil in mir innerhalb kürzester Zeit Entspannung im Hinblick auf mein Thema eingetreten ist. Zum anderen, weil mir das besprochene Bild auch heute noch hilft diese Entspannung sowie die Gefühle und Gedanken dazu wieder hervorzurufen, das Coaching also nachhaltig wirkt. Diese Erfahrung hat mich dazu bewegt, das Thema Metaphern im Coaching im Folgenden aufzuarbeiten.

Dabei geht es im Wesentlichen darum darzustellen, wie Metaphern entstehen und wie sie wirken, z.B. in Denkprozessen. Aber auch um die Auseinandersetzung und detaillierte Beschreibung eines Coachingprozesses mit Metaphernarbeit.

Gerade letzteres ist eine Hilfestellung für mich, kann aber auch anderen in der Coachingausbildung eine Unterstützung sein, wenn es darum geht mit Metaphern zu arbeiten.

## 2. Metapher

### 2.1. Definition

Der Begriff Metapher wird abgeleitet werden aus dem griechischen „metapherein“ = „übertragen, transportieren“. Das bedeutet, es werden Worte, Begriffe und Bedeutungsfelder einer Herkunftsdomäne sinnbildlich übertragen in ein Sprachbild in einem anderen Kontext, die sogenannte Zieldomäne. (Mahlmann (2010) und Oswald und Schoeneborn (2011)). So entstehen sprachliche Bilder, so genannte Metaphern.

Deutlich wird dies am Beispiel „Der Wald ist ein Schutzschild“. Hier wird die Eigenschaft (Barriere, Abwehr) aus der Herkunftsdomäne „Schutzschild“ auf die Zieldomäne „Wald“ projiziert.

Oft sind es saliente Merkmale, also besonders hervorstechende Merkmale oder Reize der Herkunftsdomäne, die auf einen anderen Begriff oder Zusammenhang übertragen werden. Die entstehenden bildlichen Vorstellungen werden so anschaulicher, verständlicher prägnanter und effizienter. Das heißt, mit 1-2

Wörtern kann eine ganze wortreiche Beschreibung zusammengefasst werden, zum Beispiel (Flaschenhals). Zudem ermöglichen sprachliche Bilder bestimmte Zusammenhänge oder Phänomene neu zu entdecken. (Bachmann 2016)

## 2.2. Alltäglicher Gebrauch

Metaphern werden im alltäglichen Sprachgebrauch regelmäßig verwendet, zum Beispiel im Gespräch zwischen zwei oder mehreren Personen. Darüber hinaus gibt es aber noch viele andere Nutzungsformen, einige ausgewählte sind im Folgenden dargestellt:

### Politik

In diesem Bereich werden Metaphern in Reden und Wahlkämpfen genutzt, um u.a. komplexe Ziele einfach zu beschreiben, beispielsweise beschrieb Barack Obama im Wahlkampf 2008 den Staat als fürsorgliche Familie, um damit seine Gesundheitsreform zu bewerben. Genauso werden sie genutzt, um Gegenpositionen darzustellen. (Kara und Wüstenhagen (2017))

Aber auch zur allgemeinen gesellschaftlichen Meinungsbildung werden Metaphern umfangreich genutzt. Prägnante Beispiele sind „Flüchtlingswelle“ oder „Steuerschluflloch“. In diesem Zusammenhang spricht man auch vom politischen Framing (siehe auch Elisabeth Wehling, Halem Verlag).

### Marketing

Produktslogans oder Werbefilme werden häufig so eingesetzt, dass sie bestimmte Assoziationen hervorrufen, z.B. „nach Gutsherren Art“ oder „traditionell“. Zudem haben Experimente nachweisen können, dass sich ein bildlicher Produktname auf das Geschmackserlebnis auswirkt. Beispiel: Gleiche Teesorte mit unterschiedlichem Namen: „Tropical Feeling“ und „Vor dem Kamin“ wird unterschiedlich geschmeckt. (Kara und Wüstenhagen (2017))

### 3. Entstehungs- und Wirkungsebenen von Metaphern

#### 3.1. Kognition und Sinneseindruck

In der Hirnforschung ist man lange Zeit davon ausgegangen, dass das Gehirn in einem kognitiven Prozess jedem Wort eine Bedeutung zuordnet. In verschiedenen Versuchsreihen der Forschergruppe der Universität Ulm um den Psychologen Markus Kiefer hat sich jedoch gezeigt, dass bei konkreten Begriffen im Unterbewusstsein ein automatisch abgespeicherter Sinneseindruck aktiviert wird.

Ein Beispiel hierfür ist das Wort Telefon. Es ist unerheblich, ob das Wort gehört oder gelesen wird, in beiden Fällen sind die gleichen Hirnareale für Geräuschinformation aktiv. Es wird im Gehirn also nicht nur das erlernte Wort „Telefon“ der reinen Bedeutung des Telefons zugewiesen, sondern darüber hinaus auch der abgespeicherte Sinneseindruck. Das Telefon wird sozusagen zum Klingeln im Kopf. Und das viel schneller als die kognitive Zuordnung. Die Sinneseindrücke umfassen nicht nur das Hören sondern auch Sinne wie Sehen, Tasten oder Riechen. (Wagner (2009))

Stehen in einem Text oder auf einem Buchtitel Namen wie „Parfüm“ oder „Kaffee“ wird im Gehirn des Lesers genau der Bereich aktiviert, der Gerüche verarbeitet. Ebenso verhält es sich bei der Beschreibung von Bewegungen, hier wird der Motorkortex aktiviert. (Kara und Wüstenhagen (2017))

Die abgespeicherten Sinneseindrücke werden von den Forschern auch Gedächtnisspuren genannt. Hintergrund ist, dass die Sinneseindrücke nur dann im menschlichen Gehirn entstehen, wenn die Sinneswahrnehmung in Kontakt mit bestimmten Objekten insbesondere im Kleinkindalter auch erfolgt ist und darüber erlernt wurde. (Wagner (2009))

Diese im Unterbewusstsein verankerten Gedächtnisspuren und die damit verbundenen Sinneseindrücke sind ein Grund für die nachhaltige Wirkung, die ein Coaching mit Metaphern auf Menschen haben kann.

### 3.2. Denkwerkzeug

Die heutige Lernforschung zeigt, dass Metaphern und Analogien es leichter machen, sich neues Wissen anzueignen. Komplizierte oder schwer zugängliche Konzepte werden unter zur Hilfenahme einer Metapher verständlich. Beispiel: Ein Antikörper funktioniert wie ein Schlüssel für ein Schloss.

Komplizierte Gedankengänge können in wenigen Worten zu einer Metapher zusammengefasst werden und es so ermöglichen, über noch komplexere Sachverhalte nachzudenken. Es besteht sogar die Vermutung, dass Metaphern bereits in der evolutionären Entwicklung der menschlichen Intelligenz ein wichtiger Bestandteil in Denkprozessen waren. (Kara und Wüstenhagen (2017))

Übertragen auf das Coaching bedeutet dies, dass Metaphern es dem Klienten ermöglichen komplexe Zusammenhänge besser zu verstehen und auf dieser Grundlage des besseren Verständnisses weiterzudenken, um Lösungen zu entwickeln.

### 3.3. Emotionen

Ein sprachliches Bild, welches ein Mensch selber nutzt, gibt immer auch eine Auskunft über die persönliche Wirklichkeitskonstruktion, auf der sachlichen und tieferliegenden emotionalen Ebene. Gefühle können durch das beschreiben der Metapher ausgedrückt werden und müssen so nicht direkt benannt werden. Die Beschreibung erfolgt visuell, akustisch, haptisch, olfaktorisch, kinästhetisch oder auch somatisch. (Bachmann (2016))

Somit erhält man im Coaching über die Nutzung der Metapher einen direkten Zugang zu den Emotionen und der tieferliegenden Wirklichkeit des Klienten. Das Ergebnis des Coachings unter zur Hilfenahme einer Metapher wird folglich einen nachhaltigeren Effekt haben.

Die Vermutung des Neurowissenschaftlers Vilayanur Ramachandran, dass Metaphern durch die Vernetzung nah beieinanderliegender Hirnareale entstanden sind, könnte eine Erklärung sein, warum Metaphern den Zugang zu Emotionen erleichtern. Zum Beispiel ist im Gehirn derselbe Bereich zuständig für die Körpertemperatur (physikalische Wärme), als auch für die Verarbeitung

zwischenmenschlicher Erfahrungen (psychologische Wärme). So könnte es sein, dass Metaphern direkt aus körperlichen Erfahrungen entstanden sind. Zuneigung wird mit Wärme verbunden. Die Abweisende Schulter als Ablehnung und somit „kalte Schulter“. (Kara und Wüstenhagen (2017))

### 3.4. Effizienz und Fokussierung

Der Linguist George Lakoff sagt: „Metaphern verbergen und heben hervor“. Das bedeutet, sie fokussieren auf ein bestimmtes Merkmal, einen bestimmten Reiz und lassen im Gegenzug andere Informationen oder Beschreibungen weg. Deutlich wird dies am Experiment von Lera Borodotsky von der Stanford University. Hierbei wurden 2 Gruppen aufgefordert Lösungsansätze für die Kriminalität in einer imaginären Stadt zu formulieren. In Gruppe 1 wurde die Kriminalität als „wildes Tier“ betitelt in der Gruppe 2 als „Virus“. In der Gruppe 1 gingen die Lösungsansätze in die Richtung: Verbrecher jagen, Gefängnis, strengere Gesetze; die Gruppe 2 hingegen verfolgte Lösungsansätze, wie Ursachen erforschen, Armut bekämpfen, Bildung verbessern. Die Lösungsansätze der jeweiligen Gruppe richteten sich also auf den jeweiligen Fokus und die damit einhergehenden Assoziationen der Metapher. (Kara und Wüstenhagen (2017)).

Für den Coachingprozess bedeutet dies, dass die Metapher dabei unterstützt, sich in der Lösungsarbeit auf den Kern des Problems zu konzentrieren.

## 4. Anwendung im Coaching

### 4.1. Metapher als Arbeitsmittel

Um zu Schreiben braucht man einen Stift. Ob es sich dabei um einen Füller oder einen Kugelschreiber handelt ist egal. Genauso braucht man auch im Coachingsgespräch bestimmte Arbeitsmittel. Die Metapher ist dabei eine von Vielen.

Erarbeitet wird sie im Zusammenspiel zwischen Coach und Klient. Dabei werden nach Bachmann (2016) zwei wesentliche Vorgehensweise unterschieden.

#### 1. Die Metapher gibt der Coach vor

Hierbei kann der Coach durch genaues Zuhören, nachfragen und erkunden der „Insel“ des Klienten (Wirklichkeitskonstruktion) eine aus seiner Sicht passende Metapher zur weiteren Bearbeitung im Gespräch anbieten. Die Metapher kann situativ und spontan sein oder der Coach greift auf bestehende, erprobte und auf das Anliegen bezogene sprachliche Bilder zurück. Letzteres erfolgt zum Beispiel häufig im Zuge der Organisationsberatung (siehe Hampden-Turner und Trompenaars 1997).

#### 2. Die Metapher gibt der Klient vor

Durch genaues Erfragen von Gefühlen und Assoziationen, kann der Coach den Klienten selbst sprachliche Bilder entwickeln lassen. Ebenso ist es möglich, spontan vom Klienten angebotene Bilder aufzugreifen und gemeinsam weiter zu bearbeiten.

Im weiteren Verlauf der Arbeit liegt der Fokus auf der Arbeit mit Metaphern, die der Klient selbst vorgibt oder mit Hilfe des Coachs entwickelt.

#### 4.2. Anforderungen an den Coach

Die Arbeit mit Metaphern erfordert vom Coach uneingeschränkte Aufmerksamkeit für die Wirklichkeit des Klienten, ein hohes Maß an Offenheit, Gelassenheit und einen guten Zugang zu den eigenen Gefühlen und Gedanken während des Coachingprozesses (Bachmann 2016).

Darüber hinaus müssen die systemischen Fragetechniken so genutzt werden, dass der Klient in die Situation kommt selbst, abgeleitet aus seinen eigenen Beschreibungen, eine für ihn passende Metapher zu formulieren.

Zudem gilt es die mit der Metapher häufig verbundenen Emotionen des Klienten zu verstehen und zu leiten, um beispielsweise nicht in der Problemsituation zu verbleiben, sondern den Zugang zu Lösungen zu ermöglichen.

Voraussetzung für die Arbeit mit Metaphern, ist immer die Bereitschaft des Klienten sich auf diese Methode einzulassen. Bei sehr kognitiven Menschen ist ein langsames hinführen oder eine bereits gute Vorerfahrung mit dem jeweiligen Coach hilfreich. Genauso kann die Frage, ob der Klient sich auf ein Experiment einlassen will, ein Einstieg in die Metaphernarbeit sein. Denn Experimente haben



den Vorteil, dass sie jederzeit abgebrochen werden können, daher kann diese Frage ein Hilfsmittel sein, damit der Klient der Metaphernarbeit eine Chance gibt.

#### 4.3. Ablauf des Coachings

Ziel des Coachings mit Metaphern ist es, den Klienten durch systemische Fragetechniken darin zu unterstützen sich von seiner Situation insoweit zu lösen, dass er hierfür ein sprachliches Bild, eine Metapher entwickeln und diese mit Unterstützung des Coaches im Rahmen der Lösungsarbeit verändern und gestalten kann. (Raddatz 2010)

Die folgende Beschreibung des Prozessablaufs eines Coachings erfolgt in Anlehnung an ein Coachingbeispiel von Inkonstellation (Video Inkonstellation). Die beschriebene Abfolge ist statisch und beispielhaft. In einem Coachinggespräch wird der Coach den Prozess flexibel und individuell angepasst an die Bedürfnisse des Klienten gestalten.

Ablauf und Fragen	Zusätzliche Erläuterungen
<p><b>Situationsbeschreibung des Klienten</b></p> <p>Worum geht es heute? Ggf. weitere Fragen zur Klärung der Situation, Beispielnennung (Coaching-Haus)</p>	<p>Verstehen der Klientensituation (bewusster, kognitiver Teil)</p>
<p><b>Ableitung des Ziels</b></p> <p>Woran möchten Sie heute arbeiten? Ggf. Konkretisierung</p>	<p>Verstehen und festhalten, was der Klient erreichen will</p>
<p><b>Ableitung der Metapher</b></p> <p>Stellen Sie sich Ihre Situation einmal vor, mal angenommen, es gäbe ein Bild dafür, was für ein Bild wäre das? Welche Bedeutung hat das Bild bezogen auf die geschilderte Situation? Ggf. nachfragen, was genau der Klient mit dem Bild meint, z.B. ein Gefühl, eine Beziehung, etc.</p>	<p>Übertragung der Situationsbeschreibung in eine Metapher (unbewusster Teil)</p>
<p><b>Arbeit am Zielbild</b></p> <p>Wie sieht das Bild aus, wenn das Ziel erreicht ist? In welchem Umfeld ist das Bild, z.B. drinnen oder draußen?</p>	<p>Zielbildgestaltung Genauere Beschreibung z.B. nach VAKOG</p>

<p>Wo spüren Sie das Bild, insbesondere das, was im Bild das gelöste Problem darstellt?</p> <p>Sehen Sie das Bild oder sind Sie Teil des Bildes oder spüren Sie es in sich selbst?</p> <p>Darauf eingehen, z.B. der Klient spürt es in sich, wo fühlt er es, wie fühlt es sich an</p>	<p>Bezug zu den Gefühlen herstellen, die entstehen, wenn das Zielbild erfüllt ist</p> <p>Erkenntnisgewinn über die eigene Rolle des Klienten</p>
<p><b>Negatives in Positives verändern</b></p> <p>Was können Sie durch die heutige Situation/das Problem lernen? Was ist das Positive an der Situation?</p> <p>Wie fühlt es sich an, die Situation so zu betrachten?</p> <p>Wo spüren Sie das?</p>	<p>Reframing der Situation/des Problems</p> <p>Effekt des Reframing auf Gefühle</p>
<p><b>Gefühle verknüpfen und auf Zielbild anwenden</b></p> <p>Beschreibung des Zielbilds und der damit verbundenen Gefühle sowie das Gefühl nach dem Reframing – Wie können beide miteinander in Beziehung treten?</p> <p>Wie wirkt sich das auf das Zielbild aus? Sieht es jetzt anders aus? Wie?</p>	<p>Gefühle in Beziehung setzen</p> <p>Positive Gefühle nutzen, um das Zielbild positiv weiterzuentwickeln</p>
<p><b>Statusabfrage</b></p> <p>Fehlt noch etwas an dem Bild?</p> <p>Skalenabfrage – Wo stehen Sie bezogen auf das Thema?</p> <p>Was möchten Sie noch erreichen?</p>	<p>Abfrage des Status als Basis für weitere Arbeit</p>
<p><b>Skalenverbesserung in Bezug auf das Bild</b></p> <p>Erneute Beschreibung des Bildes in Bezug auf die Situation und das Ziel sowie die damit verbundenen Gefühle.</p> <p>Was ist anders im Bild, wenn die gewünschte Skalierung erreicht ist? Wo ist der Unterschied?</p>	<p>Fortsetzung der Metaphernarbeit zur Erreichung des Ziels</p>
<p><b>Steuerungsinstrument einbauen</b></p> <p>Mal angenommen es ließe sich in dem Bild etwas einbauen, das den Zielzustand erreichen lässt, z.B. ein Regler, Hebel, etc? Was wäre das?</p>	<p>Klient kann den Zielzustand selbst beeinflussen.</p> <p>Selbstwirksamkeit.</p>

Wie sieht das Steuerungsinstrument aus? Wo ist es? Was passiert, wenn der Klient es nutzt?	
<b>Zielzustand abfragen</b> Was sehen Sie noch im Bild? Ist alles stimmig?	Status Zielzustand abfragen
<b>Zielzustand ankern</b> Dann stellen Sie sich das Bild vor, wenn damit ein Gefühl einhergeht, wie würden Sie es beschreiben? Wo im Körper würden Sie es spüren? Bitte halten Sie die Hand dorthin. Erneute vollständige Bildbeschreibung. Erweiterungen: Mal angenommen, es gäbe mit der anderen Hand eine Bewegung, die das Gefühl nochmal verstärkt, was wäre das? Gäbe es ein Wort, einen Satz oder eine Farbe, um das Gefühl nochmal zu verstärken. Skalierungsfrage als Abschluss möglich	Bild des Zielzustands in Gefühlswelt, im Unterbewussten verankern

Je nach Fall/Thema kann es hilfreich sein, an dieser Stelle weiter zu arbeiten. Zum Beispiel, wenn das vom Klienten negativ empfundene seines Themas auch eine positive Seite hat, die hilfreich für ihn ist. Dann kann eine erneute Regulation durch einen Hebel oder Drehknopf eingebaut werden, der es dem Klienten ermöglicht innerhalb seines Bildes etwa zuzulassen, in dem er den Schalter aufdreht oder etwas zu verringern, in dem er den Schalter zudreht. Ebenfalls ist es hilfreich, das Bild in den Alltag zu übertragen und für das Verhalten des Klienten einen Anker, eine Erinnerung zu setzen, die der Klient selber wählt. Zum Beispiel das Bild als Bildschirmschoner oder auf einer Tasse.

## 5. Fazit

Die Entstehung und Wirkung von Metaphern hat gezeigt, wie die individuellen Bilder entstehen und wie sie mit Gefühlen und sogar Geräuschen oder Gerüchen verbunden werden. In der heutigen Hirnforschung kommen immer neue Erkenntnisse hinzu, die bestätigen, dass Bilder im Gehirn schneller verarbeitet werden als die reine kognitive Erfassung. So werden auch Denkprozesse durch Bilder vereinfacht, schneller und in größerer Komplexität möglich.

Bezogen auf das Coaching, erscheint dem Klienten ein sprachliches Bild somit leichter veränderbar als die Problemsituation selbst. Probleme können so ihren Schrecken verlieren.

Durch das Umwidmen der Problemsituation in ein sprachliches Bild werden andere Hirnarealen erreicht, die zu Emotionen und zum Unterbewussten (siehe Wirkungsebenen) führen. Das ermöglicht den Zugang zu anderen Lösungsquellen und eine tieferliegende Verankerung des Lösungsbildes. Die aktive Veränderung der Metapher ermöglicht somit einen Weg raus aus der Problemtrance hin zur Lösungstrance.

Im Ergebnis führt die Arbeit mit Metaphern also zu einem emotional gefühlten positiven Effekt z.B. Entspannung oder Entlastung, der nachhaltig anhält.

Die Anwendung von Metaphern im Coaching ist möglich als eigenständiger Prozess/Methode. Darüber hinaus kann es im Coaching sinnvoll sein Metaphern situativ auch im Rahmen der Anwendung anderer Methoden als Ergänzung anzuwenden.

## Quellenverzeichnis

Mahlmann (2010). Bildliche Beratung – Metaphern im Coaching. ManagerSeminare 147, 24- 27

[https://www.managerseminare.de/ms\\_Artikel/Metaphern-im-Coaching-Bildliche-Beratung,194993/](https://www.managerseminare.de/ms_Artikel/Metaphern-im-Coaching-Bildliche-Beratung,194993/) 6.3.2023

Bachmann (2016). Kognitionspsychologische Grundlagen für den Einsatz sprachlicher Bilder in Coaching und Beratung. Originalbeitrag erschienen in Organisationsberat Superv Coach (2016) [https://www.artop.de/wp-content/uploads/2017/04/artop\\_Bachmann\\_Metaphern\\_in\\_Coaching\\_und\\_Beratung.pdf/](https://www.artop.de/wp-content/uploads/2017/04/artop_Bachmann_Metaphern_in_Coaching_und_Beratung.pdf/) 6.3.2023

Oswald und Schoeneborn (2011). Von anpassungsfähigen Amöben bis tanzenden Elefanten. OrganisationsEntwicklung Nr. 1, 57-63  
[https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/55651/1/20120117132035\\_merlin-id\\_3949.pdf](https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/55651/1/20120117132035_merlin-id_3949.pdf) /6.3.2023

Kara und Wüstenhagen (2017). Sprachpsychologie, Die Macht der Worte. ZEIT Wissen Nr. 6/2012 – aktualisierte Version aus Zeit Online [https://www.zeit.de/zeit-wissen/2012/06/Sprache-Worte-Wahrnehmung?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F](https://www.zeit.de/zeit-wissen/2012/06/Sprache-Worte-Wahrnehmung?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F) /6.3.2023

Wagner (2009). Da klingelt es im Kopf, Deutschlandfunk Online <https://www.deutschlandfunk.de/da-klingelt-es-im-kopf-100.html> /6.3.2023

Radatz (2000). Sonja Raddatz/literatur-vsm, Beratung ohne Ratschlag, Systemisches Coaching für Führungskräfte und BeraterInnen, Wolkersdorf, literatur-vsm, 2000

Demo Coaching Video von Inkonstellation zum Thema Metapher <https://vimeo.com/722086647/b8e66b0ad7> /6.3.2023