

# Finde dein „Warum?“ –

## Visionsentwicklung mit dem Golden Circle-Modell im 1:1 Coaching



Bild: freepic.com

Susanne Seydel

Abschlussarbeit zur Ausbildung zum Systemischen Coach  
am Trainingsinstitut InKonstellation, Köln

Themenbereich: Persönlichkeitsentwicklung

April 2023

# Inhalt

Executive Summary .....	1
1 Einleitung .....	2
2 Das Golden Circle-Modell.....	2
2.1 Grundlagen .....	2
2.2 Einsatzmöglichkeiten.....	4
3 Der Coaching-Prozess .....	4
3.1 Finden des „Warum“ .....	5
3.2 Formulieren des „Warum“ .....	6
3.3 Finden des „Wie“ und „Was“ .....	8
3.4 Golden Circle-Beispiele .....	9
3.5 Rolle des Coaches .....	11
4 Fazit .....	12
5 Literaturverzeichnis .....	14

## Executive Summary

Die Suche nach einem Sinn im Leben und der eigenen Berufung treibt viele Menschen an und ist somit auch häufig Thema im Coaching. Viele sehnen sich nach Klarheit und einem selbstbestimmten und authentischen Leben.

Um einer derartigen Sehnsucht und Suche im Coaching professionell begegnen zu können, können verschiedene Methoden angewendet werden. Ein bewährtes und effektives Werkzeug ist der sogenannte „Golden Circle“.

Der Golden Circle ist ein Konzept, das vom US-Unternehmensberater Simon Sinek entwickelt wurde und dabei hilft, die eigene Berufung zu finden sowie eine klare Vision und ein klares Ziel zu entwickeln. Das Modell kann sowohl von Unternehmen und Teams als auch von Einzelpersonen angewendet werden.

Der Golden Circle widmet sich drei sehr zentralen Fragen:

Warum? (Warum und wofür bist Du hier?)

Wie? (Wie willst Du Dein individuelles Warum erreichen?) und

Was? (Was machst Du, um Dein Ziel zu erreichen?)

Diesen drei Fragen nähert man sich in einem intensiven selbstreflexiven Prozess. Im Vordergrund steht dabei die Frage nach dem „Warum“. Denn das eigene „Warum“ zu kennen und aus ihm heraus denken und handeln zu können, ist nach Simon Sinek eine der wichtigsten Voraussetzungen für nachhaltigen Erfolg und ein sinnerfülltes Leben und Arbeiten.

Dem Coach kommt dabei die Aufgabe zu, sicher durch diesen Prozess zu moderieren, so dass der Klient seine persönlichen Werte, Motivationen und Ziele reflektieren und individuelle Antworten finden kann.

# 1 Einleitung

Das Entdecken der eigenen Vision und des eigenen „Purpose“ kann für Klienten aus unterschiedlichen Gründen wichtig sein: In dem Wunsch ein erfülltes Leben zu führen, in der Phase einer beruflichen Neuorientierung oder bei der Karriereplanung oder mit dem Ziel, eine gute und inspirierende Führungskraft zu sein. Eine Vision gibt dem Klienten eine klare Vorstellung davon, wo er hin will und was er erreichen möchte. Sie kann ihn inspirieren, motivieren und uns in schwierigen Zeiten anspornen. Im Coaching kann die Methode des Golden Circle dabei helfen, die eigene Vision zu entdecken. In der vorliegenden Arbeit wird diese Methode ausführlich beschrieben. Fokussiert wird dabei vor allem darauf, wie Klienten – unterstützt durch den Coach – ihr „Warum“ im Coaching-Prozess finden und umsetzen können.

## 2 Das Golden Circle-Modell

### 2.1 Grundlagen

„The Golden Circle“ ist ein Denkmodell, das von Simon Sinek entwickelt wurde. Sein Konzept basiert auf einem Muster, das er in vielen Unternehmen wiedergefunden hat. Ihm fiel auf, dass alle großen, erfolgreichen und visionären Unternehmen und auch Persönlichkeiten nach dem gleichen Prinzip handeln und kommunizieren. Simon Sinek erklärt in seinem 2009 veröffentlichten Buch „Start with Why“, dass es Unternehmen wie Apple und Personen wie Martin Luther King gelang, die Menschen mit ihren Visionen, ihrem Glauben, ihrem Ziel und ihren Ideologien zu inspirieren. Sie konzentrieren sich nicht allein darauf, „Was“ sie tun, sondern vor allem auf das „Warum“. Sie sind also nicht wegen ihrer Produkte so erfolgreich, sondern wegen der tiefen Überzeugung und Sinnhaftigkeit, die dann die jeweiligen passenden Kunden anziehen. (vgl. Richter, 2022). Ein Zitat fasst das Golden-Circle-Modell gut zusammen: „People don't buy what you do. They buy why you do it.“ (vgl. Sinek, 2009) Zu Deutsch: „Menschen kaufen nicht, was du tust, sondern warum du es tust.“

Darauf aufbauend hat Simon Sinek das Golden Circle-Modell entwickelt, das kreisförmig aufgebaut ist und auf drei simplen, aber nicht immer leicht zu beantwortenden Fragen basiert: Why? (innerer Kreis) How? (mittlerer Kreis) What? (äußerer Kreis) – also Warum? Wie? Was? (vgl. Abb. 1)

Die meisten Unternehmen agieren von außen nach innen. Sie gehen also vom „Was“ aus, über das „Wie“ und gelangen so erst zum „Warum“. Im schlechtesten Fall landen sie gar nicht beim „Warum“, weil sie darüber gar nicht nachdenken.

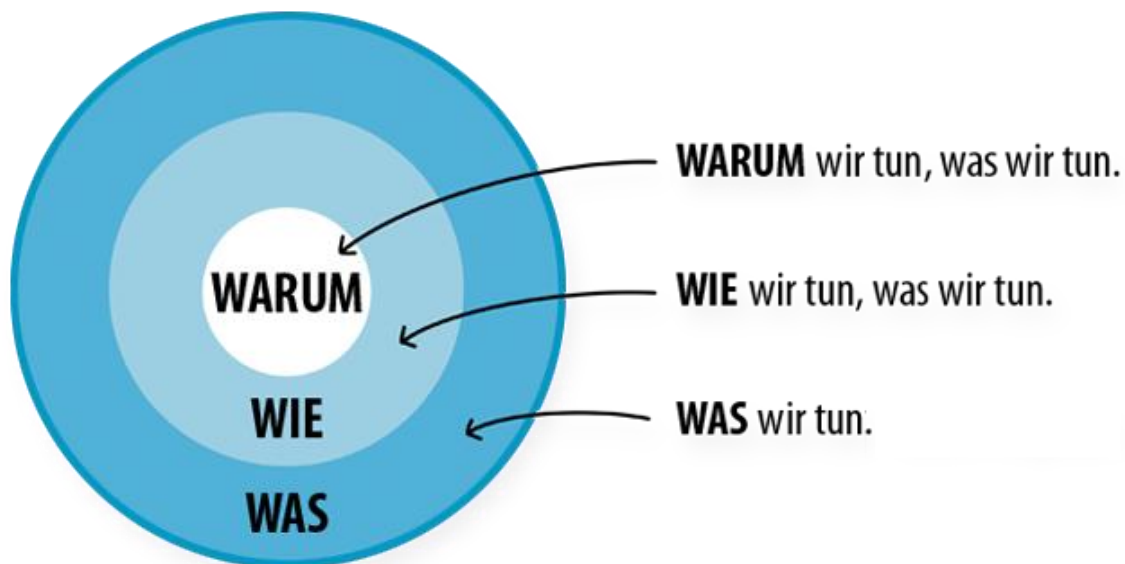


Abb. 1: Das Golden Circle-Modell (eigene Darstellung)

Erfolgreiche Unternehmen hingegen agieren von innen nach außen. Sie starten mit dem „Warum“ (warum wir etwas tun), das „Wie“ (wie wir etwas tun) ist die Umsetzung und das „Was“ (was wir tun) nennt das Resultat, in den meisten Fällen das Produkt (vgl. Wekwerth und Petzold, 2020).

Ein oft zitiertes und sehr gutes Beispiel ist der Golden Circle des Erfolgsunternehmens Apple (vgl. Theel, 2022):

Warum: Wir glauben an die Macht einfacher, intuitiver und magischer Produkte.

Wie: Dafür entwickeln wir fortschrittliche Technologien und designen sie so, dass jeder sie verwenden kann.

Was: Dafür produzieren wir Computer, Software, iPods, iPhones und iPads

Warum das Teilen der eigenen Überzeugung und Vision so erfolgreich ist, hat auch mit dem Aufbau unseres Gehirns zu tun. Die äußerste Schicht, der Neokortex, ist verantwortlich für das rationale und analytische Denken und die Sprache. Der innere Bereich unseres Gehirns ist das limbische System – jener Bereich im Gehirn, der für Gefühle zuständig ist. Liegt der Fokus auf dem "Warum", wird das limbische System im Gehirn aktiviert, das für die Verarbeitung von Emotionen und das Treffen von Entscheidungen verantwortlich ist. Durch die Verwendung des Golden Circle und das gezielte Ansprechen des Gehirns auf diese Weise können Unternehmen oder Personen eine starke und emotionale Verbindung zu ihren Kunden oder Zuhörern aufbauen und ihre Marke oder ihre Ideen auf effektive Weise kommunizieren (vgl. Sinek, 2009).

## 2.2 Einsatzmöglichkeiten

Ursprünglich für Unternehmen entwickelt, kann der Golden Circle auch sehr gut mit Einzelpersonen oder in Teams erarbeitet werden. Denn jeder Mensch, jedes Team und jedes Unternehmen hat ein ganz individuelles „Warum“. Das Ziel ist gleich: Durch das Ergreifen des eigenen Golden Circle kann als Resultat klarer, authentischer und fokussierter gehandelt und auch kommuniziert werden.

### **Unternehmen**

Unternehmen können das Modell nutzen, um ihre Mission und Vision zu definieren und ihre Strategien und Prozesse auf ihre Ziele auszurichten. Das Warum steht dabei für den Zweck und die Motivation hinter der Arbeit des Unternehmens, meist geprägt vom Unternehmensgründer. Das Wie steht für die Art und Weise, wie das Unternehmen arbeitet und seine Ziele erreicht, und das Was für die Produkte oder Dienstleistungen, die das Unternehmen anbietet.

### **Teams**

Teams können das Golden Circle-Modell nutzen, um ihre gemeinsamen Ziele und Werte zu definieren und ihre Zusammenarbeit zu verbessern. Das Warum steht dabei für den gemeinsamen Zweck und die Motivation hinter der Arbeit des Teams. Das Wie steht für die Art und Weise, wie das Team arbeitet und seine Ziele erreicht, und das Was für die Ergebnisse, die das Team erzielen möchte.

### **Einzelpersonen**

Im Coaching mit Einzelpersonen kann das Modell helfen, die persönlichen Ziele und Werte zu identifizieren und ein erfülltes Leben sowie eine sinnvolle Karriere aufzubauen. Das Warum steht dabei für die tiefere Motivation und den Sinn im Leben und/oder hinter der Arbeit der Einzelperson, das Wie für die Werte, Fähigkeiten und Ressourcen, die die Person einbringt, um ihre Ziele zu erreichen, und das Was für die Ergebnisse, die die Person im Leben erzielen bzw. Maßnahmen, die sie umsetzen möchte.

## 3 Der Coaching-Prozess

Im Coaching kann der Golden Circle also verwendet werden, um eine klare Vision für den Klienten zu entwickeln. Wesentlich ist dabei das Beantworten der drei Fragen „Warum?“, „Wie?“ und „Was?“, um ein tieferes Verständnis für sich selbst zu bekommen und eine klare Richtung für die eigenen Ziele und Entscheidungen zu finden. Der wichtigste Aspekt ist dabei das "Warum". Im Folgenden sind mögliche Fragen und Techniken dargestellt, die der Coach nutzen kann, um zusammen mit dem Klienten das „Warum“ und, darauf aufbauend, das „Wie“ und „Was“ im Coaching-Prozess zu finden.

## 3.1 Finden des „Warum“

### **Fragen nach Motivation und Antrieb**

Das „Warum“ ist die tiefe, intrinsische Motivation, die Menschen antreibt und inspiriert. Es ist der Kern dessen, was jemanden dazu bewegt, das zu tun, was er tut. Der Klient sollte reflektieren, was ihm wirklich wichtig ist, welche Aktivitäten oder Themen ihm besonders am Herzen liegen und wofür er brennt (vgl. Sinek, 2009). Folgende Fragen fördern eine tiefere Selbstreflexion und können dem Klienten dabei helfen, sich über Motivation und Antrieb klar zu werden:

- Was ist mir wichtig? Was gibt mir Sinn und Erfüllung?
- Warum sind mir bestimmte Dinge wichtig?
- Was treibt mich an?
- Was sind meine Ziele? Habe ich ein ultimatives Ziel im Leben?
- Was will ich verändern?
- Was möchte ich in meinem Leben bewegen/erreichen?
- Was würde fehlen, wenn es mich nicht gäbe?
- Was ist mein persönlicher Beitrag zum Ganzen?
- Warum möchte ich mein Warum finden?

### **Identifizieren der Werte**

Ein zusätzlicher Ansatz, um das „Warum“ zu finden, ist die Identifikation der eigenen Werte. Jeder Mensch hat bestimmte Kernwerte, die ihm wichtig sind und die seine Entscheidungen und Handlungen beeinflussen. Indem der Klient seine Werte identifiziert, kann er besser verstehen, was ihn motiviert und antreibt.

### **Nutzen der 5-Why-Methode**

Eine ergänzende Methode, um sich über das eigene „Warum“ klar zu werden, ist die 5-Why-Methode. Diese Methode basiert auf der Idee, dass man fünf Mal "Warum?" fragt. So gelangt man zum wirklichen Kern, zu den tiefen Motiven und Überzeugungen.

Hier ein Beispiel:

Warum fällt es mir schwer, Entscheidungen zu treffen?

Warum: Weil ich Angst habe, die falsche Entscheidung zu treffen.

Warum: Weil ich mich unsicher fühle und nicht genug Informationen habe, um eine fundierte Entscheidung zu treffen.

Warum: Weil ich das Gefühl habe, dass ich alles berücksichtigen und alle möglichen Konsequenzen abwägen muss, bevor ich eine Entscheidung treffen kann.

Warum: Weil ich das Bedürfnis habe, perfekt zu sein und alles richtig zu machen.

Warum: Weil ich Angst habe, die Kontrolle zu verlieren oder die Erwartungen anderer nicht zu erfüllen.

### **Reflektieren der Lebensgeschichte**

Eine weitere effektive Methode, um das „Warum“ zu entdecken, ist das Erzählen von Geschichten. Der Klient schaut auf Erfahrungen und Ereignisse in seinem Leben zurück, die ihn geprägt und beeinflusst haben. Er erzählt seine persönliche Geschichte, wie er zu dem wurde, der er heute ist. Der Coach kann gezielt nachfragen: Was haben Sie aus diesen Erfahrungen gelernt? Was hat Sie motiviert und angetrieben? Wie können Sie diese Erfahrungen und Lektionen auf Ihr Leben und Ihre Ziele anwenden? Auch weitere Fragen zur Vergangenheit, zu Träumen und Zielen, zu Interessen und Leidenschaften können hilfreich sein.

Während der Klient erzählt, kann der Coach nach wiederkehrenden Themen und Mustern suchen, die auf die Werte und Überzeugungen des Klienten hinweisen können. Der Coach kann eine Perspektive von außen bieten und Feedback geben. Mit jeder Geschichte wird deutlicher, was das Gemeinsame in den verschiedenen Erlebnissen ist. Es zieht sich wie ein roter Faden durch alle Geschichten und macht dem Klienten bewusst, was ihn in allem was er tut, wirklich motiviert, begeistert und inspiriert. So kann er seine Geschichte sowie sein Verhalten und seine Entscheidungen besser verstehen und ein tieferes Verständnis und eine klare Richtung für sich selbst entwickeln (vgl. Sinek, 2017 und von Gizycki)

### **3.2 Formulieren des „Warum“**

Wenn sich der Klient über seine Ziele und Motivationen bewusst geworden ist, kann das „Warum“ entworfen werden. Bei der Formulierung sollten einige Dinge beachtet werden. Das Warum sollte (vgl. Richter, 2022):

- einfach und klar sein,
- umsetzbar, aber idealistisch sein,
- langfristig wirken,
- positiv ausgedrückt werden, „für etwas“ sein, um Anziehungskraft zu erzeugen,
- vermitteln, welche Wirkung man für andere erzielen möchte, wenn die Vision verwirklicht wird.



Das „Warum“ sollte wenn möglich aus einem Satz bestehen. Simon Sinek bietet eine Vorlage für die Formulierung, die genutzt werden kann, aber nicht muss (vgl. Sinek et al, 2017):

_____ , damit _____ .
-----------------------

Die erste Auslassung steht für den *Beitrag*, den man für das Leben anderer leistet. Die zweite repräsentiert die *Wirkung* des Beitrags

Als Beispiel hier das „Warum“ von Simon Sinek selbst:

"To inspire people to do the things that inspire them, so that, together, we can change our world." („Menschen inspirieren, Dinge zu tun, die sie selbst inspirieren, damit wir gemeinsam die Welt verändern können.“)

Gut sind auch die Beispiele folgender Unternehmen:

Facebook: „To give people the power to share so that the world is more open and connected.“

LinkedIn: „To connect the world’s professionals to make them more productive and successful.“

Der Klient sollte ermutigt werden, groß zu denken und mutig zu sein. Es geht darum, eine inspirierende Vision zu formulieren, die auch andere Personen begeistert. Dafür ist es wichtig, sich über übergeordnete, langfristige Ziele Gedanken zu machen.

Die erste Formulierung des „Warum“ ist selten die endgültige. Die Formulierung kann (und wird) sich ändern, wenn man weiter darüber nachdenkt, sie überprüft, praktisch erprobt und weiter optimiert. Daher kann es Sinn machen, nach der Formulierung des „Warum“ einige Zeit zu warten, bis man in einer späteren Coaching-Sitzung das „Was“ und „Wie“ formuliert. Denn wenn der Klient eine Zeit lang mit seinem Warum lebt und darüber reflektiert, wird es einfacher, eine perfekt passende Formulierung zu finden. Er kann auch das Warum mit anderen (z.B. Freunden) teilen und sehen, wie sie darauf reagieren. Feedback von anderen kann helfen, das Warum weiter zu verfeinern. Für diesen Prozess kann sich der Klient einige Zeit nehmen, aber auch nicht zu lange. Es geht nicht um das Finden des 100% perfekten Warum, sondern darum, baldmöglichst danach zu handeln und zu leben. Dabei kann sich ein einmal formuliertes Warum auch im Laufe der Zeit verändern und weiterentwickeln kann. Die Hauptsache ist, eine klare Richtung und Motivation zu haben (vgl. Sinek et al, 2017).

### 3.3 Finden des „Wie“ und „Was“

Sobald der Klient sein „Warum“ identifiziert hat, kann er sich auf das „Wie“ und „Was“ konzentrieren, um seine Vision zu verwirklichen. Das „Wie“ bezieht sich auf das Vorgehen, das er anwendet, um die eigene Vision zu erreichen, während das „Was“ all das ist, was er tut bzw. anbietet, um die eigene Vision zu unterstützen.

Fragen können dabei helfen, Gedanken und Überzeugungen zu klären. Sie können auch dazu beitragen, die eigenen Ziele und Pläne zu konkretisieren, indem man seine Werte und Stärken identifiziert und Wege findet, diese im Leben und in der Karriere einzusetzen (vgl. Sinek et al, 2017).

#### **Wie finden**

Beim „Wie“ geht es darum, ein konkretes Vorgehen und konkrete Strategien zu definieren, um das "Warum" zu erreichen. Der Coach unterstützt den Klienten dabei, über verschiedene Wege nachzudenken, die zur Verwirklichung der Vision führen können. Dann überlegt er, welche schon vorhandene Fähigkeiten, Ressourcen und Erfahrungen helfen können, das „Warum“ umzusetzen und welche nötigen Kompetenzen und Kenntnisse er noch entwickeln muss. Auch Werte, die den Klienten leiten, sind relevant. Hier sind einige Fragen, die helfen können, das „Wie“ zu finden:

Beispiel-Fragen:

- Wie will ich mein Warum erreichen?
- Welche Schritte sind notwendig, um mein Warum zu verwirklichen?
- Welche Fähigkeiten und Ressourcen habe ich, um mein Warum zu erreichen?  
Wie kann ich sie am besten einsetzen?
- Welche Fähigkeiten und Ressourcen benötige ich, um mein Warum zu erreichen?
- Wie kann ich meine Zeit und Ressourcen am besten nutzen?
- Nach welchen Werten und Prinzipien lebe und arbeite ich?
- Welche Maßnahmen kann ich ergreifen, um meine Ziele zu erreichen?
- Wie kann ich Herausforderungen begegnen?

Es sollte darauf geachtet werden, dass das „Wie“ als Handlung formuliert wird, die umsetzbar ist. Wenn als wichtige Fähigkeit zum Beispiel „Lösungsorientierung“ definiert wurde, könnte eine Formulierung sein „Ich suche nach kreativen Lösungen.“ (vgl. Sinek et al, 2017).

## Was finden

Das „Was“ sind die konkreten Handlungen, die unternommen werden, um das „Warum“ und „Wie“ zu verwirklichen. Der Klient erarbeitet, welche konkreten Schritte oder Maßnahmen erforderlich sind, um die Vision umzusetzen. Das können spezifische Aktivitäten, Produkte oder Dienstleistungen sein. Hier sind einige Fragen, die helfen können, das „Was“ zu definieren:

- Was kann ich machen, um mein Ziel zu erreichen?
- Welche Aktionen sind erforderlich, um die Vision umzusetzen?
- Was sind die konkreten Ergebnisse, die ich erreichen möchte?
- Welche Produkte oder Dienstleistungen kann ich anbieten, um meine Vision zu unterstützen?
- Wie unterscheide ich mich von anderen?
- Wie kann ich meine Angebote verbessern, um meine Kunden optimal zu unterstützen?

Abschließend ist noch zu betonen, dass es bei der Suche nach dem „Warum“, „Wie“ und „Was“ kein Einheitsrezept gibt. Jeder Mensch ist einzigartig und hat unterschiedliche Erfahrungen und Überzeugungen. Es ist wichtig, sich im Coaching-Prozess Zeit zu nehmen, damit der Klient in sich gehen und ehrlich zu sich selbst sein kann, um die eigenen Antworten auf diese Fragen zu finden.

Auch die Formulierung des Golden Circle ist herausfordernd. Der Coach kann dem Klienten helfen, sein „Warum“, „Wie“ und „Was“ in Worte zu fassen, um sicherzustellen, dass sie klar und prägnant formuliert sind. Auch kann er den Klienten dabei unterstützen, seine Vision und seine Ziele in eine realistische und umsetzbare Strategie umzusetzen.

### 3.4 Golden Circle-Beispiele

Es gibt keine richtig und falsch in der Formulierung des Golden Circle, die Hauptsache ist, dass sich die Formulierung für den Klienten richtig anfühlt und diesen inspiriert und leitet. Nachfolgend aufgeführt einige Beispiele für Golden Circle von Unternehmen, Persönlichkeiten, und Privatpersonen, die dem Klienten als Inspiration dienen können:

### **Golden Circle vom Unternehmen NIKE**

Warum: „Wir tun alles Machbare, um das Potenzial der Menschen zu erweitern.“

Wie: „Dazu entwickeln wir bahnbrechende Sportinnovationen, nachhaltige Produkte und hinterlassen einen positiven Eindruck in unseren Gemeinschaften, wo wir leben und arbeiten.“

Was: „Dafür produzieren wir Schuhe, Bekleidung und Accessoires.“

### **Golden Circle von Simon Sinek**

Warum: „To inspire people to do the things that inspire them, so that, together, we can change our world.“

Wie: „I do this by sharing insights, stories and ideas that help people to understand and apply the principles of inspirational leadership and communication.“

Was: „I write books, give speeches and offer online courses and workshops that help individuals and organizations to become more effective leaders, communicators and change agents.“

### **Möglicher Golden Circle von einem Coach**

Warum: „Menschen in ihrer Entwicklung unterstützen, damit sie ein erfülltes und glückliches Leben führen können.“

Wie: „Ich tue dies, indem ich mein Wissen und meine Erfahrung als Life-Coach teile und meinen Klienten dabei helfe, ihre Stärken zu erkennen und ihre Ziele zu erreichen.“

Was: „Ich biete personalisierte Coaching-Sitzungen, Workshops sowie Blogbeiträge an, um meinen Klienten dabei zu helfen, ihr volles Potenzial auszuschöpfen und ihre Ziele im Leben zu erreichen.“

### **Möglicher Golden Circle von einem Lehrer:**

Warum: „Ich glaube daran, dass ich durch meine Arbeit dazu beitragen kann, die Welt zu einem besseren Ort zu machen, indem ich die nächste Generation inspiriere und unterstütze.“

Wie: „Indem ich mich auf die individuellen Bedürfnisse und Stärken jedes Schülers konzentriere und ihre intellektuelle und persönliche Entwicklung fördere.“

Was: „Ich lehre und erziehe junge Menschen in verschiedenen Fächern, setze innovative Unterrichtsmethoden ein und schaffe eine unterstützende Lernumgebung.“

### 3.5 Rolle des Coaches

Der Coach begleitet den Klienten im Prozess und kann ihn auf verschiedene Weise unterstützen – insbesondere, wenn dieser Schwierigkeiten hat, sein „Warum“ zu finden.

Hier sind einige Schritte, die der Coach unternehmen kann, um dem Klienten zu helfen:

#### **Verständnis und Empathie zeigen**

Der Coach sollte Verständnis und Empathie zeigen und dem Klienten Zeit und Raum geben, um seine Gedanken zu sortieren und das „Warum“ zu finden.

#### **Aktives Zuhören**

Der Coach sollte dem Klienten aktiv zuzuhören. Er sollte Interesse zeigen, an dem, was der Klient sagt, indem er Fragen stellt und auf Details achtet. Dies gibt dem Klienten das Gefühl, gehört und verstanden zu werden.

#### **Offene Fragen stellen**

Der Coach kann offene Frage stellen und so dem Klienten helfen, seine Gedanken und Gefühle zu reflektieren und zu ordnen. Was ist ihm wichtig und was motiviert ihn? Offene Fragen beginnen oft mit „Was“, „Wie“, „Wo“, „Wer“, „Wann“ und fördern eine tiefere Reflexion.

#### **Visualisierungsübungen durchführen**

Durch die Durchführung von Visualisierungsübungen kann der Coach dem Klienten dabei helfen, sich auf seine innere Motivation zu konzentrieren und so leichter das „Warum“ zu finden.

#### **Auf Erfolge fokussieren**

Der Coach kann mit dem Klienten auf seine bisherigen Erfolge fokussieren. Erfolge klar herauszustellen und zu „feiern“, kann dabei helfen, mutig das „Warum“ zu definieren.

#### **Hindernisse identifizieren**

Der Coach kann dem Klienten dabei helfen, mögliche Hindernisse und Herausforderungen zu identifizieren, die ihn daran hindern könnten, seine Vision zu verwirklichen. Auch kann er ihn dabei unterstützen, Strategien zu entwickeln, um diese Hindernisse zu überwinden.

#### **Ressourcen bereitstellen**

Der Coach kann dem Klienten Ressourcen anbieten, die ihn unterstützen und inspirieren. Dies können Arbeitsblätter, Bücher, Artikel, Vorträge oder Videos sein, die dabei helfen, neue Perspektiven einzunehmen und inspirierende Ideen zu gewinnen.

## Aktionspläne erstellen

Der Coach kann gemeinsam mit seinem Klienten einen Aktionsplan erstellen, der die erforderlichen Schritte definiert, um die Ziele auch zu erreichen. Der Aktionsplan sollte klar und realistisch sein.

## 4 Fazit

"Wofür stehe ich jeden Morgen gerne auf?" Um eine Antwort auf diese Frage zu finden, kann der Golden Circle von Simon Sinek ein nützliches Werkzeug sein. Mit dem Golden Circle können im Coaching die persönlichen Ziele und Werte des Klienten identifiziert und das eigene „Warum“ gefunden werden. Dies kann viele Vorteile haben (vgl. Sinek, 2017 und von Gizycki):

- Klarheit: Durch die Definition des „Warum“, „Wie“ und „Was“ erhält man Klarheit darüber, was man erreichen möchte, wie man es erreichen möchte und was man tut oder anbietet.
- Ausrichtung: Der Golden Circle hilft dabei, Ziele und Werte zu definieren und die Aktivitäten und Strategien darauf auszurichten.
- Motivation: Das Warum ist der treibende Faktor hinter allem und kann dazu beitragen, die Motivation und Leidenschaft zu steigern.
- Inspirationsquelle: Der Golden Circle liefert viele Informationen für neue Ideen und Strategien.
- Entscheidungsfindung: Der Golden Circle kann als Entscheidungshilfe dienen, um zu beurteilen, welche Aktivitäten und Projekte am besten zu den Zielen und Werten passen. Er ist quasi der Kompass für stimmige Entscheidungen.
- Kommunikation: Durch die klare Definition des Golden Circle kann man seine Botschaft effektiver kommunizieren und potenzielle Kunden, Mitstreiter oder Partner ansprechen und begeistern.

Einmal erstellt, bietet der Golden Circle also wertvolle Inspiration, Klarheit und Orientierung. Dabei hat der Golden Circle auf verschiedene Lebensbereiche Einfluss, was auch im Coaching-Prozess viel Potential bietet:

Im **Berufsleben** hilft er, eine sinnvolle und erfüllende Arbeit finden, die den eigenen Werten und Überzeugungen entspricht, sowie eine klare Richtung für die eigene Karriere zu definieren. In der **Führung** können durch die klare Kommunikation von Vision und Mission, von Werten und Überzeugungen Mitarbeiter motiviert und inspiriert werden.

**Beziehungen** zu anderen verbessern sich, da der Klient seine eigenen Werte und Überzeugungen jetzt kennt und versteht und so besser Kommunizieren und Konflikte lösen kann. Nicht zuletzt hat der Golden Circle Einfluss auf die

**Persönlichkeitsentwicklung**. Die eigenen Ziele und Werte zu kennen, sich daran auszurichten sowie Schritte zu unternehmen, diese auch zu erreichen, geht mit persönlichem Wachstum einher.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Golden Circle eine wertvolle Methode im Einzelcoaching sein kann und sowohl für die persönliche Weiterentwicklung, die berufliche Orientierung und Karriereplanung als auch für die Entwicklung als Führungskraft eingesetzt werden kann.

Die Rolle des Coaches besteht darin, dem Klienten dabei zu begleiten, sein „Warum“, „Wie“ und „Was“ zu definieren und zu verfeinern. Der Coach stellt gezielte Fragen, um dem Klienten zu unterstützen, seine Vision, Werte und Ziele zu identifizieren und zu verstehen, was ihn antreibt und motiviert. Daneben hilft er dem Klienten,

- den Golden Circle in Wort zu fassen und klar und prägnant zu formulieren,
- eine Vision in eine realistische und umsetzbare Strategie umzuwandeln und
- mögliche Hindernisse und Herausforderungen zu identifizieren und zu überwinden.

Insgesamt ist der Coach ein wichtiger Unterstützer des Klienten bei der Erarbeitung und Umsetzung seines Golden Circle und bei der Verwirklichung seiner Ziele und Träume. So wird es dem Klienten mehr und mehr möglich, ein selbstbestimmtes, authentisches und sinnerfülltes Leben zu führen.

## 5 Literaturverzeichnis

Richter, Lars (2022): Mit dem Golden Circle eine Unternehmensvision formulieren.

<https://cdi.digital/golden-circle/>, letzter Zugriff 25.04.2023

Sinek, Simon (2009): Start with why: How great leaders inspire everyone to take action.

Penguin

Sinek, Simon (2009): Start with why -- how great leaders inspire action, TED Talk.

[https://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJKF\\_VuA](https://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJKF_VuA), letzter Zugriff 25.04.2023

Sinek, Simon; Mead, David; Docker, Peter (2017): Finde dein Warum. Der praktische Wegweiser zu deiner wahren Bestimmung. Redline Verlag

Theel, Tobias (2022): WHY HOW WHAT – Beispiele für den Golden Circle.

<https://innoversitaet.de/why-how-what-beispiele-fuer-den-golden-circle>, letzter Zugriff 24.04.2023

Wekwerth, Zoé und Petzold, Stefan (2020): Golden Circle – Anleitung. [https://www.iit-](https://www.iit-berlin.de/workshop-detailseite-golden-circle)

[berlin.de/workshop-detailseite-golden-circle](https://www.iit-berlin.de/workshop-detailseite-golden-circle), letzter Zugriff 24.04.2023

Von Gizycki, Mirko: Frag immer erst Warum. <https://www.purpose-connection.de/golden-circle-simon-sinek.php>, letzter Zugriff 24.04.2023