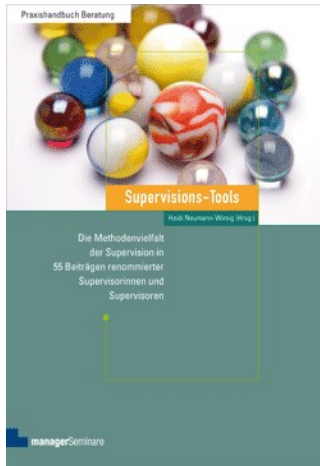


Success Fotoshooting (Tom Küchler)

Das Tool wurde ähnlich veröffentlicht in:



Heidi Neumann-Wirsig (Hrsg.) (2009): Die Methodenvielfalt der Supervision in 55 Beiträgen renommierter Supervisorinnen und Supervisoren
managerSeminare: <https://www.managerseminare.de/tb/tb-7256>

Kurzbeschreibung:

Das Tool eignet sich zum (Nach-)Erleben, Visualisieren und Ankern von Zielen und erfolgreichen Veränderungsschritten mit Hilfe der Fotografie.

Anwendungsbereiche:

Das Tool ist besonders ergiebig in der Auswertungsphase von Beratungsprozessen. Rückblickend auf den Prozess können die Kund*innen erfolgreich getätigte Schritte nacherleben, evaluieren und für die Zukunft festhalten. Außerdem kann das Tool in der Kontext- und Zielklärung Anwendung finden.

Zielsetzung/Effekte:

Mit Hilfe dieses Tools werden erfolgreiche Lernprozesse sichtbar und erlebbar gemacht. Das Wahrnehmen und (Nach-)Erleben geschieht sowohl in einer Innen- als auch in einer Außenperspektive. Außerdem werden damit die Ressourcen d. Kund*in fokussiert und aktiviert. Darüber hinaus ist dieses Tool eine Möglichkeit, den Transfer in den Alltag zu gestalten, weil das Ergebnis des Tools (Foto) als Anker von erfolgreichen Veränderungen bestehen bleibt.

Ausführliche Beschreibung:

Beim Success-Fotoshooting handelt es sich um die Arbeit mit Fotos. Fotografie ist dabei nicht das Ablichten von Wirklichkeit, sondern eine aktive Erzeugung dieser. Das Tool ist eine Abwandlung aus der Systemischen Fotoinszenierung (nach Lauterbach 2007). Es ist natürlich nicht als Dogma zu verstehen und kann daher beliebig variiert werden.

1. Das „Erfolgsfoto“

Das Foto als Dokumentation einer selbst erzeugten Wirklichkeit lässt die erfolgreichen Veränderungsschritte d. Kund*in sichtbar werden. Das verlangt eine gute Einführung in das Tool und auch entsprechende materielle Voraussetzungen, die weiter unten beschrieben werden.

Zur Vorbereitung des Fotos stellt d. Berater*in folgende Aufgabe:

„Ich möchte Sie gern bitten, unsere Zusammenarbeit Revue passieren zu lassen. Vielleicht schauen Sie noch mal auf die Zeit, als unsere Zusammenarbeit begann. Welche Anliegen und Themen beschäftigten Sie damals? Was haben Sie daraufhin getan? Welche positiven Veränderungen sind Ihnen gelungen? Wie haben Sie das gemacht? Wie konnten Sie die Veränderungen bis heute beibehalten? Auf welche Ihrer Stärken und Ressourcen sind Sie besonders stolz? Mal angenommen, Sie wollten diesen Veränderungsprozess als Foto, welches Sie (hier in diesem Raum) darstellt, festhalten, wie sähe dieses aus? Wie würden Sie dastehen? Wie wäre Ihre Gestik und Mimik? Wie und wo würden Sie stehen? Würden Sie irgendwelche Requisiten benutzen? Aus welcher Perspektive sollte das Foto geschossen werden? ...

In der Beratung würde sich anschließend d. Kund*in (was ebenso ein Team, eine Gruppe, ein Familie sein kann – ich nutze daher ab jetzt das Wort „Kundensystem“ dafür) positionieren und das Foto würde daraufhin inszeniert. In der Arbeit mit mehreren Personen ist jedoch ein Austausch der Menschen erforderlich, da viele Perspektiven (und damit auch Wirklichkeiten) zusammengefügt werden müssen. Sobald sich das Team/die Gruppe/ Familie geeinigt und positioniert hat, kommt es zur Erstellung des Fotos.

Im Anschluss darauf kann das Kundensystem das „Erfolgsfoto“ auf dem Notebook (oder via Beamer) anschauen. In einem lösungs- und ressourcenorientiertem Reflexionsgespräch, das durch d. Berater*in moderiert und strukturiert wird, können die Ressourcen und Lösungsschritte fokussiert und gewürdigt werden. Sollte das Kundensystem nicht mit dem Foto einverstanden sein, kann ein erneutes „Erfolgsfoto“ erstellt werden.

2. Eine Erweiterungsvariante: Den nächsten Schritt im „Aktionsfoto“ festhalten

Diese Erweiterung ermöglicht, einen Schritt weiter zu gehen. Ziel dieser Erweiterung ist es, perspektivische Schritte zu planen, zu probieren bzw. zu visualisieren.

Nach dem Erfolgsfoto kann das Kundensystem im lösungs- und ressourcenorientierten Reflexionsinterview dazu eingeladen werden, über den nächsten Schritt nachzusinnen.

*„Mal angenommen, auf einer Skala von 1 bis 10 – 10 bedeutet, Sie sind genau dort, wo Sie sein wollen ... und sie haben Ihr Ziel erreicht – wo stehen sie gerade jetzt?
Mal angenommen, sie wollten einen Punkt höher in Richtung Ziel auf dieser Skala – was wäre denn der erste kleine Schritt in diese Richtung?
Wenn Sie sich jetzt an Ihr „Erfolgsfoto“ erinnern, was müsste sich - vielleicht auch nur um kleine Nuancen - verändern, um den nächsten Schritt zu verdeutlichen?
Welchen Unterschied gäbe es zwischen ihrem „Erfolgsfoto“ und dem neuen Foto, das diesen perspektivischen Schritt veranschaulicht?*

Um das „Aktionsfoto“ zu schießen, ist es erforderlich, dass das Kundensystem zunächst in die Position des „Erfolgsfotos“ zurückgehen. Es handelt sich dabei quasi um eine aus der Außenperspektive in die Innenperspektive gehende Re-Inszenierung des „Erfolgsfotos“.

Der bisherige Erfolg wird neu erlebt und wahrgenommen. Aus dieser Position heraus wird der nächste Schritt getätigt und als neues Foto, das „Aktionsfoto“, festgehalten.

Mehr mehreren Personen ist erneut ein Verständigungsprozess notwendig, um sich auf die wahrgenommenen Veränderungen zu einigen. Ist dies geschehen, erstellt d. Berater*in das „Aktionsfoto“.

Im Anschluss betrachten d. Berater*in und das Kundensystem die beiden Fotos und führen dabei ein lösungs- und ressourcenorientiertes Reflexionsinterview.

Ist das Success–Fotoshooting beendet, kann d. Berater*in die entstandenen Fotos dem Kundensystem via eMail zusenden. Das erleichtert den Transfer in den Alltag und ankert den positiven Veränderungsprozess.

3. Was noch möglich ist!

Während des gesamten Prozesses kann natürlich auch mit Fotos gearbeitet werden. Zum Beispiel ist es möglich, die „Problemanalyse“ oder Kontextklärung sowie die Zielklärung im Foto festzuhalten. Im laufenden Supervisionsprozess kann dann immer wieder mit diesen Fotos gearbeitet werden.

Zur Kontextklärung wird das „Ausgangsfoto“ inszeniert. Das Kundensystem erhält folgende Aufgabe:

*„Mal angenommen, es gäbe eine Zeitschrift/ eine Website, die alle für Sie wichtigen Personen lesen würden, z.B. Ihre Kunden/ Klienten, ihre Auftraggeber/ Geldgeber, ihre Konkurrenten, ihre Partner u.s.w. (hierfür kontextrelevante Akteur*innen einfügen) ...*

Da diese Zeitung/ diese Website so erfolgreich ist und alle sie lesen, möchte jeder dort erscheinen. In dieser Zeitung/ auf dieser Website wird jedoch nur jeweils ein Foto und ein Slogan veröffentlicht. Heute ist Ihre Chance! In 5 Minuten kommt der Reporter und macht von Ihnen das Foto. Außerdem möchte er einen Slogan zum Foto von Ihnen bekommen. Wie soll das Foto aussehen? Welcher Slogan soll das Foto untermalen?... (u.s.w., siehe oben).

Nachdem das Kundensystem das Foto inszeniert hat, wird es durch d. Berater*in fotografisch festgehalten. Anhand dieser Ausgangsfotos klärt d. Berater*in den Kontext und den Auftrag.

Aus diesem Prozess heraus erfolgt dann die Zielklärung, die wieder als Foto festgehalten wird. In Anlehnung an die Wunderfrage soll dieses Foto als „Wunderfoto“ beschrieben werden. Dazu stellt d. Berater*in die Wunderfrage:

„Stellen Sie sich vor, dass heute Nacht, während Sie schlafen, ein Wunder geschieht. Das Wunder ist, dass das Problem, das Sie hierher geführt hat, gelöst ist, einfach so. Sie wissen aber nicht, dass es gelöst ist, weil Sie ja schlafen. Was werden Sie morgen früh bemerken, was anders ist und was Ihnen sagt, dass ein Wunder geschehen ist? Mal angenommen, Sie sollten diesen wundersamen Zustand als Foto (hier in diesem Raum) darstellen. Wie sähe das aus? (u.s.w., siehe oben).

Das „Wunderfoto“ erweist sich im weiteren Beratungsprozess hilfreich, um eine Zwischenbilanz zu ziehen (wenn man möchte auch wieder als Foto) Gleichzeitig dient es als Anker bzw. Magnet für die gewünschte Veränderung.

Voraussetzungen/Kenntnisse:

D. Berater*in sollte im Umgang mit Digitalfotographie und Laptop geübt sein. Für die Gestaltung des lösungs- und ressourcenorientierten Reflexionsinterviews und des Gesamtprozesses sind Fertigkeiten in der lösungsorientierten Beratung nötig.

Persönlicher Hinweis/Kommentar/Erfahrungen:

Sinnvoll für Arbeit mit diesem Tool ist eine gute Einführung, etwa im Sinne „Ich möchte mit Ihnen heute etwas für Sie vielleicht Seltsames tun...“.

Hilfreich ist es auch, vor dem Erstellen des „Erfolgsfotos“, dass d. Berater*in aus seiner Sicht den Beratungsprozess zusammenfasst, seine wahrgenommenen positiven Veränderungen seitens des/der Supervisanden zurückmeldet.

Während d. Berater*in die Aufgaben stellt, sollte er langsam sprechen und Pausen zwischen den Sätzen lassen, so wie es beim Stellen der „Wunderfrage“, üblich ist. Nur so kann das Kundensystem auf eine „innere Reise“ geschickt werden.

Quellen/Weiterführende Literatur:

Bamberger, Gunter G. (2005). Lösungsorientierte Beratung. Praxishandbuch. 3. vollständig überarbeitete Auflage. Weinheim und Basel: Beltz

De Shazer, Steve (2006). Der Dreh. Überraschende Wendungen und Lösungen in der Kurzzeittherapie. Neune Auflage. Heidelberg: Carl Auer

Kim Berg, Insoo und De Jong, Peter (1998). Lösungen (er-)finden. Das Werkstattbuch der lösungsorientierten Kurztherapie. Dortmund: Verlag Modernes Lernen

Lauterbach, Matthias (2005). Gesundheitscoaching. Strategien und Methoden für Fitness und Lebensbalance im Beruf. Heidelberg: Carl Auer

Lauterbach, Matthias (2007). Wie Salz in der Suppe. Aktionsmethoden für Gruppen- und Einzelarbeit. Heidelberg: Carl Auer

Technische Hinweise:

Digitaler Fotoapparat, Notebook (ggf. Beamer bei großen Teams)