1. Grundlagen der motivierenden Gesprächsführung

Motivierende Gesprächsführung (Motivational Interviewing, MI) ist ein klientenzentrierter, zugleich zielgerichteter Beratungsansatz zur Förderung intrinsischer Veränderungsmotivation. Zentral ist der respektvolle Umgang mit Ambivalenz, ohne Druck oder Konfrontation. Veränderung wird nicht „vermittelt“, sondern im Gespräch gemeinsam herausgearbeitet.

---

2. OARS – Grundfertigkeiten der Gesprächsführung

OARS beschreibt die zentralen Mikrofertigkeiten in der MI:

O – Open Questions (Offene Fragen)
Ziel ist es, den Klienten zum Erzählen und Reflektieren einzuladen. Offene Fragen fördern Eigenaktivität und verhindern kurze Ja/Nein-Antworten.
Beispiele:

- „Wie erlebst du die aktuelle Situation in deiner Ausbildung?“
- „Was beschäftigt dich dabei am meisten?“

A – Affirmations (Bestätigungen)
Gezielte Wertschätzung von Ressourcen, Anstrengungen und Stärken. Dies stärkt Selbstwirksamkeit und Beziehung.
Beispiele:

- „Es fällt dir trotz der Schwierigkeiten auf, regelmäßig hinzugehen.“
- „Du hast bereits viel darüber nachgedacht, wie du etwas verändern kannst.“

R – Reflections (Reflektierendes Zuhören)
Inhaltliches und emotionales Spiegeln von Aussagen, um Verständnis zu zeigen und Bedeutungen zu vertiefen.
Beispiele:

- „Du bist unsicher, ob sich der Aufwand überhaupt lohnt.“
- „Gleichzeitig merkst du, dass dich die Situation belastet.“

S – Summaries (Zusammenfassungen)
Strukturierende Bündelung von Gesprächsinhalten, um Klarheit zu schaffen und den Gesprächsverlauf zu sichern. Am besten ist es Zusammenfassungen auf der Veränderung enden zu lassen.
Beispiele:

- „Wenn ich dich richtig verstehe, erlebst du im Betrieb Druck und in der Berufsschule Überforderung. Gleichzeitig möchtest du dich mehr einbringen.“

---

3. Change Talk und Sustain Talk

Change Talk (Veränderungsaussagen)
Aussagen des Klienten, die in Richtung Veränderung sprechen. Diese sind ein zentraler Wirkfaktor der MI.
Typische Formen:

- Wunsch: „Ich möchte meine Noten verbessern."
- Fähigkeit: „Ich könnte mehr lernen, wenn ich einen Plan hätte."
- Gründe: „Dann hätte ich weniger Stress in der Prüfung."
- Bedarf: „Ich muss etwas ändern, sonst schaffe ich die Ausbildung nicht."
- Verpflichtung: „Ich werde anfangen, mir Lernzeiten einzuteilen."

Ziel der Gesprächsführung ist es, Change Talk zu fördern und zu verstärken.

Sustain Talk (Beibehaltungsaussagen)
Aussagen, die für den Status quo sprechen und gegen Veränderung argumentieren.
Typische Formen:

- „Ich habe keine Zeit zum Lernen."
- „So schlimm ist es eigentlich nicht."
- „Ich bin nach der Arbeit zu müde."

Ziel ist es nicht, Sustain Talk zu bekämpfen, sondern ihn zu verstehen und ambivalent zu explorieren.

---

4. Die 4 Phasen der motivierenden Gesprächsführung (EFEP-Modell)

MI verläuft in vier flexiblen, nicht strikt linearen Phasen:

I. Engage (Einbinden)

Ziel: Aufbau einer tragfähigen Arbeitsbeziehung

- Fokus auf Vertrauen und Kontakt
- Grundlage für Offenheit und Zusammenarbeit
- Zentrale Frage: „Wie schaffen wir eine gute Gesprächsbasis?"

II. Focus (Fokussieren)

Ziel: Gemeinsame Zielrichtung entwickeln

- Eingrenzung relevanter Themen
- Priorisierung im Gespräch
- Zentrale Frage: „Worauf wollen wir uns konzentrieren?"

III. Evoke (Herausarbeiten von Motivation)

Ziel: Aktivierung von Change Talk

- Exploration von Ambivalenz
- Stärkung intrinsischer Motivation
- Zentrale Frage: „Warum könnte eine Veränderung für dich sinnvoll sein?“

IV. Plan (Planung)

Ziel: Konkretisierung der Veränderung

- Entwicklung realistischer Schritte
- Förderung von Verbindlichkeit und Selbstwirksamkeit
- Zentrale Frage: „Wie genau kannst du vorgehen?“

---

5. Zentrale Verbindung der Konzepte

- OARS bildet die kommunikative Grundlage aller Phasen
- Change Talk ist das zentrale Ziel der Evoke-Phase
- Sustain Talk ist ein natürlicher Bestandteil von Ambivalenz und wird nicht bekämpft, sondern reflektiert
- Die vier Phasen strukturieren den Gesprächsprozess, bleiben jedoch flexibel und iterativ

---

6. Kernaussage

Motivierende Gesprächsführung unterstützt Veränderung nicht durch Überzeugung, sondern durch das gezielte Herausarbeiten der eigenen Argumente des Klienten für Veränderung in einer respektvollen und partnerschaftlichen Gesprächsbeziehung.