

“This is your ride” statt “go hard, or go home”: motivationsförderliche Kommunikation in Gesundheitssportkursen

Julia Herb

Angaben zur Veröffentlichung / Publication details:

Herb, Julia. 2018. “‘This is your ride’ statt ‘go hard, or go home’: motivationsförderliche Kommunikation in Gesundheitssportkursen.” *Zeitschrift für Sportpsychologie* 25 (3): 130.
<https://doi.org/10.1026/1612-5010/a000241>.

Nutzungsbedingungen / Terms of use:

licgercopyright

Dieses Dokument wird unter folgenden Bedingungen zur Verfügung gestellt: / This document is made available under these conditions:

Deutsches Urheberrecht

Weitere Informationen finden Sie unter: / For more information see:

<https://www.uni-augsburg.de/de/organisation/bibliothek/publizieren-zitieren-archivieren/publiz/>



„This is your ride“ statt „go hard, or go home“

Motivationsförderliche Kommunikation in Gesundheitssportkursen

Trainer_innen von Gesundheitssportkursen leisten einen wichtigen Beitrag zur motivationalen Lage ihrer Teilnehmenden. Den Schlüssel zum Erfolg stellt ein Kommunikationsstil dar, der Teilnehmende darin fördert, sich als selbstbestimmt, kompetent und sozial eingebunden zu erleben¹. Wie wird ein solcher Kommunikationsstil in der Praxis umgesetzt? Welche Wirkung hat er auf die Teilnehmenden? Was sind Herausforderungen und was trägt zu einer gelingenden Umsetzung eines motivationsförderlichen Kommunikationsstils im Kontext hoch strukturierter Fitnessprogramme bei? Mit diesen Fragen befassten sich Hancox, Quested, Ntoumanis und Thøgersen-Ntoumani (2018) im Nachgang an eine theoriebasierte Schulung für Trainer_innen. Darin wurden Trainer_innen in der Anwendung motivationsförderlicher (motivationally adaptive) Kommunikationsstrategien geschult und für die Reduktion unangemessener (motivationally maladaptive) Strategien sensibilisiert.

Die Ergebnisse basieren auf semi-strukturierten Interviews mit $N = 13$ Trainer_innen und $N = 15$ Teilnehmenden sowie Tagebucheinträgen der Trainer_innen, in denen sie Gedanken zur Umsetzung der neu erlernten Strategien festhielten. Die Daten wurden anhand der Framework Methode aus zwei verschiedenen Blickwinkeln analysiert. Durch die theoretische Brille sollten deduktiv in der Selbstbestimmungstheorie der Motivation¹ postulierte Mechanismen aufgedeckt werden. Durch die praxiorientierte Brille wurden induktiv Herausforderungen sowie Gelingensbedingungen für die Implementierung eines motivationsförderlichen Kommunikationsstils identifiziert.

Alle zehn a-priori definierten motivationsförderlichen Strategien wurden in der Praxis angewendet, während kaum unangemessene Strategien registriert wurden. Die motivationsförderlichen Strategien beziehen sich darauf, Teilnehmende individuell zu begleiten (z.B. Wünsche und individuelle Ziele zu berücksichtigen) und das Training so zu strukturieren, dass eigene Ziele verfolgt und Anforderungen an die eigene Leistungsfähigkeit angepasst werden können („It's your ride“). Als unangemessen wurden demgegenüber Strategien beschrieben, die den direkten Vergleich mit anderen oder ein absolutes leistungsbezogenes Ziel in den Vordergrund stellen und die-

se absolute Zielfokussierung durch direktive Sprache unterstützen („Go hard, or go home“).

Vor allem das hoch strukturierte Trainingsumfeld sowie zeitliche Restriktionen erschwerten es, mit Teilnehmenden in persönlichen Kontakt zu treten. Selbst wenn die Rahmenbedingungen es zuließen, fiel es einigen Trainer_innen schwer, den ersten Schritt hin zu einer persönlichen Kommunikation zu gehen. Wenn aber das Eis gebrochen war, d.h. eine persönliche Beziehung zu Teilnehmer_innen aufgebaut werden konnte, wurde das als Voraussetzung für die effektive Umsetzung weiterer motivationsförderlicher Strategien wahrgenommen. Manche Trainer_innen formulierten Bedenken, dass das Training weniger effektiv werden könne, wenn die Teilnehmenden viele Entscheidungsmöglichkeiten bekämen und jeweils die weniger anstrengende Alternative auswählen würden. Sie sahen es als Herausforderung, alte Gewohnheiten (z.B. direktive Sprache, absolute Zielsetzungen) zu durchbrechen und motivationsförderliche Kommunikationsstrategien (z.B. Fragen nach individuellen Zielsetzungen) in der Praxis tatsächlich anzuwenden. Das in der Schulung aufgebaute theoretische Verständnis über motivationale Prozesse half den Trainer_innen jedoch, den Zweck der Kommunikationsstrategien zu erkennen und diese entsprechend nach und nach in der Praxis umzusetzen.

Sowohl aus theoretischer, als auch aus praktischer Perspektive liefert diese qualitative Studie interessante Erkenntnisse für die Gestaltung theoriebasierter Interventionsprogramme. Auf quantitativer Ebene bleibt zu prüfen, inwiefern einzelne Kommunikationsstrategien für die Vorhersage der motivationalen Lage geeignet sind.

Hancox, J. E., Quested, E., Ntoumanis, N. & Thøgersen-Ntoumani, C. (2017). Putting self-determination theory into practice: Application of adaptive motivational principles in the exercise domain. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 10(1), 75–91. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2017.1354059>

Julia Herb

Albert-Ludwigs-Universität Freiburg
Julia.Herb@sport.uni-freiburg.de

¹ Im Sinne der Selbstbestimmungstheorie der Motivation: Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The „What“ and „Why“ of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 11, 227–268.