

Coaching-Konzept

Juni 2009

Profil

- Studium der Allgemeinen Literaturwissenschaft, Philosophie und der Neueren Deutschen Literaturgeschichte
- mehrjährige journalistische Arbeit (Rheinische Post, WDR)
- seit 1994 Consultant Corporate Communications zunächst im Non-Profit-, dann im Profit-Bereich (unter anderem Siemens Mobile Acceleration, Siemens Mobile, Nuon Deutschland, Goodyear Reifen GmbH, Goodyear Dunlop Handelssysteme)
- Sechs Jahre in Leitungsfunktion

Profil - Zusatzausbildungen

- Kommunikationswirt (BDW)
- Werbekaufmann (IHK)
- Problemlösungs/Kreativitätstechniken (Dr. Wafi Al-Baghdadi)
- NLP-Practitioner (DVNLP)
- NLP-Mastercoach (DVNLP) in Ausbildung
- Systemischer Coach (SG) in Planung
- Hypno-Systemische Kommunikation (MEG) in Planung

Persönliche Voraussetzungen

- Ich widme mich dieser verantwortungsvollen Aufgabe
 - weil mich alle eigenen „Blessuren“, die mir das Leben schlug, lehren, dass Lernen und Entwicklung möglich sind
 - weil ich einschlägige Management-Erfahrung aus der Wirtschaft und dem Non-Profit-Sektor mitbringe
 - weil ich selbst aktiv und konstruktiv mit Wohl und Weh in Beruf und Leben umgehe
 - weil ich die Qualität meiner Arbeit durch kontinuierliche Weiterbildung und meinen eigenen Head-Coach sicherstelle

Wie ich zum Coaching kam

- Durch machtvolle Initialerfahrungen:
 - meine eigenen Wendepunkte im Leben
 - viel positives Feedback von Gesprächspartnern im professionellen Umfeld
 - wertvolles, kritisches Feedback
 - Ausbildung in Problemlösungs- und Kreativitätsprozessen
 - praktisches Ziele- und Ressourcen-Coaching
 - die Moderation von Change-Prozessen

Konkrete Angebote

- Orientierung bei der Positions- und Kursbestimmung im Lifespan
- Coping & Creating: Entwicklung von ressourcenorientierten Bewältigungsstrategien in schwierigen Lebensphasen (Life Events)
- Performance-Coaching: Befördert! Was nun?
- Karriere-Planung: Wohin fährt der Zug? Wer steuert ihn?
- Gründer-Coaching: Persönlichkeit, Markt und Marketing
- Verhandlungs-Coaching
- Kommunikation für Führungskräfte: „Top down“/„Buttom up“

Spezialkenntnisse

- Management von Kommunikationsprojekten
- personale Kommunikation
- Krisenkommunikation
- journalistische Textkompetenz
- literarische Textkompetenz
- Schreiben als Instrument des Coachings
- Feldkompetenz in Profit-Branchen Telekommunikation und Automotive
- Feldkompetenz im Non-Profit-Sektor (Arbeitsmarkt und Beschäftigungsförderung)

Meine Coaching-Varianten

- Ich arbeite zunächst in Form von Einzel-Coachings
 - Ziel ist hier die optimale Allokation persönlicher und professioneller Ressourcen,
 - die persönliche Strategiekklärung
 - die Identifikation möglicher anderer Handlungsoptionen
- Macht der Auftrag dies erforderlich, arbeite ich auch in Form von
 - Gruppen-Coachings und
 - Projekt-Coachings

Mein Coaching-Verständnis (1)

- Als Coach setze ich meine Ressourcen ein, um mit den (vorhandenen) Ressourcen meiner Klienten zu arbeiten
- stärke ich Ressourcen und entwickle sie weiter
- identifiziere ich gemeinsam mit meinen Klienten einschränkende Erkenntnis- und Handlungsmuster
- bin ich „Reiseleiter“ bei der Entdeckung alternativer Handlungsoptionen
- Sorge ich dafür, dass meine Klienten „ihre“ Lösung finden
- Grundlage dafür ist der konkrete berufliche oder persönliche Veränderungswunsch meiner Klienten

Mein Coaching-Verständnis (2)

- Als Coach
 - verschaffe ich meinen Klienten mehr Flexibilität, und damit Freiheit im Umgang mit „kritischen“ Personen, Situationen und Prozessen
 - ist mir die vertrauensvolle und vertrauliche Arbeitsbeziehung mit meinen Klienten wichtigstes Kapital
 - bin ich kein Consultant oder Therapeut, der etwas „besser“ weiß
 - bin ich Experte allein für den Prozess

Grenzen im Coaching

- Zunächst höre ich einfach nur aufmerksam zu, ohne Grenzen zu setzen – nichts Menschliches ist mir fremd
- Sollte ich im Coaching etwas entdecken, von dem ich weiß oder vermute, dass es unter die Kataloge von ICD-10 oder DCM-IV fällt,
 - bespreche ich diese Problematik mit meinem Klienten
 - erörtere ich die Situation – nach Absprache – mit meinem Head-Coach
 - und rate ggf. zu einem alternativen Vorgehen

Methoden

Arbeitsweise (1): Was geht, und was geht nicht?

- Fakten lassen sich nicht verändern, inneres Erleben schon
- Meine Interventionen zielen auf
 - Verständnis und Veränderung des inneren Erlebens
 - die Initialisierung eines neuen, veränderten Verhaltens
- Prinzip: So viel Problem wie nötig, so viel Lösung wie möglich!

Arbeitsweise (2): Ablauf eines Coachings

- Im Erstgespräch
 - kommt es zum gegenseitigen „Sympathie-Check“
 - erkunden wir gemeinsam den Themenspeicher
 - gewichten wir Themen
 - treffen wir Vereinbarungen zur weiteren Zusammenarbeit
- Im weiteren Verlauf
 - schließen sich möglicherweise mehrere Treffen an, in denen wir
 - Lösungen entwickeln, ihre Umsetzung erproben und weiter optimieren

Methoden-Repertoire (1) - Grundsätze

- Die Wahl meiner Methoden orientiert sich grundsätzlich
 - an dem konkreten Thema meines Klienten
 - an seinem Persönlichkeitstyp
 - an seiner aktuellen Verfassung „gerade jetzt“

Methoden-Repertoire (2) – Einzelcoachings

- Penetrance-Modell (Arbeit an Zielen)
- Modeling (Ressourcen gewinnen)
- Six-Step-Reframing (Lösung innerer Konflikte)
- Verhandlungs-Reframing (Lösung innerer Konflikte)
- Inneres Team (Beziehungskonflikte, kongruentes Verhalten)
- Tetralemma (Entscheidungskonflikte)
- Rekognitions-Heuristiken (Entscheidungen bei unzureichender Zeit und unzureichendem Wissen, Strategie)
- Walt-Disney-Modell (Entscheidungen auf sicherer Grundlage)

Methoden-Repertoire (3) - Team-Coachings

- Als Katalysator, Anreger und vielleicht sogar „Sinnstifter“
 - leite ich Teams an zu einer präzisen Problemstellung und
 - setze ich auf eine klare Zielformulierung, auf
 - gut strukturierte kreative Prozesse
 - und ökologische, anschlussfähige Lösungen

Methoden-Repertoire (4) – Team-Coachings

- Auftragsklärung
 - Was genau soll das Thema des Team-Coachings sein?
 - Welches genaue Ziel soll der Coaching-Prozess erreichen?
 - Über welche Kompetenzen verfügen die Mitglieder des Teams?
 - Welche Entscheidungsbefugnisse werden dem Team für den Prozess eingeräumt?
 - Welche inhaltlich-thematischen Grenzen sind zu beachten?
 - Inwieweit ist die Anschlussfähigkeit der Maßnahme an die übrigen Bereiche/Ziele des Unternehmens gewährleistet?
 - Hat das Team das Commitment zur Implementierung von Veränderungsmaßnahmen?

Methoden-Repertoire (5) – Team-Coachings

- Coaching-Prozess
 - Exploration des Themas, Relevanz, bisherige Lösungsansätze, Hindernisse, Betroffene, etc.
 - Optimierung von Wahrnehmungs- und Verhaltensmustern (Meta-Modell, kontrollierter Dialog)
 - Ideenfindung (6-3-5, Brainwriting, Reizwortanalyse, Metaplan)
 - Ideenbewertung (Gewichtung, Drei-Körbe-System, S.W.A.T.-Analyse, Entscheidungsbaum, etc.)
- Implementierung der Veränderungen
- Evaluation, evtl. Entwicklung weiterer Maßnahmen

Rahmenbedingungen

Rahmenbedingungen (1)

- Wichtig ist mir,
 - dass mein Klient selbst seinen Veränderungswunsch/sein Thema ins Coaching einbringt
 - dass das Coaching der eigene Wunsch meines Klienten ist (Geschäftskunden)
 - gegenseitige Sympathie, denn sie ist die Grundlage für Vertrauen
 - eine vertrauensvolle und vertrauliche Zusammenarbeit

Rahmenbedingungen (2): Termine/Orte

- Ein Coaching-Termin umfasst 1,5 Zeitstunden
- Ein Coaching-Prozess kann deutlich weniger als sechs bis acht Treffen umfassen, oder deutlich mehr
- Zwischen den Treffen stehe ich meinen Klienten nach Absprache auch telefonisch oder via E-Mail zur Verfügung
- Den Ort eines Coachings können meine Klienten selbst bestimmen (ungestörte Atmosphäre vorausgesetzt)
- Natürlich stelle ich auch selbst geeignete Räume zur Verfügung

Rahmenbedingungen (3) - Absprachen

- Ich selbst bin verbindlich in meinem Handeln und meinen Terminabsprachen
- Meine Klienten teilen diesen Anspruch auf Verbindlichkeit
- Im Coaching-Vertrag und evtl. zusätzlich vereinbarte Termine sind für beide Seiten verbindlich
- Sollte einer dieser Termine ausfallen, finden wir einen Ersatztermin
- Sollte seitens meines Klienten kein Ersatztermin gefunden werden, wird der dann ausgefallene Termin gleichwohl berechnet

Rahmenbedingungen (4) - Honorar

- Ökonomisch betrachtet, ist Coaching eine Dienstleistung
- Ich berechne für meine Leistung ein wohlüberlegtes Honorar
- „Wohlüberlegt“ heißt: meiner beruflichen Erfahrung marktüblich angepasst und
- für meine Klienten (Privatpersonen, Gruppen und Geschäftskunden) „bezahlbar“
- Mein Honorar für Geschäftskunden staffle ich nach Mitarbeitern, Führungskräften und Top-Executives

Haltung und Menschenbild

Mein Klienten-Bild

- Meine Klienten haben für sich bereits sehr viel gelernt und erreicht, auch wenn ihnen dies vielleicht noch nicht gänzlich bewusst ist
- Meine Klienten sind bereit, weiter an sich zu arbeiten
- Sie bringen bereits wichtige Ressourcen mit, die sie für eine Veränderung brauchen
- Auch ihr bisheriges, evtl. einschränkendes, Verhalten erfüllte einen Sinn, den es zu würdigen gilt

Meine Haltung (1)

- Ich weiß um die Verwechslungsgefahr von „Landkarte“ und „Landschaft“ und bin deshalb sehr aufmerksam
- Ich glaube, dass „Schwierigkeiten“ deshalb entstehen, weil gerade keine anderen Handlungsoptionen zur Verfügung stehen
- Flexibilität halte ich deshalb für das entscheidende Erfolgsmoment im Leben jedes Einzelnen –beruflich und privat

Meine Haltung (2)

- Es ist meine Aufgabe als Coach, Flexibilität zu fördern
- Ich bin überzeugt, dass unser Denken und Fühlen massiven Einfluss auf unser körperliches Wohlbefinden haben
- Für wichtig halte ich es deshalb, einschränkende Einstellungen zu identifizieren und zu verändern
- Das, was wir neu erproben, kann uns verändern und weiterhelfen
- Ich glaube an den Mut, den es braucht, sich auf Neues einzulassen und habe den größten Respekt vor meinen Klienten

Ende. Oder Anfang?