



Impressum

Verantwortlich im Sinne des Presserechts und des Telemediengesetzes:

Christopher Rauen GmbH
Rosenstraße 21
49424 Goldenstedt
Deutschland
Tel.: +49 4441 7818
Fax: +49 4441 7830
E-Mail: info@rauen.de
Internet: www.rauen.de

Vertretungsberechtigter Geschäftsführer:
Christopher Rauen
Registergericht: Amtsgericht Oldenburg
Registernummer: HRB 112101
USt-IdNr.: DE232403504

Inhaltlich Verantwortlicher für journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote gemäß § 55 Abs. 2 RStV: Christopher Rauen (cr) (Anschrift wie oben).

Inhaltlich Verantwortlicher für die Nachrichtenredaktion: Thomas Webers (tw) (Anschrift wie oben)
E-Mail: thomas.webers@rauen.de

www.coaching-report.de

Fakten, News und Hintergrundinformationen

www.coach-agentur.de

Die RAUEN-Coach-Agentur

www.coaching-magazin.de

Das moderne Magazin für die Coaching-Branche

www.coaching-videos.de

Das Coaching-Videoportal

www.coaching-lexikon.de

Freies Fachbegriffe-Lexikon

www.coach-kalender.de

Der Coaching-Veranstaltungskalender

www.coaching-literatur.de

Bücher und Literatur zum Coaching

www.coaching-tools.de

Methoden und Modelle für den Coach

www.coach-datenbank.de

Die Datenbank der Top-Coachs

www.coach-profile.de

Coachs mit professioneller Ausbildung

www.coaching-index.de

Coaching-Ausbildungs-Datenbank

www.coaching-anfragen.de

Ausschreibungen für Coachs und Ausbildungen

www.coaching-board.de

Das Diskussionsforum zum Thema Coaching

Der Coaching-Newsletter hat die
ISSN 1618-7725 (E-Mail-Ausgabe)
ISSN 1618-7733 (Archivausgabe)

Inhalt

1. Prinzipien im Coaching
2. In eigener Sache: Coaching-Magazin 2/2009 frei downloadbar
3. Coaching-News
4. Rezensionen von Coaching-Büchern
5. Neue Coachs in der Coach-Datenbank und den Coach-Profilen
6. Coaching-Ausbildungen im nächsten Monat

Dieser Newsletter geht an 28.459 Empfänger.

1. Prinzipien im Coaching

Von Christopher Rauen

Das Thema „Prinzipien im Coaching“ klingt häufig etwas abstrakt und lässt eine Ausführung mit wenig Praxisbezug vermuten. Genau das Gegenteil ist jedoch der Fall. Gerade in seinem „ethischen Grundgerüst“ demonstriert ein Coach Professionalität – oder eben auch nicht. Dies soll im Folgenden näher ausgeführt und erläutert werden.

Nicht selten gestalten sich ethische Grundsätze auf einem eher trivialen Niveau, welches zudem häufig in sich widersprüchlich ist. In ebenso zahlreichen wie weltfremden Ge- und Verboten wird dann aufgelistet, was von einer Person zu erwarten sein soll. Dies gilt auch für den Bereich „Coaching“.

Ethische Grundsätze sind jedoch mehr als eine Gebotsliste, der wahlweise nur ein „Übermensch“ oder ein Roboter gerecht würde. Wenn Sätze z.B. mit „Ein Coach wird jederzeit...“ beginnen, drückt sich darin weniger Integrität, als vielmehr ein Mangel situativer angemessener Flexibilität und die Unfähigkeit zum Perspektivenwechsel und eigenständigem Denken aus. Ethische Standards sind also keine „Dos and Don'ts“-Listen in denen fest verdrahtetes Verhalten vorgeschrieben wird. Derartige Listen sind nicht nur von geradezu kindlicher Naivität, sie sind wirklichkeitsfremd und funktionieren daher nicht sonderlich gut.

Natürlich benötigt eine funktionierende Welt Regeln. Solche Regeln sind jedoch selbst keine ethische Standards, sondern aus dahinter liegenden Standards abgeleitete Handlungsmaximen. Eine solche Verwechslung von Prinzip und Regel kann folgeschwer sein, weil sie reflektierendes Denken über Regeln unter dem „Deckmäntelchen“ der Moral tabuisiert.

Im Folgenden sollen nun einige ethische Standards im Coaching auf ihren Praxisbezug hin geprüft und erläutert werden, die der DBVC in seinem Kompendium „Leitlinien und Empfehlungen für die Entwicklung von Coaching als Profession“ veröffentlicht hat (<http://www.dbvc.de/cms/index.php?id=409>).

Der Mensch ist Teil seiner Lebenswelt

Sowohl der Coach als auch der Klient sind in einen Kontext eingebunden, der zu beachten ist. Dies hat für das Coaching erhebliche Auswirkungen. So sind z.B. eindimensionale Ziele eines Klienten nicht einfach vom Coach zu übernehmen, sondern bieten Anlass zu einer Überprüfung, inwieweit ein Ziel in die Lebenswelt eines Klienten eingebunden ist bzw. welche Probleme ein solches Ziel in der Umwelt provozieren könnte. Daraus folgert sich ferner, dass der Coach weder Erfüllungsgehilfe ist, noch dass er ein Erfolgsversprechen abgeben kann. Denn sowohl er selbst als auch sein Klient sind von Umgebungsfaktoren abhängig, die sich einer direkten Kontrolle durch den Coach entziehen.

Die Würde des Menschen ist unantastbar

Coach und Klient begegnen sich auf gleicher „Augenhöhe“ und respektieren sich gegenseitig, da der Coach als Experte für den Prozess und der Klient als Experte für die Inhalte gesehen wird. Diese respektvolle Achtung bedingt auch die Perspektive, den Klienten seine eigene Lösung finden zu lassen – und nicht erniedrigend eine Lösung zu verordnen. Ferner bildet der Aspekt der Würde des Menschen eine Grundlage für die Diskretion im Coaching, sowie für einen scham- und belehrungsfreien Raum.

Der Mensch ist ein dialogisches Wesen

Als dialogisches Wesen ist der Mensch auf Beziehungen zu anderen Menschen angewiesen („Der Mensch wird am Du zum Ich.“ - Martin Buber). Beziehung und Dialog sind wiederum Kernmerkmale des Coachings. Ein Dialog ist dann wertvoll, wenn er gegenseitigen Perspektivenwechsel und Erkenntnisgewinn zulässt und nicht durch (gegenseitige) Rechthaberei charakterisiert ist. Dialog bedeutet daher,

sich auf den Anderen einlassen zu wollen und zu können (was auch den Aspekt von Würde und Respekt beinhaltet). Eine gute Beziehung trägt dabei auch Dialoge, die nicht in einer gemeinsamen Vorstellung von Wahrheit münden, sondern unterschiedliche Perspektiven nebeneinander existieren lassen.

Der Mensch hat einen Wert jenseits seiner Funktionen

Auch wenn im Business Coaching häufig die Rolle und Funktion von Führungskräften im Mittelpunkt steht und sich Führungskräfte nicht selten über ihre Funktion definieren und Wert geben, hat ein professioneller Coach eine weitere Perspektive: Wer seinen Wert nur über seine Funktion bezieht, entwertet, entwürdigt und funktionalisiert sich als Mensch. Dies ist ein zu reflektierendes Selbstverständnis und die Hinterfragung eines solchen Menschenbildes ist immer wieder ein implizites Ziel anspruchsvoller Coaching-Prozesse. Denn eine funktionalisierte Selbstsicht hat nicht nur Einfluss auf den Umgang mit sich selbst, sondern auch auf den Umgang mit anderen (z.B. Mitarbeitern), was entsprechende (dysfunktionale!) Konsequenzen geradezu provoziert.

Der Mensch ist lebenslang offen für bisher nicht verwirklichte Lebensmöglichkeiten

Sicherlich kann nicht jeder Mensch alles im Leben erreichen, aber er hat lebenslang Optionen. Das bedeutet, dass es keine ausweglosen Situationen gibt und auch in späteren Lebensjahren Potenzialentfaltung möglich ist. Diese Entwicklungsmöglichkeiten können aktiv genutzt und durch Coaching gefördert werden, indem Möglichkeiten, Grenzen und unterschiedliche Perspektiven erkannt und ggf. umgesetzt werden. Die Entwicklung verläuft lebenslang, auch wenn nicht jede Entwicklung wunschgemäß verlaufen kann und wird und häufig genug das

Verarbeiten und Bewältigen anspruchsvoller Situationen Themen des Coachings sind.

Willensfreiheit: Der Mensch ist trotz aller Bedingtheit nicht determiniert

Menschen haben die Möglichkeit und die Fähigkeit, zu entscheiden. Auch und gerade im Business-Kontext können diese Entscheidungsprozesse von großer Bedeutung sein. Coaching kann helfen, typische Wahrnehmungs-, Bewertungs- und Entscheidungsmuster zu durchschauen. In der Konsequenz können so auf einem höheren Niveau Selbstbestimmungsprozesse etabliert werden – für sich und für andere. Dadurch werden Entscheidungen nicht fehlerfrei, aber in der Tendenz zumindest bewusster und ausgewogener.

Der Mensch ist nicht teilbares Leib-Seele-Geist-Subjekt

Die Einheit des Menschen zu berücksichtigen, bedeutet für den Coach, auch in Konstellationen fokussierter Zielsetzung eine Reduzierung des Menschen auf einen Teilaspekt zu vermeiden. Eine Trennung in „Materiell – Immateriell“ hat in diesem Zusammenhang nicht inhaltlichen, sondern rein formalen Charakter. Ohne Aufklärung kann dies leicht zu Missverständnissen führen: Der Leib-Seele-Dualismus war ursprünglich als rein didaktisches Modell gemeint und ist als inhaltliche Beschreibung bzw. „Wahrheit“ missverstanden worden. Eine inhaltliche Trennung ist aber weder sinnvoll noch wünschenswert und widerspricht zudem einer systemischen Grundhaltung.

Der Mensch ist prinzipiell mehr und etwas anderes als alle Zuschreibungen und Typisierungen

Typisierende Verfahren können sinnvoll sein, wenn sie als Trend oder Präferenz verstanden werden und nicht als Wahrheit oder Festlegung. Testverfahren ersetzen

keine Begegnung oder ernsthafte Auseinandersetzung mit dem Menschen als Individuum. Zuschreibungsverfahren können beim Strukturieren helfen, jedoch sollte die Struktur immer nur als ein Werkzeug, nicht als die Wahrheit missverstanden werden. Typisierungsverfahren sind daher nur eine von vielen denkbaren Perspektiven.

Arbeit ist existenzieller Teil des Lebens

Arbeit ist kein notwendiges Mühsal, sondern normaler Bestandteil von Selbstentwicklung und Potenzialentfaltung. Dennoch existieren zahlreiche Konstellationen, in denen Arbeit als negativer Prozess erlebt wird. Dies liegt jedoch nicht an der Arbeit, sondern i.d.R. an einer zu wenig menschengerechten Struktur, in der auch gearbeitet wird. Diese dysfunktionalen Strukturen können

verändert, verlassen oder ertragen werden. In allen Konstellationen kann Coaching Unterstützung geben, die jeweils notwendige, individuelle Balance zu finden.

Macht ist ein elementarer Bestandteil zwischenmenschlicher Beziehungen

Menschen organisieren sich in formellen und/oder informellen hierarchischen Strukturen, so dass Machtphänomene ein normaler Teil menschlichen Lebens sind. Macht beinhaltet idealerweise Verantwortung, wenn sie bewusst im Rahmen berechtigter Interessen eingesetzt wird. Coaching kann Bewusstmachungsprozesse fördern und Machtmissbrauch präventiv reflektieren. Ein Coach steht Machtphänomenen nicht kritisch, sondern bewusst gegenüber und weiß um die Sinnhaftigkeit der

Ausübung von Macht, aber auch um das Missbrauchspotenzial und die Notwendigkeit des bewussten Umgangs mit Macht. Wer Macht ausübt, wird durch diesen Prozess verändert, was häufig ein Korrektiv erfordert. Coaching kann ein solches Korrektiv sein, um dysfunktionale (Selbst-)Wahrnehmungsprozesse bewusst zu machen und zu verändern.

FAZIT: Für das Coaching gültige Grundsätze lassen sich auf anthropologische Prinzipien zurückführen. Handlungsentscheidend ist für den Coach nicht ein festes Regelwerk, sondern vielmehr die reflektierte und begründbare Auslegung dieser Prinzipien für die jeweilige Situation.

Weitere Informationen:

<http://www.dbvc.de/cms/index.php?id=409>

2. In eigener Sache: Coaching-Magazin 2/2009 frei downloadbar

Die im Mai 2009 erschienene Ausgabe Ausgabe des Coaching-Magazins kann ab sofort kostenlos als 64-seitige PDF-Datei heruntergeladen werden.

Die komplette Ausgabe des Coaching-Magazins ist im **Internet** frei verfügbar.

Inhalt der Ausgabe 2/2009

(Auszug):

- Coaching-Interview mit Dr. Christine Kaul
- Coaching als Navigationshilfe beim Networking

- Coaching in der N-ERGIE Aktiengesellschaft
- Coaching im internationalen Kontext – Erfahrungen und Einblicke
- Wie ein Image-Video für einen Coach entsteht
- Coaching-Tool: Audiovisuelles Feedback – Coaching on the job
- Wissenschaft: Das Coaching der Organisation
- Philosophie: Warum es im Coaching nicht nur um Erfolg, sondern auch um Moral und ein glückliches Leben geht
- Pro und Kontra: Online-Coaching

Der Gratis-Download der Ausgaben 1/2008, 2/2008, 3/2008 und 1/2009 ist unter www.coaching-magazin.de/download/ möglich. Auf diese Weise kann sich jeder Interessent davon überzeugen, ob ihm das Coaching-Magazin zusagt. Wir freuen uns, wenn der Gratis-Download Sie überzeugt und Sie das Magazin als Printheft abonnieren. Nicht obwohl es vier Wochen nach Erscheinen im Internet heruntergeladen werden kann, sondern vielleicht gerade deshalb.

Ausgabe 2009-06, Jg. 9

Das **Print-Abonnement** mit vier Ausgaben pro Jahr kostet:

- Innerhalb Deutschland: 49,80 € (EU + Schweiz: 59,80 €; Welt: 69,80 €)
- Studenten: 29,80 € (EU + Schweiz: 34,80 €; Welt: 39,80 €)
- Professional-Mitglieder RAUEN-Datenbank: 29,80 € (EU + Schweiz: 34,80 €)

(jeweils versandkostenfrei und inkl. 7% USt.)

www.coaching-magazin.de/abo.htm

Aktuell können Sie auch noch die Einzelhefte 3/2008, 1/2009 und 2/2009 bestellen.

Das Coaching-Magazin bietet dem Leser eine hochwertige Mixtur aus Szene-Informationen, Hintergründen, Konzepten, Portraits, Praxiserfahrungen, handfesten Tools und einem Schuss Humor. Dabei ist der Redaktion wichtig, inhaltlich auf das Coaching als professionelle Dienstleistung fokussiert zu sein und nicht schon jedes kleine Kunststückchen aus dem Kommunikationstraining in Verbindung mit modischen Lifestyle-Themen zum Coaching hochzustilisieren.



Ausgabe 2/2009

Weitere Informationen:

<http://www.coaching-magazin.de>

<http://www.coaching-magazin.de/download/>

3. Coaching-News

News Flexibel, fit, erfolgreich?

Kritische 3SAT-Sendung zum Massenphänomen Coaching: „Was die Therapie im 20. Jahrhundert war, ist heute das Coaching.“

Sehr kritisch fällt das Fazit des Filmbeitrags von Andrea Judith Maurer für die Sendung „Kulturzeit“ aus, die 3SAT gestern (26.5.09) ausstrahlte. Im Zentrum steht die Veranstaltung

„Coaching Convention“, die im April in Köln stattfand (wir berichteten: <http://www.coaching-report.de/news.php?id=581>). „Ob Highspeed-Coaching, Samurai-Impulse, oder Show-Coaching auf der Bühne - schnelle Lösungen sind gefragt. Auf Probleme wird hier nicht weiter eingegangen“, kommentiert die TV-Journalistin.

Als weitere kritische Stimmen kommen der Hallenser Soziologie-Professor Dr. Ulrich Bröckling (Coaching „ist die Ausweitung des Prinzips sportlicher Leistungen auf alle Lebensbereiche“) und Coaching-Nestor Dr. Wolfgang Looss („das Drama, dass sich die Coachs dem Business angedient haben“) zu Wort. (tw)

Weitere Informationen:

http://www.3sat.de/dynamic/sitegen/bin/sitegen.php?query_string=Coaching&days_published=365&scsrc=1

http://www.3sat.de/webtv/?090526_coach_kuz.rm

News Coaching in Zeiten der Krise

Welche Erfahrungen Coaches machen, zeigt eine kleine „wuw“-Befragung.

Die Zeitschrift „wirtschaft+weiterbildung“ nahm die Umfrage des Fortbildungs-Forum „CoachingWiese“ (wir berichteten) zum

Anlass, neun Coaches um deren Eindrücke zum Thema „Krise“ zu befragen. Die Meinungen sind recht individuell und differenziert, zeigen aber auch etliche Gemeinsamkeiten: Von der insgesamt steigenden Nachfrage (Gabriele Müller) über den geäußerten Wunsch nach kürzeren und

preiswerteren Coachings (Dr. Björn Migge), steigenden Erwartungen an den Coach (Uwe Böning) reicht das Spektrum bis hin zur Aussage, es sei in Krisenzeiten leichter geworden, Manager zu coachen, weil sie nun offener und lernbereiter geworden seien (Klaus Eidenschink). (tw)

Weitere Informationen:

<http://www.wirtschaftundweiterbildung.de>

<http://www.coaching-report.de/news.php?id=589>

News 7. Coaching-Umfrage Deutschland

Die Ergebnisse: Knapp 40 Prozent der Coaching-Aufträge gehen an in Coaching-Pools gelistete Coaches.

Seit dem Start im Jahr 2002 appelliert Jörg Middendorf (BCO - Büro für Coaching und Organisationsberatung) an die breite Unterstützung aller Coaches und Coaching-Verbände, um aktuelle aussagekräftige Ergebnisse zu bekommen. Ende 2008 stand daher die 7. Coaching-Umfrage Deutschland im Netz. Wie im Vorjahr wurde sie in Kooperation mit dem Deutschen Bundesverband Coaching (DBVC) durchgeführt. Die Zeitschrift „wirtschaft+weiterbildung“ (6/09) präsentiert nun die Ergebnis-

se der Studie, die auf der Befragung von 432 Teilnehmern beruht:

Der „statische Coach“ ist Mitte 40, verfügt über einen Universitätsabschluss und über mehr als zehn Jahre Berufserfahrung, bevor er Coach wurde, hat sowohl Management- wie auch Führungsverantwortung und erlernte sein Beratungshandwerk in einer umfassenden Coaching/Beratungs-Weiterbildung. Der Anteil der Berufsanfänger mit weniger als drei Jahren Berufserfahrung liegt mit sieben Prozent geringfügig höher als im Vorjahr.

Nahezu jeder zweite Coach ist in einem Coaching-Pool gelistet: Von den Coaches, die Angaben zu einer Pool-Zugehörigkeit gemacht haben,

waren 52 Prozent (180 Coaches) in keinem Pool gelistet, 47 Prozent (161 Coaches) gaben an, in einem Nutzer-Pool, also dem Pool eines Unternehmens, gelistet zu sein. 45 Prozent (156 Coaches) gehören einem Anbieter-Pool an - also einem Pool, der Coaches an Unternehmen vermittelt. Die Auswahl, wer in die Pools aufgenommen wird, wird sowohl bei Nutzer- als auch bei Anbieter-Pools professionell betrieben. Das durchschnittliche Stundenhonorar stieg von 155 Euro (2007) auf 157 Euro (2008); hierin zeichnet sich offensichtlich die Wirtschaftskrise ab. Die Bandbreite des Stundenhonorars schwankt zwischen 50 und 300 Euro. (tw)

Weitere Informationen:

<http://www.coaching-umfrage.de/ergebnisse.htm>

<http://www.wirtschaftundweiterbildung.de>

News Claus von Kutzschenbach neu im BDVT-Präsidium

47. BDVT Mitgliederversammlung und 15. BDVT Camp Ende Mai in Fulda.

Neben dem Präsidenten Holger Petersen (Wehrheim/Taunus) gehören dem Präsidium des BDVT nun an: Peter Krötenheerdt (Leipzig), Christa

Mesnaric (Weßling), Bernd Meurer (Gaildorf), Jutta Timmermanns (Wiebelsheim) und Claus von Kutzschenbach (Wiesbaden).

Der knapp sechzigjährige, studierte Diplom-Volkswirt von Kutzschenbach blickt nicht nur auf eine vierzigjährige journalistische Berufserfah-

rung zurück, er war ebenso langjährig im Management von Verlagen (Norman Rentrop, Th. Gabler) tätig. Mitte der 90er Jahre startete er seine Beratungs- und Trainingskarriere mit dem Slogan „Coach the Coach!“ – den er 2005 durch cvk-consulting ersetzte.

Ausgabe 2009-06, Jg. 9

Neue Schwerpunkte im BDVT sind die Kongressveranstaltung „experta“ (01.-02. März 2010), die sich gezielt an Personalentwickler wendet, und die Einführung einer virtuellen Messeplattform via Internet. Diese virtuelle Messehalle des BDVT soll bis zum Herbst installiert sein und darin

auch einzelnen Mitgliedern die Einrichtung virtueller Messestände für Kommunikation, Interaktion, einen eigenen Web-Cast und Training mit Kollegen und Kunden bieten.

Das zweitägige BDVT-Camp im Anschluss an die Mitgliederversammlung stand unter dem Motto „Hirn

und Herz, Kompetenz entfalten - Begeisterung wecken“. Knapp 90 Teilnehmende besuchten dabei weit mehr als ein Dutzend Vorträge und Workshops. (tw)

Weitere Informationen: <http://www.bdvt.de>

News „Tricky Coaching“

Erstes Coaching-Colloquium an der Berliner European School of Management and Technology (ESMT).

Unter dem Motto „Tricky Coaching: Dealing with difficult cases in leadership coaching“ veranstaltet das „Center for Leadership Development Research“ an der Berliner European School of Management and Technology (ESMT) erstmalig vom 11. bis 12. Dezember 2009 ein Coaching-Colloquium. Zielgruppe sind Lea-

dership-Coachs, HR-Praktiker, Weiterbildungsprofis, Berater und Wissenschaftler. Die ESMT kooperiert hierbei mit der französischen Business School INSEAD/Fontainebleau.

Den Teilnehmern wird ein Tag intensiven Lernens, des Austauschs und der Vernetzung sowie die Peer-Konsultation bei schwierigen Coaching-Fällen, kurzum ein Coaching-Laboratorium versprochen. Geplant ist zudem eine anschließende Buchpublikation über die Tagung.

Interessenten werden gebeten, ein kurzes Paper einzureichen, das einen aus ihrer Sicht schwierigen Fall beschreibt - nebst einer eigenen Lösungsvariante (Termin: 30. Juni; z.Hd. ESMT Program Manager Kate McCourt: coaching@esmt.org). Das Veranstalterteam wird diese einem Review- und Auswahlprozess unterziehen. Diesem gehören Professor Konstantin Korotov (ESMT), ESMT-Programm-Direktor Andreas Bernhardt sowie der INSEAD-Professor Manfred Kets de Vries an. (tw)

Weitere Informationen: http://www.esmt.org/fm/304/ESMT_Coaching_Colloquium_Save_the_Date.pdf
http://www.esmt.org/fm/304/ESMT_Coaching_Colloquium_Call_for_Papers.pdf

News Pferde-Coaching

ZDF-Sendung „Boss trifft Ross“ zeigt, wie Führungskräfte mit Pferden umgehen sollen.

Täglich guter Rat für alle Lebenslagen - das hat sich die „Volle Kanne“-Redaktion beim ZDF auf die Fahne geschrieben. Die morgendliche, unterhaltsame Servicesendung will, so die Selbstdarstellung, handfeste Informationen und nützliche Tipps für die großen und kleinen Herausforder-

ungen des Familienalltags liefern. In der Sendung vom 20. Januar 2009 ging es ums „Pferde-Coaching“.

Dabei sollen sich Führungskräfte mit dem Thema Führung am Medium Pferd auseinandersetzen. „Pferde sind die besseren Menschen“, behauptet Pferde-Coach Kerstin Kruse. „Weil sie in der Lage sind, miteinander im sozialen System wertschätzend umzugehen. Mit klarer Rang-

ordnung und sich gegenseitig Sicherheit gebend“. Kerstin Kruse bietet zusammen mit Anabel Schröder bei Bad Odesloe spezielle Seminare an – on site im Reitstall und anschließend bei Video-Feedback im Seminarraum. – „Pferde brauchen eine starke Hand – wie Mitarbeiter“, kommentiert der Sprecher auf dem Off. (tw)

Weitere Informationen: http://www.zdf.de/ZDFmediathek/content/Pferde-Coaching_Boss_trifft_Ross/674092

News Studie zum deutschen Coaching-Markt 2008/09

Universität Marburg: Empirische Befragung von Anbietern und Nachfragern zu Coaching-Dienstleistungen.

Die von Unsicherheit geprägte Verhandlungssituation zwischen Coachs und ihren Kunden vor Vertragsabschluss stand im Fokus der am Lehrstuhl für Technologie- und Innovationsmanagement der Philipps-Universität Marburg durchgeführten Befragung (wir berichteten <http://www.coaching-report.de/news.php?id=514>). Das Ziel der von Dezember 2008 bis Ende Februar 2009 laufenden explorativ-empirischen Online-Umfrage war, größere Transparenz auf dem deutschen Coaching-Markt zu schaffen. Eine Nacherhebung ist für 2010 projektiert.

Auf der Seite der Anbieter wurde eine möglichst breite Streuung der teilnehmenden Coachs in Deutschland erreicht und zwischen internen und externen Coachs unterschieden. Insgesamt konnten 758 Anbieter-Fragebögen ausgewertet und eine Fülle an Daten erhoben werden. Hier folgen die wesentlichen Ergebnisse zum Thema Marketing: Bewerben Coachs ihre Dienstleistung? Etwas mehr als die Hälfte (55%) der befragten Coachs tut dies. Die Werbeausgaben von Coachs lagen aber bei etwa der Hälfte der Coachs in den letzten drei Jahren bei maximal 5.000 EUR – mit klar erkennbarem Trend, zunehmend mehr (bis 10.000 EUR) auszugeben (25% in 2006, 38% in 2008). Lediglich 21 Prozent der befragten Coachs arbeiten mit Marketing-Dienstleistern zusammen. Mit 62 Prozent sind „Trainerplattformen“ dabei der meistgenutzte Kooperationspartner. Zu den wichtigsten Instrumenten, mit deren Hilfe Coachs in der Alltagspraxis Marketing betreiben, zählen eine eigene „Homepage“ (94%), die „Pflege von Netzwerken“ (81%) sowie die „per-

sönliche Ansprache potenzieller Kunden“ (77%).

Was stellen die Coachs in den Vordergrund ihrer Werbung? Primär sind das „Qualifikationen, Ausbildung und Kompetenzen“ (43%). Darunter insbesondere – soweit vorhanden – die eigene „spezifische Coaching-/Beraterausbildung“, denn diese wird von Kunden offenbar als sehr wichtig (54%) oder wichtig (29%) eingestuft. „Berufliche Erfahrungen“ bei der Eigenwerbung darzustellen, rangiert an zweiter Stelle (30%). Dies bewerten Kunden aus Sicht der Coachs als sehr wichtig (72%) oder wichtig (21%). Als drittwichtigsten Punkt (24%) rücken die Coachs „Schwerpunkte, Spezialisierung, USP“ in den Vordergrund ihrer Werbung, obwohl das nach ihrer eigenen Aussage bei der Auftragsvergabe nur eine untergeordnete Rolle (18%) spielt. „Eigene Führungserfahrung“, das vierthäufigste Werbeargument stellen hingegen lediglich 14 Prozent der Coachs explizit in den Vordergrund, obwohl es nach eigenen Angaben von 43% der Kunden als sehr wichtig und von 39% der Kunden als wichtig bezeichnet wird.

Was entfaltet die nachhaltigste Wirkung? Hier wurde an erster Stelle (86%) die „Fachbuchautorenschaft“ genannt. Sie soll die Auftragszahlen der befragten Coachs mindestens um 25, maximal um 300 Prozent erhöht haben. Durch Artikelveröffentlichungen, Platz 4 der Maßnahmenliste, erhöhten sich die Auftragszahlen der Coachs durchschnittlich lediglich um 13 Prozent. Öfter wurden die Merkmale Spezialisierung (Rang 2) und gezielte Ansprache (Rang 3) genannt. Durch „Spezialisierung“ erhielten Coachs durchschnittlich 72 Prozent mehr Aufträge. Die gezielte Ansprache („Warm-Akquise“) bewirkt im Durchschnitt 70 Prozent mehr Aufträge.

Auf der Seite der Nachfrager wurden HR-Manager, Personalentwickler

und Geschäftsführer aus möglichst vielen unterschiedlichen Branchen befragt, die für die Auswahl von Coachs in ihren jeweiligen Unternehmen verantwortlich sind. Hier konnten 125 Nachfrager-Fragebögen ausgewertet werden. Auch hier folgen aus der Fülle der Daten die wesentlichen Ergebnisse zum Thema Marketing:

Wer entscheidet? Mit 26 Prozent stellen Geschäftsführer die größte Gruppe der Entscheider über den Coaching-Einsatz dar, gefolgt von der Personalentwicklung (18%) und der Linienführungskraft (16%). Mit Abstand scheinen die meisten Kunden über den „Austausch mit Kollegen“ auf Coaching aufmerksam geworden zu sein (28%). Immerhin zwei Drittel aller Coaching-Kunden waren mit der Dienstleistung Coaching zufrieden.

Suchprozess: In der Anbahnungsphase werden die meisten Kunden (58%) durch „Empfehlungen, Mund-zu-Mund-Kommunikation sowie Meinungen aus dem persönlichen und beruflichen Netzwerk“ auf Coachs aufmerksam. Weit abgeschlagen folgt an zweiter Stelle (17%) die „gezielte Suche im Internet“.

Auswahlkriterien: An erster Stelle (34%) werden „Referenzen“ genannt. Weitere, deutlich weniger häufig genannte Entscheidungskriterien sind die „Schwerpunkt Kompetenzen des Coachs“ (18%) sowie „Ausbildung und Erfahrung“ des Coachs (17%).

Auswahlmethoden: Hier spiegelt sich offenbar die weitverbreitete Unkenntnis bis Hilflosigkeit der Auswähler, die man auch aus anderen Auswahl-situationen kennt. Mit 22 Prozent bilden klassische „Auswahlgespräche“ die größte Unterkategorie. Es folge weitere „Bauchgefühl“-Kriterien wie der „persönliche Fit zwischen Coach und Coachee“ (17%) als auch ein „Fit des Coachs zur Unternehmensphilosophie bzw. -kultur“ (12%).

Coaching-Pool: Knapp die Hälfte der befragten Kunden (47%) gab an, bei der Rekrutierung von Coachs auf ei-

nen festen Coaching-Pool zurückzugreifen. Dieser hat in der Mehrzahl

(65%) keinen größeren Umfang als zehn Coachs. (tw)

Weitere Informationen: <http://www.uni-marburg.de/fb02/bwl01/aktuelles/downloads>

News Deutscher Coaching-Preis 2010

DBVC schreibt erneut den Deutschen Coaching-Preis aus.

Der mit großer Resonanz 2008 zum ersten Mal vergebene Deutsche Coaching-Preis 2008 (<http://www.dbvc.de/cms/index.php?id=394>) wird nun im kommenden Jahr erneut ausgeschrieben. Der Preis wird in zwei Kategorien vergeben:

Der Wissenschaftspreis geht an Personen, die einer Hochschule oder einer hochschulnahen Forschungseinrichtung angehören und sich durch hervorragende wissenschaftliche Leistungen für den Preis empfehlen.

Der Preis in der Kategorie „Organisationen“ würdigt Personalverantwortliche und Unternehmensvertreter, die sich durch innovative und er-

folgreiche Formen der Implementierung von Coaching-Programmen in Organisationen hervor getan haben. Interessenten können sich jetzt schon unter deutscher-coachingpreis@dbvc.de registrieren lassen. Die detaillierten Teilnahmebedingungen werden Ende 2009 bekannt gegeben. (tw)

Weitere Informationen: <http://www.dbvc.de>

News Sind psychologisch ausgebildete Coachs besser?

Studie an der University of Minnesota: Eher geringe Unterschiede.

Immer wieder wird eine fundierte psychologische Ausbildung für Coachs gefordert. Ein Autorenteam rund um Joyce Bono von der University of Minnesota hat aktuell die Methoden und Kompetenzen von

Coachs analysiert. Ihre Studie wurde in der Fachzeitschrift *Personnel Psychology* (2/2009) veröffentlicht.

Insgesamt befragten sie 428 Executive Coachs und ermittelten die Unterschiede zwischen Coachs mit (172 Psychologen) und ohne psychologische Ausbildung (256 Nichtpsychologen). Zunächst fiel auf,

dass es eine Vielfalt in der Coaching-Praxis gibt. Die Unterschiede zwischen verschiedenen psychologischen Richtungen sind genauso groß, wie die Unterschiede zwischen psychologischen und nichtpsychologischen Coachs. Insgesamt sind die Unterschiede zwischen coachenden Psychologen und Nichtpsychologen, aber eher klein. (tw)

Weitere Informationen: <http://www.wiley.com/bw/journal.asp?ref=0031-5826>

News Die Badischen Coachingtage 2009

Zweitägige Veranstaltung im September in Offenburg.

Nachdem der 1. Badische Coachintag im vergangenen Jahr mit großem Erfolg durchgeführt wurde, geht die Fachtagung nun in die zweite

Runde. Ermuntert durch die durchwegs positive Resonanz der Besucher haben die Veranstalter beschlossen, die Veranstaltung in diesem Jahr auf zwei Tage - am 25. und 26. September 2009 in Offenburg - auszubauen.

Wie bereits im vergangenen Jahr wendet sich der erste Veranstaltungstag, „Der 2. Badische Coachingtag“, am 25. September 2009 an das Fachpublikum. Coachs und alle interessierten Fachexperten (In-

haber, Führungskräfte, OE/PE-ler) können sich in unterschiedlichen und aufschlussreichen Workshops zu folgenden Themen informieren:

- Coaching als Brücke zwischen Personal- und Organisationsentwicklung
- Aufbau und Implementierung eines Coaching-Pools
- Coaching in Krisenzeiten
- Co-Produktion im Coaching
- Coaching von Frauen in Führungspositionen

Im Anschluss an den zweiten Badischen Coachingtag findet dieses

Jahr erstmalig ein launchiges „Get together“ mit einer anschließenden fetzigen „Coaching-Party“ statt.

Anlässlich der aktuellen wirtschaftlichen Situation und den daraus resultierenden Folgen von Konjunkturschwäche, Rationalisierungsmaßnahmen, Stellenabbau usw. setzt der zweite Veranstaltungstag am 26. September den Fokus auf: „Coaching in der Wirtschaftskrise - Neuorientierung durch individuelle Coachingkonzepte“.

Unter dem Motto: „Managers meets Coaches“ wird an diesem Tag den Informations-Bedürfnissen speziell auch von Inhabern, Führungskräften und Fachexpertinnen Rechnung getragen. Professionelle Coaches und Experten werden auf einem „Coaching-Marktplatz“ allen Teilnehmern detailliert Rede und Antwort stehen. Daneben finden in einem separaten Raum Fachvorträge statt. (tw)

Weitere Informationen: <http://www.badischer-coachingtag.de>

News Das Tabu Macht

Interview mit Christine Bauer-Jelinek im Online-Magazin „changeX“.

Die österreichische Wirtschaftscoach Christine Bauer-Jelinek hat einen Bestseller geschrieben. Ihr Buch „Die helle und die dunkle Seite der

Macht“ ist soeben in der elften, komplett überarbeiteten Neuauflage erschienen. Anlass für Winfried Kretschmer, Chefredakteur bei changeX, ein Interview mit ihr zu führen.

Bauer-Jelinek plädiert darin für einen reflektierten Umgang mit Macht.

Denn Macht zu haben bedeute auch, Verantwortung zu übernehmen. Machtkompetenz ist für sie – und das legt sich ausführlich dar – ein Bestandteil von Führungsstärke. (tw)

Weitere Informationen: http://www.changeX.de/d_a03250.html

News Klienten-Befragung

ICF: Hohe Kundenzufriedenheit bei Coaching-Klienten. – Und weitere überraschende Details.

83 Prozent der rund 2.200 Coaching-Kunden, die die International Coach Federation (ICF) befragt hatte, gaben an, mit den bisher erhaltenen Coachings sehr zufrieden zu sein. „Fast alle – 96 Prozent – würden unter den gleichen Umständen wieder genau dieselben Coachings

buchen“, meldet die Zeitschrift managerSeminare in ihrer Ausgabe (7/09). Als Coaching-Anlass nannten die Kunden:

- Steigerung des Selbstvertrauens und der Selbstachtung (41%)
- Steigerung der Work-Life-Balance (36%)
- Verbesserung der Karrierechancen (28%)

Marius Hansa, der 1. Vorsitzende des ICF Deutschland, relativiert die Umfrage-Ergebnisse: Sein Blick auf die Nationalitäten der Teilnehmer zeigt: Über die Hälfte kommt aus Nordamerika. Dort ist Life-Coaching dominierend. Knapp zwei Drittel der Umfrageteilnehmer sind Frauen. So erklärt sich auch, dass die Befragten im Schnitt fast ebenso häufig Telefon- wie persönliches Coaching durchgeführt haben. (tw)

Weitere Informationen: <http://www.managerseminare.de/managerSeminare/Archiv/News?urlID=180637>
<http://www.coachfederation.de>

News Hilft psychodynamisches Coaching gegen den Vertrauensverlust?

Veranstaltung an der Frankfurter Goethe-Universität.

„Die Entwicklung im Finanz- oder Bankensektor hat den Begriff der ‚Krise‘ im vergangenen Jahr deutlich in den Vordergrund gerückt. Der Kern der Krise ist eine Zerstörung des Vertrauens im Kontakt zwischen Menschen und Organisationen. Dieser schon seit langem schleichende Prozess des Verlusts an gegenseitigem Vertrauen ist Ausdruck einer vom Soziologen Giddens so bezeichneten „disembeddedness“, mit der deutlich wird, wie wenig Menschen mit ihren Lebensbedingungen, auf die sie gleichwohl angewiesen sind, noch in Kontakt sind und daher auch mit ihnen nicht vertraut sind. Die pervertierte Form des Umgangs mit Beziehungen im ökonomi-

schen und gesellschaftlichen Zusammenhang hat sich nun zugespitzt, sie befindet sich in einer grundlegenden Krise.“

Dergestalt pathetisch und programmatisch laden die Veranstalter, Ullrich Beumer vom Kölner inscape - Institut für Organisationsberatung, Coaching und Training, Prof. Dr. Dr. Rolf Haubl vom Frankfurter Sigmund-Freud-Institut in Zusammenarbeit mit weiteren, u.a. der Kölner Deutschen Gesellschaft für Supervision (DGSv) vom 3. bis 5. Juli zum Kongress „Krise und Bewährung“ an die Frankfurter Johann-Wolfgang-Goethe-Universität.

„In Krisenzeiten ist es sinnvoll, sich Unterstützung und Gespräche mit vertrauten bzw. vertrauenswürdigen

Personen zu holen“, so die Veranstalter. Und dabei spielt „das Konzept der Bewährung eine bedeutende Rolle: Die Strafe auf Bewährung bildet im juristischen Bereich ein wichtiges Instrument, um die Krise, die sich in der Straftat zugespitzt hat, als Warnung zu nutzen.“

Unter anderem wird es am 5. Juli eine „English Debate“ geben unter dem Motto: Was hilft besser in dieser Krise – Psychodynamisches Coaching oder Supervision? Es streiten für „Supervision hilft!“ Dr. Brigitte Hausinger (Kassel) und Professor Dr. Dr. Rolf Haubl (Frankfurt) und für „Coaching hilft!“ Dr. Bettina Daser (Frankfurt) und Ullrich Beumer (Köln). (tw)

Weitere Informationen:

<http://www.inscape-international.de/prospekt-kongress09.pdf>

4. Rezensionen von Coaching-Büchern



Wisemann, Mathis (2006).
Wirksames Coaching. Eine Anleitung.

Bern: Huber.

ISBN: 978-3-456-84384-1

256 S.; 26,95 €

<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3456843844/cr>

Rezension von Petra Jagow

Das ist ein gutes Buch für Coachs – wissenschaftlich fundiert, gut strukturiert und sinnvoll aufgebaut. Seine beste Qualität macht dabei aus, dass es beim Lesen den Coach selbst wie im Rahmen eines Coaching-Prozesses Schritt für Schritt durch Themen, Aufgabenstellungen und lösungsorientierte Ansatzmöglichkeiten führt.

Damit kann sich auch jeder andere interessierte Leser ein umfassendes Bild vom Coaching als ziel- und damit erfolgsorientiertem Beratungsangebot machen. Den größten Gewinn wird dabei jedoch jemand haben, der bereits in Ansätzen über eigene Erfahrungen als Coach verfügt. Wer schon länger in diesem Feld arbeitet, der bekommt nochmals eine Fundierung und Reflexion bestimmter, bereits selbstverständlich gewordener Vorgehensweisen geboten.

Anders als in vielen anderen Werken verschwendet der Autor hier keine Zeit mit überzogener Selbstdarstellung oder der Lobpreisung allein selig machender Methoden. Es geht ihm sehr konsequent um die Präsentation eines funktionierenden Beratungsangebotes, mit dem der Klient aus der individuellen Ausgangslage heraus Ziele definieren und im Anschluss auch konkret erreichen kann.

Jeder der einzelnen Punkte wird zunächst bezüglich seiner Relevanz nachvollziehbar erläutert, darauf folgt eine Sichtung der vorhandenen wissenschaftlichen Grundlagen und sonstiger Forschung. Deren Ergebnisse werden ob ihrer Brauchbarkeit und Praktikabilität für das Coaching überprüft und – falls plausibel – modellhaft dargestellt. Auch wer kein Freund von schematischen Schaubildern ist, kann so auf einen Blick erfassen, welche Aspekte wie miteinander in Bezug gesetzt wurden. Somit einmal aufgegriffen und verankert, folgt eine Anreicherung mit gelegentlich eingestreuten Praxisbeispielen ergänzt durch methodische Instrumente für bestimmte Aspekte im laufenden Prozess. Relevante und nochmals verdichtete Informationen finden sich in grau hinterlegten Kästen extra ausgerückt, was beim schnellen Nachschlagen bei der Orientierung sicher hilfreich sein dürfte.

Selbst wer aus einer speziellen Schule, Richtung oder Ausbildung kommt, findet hier an denselben Stellen strukturell verwandte Hinweise. In der Intensivberatung spricht man von „Zuspitzung“, wenn etwas so verdichtet und extremisiert werden soll, dass darüber etwas schwer Zugängliches deutlich werden kann. Hier wird Ähnliches vorgeschlagen: z. B. bei der Anwendung von „Trauerreden zur eigenen Beerdigung“. Wer darf und soll dort reden? Und was möchte man über sich gesagt

wissen? Eine notwendige und hilfreiche Zuspitzung bei Themen wie „Ziele für das eigene Leben“, was damit bereits zu den äußerst anspruchsvollen Fragestellungen im Coaching gezählt werden darf.

Auch die Abfolge der Kapitel von „Begründung des Coachings nach Wirkfaktoren, Unterscheidung von Klärung und Problembewältigung, Ressourcenorientierung, Bedürfnisorientierung ...“ bis hin zu „Coaching zur Führung der eigenen Person, Methoden im Coaching und Ablauf eines Coaching-Prozesses“ mit zusammenfassender Funktion und zusätzlich operativ-organisatorisch sinnvollen Details wirkt reiflich überlegt und baut Zug um Zug schlüssig aufeinander auf. So kommen wirklich alle möglichen Themen vor – mit stetig steigendem Schwierigkeitsgrad.

Insgesamt also eine durchgängig positive Rezension, was viel über den Autor und sein profundes Fachwissen sowie seine Bereitschaft zur verständlichen Vermittlung desselben aussagt. Dass es von der Tonality her leider etwas trocken bleibt, liegt am Gegenstand, der allerdings angemessen und anspruchsvoll aufbereitet wurde.

So ist die einzige Stelle, die wirklich zum Schmunzeln einlädt, ein Zitat ganz zu Beginn bezüglich der wissenschaftlichen Argumentation jenseits von Zielgruppen-Befragungen: „... haben Coachs einfach nach ihrer Meinung gefragt. In Abwandlung eines verbreiteten Sprichwortes kann man darauf verweisen, dass wenn man die Frösche befragt, wie eine schöne Landschaft aussieht, dabei immer ein Sumpf herauskommt.“

Petra Jagow
personality coaching, Köln
<http://www.petra-jagow.de>



Ryba, Alica (2008).
Integratives Coaching. Implikationen der Allgemeinen Psychotherapie für die Professionalisierung des Coachings.

Saarbrücken: VDM.

ISBN: 978-3-8364-3472-0

104 S.; 49,00 €

<http://www.amazon.de/exec/obido/ASIN/3836434725/cr>

Rezension von Thomas Webers

Die Wirksamkeit von Coaching konnte bereits in einigen empirischen Studien belegt werden, so dass die Legitimation von Coaching nicht mehr ernsthaft angezweifelt werden kann. Kritiker verweisen nun aber darauf, dass sich Coaches doch an verschiedenen Psychotherapieschulen orientieren. Und das wirft nun wiederum die Frage auf: Ist die eine oder andere Schule vielleicht wirksamer als die andere?

Nicht die Therapieschule als Ganzes ist entscheidend, argumentieren etliche Forscher: Die unterschiedlichen Therapierichtungen ergänzen einander wechselseitig. Deshalb sollte der therapeutische Prozess innerhalb der einzelnen Sitzungen an die Besonderheiten des Patienten angepasst werden. Diese Vorgehensweise wird als „eklektisch“, also als auswählend, bezeichnet. Die Mehrzahl der Coaches geht offenbar eklek-

tisch vor und greift auf eine Fülle von Interventionsmethoden zurück. Von Heß & Roth (2001) wird der Methodenpluralismus sogar als ein Qualitätsmerkmal für Coaching identifiziert.

Doch Kritiker dieser Anschauung werfen den Coaches ein konzeptloses Herausnehmen und Vermischen unterschiedlicher Techniken vor, dem weder ein theoretischer Hintergrund noch ein eindeutiges Menschenbild zugrunde liegt. Coaching bedarf also einer therapieschulübergreifenden Veränderungstheorie, also einer Metatheorie. Diese sollte alle relevanten wissenschaftlichen Befunde integrieren, um die Wirkungsweise von Coaching zu erklären und die Anwendung von Interventionen in einen Sinnzusammenhang stellen zu können.

Das Buch der Autorin, das offenbar eine Diplomarbeit darstellt, wurde vor Erscheinen des diesbezüglich bahnbrechenden Werks von Siegfried Greif „Coaching und ergebnisorientierte Selbstreflexion“ (2008) abgeschlossen. Sie bezieht sich auf die bis dahin stärkste Veröffentlichung zum Thema Evaluation von Hansjörg Künzli (2005) und schlägt als angemessene Metatheorie die „Allgemeine Psychotherapie“ von Klaus Grawe (1995; 2000; 2004) vor.

Die beiden Schwerpunkte des vorliegenden Buchs bilden daher die Grundlagen des Coaching und die Allgemeine Psychotherapie. In den anschließenden Kapiteln werden die Implikationen der Allgemeinen Psychotherapie für die Professionalisierung des Coaching kurz herausgearbeitet und diskutiert.

Im Rahmen seiner Metaanalyse hat Grawe vier therapeutische Wirkfaktoren induktiv aus den Wirkungen der einzelnen Therapieschulen abgeleitet, die als empirisch gesicherte Bestandteile einer allgemeinen psychotherapeutischen Veränderungs-

theorie gelten: Ressourcenaktivierung – also der Ansatz an den positiven Eigenarten, Möglichkeiten, Motivationen und Fähigkeiten eines Individuums, Problemaktualisierung – Probleme die verändert werden sollen, müssen in der Therapie real erlebt werden, Problembewältigung – die aktive Unterstützung des Patienten bei der Lösung seines Problems, und die Motivationale Klärung – Patienten müssen sich über die Bedeutungen ihres Erlebens und Verhaltens im Hinblick auf ihre Ziele und Werte sowie der damit zusammenhängenden Konflikte klarer werden.

In den vier Wirkfaktoren sieht Grawe zwei sich jeweils ergänzende Perspektiven. Ein Patient hat sowohl Ressourcen, als auch problematische Seiten. Er kann darüber hinaus klärungs- und/oder bewältigungsmotiviert sein. Die Psychotherapie fokussiert sich stark auf die Probleme des Patienten. Es lässt sich jedoch empirisch und theoretisch begründen, dass für die inhaltliche Therapieplanung, d.h. für die Bestimmung dessen, was verändert werden soll, die Problemperspektive einzunehmen ist. Für die Frage, wie die Probleme am besten verändert werden können, also die prozessuale Therapieplanung, ist die Ressourcenperspektive allerdings besser geeignet. Auch sollten die Klärungs- und Bewältigungsperspektive nicht als Entweder-Oder, sondern ebenfalls als ein Sowohl-als-auch betrachtet werden und sich im Therapieprozess abwechseln. Um alle wirkungsrelevanten Aspekte des Therapiegeschehens in einem konsistenten Modell ordnen und zueinander in Beziehung setzen zu können, hat Grawe im Laufe der Zeit drei Systematiken und ein Konsistenztheoretisches Modell des psychischen Funktionierens entwickelt.

Ziel seiner „Allgemeinen Psychotherapie“ ist es, dem Patienten ein maßgeschneidertes Therapieangebot zu bieten, welches das gesamte Spektrum therapeutischer Möglich-

keiten vor dem Hintergrund eines fallspezifischen Begründungszusammenhangs systematisch berücksichtigt. Idealerweise wird der eigentlichen Therapie ein Abklärungsprozess vorgeschaltet, in dem die für den Patienten optimale Therapie, die Zielsetzung, das Vorgehen, die Erwartungen des Patienten, die Person der Therapeutin und gegebenenfalls sogar die Institution, welche die Untersuchung durchführt, ermittelt wird. Diese Abklärung grenzt er von der Therapie klar ab.

Die bezüglich der Allgemeinen Psychotherapie geführte Kontroverse, Grawe selbst ist inzwischen verstorben, hält an. Insbesondere wird ihr vorgeworfen, sie sei zu komplex und in der Praxis kaum durchführbar. Ryba stellt nun, nachdem sie Grawes Konzeption lang und breit dargestellt hat, fest, dass der gegenwärtigen Konzeption der Allgemeinen Psychotherapie einige Elemente für das Coaching entnommen, und darüber hinaus aus ihr zahlreiche Anregungen abgeleitet werden können. Doch ihr Fazit bleibt knapp und ambivalent. Die Einführung eines dem Coaching vorgeschalteten Abklärungsprozesses und die Arbeit mit Fallkonzeptionen erachtet sie als problematisch und aufwändig, die Spezialisierung von Coaches auf bestimmte Störungen sowie die Einführung kontinuierlicher Qualitätskontrollen sieht sie dagegen prinzipiell als machbar an.

Doch damit belässt die Autorin es. Eine Fortführung, Operationalisierung oder empirische Umsetzung folgt nicht. Die Ergebnisse haben damit eher einen „akademischen“ Wert. Die Praktiker erhalten kaum verwertbare Anregungen zur Umsetzung. Schade eigentlich. Spannend könnte es nämlich im Anschluss werden. So wird beispielsweise der dem Coaching vorgeschalteten Abklärungsprozess in etlichen Coaching-Pools offenbar schon praktiziert, das und anderes hätte man würdigen können oder konkrete Set-

tings ableiten und empirisch testen können. Da bleibt nur zu hoffen, dass sich andere Studenten in ihren Abschlussarbeiten hier irgendwann anhängen und den Faden weiter spinnen. Ansonsten besteht der Mehrwert dieses Buchs darin, die Allgemeine Psychotherapie auf überschaubarem Raum zusammengefasst zu haben. Ob das aber den Kaufpreis aufwiegt?

Thomas Webers
Redaktion Coaching-Report, Bonn
thomas.webers@rauen.de



Galdynski, Karolina & Kühl, Stefan (Hrsg.) (2009).
Black-Box Beratung? Empirische Studien zu Coaching und Supervision.
Wiesbaden: VS.
ISBN: 978-3-531-16292-8
260 S.; 39,90 €
<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3531162926/cr>

Rezension von Thomas Webers
Was findet in Coaching- und Supervisionssitzungen statt? Dieser Sammelband hat es sich zur Aufgabe gemacht, Licht ins Dunkel der „Black Box Beratung“ zu bringen. Wer denkt da nicht an die Aufklärung, an den Ausgang des Menschen aus seiner selbstverschulde-

ten Unmündigkeit (Kant)? Oder an die „kognitive Wende“ in der Psychologie, die den klassischen Behaviorismus überwandt und der Black Box mit der Organismusvariablen zu Leibe rückte... Denn es ist ja nicht so, als ob es nicht schon empirische Studien zu Coaching und Supervision geben würde: Hier wären beispielsweise die von Hansjörg Künzli (2005; 2009) oder das bahnbrechende Werk von Siegfried Greif (2008) zu nennen. Alles psychologische Arbeiten, aber es fehlte bislang noch ein soziologisches Pendant.

Das zu liefern hat Stefan Kühl, der Bielefelder Soziologie-Professor, ein Lehrforschungsprojekt aufgesetzt. Kernelement dessen war die Analyse von Beratungsgesprächen. Man wollte „verborgene, latente Strukturen in den Beratungs-Settings“ rekonstruieren, um „genauer auszu-leuchten, was in den Beratungen überhaupt stattfindet“ (S. 8). Ausgewählte Beiträge aus diesem Projekt – mehr dazu findet man auf www.coaching-funktionen.de – werden in diesem Buch vorgestellt. Das Buch gliedert sich in vier Teile, denen das Vorwort von Stefan Kühl und die Einleitung von Karolina Galdynski zur Kontextualisierung vorgeschaltet sind.

„Ziel dieses Buches soll es daher sein, gegen dominierende Selbstbeschreibungen von Supervisoren und Coaches eine distanzierte soziologische Forschungsperspektive bzw. Fremdbeschreibung zu entwickeln“, gibt Galdynski als Motto aus. Ausgangspunkt ist für sie die Diagnose der „Verbetrieblichung der Lebensführung“. Pongratz & Voß lassen grüßen. Und Sennett mit seinem schrägen, ahistorisch argumentierenden Werk „Der flexible Mensch“. Und genau in diese Kerbe haut auch die Herausgeberin: „Warum hat personenorientierte Beratung in Organisationen erst in den letzten zwanzig Jahren eine solche Popularität erlangt, wenn diese Entwicklung doch schon seit über 150 Jahren promi-

„...nient ist?“ Gute Frage, schlechte Antwort: „Eine wichtige Rolle für die Popularität von Supervision und Coaching spielt der in den letzten zwanzig Jahren einsetzende Boom von Personaldiagnostikinstrumenten.“ Das ist einfach falsch. Die Personaldiagnostik hat schon, versenkt man sich einmal genauer in die hundertjährige Geschichte der Arbeitspsychologie, in den 20er Jahren des vergangenen Jahrhunderts einen Boom erlebt. Es lohnt auch, einmal 150 Jahre zurück in die Mitte des 19. Jahrhunderts zu gehen, die Herausgeberin tut es aber nicht. Ebenso würde es sich lohnen, einmal die Konstellationen der letzten Dekaden auszuleuchten, um zu ermessen, warum plötzlich Mitte der 80er Jahre Coaching aufkommt; da man muss doch sicher nicht Marx zu den Soziologen tragen...

Ein weiterer Argumentationsstrang stellt die Professionalisierung dar. Hier greift Galdynski die Kühlsche Figur auf: den engeren und weiteren Professionalisierungsbegriff. Im ersten Fall definiert eine Zunft selber oder der Gesetzgeber, wer zu Profession zählt. Im zweiten – schlechteren – Fall entscheidet der Markt. Dann wären Coaching und Supervision keine „richtigen“ Professionen. Kein Wort darüber, dass die Luhmannsche Funktionale Differenzierung längst – wie sollen wir sagen? – übers Ziel hinaus geschossen oder als Pendel zurückgeschlagen (?) ist, sich die klassischen Professionen mindestens in der Diskussion sehen (das Monopol der Schornsteinfeger), wenn nicht sogar schon auflösen (Bachelor/Master) – Deprofessionalisierung nennt das die Zunft doch selber. Man wundert sich als Leser einfach nur, dass hier trotzdem am Konzept festgehalten wird.

Und dann folgt noch das Diktum des Technologiedefizits. „Weil letztlich keine erfolgsgarantierenden Regeln für die Durchführung der Intervention bestehen“. Nun, da kommt es wohl darauf an, was man unter „Techno-

logie“ verstehen mag. Auch dazu könnte man in einen fruchtbaren Streit ausbrechen (Heidegger, Jaspers, Gadamer...). Es bleibt aber bloß bei, dieses Defizit zu konzedieren.

Im ersten Teil „Empirische Studien zur Popularität einer Beratungsform“ finden wir die Printmedienanalyse von Andreas Taffersthofer (der Coaching-Boom wurde von den Coachs selber gemacht) sowie den Beitrag „Die nur fast gelingende Schließung des Personalentwicklungszyklus“ von Stefan Kühl (Coaching als Kettenglied in der Rundumbetreuung der Mitarbeiter) vor; beide Beiträge wurden schon in OSC 2/08 veröffentlicht. Teil II ist mit „Schwierigkeiten der Professionsbildung“ überschrieben. Karolina Galdynski stellt hier eine interessante These auf: Supervision fühlt sich dem Gemeinwohl gegenüber verpflichtet, Coaching gibt diesen Anspruch auf. Und sie fragt weiter, „ob aufgrund der permanenten ‚Change Prozesse‘ in der Gesellschaft Beratungen – in verschiedenen Lebensbereichen – zunehmend an Normalität gewinnen“?

Teil III fragt nun, was in der Black Box, der Beratungsinteraktion, stattfindet. Drei Beiträge „Supervisoren als Schauspieler“, „Von der Methodik der Psychotherapie in der supervisorischen Praxis“ und „Personenorientierte Beratung über mehrere hierarchische Ebenen“ finden sich hier, beginnen wir mit dem ersten: Was soll so schlimm an der „Kompetenzdarstellungskompetenz“ sein? Sind wir nicht alle Rollenspieler (Moreno und das Psychodrama)? Und ist das nicht auch gut so? Warum hat gerade die Soziologie ein Problem damit? Der Philosoph Odo Marquardt hat schon viel früher auf die Inkompetenzkompensationskompetenz hingewiesen, möchte man sticheln, auch in der Sozialpsychologie ist das Impression Management nicht nur bekannt, sondern auch empirisch erforscht worden. All das

muss man nun nicht defizitär werten, wie hier geschehen.

Als Königsweg der soziologischen Analyse wird durchweg die Methode der „objektiven Hermeneutik (Ulrich Oevermann) vorgestellt und jeweils an einer Hand voll Interviews exemplifiziert. Dass diese Methode nun doch eher subjektiv ist, wie in der Kritik immer wieder betont wird, kann man an den Darlegungen dieser Kapitel immer wieder entnehmen (nach dem Motto, reim' Dich oder ich fress' Dich, wird, wo simples aktives Zuhören vorgetragen wird bspw. Psychoanalyse vermutet). Es wird auch bedenkenlos von Einzelfällen auf die Allgemeinheit generalisiert, dass man sich wirklich wundern muss (Sigmund Freud hat sich dafür immerhin noch einige hundert Seiten Raum genommen). Manche Kapitel sind eigentlich auch nur theoretische Essays, die mit Zitaten aus wenigen, bspw. drei Interviews garniert werden. Das überzeugt den Nicht-Soziologen nicht. Die teilweise wirklich interessanten, anregenden Thesen werden so desavouiert.

Auch der Beitrag, der Beratung über mehrere Hierarchieebenen hinweg thematisiert, irritiert eher. Alle vorgebrachten Kontra-Argumente lassen sich problemlos auf alle möglichen anderen Beratungssettings übertragen, und sind damit für den (Sünden-) Fall nicht zwingend. Und komisch, dass „zufälligerweise“ ein Fall berichtet wird, in dem es um den Bruch der Schweigepflicht geht. Wieder ein Einzelfall, von dem generalisiert wird.

Teil IV handelt von der Evaluation. Hier wird das Kühlsche Dilemma (in Anschluss an Brunsson) von Lernen und Legitimation aufgegriffen. Legitimationserfordernisse und betriebliche Anforderungen werden in der Praxis gerne (zeitlich) entkoppelt, was man auch „Heuchelei“ nennen könnte: Alle reden davon, aber keiner führt die Evaluation ernsthaft durch. So bleibt es lediglich bei der

„Kummerkastenfunktion“. Ein genialer Gedanke, neoinstitutionalistisch inspiriert. Doch auch dieser Beitrag wird nur an wenigen Stellen durch passende (?) Zitate garniert und bleibt so empirisch erst noch abzuklären.

Es muss festgehalten werden: Dieser Band liefert ein Bündel wirklich interessanter Thesen, die diskussionswürdig und heuristisch wertvoll sind. Leider erscheint das methodische Design – vielleicht nur für der Soziologie nicht Nahestehende? – fragwürdig und die Ergebnisse unzureichend. Und das ist schade. Das Buch wird insgesamt eher Wissenschaftler ansprechen, weniger die Praktiker. Als Leser wünscht man sich nun eine interdisziplinäre Zusammenarbeit, so dunkel ist es in der „Kiste“ doch gar nicht.

Thomas Webers
Redaktion Coaching-Report, Bonn
thomas.webers@rauen.de



Schaub, Susanne (2008).
Steuerung des Erfolges von Coaching durch Personalentwickler. Eine Erkundungsstudie auf Basis von 15 Experteninterviews.
Saarbrücken: VDM.

ISBN: 978-3-8364-4883-3
152 S.; 59,00 €
<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3836448831/cr>

Rezension von Till Mrongovius

Das Buch beschäftigt sich mit dem Blickwinkel der Personalentwicklung auf das Instrument Coaching, konkret damit, wie Personalentwickler zum Erfolg von Coaching im Unternehmen beitragen können. Die primäre Zielgruppe des Buchs sind Personalentwickler, aber die Autorin wendet sich laut Klappentext explizit auch an Coaches, die ja den Personalentwicklern bei der Gestaltung der Coaching-Prozesse gegenüber sitzen, sowie an unternehmensinterne Coaching-Klienten.

Dies ist die Veröffentlichung einer wissenschaftlichen Arbeit. Daher ist der Sprachstil komplex und zum Teil sehr trocken, der Aufbau wissenschaftsmethodisch korrekt. Die Autorin bezieht sich – wie in einer solchen Arbeit zu erwarten – stark auf Aussagen anderer Autoren, um eigene Aussagen zu belegen.

Entsprechend gestaltet sich auch der Aufbau wissenschaftlich: Nach Zusammenfassung, verschiedenen Verzeichnissen, sowie einer Einleitung beginnt die Autorin mit der ausführlichen Bestimmung der verwendeten Begriffe: In den ersten fünf Kapiteln werden Coaching und Personalentwicklung definiert, die Anforderungen an den Personalentwickler und die Voraussetzungen für den Erfolg von Coaching zusammengestellt sowie dessen Evaluationsmöglichkeiten untersucht. Die Autorin tut dies in Form eines Überblicks über die gängige Literatur, so dass der Leser vor allem auf bekannte Meinungen und Aussagen trifft. Sowohl Coaches als auch Personalentwickler werden aber auch Neues finden.

Im zweiten Abschnitt wendet die Autorin zuerst ein Modell für Trainings-Evaluation auf Coaching an und

schafft so einen Rahmen zur systematischen Evaluation von Coaching-Erfolg. Dann spezifiziert sie die zu untersuchenden Fragestellungen genauer und erklärt die verwendete Untersuchungsmethodik. Dazu formuliert sie zu jeder Frage diverse Hypothesen, die im letzten Teil des Buches wieder aufgegriffen werden. Dort bespricht sie anhand dieser Hypothesen die Ergebnisse der Studie, wie die befragten Personalentwickler den Erfolg von Coaching steuern. Abschließend werden die Ergebnisse diskutiert und ein tabellarischer Orientierungsleitfaden für Personalentwickler zusammengetragen. Das Buch schließt mit einer Methodenreflexion, einem Literaturverzeichnis und einem Anhang, in dem alle Ergebnisse und die Stichprobe detailliert beschrieben sind.

Das Buch ließt sich als direkte Veröffentlichung einer akademischen Arbeit nicht leicht. Das sprachliche Niveau ist hoch und die Eigenart, Quellenverweise direkt im Text statt in Fußnoten zu erwähnen, machen ein flüssiges Lesen noch schwerer. Die Autorin legt sehr ausführlich die Grundlagen, bevor der eigentliche Ergebnisteil im Wesentlichen in drei Kapiteln gegen Ende besprochen wird, wodurch gerade der Anfang für den informierten Leser etwas langatmig ist. Hinzu kommt, dass gerade die Ergebnisse der Umfrage sehr unübersichtlich dargestellt werden: im Fließtext den jeweiligen Hypothesen zugeordnet. Tabellarische Übersichten, ein leserfreundlicheres Format oder eine ausführliche Zusammenfassung am Anfang dieser Kernkapitel hätten geholfen, diesen für den Leser wesentlichen Kernpunkt des Buchs verständlicher zu präsentieren. Praktiker werden wahrscheinlich mit dem Stil wenig Geduld haben, zudem fehlen konkrete Umsetzungsvorschläge. Das Buch beschränkt sich – akademisch korrekt – weitgehend auf allgemein gehaltene Verbesserungsansätze. Zum Abschluss werden diese Vorschläge und die Kernaussagen aber

noch einmal sehr nützlich konkret in einer Tabelle zusammengefasst.

Dabei ist der Inhalt für die beiden Zielgruppen potenziell sehr interessant: Coachs bekommen einen Einblick in Denk-, Argumentations-, und Umsetzungspraxis der Personalentwickler. Der Coaching-Prozess wird aus Sicht und Interessenlage der Personalentwickler – normalerweise die Gegenüber des Coachs – unter die Lupe genommen und man hat als Leser Gelegenheit, durch die Brille des Verhandlungspartners gewissermaßen auf die eigene Rolle zu schauen. Personalentwickler hingegen können von den Ergebnissen noch die eine oder andere Anregung für den Umgang mit Coaching im eigenen Unternehmen mitnehmen. Um Coaching-Klienten die Beurteilung der Betreuungsqualität zu ermöglichen, scheint das Buch aufgrund der fehlenden klaren Aussagen und der akademischen Ausrichtung der Ergebnisse allerdings eher weniger geeignet.

Abschließend kann man zusammenfassen, dass die gewählte Form einer akademischen Arbeit die Freude und das Interesse an dem Buch schnell reduziert, denn es ist sehr sperrig zu lesen. Auch der Nutzen für die Zielgruppe ist – auch mit Blick auf den Kaufpreis – eher begrenzt: Wer konkrete Umsetzungsideen erwartet, wird wahrscheinlich enttäuscht werden, denn das Buch beschränkt sich bis auf die Tabelle auf allgemeine Ansätze. Somit befriedigt es eher das „akademische“ Interesse des Lesers.

Till Mrongovius
perspektiven.leben
dialog@perspektivenleben.de
www.perspektivenleben.de



Kühl, Stefan (2008).
Coaching und Supervision – Zur personensorientierter Beratung in Organisationen.
Wiesbaden: VS.
ISBN: 978-3-531-16092-4
300 S.; 24,90 €
<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3531160923/cr>

Rezension von Professor Dr. Harald Geißler

Coaching ist seiner Herkunft entsprechend ein Kind der Praxis – und wenn Wissenschaftler sich mit Coaching befassen, sind es meist Psychologen. Da lässt es aufmerken, wenn ein Professor der Organisationssoziologie ein Buch über Coaching und Supervision schreibt und im ersten Satz seiner Einleitung freimütig bekennt: „Dieses Buch ist von jemandem geschrieben worden, der selbst nie Coaching oder Supervision als Dienstleistung angeboten hat und – darüber hinaus – bisher noch nicht einmal ein Coaching oder eine Supervision genossen hat“ (S. 9).

Das Ziel des Autors ist, mit seinem Buch Coaching und Supervision als personensorientierte Beratung „im Hinblick auf ihre Funktion in Organisationen zu bestimmen“ und – ganz wesentlich! – „anhand dieses Beratungsansatzes einiges über die

Funktionsweise von Organisationen zu lernen“ (S. 24). Thematisch geht es also um Coaching und Supervision, das von Organisationen für ihre Mitglieder nachgefragt (und bezahlt) wird, und nicht um Coaching und Supervision, das von den Klienten selbst nachgefragt (und bezahlt) wird und von dem die Organisation, deren Mitglied der Klient ist, in der Regel nichts weiß. Unter dem Dach dieser thematischen Begrenzung und Zielsetzung gliedert sich das Buch in sechs Kapitel, die unterschiedliche organisationssoziologische Aspekte von Coaching und Supervision beleuchten. Jedes von ihnen bildet eine in sich geschlossene Einheit, so dass sie wie in einem Reader in beliebiger Reihenfolge gelesen werden können.

Der explizit organisationssoziologische Betrachtungsstandpunkt des Autors generiert viele anregende und mancherlei durchaus auch irritierende oder gar provozierende Deutungen. Das ist vor allem bei Lesern zu erwarten, die sich bisher nur oder im Wesentlichen mit den psychologischen Aspekten von Coaching und Supervision befasst haben und denen aus didaktischen – oder besser gesagt: therapeutischen – Gründen vielleicht zu raten ist, ihre Lektüre mit dem letzten Kapitel zu beginnen: In dem es um die Grenzen geht, die die Hebelwirkung – und in diesem Sinne Wirksamkeit – von Coaching und Supervision in Organisationen ganz erheblich beschränken und die auch durch hochwertigste Arbeit nicht zu überwinden sind.

Für das konzeptionelle Verständnis, das der Autor von Coaching und Supervision in Organisationen hat, ist wesentlich, dass es dem „Gespräch unter vier Augen“ nicht eine hervorgehobene Stellung gibt, sondern gleichermaßen Gruppen und Teams berücksichtigt und mit Bezug auf diese drei „Rahmungsmöglichkeiten“ vier Ziele personensorientierter Beratung entwickelt, nämlich (1)

Hilfestellung für den Einzelnen, (2) Verbesserung der Leistungen, die der Beratene gegenüber den Klienten/Kunden seiner Organisation erbringt, (3) Verbesserung der Zusammenarbeit im Team und (4) Organisationsentwicklung. Unklar bleibt dabei allerdings, in welcher Beziehung diese vier Ziele zu den im ersten Kapitel vorgestellten drei Aufgaben stehen, die nach Auffassung des Autors für personenorientierte Beratung zentral sind, nämlich die Bearbeitung von Konflikten, die Eingewöhnung in nicht bekannte organisatorische Rollen und die „Auskühlung“ von unerwünschten Organisationsmitgliedern.

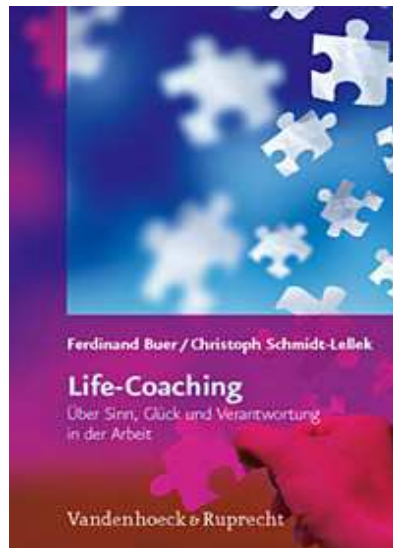
Das dritte Kapitel wendet sich einer ganz anderen Thematik bzw. Fragestellung zu, nämlich der Evaluation von Coaching und Supervision. Auch hier überrascht der Autor mit einer ungewöhnlichen Sichtweise bzw. mit wertvollen Denkipulsen. Denn nach seiner Auffassung berührt jede Evaluation grundsätzlich immer die Interessen der Beteiligten und Betroffenen und schränkt dabei unabwendbar ihre für Evaluation wichtige Lernbereitschaft ein. Das führt zu der These, dass „sich die beiden Funktionen der Evaluation – Lernen und Legitimation – nicht gleichzeitig optimieren lassen“ (S. 108). Vor diesem Hintergrund deutet der Autor – durchaus provokativ – den Erfolg von Coaching als Ergebnis einer Art Komplizenschaft von Beratern, Klienten und Auftraggebern, deren Grundlage identische oder kompatible Interessen sind, die Lernimpulse durch (selbst-) kritische Erkenntnisse systematisch verhindern.

Diese „unheilige Allianz“ ist zweifellos einer der Gründe für die Qualitätsproblematik – oder schärfer formuliert: für die Scharlatanerie-Problematik, die im vierten Kapitel diskutiert wird. Um sie systematisch aufzuschlüsseln, schlägt der Autor vor, begrifflich zwischen einem engeren und einem weiteren Verständnis von Professionalität zu un-

terscheiden. Ersteres meint Qualitätssicherung durch Verordnung verbindlicher Handlungsstandards, Homogenisierung der Ausbildung und Restriktion der Zugänge zum Berufsfeld. Letzteres hingegen konzipiert „Professionalität ohne Profession“, versucht also, Qualitätssicherung allein mit Bezug auf individuell definierte Formen professionellen Handelns zu erreichen. Diese Form von Professionalität, die die vorliegende Praxis von Coaching und Supervision kennzeichnet, führt zu den im fünften Kapitel diskutierten Schwierigkeiten der Kompetenzdarstellung von Coaches und Supervisoren.

Zusammenfassend kann man sagen, dass das von Kühl vorgelegte Buch ein Strauß relativ eigenständiger Essays ist, die ausgehend von einem spezifisch organisationssoziologischen Betrachtungsstandpunkt in den vorwiegend Psychologie dominierten Diskurs über Coaching und Supervision in erfrischender Weise alternative Sichtweisen und wertvolle Denkipulse einbringen.

Professor Dr. Harald Geißler
Helmut-Schmidt-Universität Hamburg
geissler@coaching-gutachten.de



Buer, Ferdinand & Schmidt-Lellek, Christoph (2008).

Life-Coaching: Über Sinn, Glück und Verantwortung in der Arbeit.

Göttingen: V&R.

ISBN: 978-3-525-40300-6

387 S.; 39,90 €

<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3525403003/cr>

Rezension von Dr. Konrad Elsässer

Mir sperrt sich der Titelbegriff des Buchs „Life-Coaching“ in doppelter Hinsicht: Wozu braucht es zum Ersten „Life-Coaching“? Weshalb heißt es nicht Lebens-Coaching? Weshalb wird englisch und nicht deutsch getitelt? Und weshalb dann die beckenmesserische Distanzierung von „Life-Coaching (...) im angloamerikanischen Raum“ (S. 24)? Zum andern, warum sollte man nicht einfach ernst nehmen, was im Untertitel steht: „Über Sinn, Glück und Verantwortung in der Arbeit“? Auf die Arbeit bezogen, könnte es ja Business-Coaching sein, ein mittlerweile doch eingeführter Begriff, der den Unterschied zu vielen möglichen andern Formen hinreichend klar markiert: Weshalb also Life-Coaching und nicht „Business-Coaching“?

Zu den Themen „Sinn, Glück und Verantwortung in der Arbeit“ ist in diesem Buch von Buer & Schmidt-Lellek vieles zusammengetragen worden, was es lesenswert machen kann – besonders für jüngere Coaches, die selbst keine gründliche philosophische oder literarische Prägung erfahren haben. Wenn dies aber die Zielgruppe ist – und die jeweils am Schluss eines Kapitels stehenden Abschnitte „Erträge für den Coach“ legen die Annahme nahe – dann verwundert es um so mehr, dass mit der Verpackung „Life-Coaching“ unnötig irritiert wird.

Buer und Schmidt-Lellek breiten ein enzyklopädisches Halbwissen aus. „Halbwissen“ hat einen pejorativen Klang. Hier handelt es sich um mit viel Fleiß aus verschiedenen Diszip-

linen zusammengetragenes philosophisches, sozialwissenschaftliches und lebenskundliches Wissen. Dem erfahreneren Leser erscheint es wie ein Coaching-Wikipedia aus den Themenfeldern Sinn, Verantwortung und Glück. Dieses Sekundärwissen mag nützlich sein für den Anfang, ein erster (vielleicht halber) Schritt auf neues Gelände hin. Ein belehrender Ton macht die Übertragung oder Aneignung zwar manchmal schwierig, obwohl individuelle Nutzung und Aneignung das ist, was die Autoren erklären zu beabsichtigen. Wenn man die den Schlussabschnitten nachfolgende Literatur als Aufforderung zur Vertiefung und Selbstaneignung nimmt, kann aus Sekundär- und Halbwissen eine Verbindung von Einsicht und Know-how werden, eine sinnvolle Selbstaneignung.

Also einerseits ein Buch mit Schätzen wie im Bergwerk: Edelsteine mit Geröll gemischt. Andererseits ein Sammelband, zu dem weitere Autorinnen (Astrid Schreyögg, Anette Suzanne Fintz) und Autoren (Friedel John, Dieter Schwartz) beitragen. Wonach geschürft wird, legt die Absichtserklärung der Autoren offen: „Coaches (...) sollen ihren Blick für existenzielle Dimensionen des Coachingprozesses erweitern und Anregungen bekommen, wie sie diese Dimensionen nicht abwehren, sondern aufgreifen können.“ (S. 35) Und die folgende „Wissensarchitektur“ (i-bid.) erläutert dann die vier Teile des Buchs.

Teil I nennt als „zentrale Adressaten des Coachings“ die „professionellen Beziehungsarbeiter/innen und (...) Führungskräfte(.)“ – nicht die Kunden oder Klienten oder Klientinnen! Teil II entfaltet die Themen, die schon im Untertitel des Buches genannt sind. Merkwürdig an diesem Teil berührt, dass Lebensthemen wie Paarbildung, Beziehungen, Elternschaft (z.B. auch das methodisch ausgewiesene Eltern-Coaching wie bei Arist von Schlip-

pe), Familie, Erwachsenwerden der Kinder, Gesundheit, Pflege der Alten, Geschlechter- und Generationenverhältnisse ausgeblendet sind – alles existenzielle Lebensthemen! So als ob Sinn, Verantwortung und Glück vor allem außerhalb dieser Beziehungsgeflechte vorkämen. Teil III konzentriert sich auf den Umgang von Fach- und Führungskräften mit den gewählten Themen; Teil IV entfaltet dazu besondere methodische Coaching-Ansätze (Psychodrama, Soziometrie, Logotherapie, Genogramm u.a.).

Aus Sicht des Rezensenten bleibt der Gehalt des Buchs weit unter seinem behaupteten Anspruch. Die Frage, weshalb überhaupt ein so hoher existenzieller und ethischer Anspruch und der Schlüsselbegriff „Life-Coaching“ formuliert werden, scheint ihre Antwort eher in dem nach Neuigkeiten schreienden Markt zu finden: In neuer Verpackung ist alter Wein üppig mit Wasser gemischt. – Wollte man es zynisch ausdrücken: Na denn Prosit – auf's Leben!

Dr. Konrad Elsässer
Senior Berater, Schwertl & Partner, Frankfurt am Main
ke@schwertl-partner.de



Kübler, Frank; Krause, Jörg & Krauß, Udo (Hrsg.) (2007).

Business-Coaching: Tool set.

Berlin: Pro Business.

ISBN: 978-3-939430-78-0

164 S.; 22,90 €

<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3939430781/cr>

Rezension von Till Mrongovius

Einen weiteren „Werkzeugkoffer“ für Coaches auf den Markt zu bringen, ist das Anliegen des Buches „Business-Coaching tool set“ aus dem POD Verlag. Bei einer ersten Durchsicht fallen das dünne Cover und das an eine Standard-Vorlage aus MS Word erinnernde Textbild auf.

Das Buch besteht aus einer Sammlung von Artikeln unterschiedlicher Autoren. In jedem Artikel beschreibt ein Mitarbeiter der Synk Group ein Instrument aus dem Business-Coaching. Dabei reichen die Themen von Vertriebs-Coaching über Biografie-Arbeit und interkulturellem Coaching bis zu Aufstellungen. So werden konkret zehn Instrumente vorgestellt.

Jeder Betrag ist nach dem gleichen Schema aufgebaut, was dem Leser das Verständnis und den Einstieg in die Kapitel erleichtert: Der Artikel wird eröffnet mit einer Einführung und Kurzbeschreibung des Werkzeugs. Daran schließen sich der Ursprung und die Quelle der Methode, sowie Anwendungsgebiete und Nutzen an. Im nächsten Abschnitt werden die Voraussetzungen für die Durchführung des Werkzeugs besprochen. Die folgende, ausführliche Beschreibung ist der Kern des Kapitels. Dort wird vertiefend die Methode besprochen. Am Schluss gehen die Autoren auf ihre Erfahrungen als Coach mit dem Werkzeug ein und geben einen Quellenüberblick. Positiv sind für den Leser die grafischen Ablaufschemata in jedem Werkzeug, die sich gut als Kurzorientierung eignen, sowie die Erfahrungen des Coachs am Kapitelende, in denen

man ein wenig über Umsetzung, sowie Chancen und Risiken erfährt.

Leider hat die Fülle von zehn Instrumenten den Preis, dass die Artikel bei 164 Seiten sehr oberflächlich bleiben und sich oft eher wie ein Rezeptbuch als ein fundierter Einstieg in das jeweilige Thema lesen. Auch weichen die Qualitäten der Beiträge stark voneinander ab. Verschiedene Autoren gehen innerhalb der Formvorschriften unterschiedlich tief ins Detail. Einige der besseren und etwas ausführlicheren Artikel behandeln das Vertriebs-Coaching, die kollegiale Beratung und die Manager Scorecard. Das Kapitel „Vertriebs-coaching“ orientiert sich hier sehr stark am Konzept des Vertriebstrichters, das Kapitel „kollegiale Beratung“ stellt ein Ablaufschema zur Gesprächssteuerung von Gruppen ohne Moderator vor und bei der Manager Scorecard versucht der Autor, verschiedene Perspektiven in ein Instrument zum nachhaltigen Führungskräfte-Coaching einfließen zu lassen. Demgegenüber steht z.B. der Artikel über interkulturelle

Teams, der dieses komplexe Thema in nur acht Seiten – nicht im geringsten zufrieden stellend – abhandelt. Redaktionell scheint wenig nachbearbeitet worden zu sein; das zeigt sich u.a. daran, dass zwei unabhängige Artikel im Grunde dasselbe Instrument – basierend auf der Rational-Emotiven Verhaltenstherapie (REVT) – vorstellen.

Eine schicke Idee ist die Anbindung an die Praxis durch ergänzende Materialien, die auf der Webseite der Synk Group zum Download bereitgestellt werden. Leider handelt es sich hierbei weitestgehend um die Arbeitsblätter, Listen und Ablaufschemata aus dem Buch. Ergänzendes Material findet sich hier kaum.

Stören mag den Leser auch die ziemlich eindeutige Werbung, die in den Abschlußkapiteln immer wieder erscheint. Es kann kein Zweifel bestehen, dass dieses Buch als Marketingmaßnahme geschrieben wurde, denn im letzten Kapitel wird ausführlich auf den Beratungsansatz und

sogar den Bestellprozess der Synk Group eingegangen. Die zahlreichen Rechtschreibfehler, der zum Teil merkwürdige Satz, das Textbild und das dünne, wie kopiert aussehende Cover lassen das Buch äußerlich nicht besonders wertig erscheinen.

Das Buch bietet der knappen Darstellung wegen demjenigen nichts Neues, der mit den Methoden schon arbeitet. Demjenigen Leser, der sich der beschriebenen Methode noch nicht bedient, kann es bestenfalls als Appetitanreger dienen. Insgesamt ist zu sagen, dass die meisten Artikel und Konzepte wenig theoretische Fundierung aufweisen oder erwähnen. Seinen Preis ist das Buch deshalb wegen Inhalt und Form aus Sicht des Rezensenten leider nicht wert.

Till Mrongovius
perspektiven.leben, Hildesheim
dialog@perspektivenleben.de
www.perspektivenleben.de

5. Neue Coachs in der Coach-Datenbank und den Coach-Profilen

Der Unterschied...

...zwischen der Coach-Datenbank und den Coach-Profilen erklärt sich folgendermaßen: Nach dem Start der Coach-Datenbank kamen häufig Anfragen von Personen, die in die Coach-Datenbank aufgenommen werden wollten. Einige dieser Personen hatten eine umfangreiche Coaching-Ausbildung absolviert und waren schon zuvor als kompetente Trainer oder Berater aktiv; sie erfüllten jedoch nicht das Aufnahmekriterium von mindestens 5 Jahren Berufserfahrung als Coach. Daher konnten sie nicht in die Coach-Datenbank aufgenommen werden, um den dort angestrebten Qualitätsstandard nicht nachträglich zu senken.

Auch wenn dies von den Bewerbern eingesehen wurde, waren diese (verständlicherweise) enttäuscht, da sie durchaus beraterisch kompetent waren, nur meist eben nicht mit einer längeren Spezialisierung auf den Bereich Coaching. Da gerade diese „neuen“ Coachs schwerer „in den Markt kommen“ als etablierte Coachs, sprach man von einem „wer hat dem wird gegeben“. Zugegebenermaßen war der Kerngedanke zumindest nicht ganz unzutreffend. So entstand die Idee einer weiteren Datenbank für Personen, die über eine fundierte Ausbildung verfügen: Die Coach-Profile, die die Absolventen ausgewählter Coaching-Ausbildungen aufnehmen.

Deshalb existieren zwei Systeme, die es ermöglichen sollen, erfahrene Top-Spezialisten und gut ausgebildete Berater mit fundierter Coaching-Kompetenz zu finden.

Da die Aufnahmebedingungen unterschiedlich sind, ist es nicht möglich, in beiden Systemen gleichzeitig eingetragen zu werden.

Da es mehr „normale“ Führungskräfte als Top-Manager gibt, ist es kein Nachteil, in den Coach-Profilen gelistet zu sein. Um den „richtigen“ Coach zu finden ist es ohnehin sinnvoll, in der Coach-Datenbank und den Coach-Profilen die Detaildarstellung geeigneter erscheinender Coachs zu betrachten.

Die Suche in beiden Datenbanken ist bequem über Landkarten („Geosuche“) oder eine Abfragemaske („Detailsuche“) möglich.

Die genauen Aufnahmebedingungen und die Kosten für eine Mitgliedschaft finden sie unter www.coach-datenbank.de und unter www.coach-profile.de.

Im Mai 2009 konnten folgende Coachs neu in die Coach-Datenbank und in die Coach-Profile aufgenommen werden (die Unterschiede zwischen der Coach-Datenbank und den Coach-Profilen werden hier erklärt: <http://www.coach-agentur.de/unterschiede.htm>)

Coach-Datenbank

Karin Glattes, D-53117 Bonn

http://www.coach-datenbank.de/coach_details.asp?userid=1059

Klaus Häck, D-42287 Wuppertal

http://www.coach-datenbank.de/coach_details.asp?userid=1057

Dr. Thomas Warnke, D-10827 Berlin

http://www.coach-datenbank.de/coach_details.asp?userid=1064

Die Coach-Datenbank nimmt nur professionelle Coachs auf, die u.a. eine mindestens fünfjährige Berufserfahrung als Coach vorweisen können. Details zur Aufnahme in die Coach-Datenbank finden Sie unter der folgenden Adresse: <http://www.coach-datenbank.de/aufnahme>

Coach-Profile

Martin Reichenbach, D-64673 Zwingenberg

http://www.coach-profile.de/coach_profile_details.asp?userid=1058

Dr. med. Helga Fischer, D-38100 Braunschweig

http://www.coach-profile.de/coach_profile_details.asp?userid=1062

Thorsten Kampmann, D-22765 Hamburg

http://www.coach-profile.de/coach_profile_details.asp?userid=1060

Bernhard Bartsch, D-81827 München

http://www.coach-profile.de/coach_profile_details.asp?userid=1063

Dr. Herbert Strobl, A-1010 Wien

http://www.coach-profile.de/coach_profile_details.asp?userid=1067

Die Coach-Profile richten sich an Berater, die auch (aber nicht unbedingt seit mindestens fünf Jahren) Coaching anbieten und über eine fundierte Ausbildung verfügen. Eine Aufnahme in die Coach-Profile ist für die Personen möglich, die bei einer ausgewählten Ausbildungseinrichtungen eine Coaching-Ausbildung absolviert haben. Nähere Informationen finden Sie unter folgender Adresse: <http://www.coach-profile.de/aufnahme>

Die gesamte Tarifübersicht zu den Rauen-Datenbanken finden Sie hier: <http://www.rauen.de/tarife>

6. Coaching-Ausbildungen im nächsten Monat

Die Coaching-Ausbildungs-Datenbank „Coaching-Index“ verzeichnet 298 Ausbildungsanbieter mit 323 Ausbildungsgängen.

Coaching-Index

Folgend die Liste der im Coaching-Index eingetragenen Ausbildungen, die im nächsten Monat beginnen. Diese Liste kann auch online mit den Ausbildungen abgerufen werden, die in den nächsten drei Monaten starten:

http://www.coaching-index.de/time_search.asp

Dr. Horn, Brick und Partner Coaching und Training

Ausbildungsbeginn: 01.07.2009

Ausbildungstitel: Organisationsaufstellung und systemisches Coaching

D-86911 Riederau/Ammersee

Kosten: 3500 Euro zuzügl. MwSt.

http://www.coaching-index.de/user_details.asp?userid=179

Trigon Entwicklungsberatung Dr. Werner Vogelauer

Ausbildungsbeginn: 02.07.2009

Ausbildungstitel: Coaching Master-Curriculum 2009/2010

CH-8590 Romanshorn

Kosten: EUR 3.900 exkl. MwSt.

http://www.coaching-index.de/user_details.asp?userid=43

die coachingakademie

Ausbildungsbeginn: 10.07.2009

Ausbildungstitel: Systemische Coaching - Ausbildung
D-22765 Hamburg

Kosten: 6.490,- Euro zzgl. MwSt. Ratenzahlung nach
Absprache

http://www.coaching-index.de/user_details.asp?userid=223

WOMAN's Business Akademie GmbH

Ausbildungsbeginn: 16.07.2009

Ausbildungstitel: Coaching-Ausbildung 2009

D-80539 München

Kosten: 2.250,- Euro zuzüglich USt. und Tagungspauschale

http://www.coaching-index.de/user_details.asp?userid=144

Professio GmbH (DBVC anerkannt) Akademie für den Bereich Humanressourcen

Ausbildungsbeginn: 16.07.2009

Ausbildungstitel: Coaching I - Beraten von Personen im Organisationskontext (15 Tage)

D-67098 Bad Dürkheim

Kosten: Coaching I: 4.950,- Euro zzgl. MwSt. und Hotelkosten

http://www.coaching-index.de/user_details.asp?userid=107

Metaforum International Ltd.

Ausbildungsbeginn: 18.07.2009

Ausbildungstitel: 22. Sommercampus 2009

IT- Abano Terme bei Venedig

http://www.coaching-index.de/user_details.asp?userid=221

COATRAIN coaching & personal training GmbH

Ausbildungsbeginn: 20.07.2009

Ausbildungstitel: Kompakt-Ausbildung zum zertifizierten Business Coach

D-21029 Hamburg

Kosten: 6.800 (MwSt.-befreit)

http://www.coaching-index.de/user_details.asp?userid=125

Bitte informieren Sie Anbieter, die bisher nicht im Coaching-Index eingetragen sind. Das Aufnahmeformular mit weiteren Hinweisen finden Sie unter folgender Adresse: <http://www.coaching-index.de/aufnahme/>

Anbieter, die eine Ausbildung individuell auf Anfrage oder zu jeder Zeit anbieten, finden sich unter folgender Adresse aufgelistet:
http://www.coaching-index.de/time_search.asp?scope=0

Rechtliche Hinweise

© Copyright 2009 by Christopher Rauen GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

Der Coaching-Newsletter sowie alle weiteren Publikationen der Christopher Rauen GmbH sind urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung, Verbreitung, Verleih, Vermietung, elektronische Weitergabe und sonstige Nutzung, auch nur auszugsweise, nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung der Christopher Rauen GmbH. Bei vollständiger Quellenangabe sind Zitate gewünscht und gestattet. Bitte setzen Sie sich vor der Übernahme von

Texten mit der Christopher Rauen GmbH in Verbindung.

Alle Angaben erfolgen nach bestem Wissen. Eine Beratung oder sonstige Angaben sind in jedem Fall unverbindlich und ohne Gewähr, eine Haftung wird ausgeschlossen. Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird keine Haftung für die Inhalte externer Links übernommen. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Diese Datei wurde auf Viren und schädliche Funktionen geprüft, eine Gewährleistung für Virenfreiheit und/oder unschädliche Funk-

tionen wird jedoch aufgrund von Risiken auf den Übertragungswegen ausgeschlossen.

Verwendete Bezeichnungen, Markennamen und Abbildungen unterliegen im Allgemeinen einem warenzeichen-, marken- und/oder patentrechtlichem Schutz der jeweiligen Besitzer. Eine Wiedergabe entsprechender Begriffe oder Abbildungen auf den Seiten der Internetdienste der Christopher Rauen GmbH berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass diese Begriffe oder Abbildungen von jedermann frei nutzbar sind.

Wichtige Adressen für den Coaching-Newsletter

Zum Ändern Ihrer E-Mail-Adresse klicken Sie bitte hier:

<http://www.coaching-newsletter.de/change.htm>

Zum Abbestellen des Coaching-Newsletters klicken Sie bitte hier:

<http://www.coaching-newsletter.de/exit.htm>

Zum Abonnieren des Coaching-Newsletters klicken Sie bitte hier:

<http://www.coaching-newsletter.de/abo.htm>

Das Archiv (ISSN 1618-7733) des Coaching-Newsletters mit allen bisherigen Ausgaben finden sie hier:

<http://www.coaching-newsletter.de/archiv.htm>

Feedback und Anregungen bitte an:

info@rauen.de

Informationen zur Werbung im Coaching-Newsletter:

<http://www.rauen.de/services/werbung.htm>

Download: Diesen Coaching-Newsletter können Sie unter folgender Adresse abrufen und als Word- und Text-Dokument downloaden:

<http://www.coaching-newsletter.de/archiv/index.htm>

www.coaching-newsletter.de