



Impressum

Verantwortlich im Sinne des Presserechts und des Telemediengesetzes:

Christopher Rauen GmbH
Rosenstraße 21
49424 Goldenstedt
Deutschland
Tel.: +49 541 98256-778
Fax: +49 541 98256-779
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: David Ebermann (de) (Anschrift wie oben)
E-Mail: redaktion@rauen.de

www.coaching-report.de
Fakten, News und Hintergrundinformationen

www.coaching-magazin.de
Das Coaching-Magazin

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 mit professionellen Coaches

www.coaching-index.de
Die Coaching-Ausbildungs-Datenbank

www.coaching-anfragen.de
Ausschreibungen für Coaches und Ausbildungen

www.coach-kalender.de
Der Veranstaltungskalender

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

Inhalt

1. Als Coach medial sichtbar werden
2. In eigener Sache: Coaching-Magazin 2/2017 erschienen
3. Coaching-Vordenker Sir John Whitmore verstorben
4. Coaching-News
5. Rezensionen von Coaching-Büchern
6. Neue Coaches in der Coach-Datenbank
7. Coaching-Ausbildungen im nächsten Monat
8. Impressum

Dieser Newsletter geht an 34.812 Empfänger.

1. Als Coach medial sichtbar werden

Von Annette Neumann

Susanne Edinger (Name von der Redaktion geändert) ist Coach für Change Management, interkulturelle Teamentwicklung und Konfliktbewältigung. Zu ihrem Kerngeschäft gehört die Begleitung mittelständischer Unternehmen bei internationalen Veränderungsprojekten. Die Positionierung in der Nische ist ihr gelungen. Nun hat sie beschlossen, mit ihrer Dienstleistung auch in den Medien sichtbar zu werden. Die Wirtschaftswoche ist ein bekanntes, renommiertes Printmedium, denkt sie sich und setzt ihr Vorhaben um: In einer E-Mail an die Redaktion wirbt sie für ein Projekt, das sie vor kurzem umgesetzt hat: Das auf verbesserte Kommunikation zielende Coaching eines interkulturellen Projektteams bei einem deutsch-französischen Joint-Venture-Unternehmen.

„Bei dem interessanten Thema beißt die Redaktion bestimmt an“, denkt sich Edinger – Pustekuchen. Nach Wochen des Wartens ruft sie in der Redaktion an und erhält ohne weitere Erklärung eine Absage für ihr Artikelangebot. Was war schiefgelaufen? Die Wirtschaftswoche oder auch andere auflagenstarke Publikumsmagazine wie der Harvard Business Manager sind renommierte Medien. Allerdings greifen sie Themen von Coaches eher selten auf, und zwar aus folgendem Grund: In solchen Wirtschaftsmagazinen, die sich an ein breites Publikum richten, spielen sehr spezifische Themen rund um Personal- und Organisationsentwicklung nur eine Nebenrolle.

Das bedeutet: Die Beschreibung des von Susanne Edinger begleiteten Veränderungsprojektes ist in der Wirtschaftswoche selten ein Thema. Und selbst wenn es aufgegriffen wird, würde die Wirtschaftswoche darauf einen Journalisten ansetzen, der das Thema aus möglichst unterschiedlichen Perspektiven recherchiert und entsprechend Statements von verschiedenen Ansprechpartnern in Form von kurzen Zitaten einholt.

Größere Chance bei Fachmedien

Ob Publikumszeitschrift, Tageszeitung oder Fachzeitschrift – jede Redaktion überlegt sich ganz genau, welche Themen in welcher Aufma-

chung für ihre Leser interessant sind. Gleichen sich viele Printmedien hinsichtlich ihrer starken Leserorientierung, unterscheiden sie sich im Hinblick auf ihr redaktionelles Konzept: Während die Inhalte bei Tages- und Publikumsmedien in der Regel von Journalisten geschrieben werden, arbeiten Fachzeitschriften oftmals auch mit Fachexperten (Nicht-Journalisten) zusammen, die ihr Wissen und ihre praktischen Erfahrungen in ihre Artikel einfließen lassen.

Die Auswahl der Fachmagazine sollte sich daran orientieren, welche Zielgruppe man ansprechen möchte. Für das Thema „Teamentwicklung interkultureller Projektmitarbeiter“ eignen sich Fachmagazine, die beispielsweise von Geschäftsführern, Personalleitern oder Führungskräften mit Projektverantwortung – also der Kernzielgruppe von Coaches – gelesen werden. Das hat den vorteilhaften Nebeneffekt, dass insbesondere Geschäftsführer und HR-Verantwortliche auch diejenigen sind, die Coaches einkaufen.

In den Fachmagazinen besteht eine relativ gute Chance, dass zwei- bis dreiseitige Artikel, oftmals auch inklusive Autorenkasten mit Portraitfoto, veröffentlicht werden. Folgende Voraussetzungen müssen allerdings erfüllt sein:

- Der Artikel muss inhaltlich gehaltvoll, konkret, verständlich und nicht werblich geschrieben sein.
- Der Artikel muss einen Neuigkeits- und Nutzwert für den Leser haben und möglichst auch praktische Tipps oder Checklisten enthalten.

Gerade bei qualitativ hochwertigen Print-Magazinen sollten Coaches nicht den Fehler machen, ihre Leistungen und Produkte in den Vordergrund zu stellen. Auch sollten Begriffe, die zurzeit en vogue sind wie z.B. agiles Management oder Arbeitswelt 4.0, nicht penetrant in den Artikel

gestreut werden, um auf sich aufmerksam zu machen. Das Ergebnis dieser Bemühungen sind oftmals oberflächliche, werbliche Artikel, die wenig Nutzwert haben und von den Redaktionen zurecht abgelehnt werden.

Der Projektartikel: Prädikat wertvoll

In Insiderkreisen heißt es oftmals: Ein Fachartikel zur Expertenpositionierung ist Pflicht, der Projektartikel die Kür. Einen solchen zu schreiben, ist aufwändig, da journalistisch anspruchsvoll, dafür hat er aber auch die größte Werbewirkung. Er bietet dem Coach die Möglichkeit, auf ein erfolgreiches Projekt mit einem seiner Kunden aufmerksam zu machen. Indem er seine praktische Vorgehensweise und Methodik beschreibt, kann er sich als Experte für ein bestimmtes Thema positionieren.

Eine wichtige Voraussetzung für den Artikel ist, dass das beschriebene Projekt einen gewissen Reifegrad hat, um z.B. im Rückblick über Erfolgsfaktoren berichten zu können. Eine weitere Voraussetzung ist, dass der Kunde des Coachs dem Artikel zustimmt. Neben dem Projektverantwortlichen aus dem Unternehmen (z.B. dem Personalleiter) sollten vor allem bei größeren Unternehmen auch die Presseverantwortlichen miteinbezogen werden, die die unternehmenspolitische Brille aufhaben und den Artikel entsprechend überprüfen.

Zurück zu Susanne Edinger: Sie könnte in ihrem Projektartikel zum Beispiel erläutern, warum für ihren Kunden, dem deutsch-französischen Joint-Venture-Unternehmen, ein Teamentwicklungsprozess notwendig wurde und wie sie diesen begleitet hat – sprich welche Instrumente sie zur Entwicklung interkultureller Teams mit welchem Ergebnis eingesetzt hat. Solche Artikel sind bei Redakteuren grundsätzlich gefragt – sofern es keine „Friede-Freude-

Eierkuchen“- Artikel sind, sondern auch ehrlich berichtet wird, welche Widerstände es bei dem Veränderungsprozess gab und wie diese gelöst wurden. Denn diese bieten den Lesern, also z.B. den Personalverantwortlichen, die vor einem ähnlichen Veränderungsprozess stehen, oftmals einen guten Handlungsleitfaden.

Für solche Projektartikel beauftragen Berater und Coaches oftmals PR-Experten, die Kontakt zu den Fachmedien pflegen und ein Veränderungsprojekt aus verschiedenen Perspektiven (etwa die des Beraters, des Personalverantwortlichen im Unternehmen und der interkulturellen Teammitarbeiter) beschreiben können. Unterschiedliche Sichtweisen machen den Artikel nicht nur lesenswert, sondern unterstreichen auch die Kompetenz des Coachs, vor allem dann, wenn sich dessen Kunde mittels eines Zitats positiv über die Projektbegleitung äußert. Ein solches Zitat wirkt wie ein Testimonial bzw. eine schriftliche Empfehlung. Allerdings gilt es auch diesbezüglich, die Grenze zum Werblichen nicht zu überschreiten. Kundenstimmen sollten stets einen klaren und für den Leser nützlichen Sachbezug zum beschriebenen Projekt in den Vordergrund stellen, nicht die Person oder allgemeine Tätigkeit des Coachs.

Redaktionsplan erstellen

Was für das Online-Marketing oder Vorträge gilt, gilt auch für PR: Wer nur einmal im Jahr eine Aktion plant, indem er einen Artikel publiziert, fällt als Experte nicht auf. Wichtig ist es, regelmäßig in verschiedenen Medien, also neben Fachzeitschriften auch Branchenmagazinen und Online-Portalen – letztere haben den Vorteil, dass sie von dem Artikel zur Homepage des Coachs verlinken können – seine Spuren zu hinterlassen. Das regelmäßige Publizieren kostet zwar Zeit, trägt aber dazu bei, dass potentielle Kunden auf die

Homepage des Coachs stoßen. Finden sie hier eine Vielzahl von Artikeln vor, gewinnen sie den Eindruck: Dieser Coach ist ein erfahrener Experte, der seinen Job beherrscht.

Für eine strategische Vorgehensweise ist es ratsam, einen Redaktionsplan mit Themen für ein ganzes Jahr zu erstellen, der Folgendes enthalten sollte:

- Art des Mediums,
- Thema,
- definierte Zielgruppe, die mit diesem Thema erreicht werden soll, und
- gewünschter Erscheinungszeitraum des Artikels.

Möchte Susanne Edinger nicht nur Personalverantwortliche, sondern auch Geschäftsführer der Gesundheitsbranche erreichen, könnte sie z.B. einen weiteren Projektartikel verfassen, den sie einem Gesundheitsmagazin anbietet. Häufig enthalten solche Branchenmagazine auch eine Management-Rubrik, in der solche Projektartikel publiziert werden.

Oftmals fällt es Coaches schwer, Themen auszuwählen, die sowohl ihre Zielgruppe als auch den Redakteur des ausgewählten Wunschmediums interessieren. Eine erste Orientierung bieten die Mediadaten einzelner Fachzeitschriften, die Verlage für ihre Anzeigenkunden einmal im Jahr herausbringen. Die Mediadaten enthalten nicht nur Zahlen zur

Höhe der Auflage und zur Leserschaft, sondern oftmals auch eine Themenplanung, in der einzelnen Rubriken Schwerpunktthemen zugeordnet werden.

Bevor Susanne Edinger dem Redakteur das Thema vorstellt, sollte sie sich die Themenplanung online ansehen und möglichst auch regelmäßig einen Blick in die verschiedenen Ausgaben ihres Wunschmediums werfen. So kann sie ein Gespür für eigene Themen entwickeln und herausfinden, wie ein Thema in welchen Formaten aufbereitet wird. Wenn die Beraterin schließlich zum Hörer greift, kann sie zeigen, dass sie sich mit den Inhalten des Mediums beschäftigt hat. Der Blick in die Mediadaten hat für sie noch einen weiteren Vorteil: Sie bieten ihr einen guten Anknüpfungspunkt, um ein Thema für eine bestimmte Ausgabe anzubieten, was die Abdruckwahrscheinlichkeit erhöht.

Themen zuspitzen

Wenn die Expertin dem Redakteur ein Thema anbietet, sollte sie folgendes beachten:

- Für das Artikelangebot sollte ein kurzes Konzept bzw. Exposé mit Ziel, Inhalt und Nutzwert für den Leser erstellt werden.
- Das Thema sollte auf bestimmte Zielgruppen und/oder Unternehmenssituationen zugespielt werden (z.B.: die Kommunikations- und Konfliktfähigkeit interkulturel-

ler Projektteams in Fusionsprozessen trainieren).

In diesem Fall wird das Thema auf eine Mitarbeitergruppe, eine Unternehmenssituation und einen speziellen Coaching-Schwerpunkt zugespielt.

Das Formulieren eines konkreten Themas hat für Susanne Edinger neben dem Vorteil, dass sie es dem Redakteur besser „verkaufen“ kann, noch einen weiteren: Indem sie das Thema zuspitzt, erleichtert sie sich selbst die Arbeit: Sie hat einen roten Faden für ihre Geschichte, was ihr das Verfassen des Artikels erleichtern wird. Und sie zwingt sich dazu, in einen inhaltlichen Aspekt tiefer einzusteigen, anstatt viele verschiedene Themen nur oberflächlich anzuschneiden. Im Ergebnis stößt Susanne Edinger auf das Interesse relevanter Fachmedien, in denen sie ihre Artikel erfolgreich platzieren kann. Ihre Wahrnehmung als Expertin wird damit über die Leserschaft der jeweiligen Medien hinaus gestärkt. Wie sich fortan zeigt, zieht sie hierdurch auch die Aufmerksamkeit potentieller neuer Klienten auf sich.

Die Autorin

Annette Neumann ist PR-Beraterin und Journalistin mit eigenem Medienbüro in Berlin (Das Medienbüro, <http://www.dasmedienbuero.eu>). Sie unterstützt Trainer, Berater und Coaches, sich durch nutzwertige Artikel in relevanten Fachmedien zu positionieren. Gemeinsam mit ihren Kunden entwickelt sie Themen, schreibt in deren Auftrag Artikel und sorgt dafür, dass diese erscheinen – auf allen Kanälen.

neumann@dasmedienbuero.eu

2. In eigener Sache: Coaching-Magazin 2/2017 ist erschienen

Die aktuelle Ausgabe 2/2017 des Coaching-Magazins ist erschienen.



www.coaching-magazin.de

Im Interview wird diesmal **Dr. Ralph Schlieper-Damrich** vorgestellt. Das Interview (sowie zahlreiche weitere Artikel) können Sie bereits jetzt [hier](#) online lesen.

Weitere Inhalte der aktuellen Ausgabe sind:

- Coaching-Interview mit **Dr. Ralph Schlieper-Damrich**
- Wissen kompakt: Coaching im Digitalen Wandel. Teil 2: Welche Potenziale birgt Virtual Reality?
- Konzeption: Persönlichkeitsdidaktik und Coaching. Was macht Haltungsbasiertes Coaching aus?
- Praxis: Die Eigenpositionierung von Führungskräften. Eine große Herausforderung beim Karriere-sprung
- Praxis: Transkulturelles Coaching. Ausbalancieren persönlicher und kontextbezogener Verhaltensmuster
- FAQ: Fragen an Oliver Müller
- Spotlight: Blended-Coaching in der Lehrerbildung. Erste Erfahrungen aus der Praxis
- Coaching-Tool: Die Kommunikations-Sessel: Ziel- und lösungsorientierte. Gespräche in Coaching und Führungsarbeit
- Bad Practice: Déformation professionnelle. Wenn der Coach das Coachen nicht sein lassen kann
- Wissenschaft: Führungskräfte-Coaching. Ein unterschätztes Potenzial für das Betriebliche Gesundheitsmanagement?
- Philosophie/Ethik: Lasst uns spielen! Avanciertes Coaching schafft Spielräume in Unternehmen
- Humor: Coaching auf Augenhöhe

Möchten Sie die Artikel der aktuellen Ausgabe 2/2017 des Coaching-Magazins lesen?

Eine Auswahl der Beiträge können Sie bereits jetzt [hier](#) finden und kostenfrei lesen. Möchten Sie alle Texte lesen, so können Sie das Coaching-Magazin als Einzelheft beziehen oder abonnieren (z.B. im Rahmen eines „**Digital Abos**“: lesen Sie alle Texte bequem auf unserer Homepage und laden Sie sich die Ausgabe als PDF-Dokument herunter):

Alle Abonnement-Varianten:

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

Einzelheftbestellung:

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

Weitere Informationen

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

3. Coaching-Vordenker Sir John Whitmore verstorben

Der britische Coaching-Pionier Sir John Whitmore ist Ende April im Alter von 79 Jahren verstorben. Bekanntheit erlangte Whitmore vor allem durch sein vielfach verkauftes Buch „Coaching for Performance“.

Er war professioneller Sportler, Unternehmer, Sportpsychologe, Autor und Coach: **Sir John Whitmore** (16.10.1937–28.04.2017) gilt als einer der Vordenker des Business-Coachings – insbesondere aufgrund des Einflusses, den das wesentlich durch seine Publikationen bekanntgemachte Coaching-Phasenmodell GROW und sein Buch „Coaching for Performance“, das als Whitmores wichtigstes Werk gilt, entwickelt haben. Nach Angaben des Londoner Coaching- und Beratungsunternehmens „Performance Consultants International“, dessen Gründer und Chairman Whitmore war, wurden bis dato 800.000 Exemplare des in 23 Sprachen vorliegenden Buches verkauft. Im Alter von 79 Jahren ist Whitmore am 28.04.2017 verstorben.

Zum geistigen Vermächtnis des Nachkommens einer englischen Adelsfamilie zählt nicht zuletzt ein humanistisch geprägtes Coaching-Verständnis, das Achtsamkeit im Sinne eines „bewussten Seins“ ins Zentrum rückt. „Wer ein Coaching-Konzept vorstellt, in dem Awareness (Achtsamkeit, Bewusstsein) und Responsibility (Selbstverantwortung,

Nachhaltigkeit) fehlen, der hat nicht verstanden, worum es im Coaching geht. Es geht um existenzielle menschliche Belange“, so Whitmore, der sich in verschiedenen Coaching-Verbänden engagierte, sich nach eigener Aussage zugleich jedoch stets als Freigeist begriff, im **Interview der Ausgabe 3/2009 des Coaching-Magazins**.

Vom Rennfahrer zum Coaching-Vordenker

Whitmore war professioneller Touren- und Sportwagenrennfahrer und nahm u.a. mehrfach am populären 24-Stunden-Rennen von Le Mans teil. Mit dem Ende seiner Rennfahrerkarriere schlug der Brite den Weg des erfolgreichen Unternehmers ein. Er übernahm das Geschäft seines zwischenzeitlich verstorbenen Vaters, eine Farm, und baute weitere Unternehmen auf, darunter – der bisherigen Leidenschaft entsprechend – ein Autohaus. „Doch innerlich kamen Fragen auf: Wirst Du glücklicher werden, wenn Du ein noch größeres Auto fährst oder ein noch größeres Flugzeug besitzt?“, zeichnet Whitmore seinen Weg in Richtung des Coachings im Coaching-Magazin Schritt für Schritt nach: „Das war der Zeitpunkt, an dem ich begonnen habe, mich für Psychologie zu interessieren. Ich wollte verstehen, was mich im Inneren beschäftigt. Deshalb ging ich dann nach Kalifornien, wo zu der Zeit alle wichtigen psychologischen

Denker lebten, wie zum Beispiel Carl Rogers oder Abraham Maslow.“

In der Rolle des Psychotherapeuten, die er hätte anstreben können, sah sich der ehemalige Rennfahrer jedoch nicht. Stattdessen wurde er Sportpsychologe. „Und dann geschah es, dass Geschäftsleute (...) mich fragten, ob ich nicht auch in deren Unternehmen tätig werden könnte“, so Whitmore.

In Deutschland wurde Whitmore durch sein Buch und insbesondere durch seinen Workshop „International Executive Coaching“ auf dem DBVC Coaching-Kongress 2005 in Frankfurt einem breiteren Publikum bekannt.

Auf der LinkedIn-Präsenz Whitmores gingen nach Bekanntgabe dessen Todes zahlreiche Kommentare und Trauerbekundungen ein, die die offensichtliche Bedeutung des Verstorbenen im Coaching widerspiegeln. So schreibt beispielsweise ein Besucher: „Sir John's book Coaching for Performance set me on the road to becoming a professional coach. Thank you for the legacy you have left with us all, Sir John.“ (de)

Weitere Informationen

<http://www.performanceconsultants.com/>

<https://www.coaching-magazin.de/portrait/interview-john-whitmore>

4. Coaching-News

Klicken Sie auf ein einen der folgenden Links, um sich mit RAUEN Coaching zu vernetzen und um über aktuelle Coaching-News informiert zu werden:

Twitter

<http://www.rauen.de/twitter/>

Facebook

<http://www.rauen.de/facebook/>

Google Plus

<http://www.rauen.de/googleplus/>

Xing

<http://www.rauen.de/xing/>

LinkedIn

<http://www.rauen.de/linkedin/>

Redaktion:

David Ebermann (de) redaktion@rauen.de

Alexandra Plath (ap)

Alle Coaching-News finden Sie online unter folgender Adresse:

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

News OSC in neuer Herausgeberschaft

Dr. Astrid Schreyögg übergab die Herausgeberschaft der von ihr gegründeten Zeitschrift „Organisationsberatung – Supervision – Coaching“ (OSC) nach 22 Jahren in die Hände der an der Universität Kassel tätigen Hochschullehrerin Prof. Dr. Heidi Möller.

Dr. Astrid Schreyögg zählt zu den bekanntesten Coaching-Pionieren Deutschlands. Eines ihrer Verdienste: die Gründung der Zeitschrift OSC im Jahre 1994, damals noch unter dem Titel „Organisationsberatung – Supervision – Clinical Management“ im Verlag Leske & Budrich. „Die OSC hat sich unter ihrer Chefherausgeberschaft zu einem viel beachteten und gelesenen Diskussionsforum für eine qualifizierte Beratungspraxis entwickelt“, würdigt

Prof. Dr. Heidi Möller, Hochschullehrerin für Theorie und Methodik der Beratung an der Universität Kassel, die Arbeit Schreyöggs. Nach nunmehr 22 Jahren der Herausgeberschaft entschied sich Schreyögg, die Leitung der Zeitschrift ab 2017 in neue Hände zu legen, wie die neue Herausgeberin Möller berichtet.

Die Kontinuität der Zeitschrift sieht Möller, die eine „lebendige Publikationskultur“ anstrebt, gewährleistet. So betont die neue Herausgeberin, dass **Dr. Christoph J. Schmidt-Lellek**, der die OSC seit ihrer Anfänge als Mitherausgeber und Lektor maßgeblich mitgeprägt habe, der Zeitschrift weiterhin in diesen Funktionen erhalten bleibe. Dennoch wird der Wechsel der Herausgeberschaft mit neuen Entwicklungen einherge-

hen. Vorgesehen ist etwa die Erweiterung des bisherigen Peer-Reviewing-Prozesses, kündigte Möller mit Übernahme der neuen Funktion an.

Die OSC erscheint in vier Ausgaben jährlich. Hierbei werde aufgegriffen, so Möller, dass viele Organisationen vor dem Hintergrund steigender Komplexität, multipler Entscheidungsanforderungen und technologischem Fortschritt etc. unter Veränderungsdruck stünden. „Anforderungen, Chancen und Krisen in beruflichen Kontexten geben Anlass, sich mit Beiträgen der OSC zu befassen, zumal die Grenzen zwischen lebenswelt- und arbeitsweltbezogener Beratung fließender werden.“ (de)

Weitere Informationen

<http://www.springer.com/11613>

News Ausschreibung: Coach & Trainer Award 2017

Der dvct schrieb den Coach & Trainer Award für 2017 aus. Bis Ende Mai nimmt der Verband Konzepteinreichungen als Bewerbungen entgegen.

Mit dem vom Deutschen Verband für Coaching und Training e.V. (dvct) vergebenen Coach & Trainer Award sollen innovative Konzepte aus den Bereichen Coaching und Training gewürdigt werden. Der Verband schrieb den seit 2010 jährlich vergebenen Preis nun für 2017 aus. Bis

zum 30.05.2017 können Bewerbungen vorgenommen werden.

Sechs Bewerber erhalten die Möglichkeit, ihr Konzept am 05.09.2017 in Hamburg in einem Vorentscheid zu präsentieren. Drei Teilnehmer ziehen in das Finale ein, das am 18.11.2017 ebenfalls in Hamburg stattfindet. Hier wird das siegreiche Konzept im Rahmen 60-minütiger Präsentationen ermittelt. Der Gewinner erhält – sofern die Voraussetzungen hierfür erfüllt sind – eine einjährige Mitgliedschaft im dvct und

die Möglichkeit, sich im kommenden Jahr im Rahmen von Messepräsenzen des 2003 gegründeten Verbandes zu präsentieren. Die Konzepte der Zweit- und Drittplatzierten werden jeweils als „Qualifiziertes Produkt 2017“ ausgezeichnet. Konzepteinreichung sowie Teilnahme an Vorentscheid und Finale sind kostenpflichtig. (de)

Weitere Informationen

<http://www.dvct.de/verband/coach-trainer-award>

News Fünfter Hamburger Coaching Tag

Im September findet der diesjährige HCT statt, ausgerichtet vom Psychologie-Alumni-Verein der Universität Hamburg.

Der fünfte Hamburger Coaching Tag (HCT) findet am 01.09.2017 statt. Mit dem Yu Garden, einem chinesischen Teehaus, entschieden sich die Veranstalter vom Alumni-Verein des Fachbereichs Psychologie der Universität Hamburg erneut für den Veranstaltungsort der Vorjahre. Anmeldungen werden derzeit entgegengenommen (Frühbucherrabatt bis 30.06.2017). Teilnehmer dürfen folgende Vorträge erwarten:

- **Dr. Astrid Schreyögg:** „Wissensstruktur im Coaching“

- Doris Röschmann: „Woran glauben wir? Coachen mit Glaubens- und Leitsätzen“

Neben den Vorträgen kann aus insgesamt fünf Workshops – darunter Themen wie Online-Coaching, Humor im Coaching, die Passung von Rolle und Person oder Hypnose im Coaching – gewählt werden. Die Workshops werden sowohl vor- als auch nachmittags jeweils parallel durchgeführt.

Diskussion zu internem Coaching

In einer Plenumsdiskussion werden sich die Teilnehmer darüber hinaus dem bisweilen kontrovers gesehene Thema des internen Coachings

widmen. Beatrice Mayer-Tups, die ein **internes Coaching-Programm des Energieversorgers inno-gy/RWE** verantwortet, und Personalentwickler Lars Lange von der Hanse Merkur sind hierzu als Gäste geladen. (de)

Weitere Informationen

<http://alumni-psychologie.de/94-mitteilungen/248-5-hamburger-coaching-tag-hct-am-01-09-2017>

5. Rezensionen von Coaching-Büchern

Die von uns geführte **Gesamtliste der Coaching-Literatur umfasst inzwischen 2.253 Einträge und 376 Rezensionen von Coaching-Büchern. Folgend finden sich die neuesten Rezensionen.**



Wehrle, Martin (2016)
Die Coaching-Schatzkiste.
Bonn: managerSeminare.
384 Seiten, 49,90 Euro.
ISBN: 978-3-95891-024-9

Bei Amazon bestellen:
<https://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3958910246/cr>

Rezension von Hans-Jürgen Ramisch

Schatzkisten bergen meist Überraschungen. Sie regen die Fantasie an, erinnern an das Spielen in der Kindheit, fördern Entdeckergeist und bringen Verborgenes zu Tage. Die Coaching-Schatzkiste von Martin Wehrle ermöglicht all dieses für den professionellen Coach. Ein Buch, das nicht im Bücherregal „versauern“ darf, sondern Eingang in die tägliche Arbeit finden sollte.

In fünf Kapiteln bietet Wehrle ein komplettes Programm der Unterstützung vom Erstgespräch (Ausgangs-

lage) bis hin zum Praxistransfer (der gefundenen Lösung) des Coachings. Die dazwischenliegenden Kapitel behandeln die Innenwelt des Klienten (Reflexion), seine Ziele und Ressourcen.

Jedes Kapitel beginnt mit einem umfangreichen Selbst-Check für den Coach. Hierzu gehören Fragen zum Erstgespräch, zur Positionierung, über eigene Ressourcen und zur Nachbereitung. Aufkommende Fragen von Coaches (Mitschreiben: ja oder nein, Umgang mit Unpünktlichkeit oder schweigsamen Klienten usw.) werden zum Schluss der Kapitel behandelt. 850 Coaching-Fragen geben Impulse für jedes Gespräch.

Mit Coaching-Methoden, Coaching-Stories und Impact-Fragen finden neue Themenansätze ihre Anwendung im Coaching. Die 50 Coaching-Methoden verhelfen zu einem veränderten Blickwinkel bei der Analyse von Gegenwart und Zukunft im Prozess. Hintergrund, der mit ihr verbundene „Schatz“, Kommentar sowie Risiken und Gegenmittel werden bei jeder Methode besprochen. Beispielsweise wird der Coach als Reporter tätig. Dann sind Nachfragen ein Teil des „Spiels“ und leichter möglich. Weitere Methoden-Beispiele sind die Öffnung der Gefängnistür des „Glaubenssatz-Gefängnis“ mit praktischen Übungen oder der Blick auf das „Zukunfts-Ich“.

Aus Sicht des Rezensenten liegt in den 20 kreativen Coaching-Stories (Kapitel 1–5) und den 11 Impact-Ideen (Kapitel 2–4) der Hauptgewinn des Buches. Die Coaching-Stories beinhalten Geschichte(n), Themenbereiche für die Anwendung, Einsatzsituation sowie hilfreiche Fragen. Beispiele für Coachings-Stories sind die „Dreieck-Strategie“ (ein dritter Weg als Lösung aus einem Dilemma), „Womit fang ich bloß an?“

(endlich aus dem Startblock kommen) und „Der hungrige Goldfisch“ (Wahrnehmung und Kompromissbereitschaft). Impact-Ideen verhelfen zu einer neuen Sicht der Situation und können somit Entscheidungen herbeiführen.

Ein Verzeichnis mit weiterführender Literatur sowie im Internet zur Verfügung gestellte, downloadbare Arbeitshilfen (sowohl auf der Verlags- wie auch auf der Autoren-Webseite) vervollständigen dieses wertvolle Buch. Einzige Bedingung für Leser zur Nutzung der Buchideen: Aufgeschlossenheit für die Anwendung kreativer Möglichkeiten im Coaching. Selbstverständlich ist auch eine Hilfe zum Umgang mit „rollenspielunwilligen“ Klienten enthalten.

Fazit: Das vorliegende Buch von Martin Wehrle ist eine echte Schatzkiste für jeden Coach, egal ob Anfänger oder Profi. Eine Fundgrube für kreative Ideen, abwandelbare Fragen, hilfreiche Coaching-Stories, nützliche Impact-Ideen und vieles mehr. Eine klare Kaufempfehlung!

Hans-Jürgen Ramisch
Dillenburg
info@ramisch.com
www.ramisch.com



Mertens, Sabine (2014)

Wie Zeichnen im Coaching neue Perspektiven eröffnet.

Weinheim: Beltz.

336 Seiten, 49,95 Euro.

ISBN: 978-3-407-36562-0

Bei Amazon bestellen:

<https://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3407365624/cr>

Rezension von Andrea Schlösser

Bilder sagen mehr als tausend Worte, so besagt es das Sprichwort. Denn Bilder können Themen und Gefühle transportieren, die oft nur schwer in Worte zu fassen sind. Das Malen ist sowohl im Coaching als auch in anderen Beratungsformaten seit langem eine hilfreiche Methode, um Inneres sichtbar zu machen. Sabine Mertens' Buch "Wie Zeichnen im Coaching neue Perspektiven eröffnet" ist ein umfangreiches Werk, welches die unterschiedlichen Möglichkeiten des Zeichnens als Intervention im Coaching-Prozess beschreibt.

Anhand zahlreicher Abbildungen von Klienten aus der Praxis der Autorin stellt Mertens verschiedenste Deutungsperspektiven vor und erläutert diese. Im ersten Teil des Buches geht es um die Arbeit mit den selbst gezeichneten Bildern der Klienten. Hier wird beschrieben, wie der Einstieg ins Coaching gelingen kann, welche Einstiegsaufgaben hilfreich sind und wie mögliche Bilddeutungen vorgenommen werden können.

Durch den zum Teil sehr wissenschaftlichen Schreibstil ist die Lektüre an einigen Stellen anspruchsvoll, und die zahlreichen, in den Fließtext eingefügten Internetlinks unterbrechen den Lesefluss. Durch den häufigen Wechsel von Textpassagen und Bildserien ist ein Hin- und Herbücheln notwendig. Ein zum unmittelbaren Text gehörendes Bild würde die Handhabung des Buches vereinfachen.

Interessant sind die von der Autorin vorgenommenen Theoriebezüge, denen mit Hilfe von Literaturhinweisen nachgegangen werden kann. Anhand der zahlreich beschriebenen Betrachtungsmöglichkeiten der Bilder wird deutlich, dass Mertens viel Praxiserfahrung besitzt. Ob die gewählten Klientenbeispiele mit Diagnosen wie „posttraumatische Belastungsstörung mit einer depressiven Reaktion“ tatsächlich Klienten für das Coaching sind, ist strittig. Ebenso ist der ausführliche Teil über Traumata aufgrund der Abgrenzung zwischen Therapie und Coaching überdenkenswert.

Kurze Erläuterungen zu prozessrelevanten Themen wie „Übertragung/Gegenübertragung“ sind gesondert gekennzeichnet und stellen

eine hilfreiche Ergänzung dar, wengleich einige Themen wie „Geburt“ weit ausgeholt sind. Die von Mertens gewählten Überschriften wie „Ästhetische Erfahrung zwischen Herzlichkeit und Blutwurst“ oder „Einordnung zwischen Rembrandt und Bügelbrett“ erschweren ein Nachschlagen und Wiederfinden von gesuchten Inhalten.

Im zweiten Teil werden sechs ausführliche Fallbeispiele vorgestellt, die die Kompetenz sowie die Herangehensweise der Autorin verdeutlichen. Auch hier werden wieder zum besseren Textverständnis einzelne Begriffe gesondert erklärt. Am Ende des Buches geht Mertens noch einmal der Frage nach „Warum funktioniert Coaching mit selbst gemalten Bildern?“

Fazit: Wer sich für die Anwendungsmöglichkeiten und Arbeitsweisen des Zeichnens im Coaching interessiert, ist mit diesem fundierten Werk gut beraten. Als Methodenhandbuch zum Nachschlagen ist es aufgrund fehlender Struktur eher ungeeignet.

Andrea Schlösser

neurolines

www.neurolines.de

info@neurolines.de

6. Neue Coaches in der Coach-Datenbank



Die RAUEN Coach-Datenbank gibt eine Übersicht von qualifizierten und erfahrenden Coaches in Deutschland, Österreich und der Schweiz.
Internet: www.coach-datenbank.de

Im April 2017 konnten folgende Coaches neu in die RAUEN Coach-Datenbank aufgenommen werden:

Manuela Henrich, D – 65529 Waldems

<http://www.coach-datenbank.de/coach/manuela-henrich.html>

Ines Dietrich, D – 14467 Portsdam

<http://www.coach-datenbank.de/coach/ines-dietrich.html>

Aufnahme in die RAUEN Coach-Datenbank:

<http://www.coach-datenbank.de/mitgliedschaft/aufnahmekriterien.html>

7. Coaching-Ausbildungen im nächsten Monat



Die RAUEN Coaching-Ausbildungsdatenbank gibt eine Übersicht von Aus- und Weiterbildungen zum Coach in Deutschland, Österreich und der Schweiz.
Internet: www.coaching-index.de

Folgend die Liste der Coaching-Ausbildungen, die im nächsten Monat starten.

Weitere Ausbildungen, die auf Anfrage bzw. jederzeit/individuell starten, finden Sie [hier](#).

COATRAIN® coaching & personal training GmbH (DBVC-anerkannt)

Ausbildungstitel: Kompakt-Ausbildung Zertifizierter Business Coach - Integrative syst.-lösungsorientierte Ausbildung

Ausbildungsbeginn: 12.06.2017

Hamburg

Kosten: 4.900,00 (MwSt.-befreit)

<https://www.coaching-index.de/coach-ausbildung/coatrains-coaching-personal-training-gmbh.html>

Neuland Partners for Development & Training GmbH & Co. KG

Ausbildungstitel: DIE NEULAND-COACHINGAUSBILDUNG KOMPAKT – Ihr Weg zum professionellen Business-Coach

Ausbildungsbeginn: 19.06.2017

36043 Fulda

Kosten: TEILNAHMEGEBÜHR EUR 7.265,00 (+ gesetzl. MwSt.). Hinzu kommen Kosten für Übernachtung und Verpflegung im jeweiligen Seminarhotel.

<https://www.coaching-index.de/coach-ausbildung/neuland-partners-for-development-training-gmbh-co-kg.html>

Susanne Weber Kommunikationsmanagement

Ausbildungstitel: Coaching Kompaktausbildung

Ausbildungsbeginn: 19.06.2017

78464 Konstanz

Kosten: Die Teilnahmegebühr für die kompakte Ausbildung beträgt netto EUR 1.500 zzgl. MwSt.

<https://www.coaching-index.de/coach-ausbildung/susanne-weber-kommunikationsmanagement.html>

Susanne Weber Kommunikationsmanagement

Ausbildungstitel: Ausbildung zum Systemischen Teamentwickler/Teamcoach

Ausbildungsbeginn: 22.06.2017

78464 Konstanz

Kosten: 6.400,00 Euro zzgl. 19% MwSt. Eine Zahlungserleichterung in Form einer Ratenzahlung ist möglich.

<https://www.coaching-index.de/coach-ausbildung/susanne-weber-kommunikationsmanagement.html>

teamsysplusAKADEMIE

Ausbildungstitel: Ausbildung zum neuro-systemischen Coach

Ausbildungsbeginn: 23.06.2017

80802 München

Kosten: 7.500,00 Euro , zzgl. USt. Ratenzahlung möglich.

<https://www.coaching-index.de/coach-ausbildung/teamsysplusakademie.html>

Dietz Training und Partner – Ingeborg und Thomas Dietz (DBVC-anerkannt)

Ausbildungstitel: Psychologie der Veränderung - emotional intelligent coachen

Ausbildungsbeginn: 27.06.2017

83370 Seon

Kosten: Euro 6.800,- gesamt in 3 Raten zzgl. MwSt. und Hotelkosten.

<https://www.coaching-index.de/coach-ausbildung/dietz-training-und-partner.html>

oezpa GmbH – Schlosshotel Kloster-Walberberg (DBVC-anerkannt)

Ausbildungstitel: Weiterbildung in systemischem Business Coaching

Ausbildungsbeginn: 29.06.2017

53332 Bornheim-Walberberg

Kosten: 6.900,00 EUR zzgl. 19% MwSt.

<https://www.coaching-index.de/coach-ausbildung/oezpa-gmbh.html>

Coachingbüro Huber & Partner – Führung . Werte . Unternehmenskultur

Ausbildungstitel: Zertifizierte Ausbildung zum Coach und Prozessbegleiter

Ausbildungsbeginn: 30.06.2017

Freiburg im Breisgau

Kosten: Der 1. Workshop kostet 750 Euro zzgl. MwSt, danach können Sie sich für die weitere Ausbildung entscheiden. Die gesamte Fortbildung (alle 12 Workshops) kostet 9.000 Euro zzgl. MwSt. Unterkunft und Verpflegung sind darin nicht enthalten. Die Teilnehmergebühr ist in halbjährlichen Raten zu zahlen.

<https://www.coaching-index.de/coach-ausbildung/coachingbuero-huber-partner.html>

EMRICH Consulting ... improving people! – Dr. Martin Emrich

Ausbildungstitel: Ausbildung zum Systemischen Business Coach (ICA)

Ausbildungsbeginn: 30.06.2017

73728 Esslingen

Kosten: Ausbildungsblock "Basic" (2 X 2 Tage) = 1.000 Euro + MWST. Ausbildungsblock "Advanced" (3 X 3 Tage) = 3.150 Euro + MWST. Ausbildungsblock "Master" (3 X 3 Tage) = 3.150 Euro + MWST. ICA-Zertifizierung (1 Tag) = 650 Euro + MWST ... das ergibt für die gesamte Ausbildung + ICA-Zertifizierung = 7.950 Euro + MWST. Bei Buchung der gesamten Ausbildung + ICA-Zertifizierung und Überweisung vorab geben wir 10% (= 795 Euro + MWST) auf die gesamte Summe Rabatt.

<https://www.coaching-index.de/coach-ausbildung/emrich-consulting-improving-people.html>

Details zur Aufnahme in die Ausbildungsdatenbank, finden Sie unter:

<http://www.coaching-index.de/mitgliedschaft.html>

Rechtliche Hinweise

© Copyright 2017 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 – soweit rechtlich möglich – 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 Funktionen 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/daten-aendern.html>

Zum Abbestellen des Coaching-Newsletters klicken Sie bitte hier:

<http://www.coaching-newsletter.de/abbestellen.html>

Zum Abonnieren des Coaching-Newsletters klicken Sie bitte hier:

<http://www.coaching-newsletter.de/abonnieren.html>

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

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

Feedback und Anregungen bitte an:

info@rauen.de

Informationen zur Werbung im Coaching-Newsletter:

<http://www.rauen.de/dienstleistungen/werbung.html>

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

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

www.coaching-newsletter.de