



coaching fachtagung 2005

im Bildungswerk ver.di in Niedersachsen e.V.

Dokumentation der Tagung
und
Interviews mit Coaching-ExpertInnen

bildungswerk
ver.di

Coaching-Fachtagung 2005

im Bildungswerk ver.di in Niedersachsen e.V.

zusammengestellt und bearbeitet von Sebastian Scheibe

Inhaltsverzeichnis

1	Coaching liegt im Trend.....	3
2	Netze knüpfen statt alleine kämpfen – Die Coaching-Fachtagung 2005.....	5
3	„Business-Coaching ist der große Markt!“ – Interviews mit Coaching-ExpertInnen	12
4	Ergebnisse der Teilnehmer-Umfrage zur Coaching-Fachtagung 2005.....	18
5	Ausblick und Kontaktdaten	20
6	Anhang: Literaturhinweise und Informationsquellen zum Thema Coaching	21



Wir sind zertifiziert!

1 Coaching liegt im Trend...

Liebe Leserin, lieber Leser!

Nirgendwo im Weiterbildungs- und Beratungsbereich scheint sich derzeit so viel zu bewegen wie im Coaching-Markt. Coaching liegt im Trend und wird in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen. Unter dem Motto „Probleme erkennen – Ziele bestimmen – Lösungen finden“ wird Coaching immer häufiger auch von PersonaltrainerInnen und SupervisorInnen angeboten. Das Bildungswerk ver.di in Niedersachsen e.V. hat daher im Frühjahr 2005 eine Fachtagung zum Thema Coaching veranstaltet, um diesem Trend auf den Grund zu gehen. Zehn ausgewählte FachreferentInnen gaben interessante Einblicke in aktuelle Entwicklungen und Diskussionslinien rund um das Thema Coaching:

Coaching, Beratung, Prozessbegleitung – was ist was? – Eine Standortbestimmung (Eröffnungsreferat; Jörg Middendorf)

Anforderungen an Coachs (Susanne Draeger & Doris Rusteberg)

Aufstellungsarbeit im Einzelcoaching (Burkhard Bösterling)

Das psychodramatische Rollenspiel im Coaching (Dina Bösch & Ursel van Overstraeten)

Reisebegleitung vom Problemraum zum Lösungsgebiet. Lösungsorientiertes Vorgehen im Coaching (Ortrud Hillmer)

Trends des Marktes – Zukunftsperspektiven für Coachs (Jörg Middendorf)

Coaching – ein Führungsinstrument!? (Klaus Carlin)

NLP als effektives Werkzeug im Coaching (Barbara Knuth)

Netzwerken mit Spaß und Erfolg (Abschlussplenum; Dr. Martin Lensch)

Die Tagung richtete sich sowohl an erfahrene Coachs und Berater, die an fachlichem Austausch interessiert sind, als auch an Interessierte aus den psychosozialen Beratungsberufen, die Coaching in ihr Leistungsspektrum aufnehmen möchten.

Katharina Sieckmann lässt in ihrem **Artikel „Netze knüpfen statt alleine kämpfen“** die Eindrücke von der Tagung Revue passieren. Sie gibt jeweils eine Zusammenfassung der Referate und Workshops und macht somit die wichtigsten Inputs allen LeserInnen zugänglich (Kapitel 2).

Sebastian Scheibe führte **Interviews mit den FachreferentInnen** der Tagung zu speziellen Aspekten des Coachings. Die spannenden Aussagen der Coaching-ExpertInnen geben Ihnen eine Fülle an Anregungen und Zusatzinformationen (Kapitel 3).

Sie möchten wissen, welche Berufsgruppen diese Fachtagung besucht haben und wie die TeilnehmerInnen Inhalte und Organisation der Veranstaltung bewertet haben? Dann werfen Sie doch mal einen Blick in die wichtigsten Ergebnisse der **Teilnehmer-Umfrage** (Kapitel 4).

Im Anhang finden Sie aktuelle **Literaturhinweise** und zahlreiche **Informationsquellen** im Internet zum Thema Coaching.

Dass Coaching mehr ist als bloß eine „trendige“ Zeiterscheinung, bestätigt die hohe Zahl der Fachbesucher unserer Tagung. Mit fast 90 TeilnehmerInnen wurden unsere Erwartungen weit übertroffen. Eine solche Fachtagung zum Thema Coaching ist für den norddeutschen Raum bislang einmalig! Der Einzugsbereich der Teilnehmenden erstreckte sich von der Nordseeküste bis Südostniedersachsen. Einige kamen sogar eigens aus Berlin und Frankfurt angereist.

Die Ergebnisse unserer Teilnehmer-Umfrage bestätigen uns darin, im Frühjahr 2006 eine Folgeveranstaltung anzubieten. Rund 83 Prozent der Befragten hatten einen guten bis sehr guten Gesamteindruck von der Tagung. Fast 96 Prozent beurteilten die Inhalte der Tagung allgemein mit gut bis sehr gut. Sehr gut besucht ist wohl daher auch unser „Kontaktstudium Coaching“. Die große Nachfrage hat uns dazu veranlasst, bereits ab Herbst 2005 eine weitere **Coaching-Ausbildung** anzubieten.

Wir würden uns freuen, Sie als TeilnehmerIn einer unserer Coaching-Ausbildungen oder auf der nächsten Fachtagung wieder begrüßen zu dürfen.

Ihr Team vom Bildungswerk ver.di in Niedersachsen e.V.

2 Netze knüpfen statt alleine kämpfen – Die Coaching-Fachtagung 2005

Von KATHARINA SIECKMANN

An diesem grauen, stürmischen Morgen im März ist die Coaching-Fachtagung im Bildungswerk ver.di ein echter Lichtblick. Einen ganzen Tag lang dreht sich alles um das Thema Coaching. Was ist Coaching und wie unterscheidet es sich von anderen Beratungsformen wie zum Beispiel Supervision? Welche Marktchancen hat Coaching, was braucht ein Berater, um ein erfolgreiches Coaching durchzuführen und welches Handwerkszeug kann im Coachingprozess eingesetzt werden? Eine solche Tagung ist bisher einmalig in Niedersachsen.

Christa Hoffmann und **Ursel van Overstraeten** haben die Tagung organisiert. Sie hoffen, dass Coaches, Trainer und Berater hier miteinander ins Gespräch kommen. „Die Tagung bietet einen Überblick über das Themenfeld Coaching. Wir wollen die Menschen ansprechen, die sich gerne weiterbilden möchten und überlegen, ob Coaching etwas für sie sein kann. Wir bieten daher ein breites Spektrum an. Es war uns vor allem wichtig, dass sowohl Anfänger als auch Fortgeschrittene bedient werden und die für sie richtigen Workshops finden. Das Thema „Coaching für Führungskräfte“ wird wahrscheinlich eher die Fortgeschrittenen interessieren, während so etwas wie „Welche Fertigkeiten braucht ein Coach?“ wahrscheinlich eher ein Anfängertema ist“, erläutert Christa Hoffmann.

Ursel van Overstraeten betont außerdem, dass sie vor allem Freiberufler ansprechen möchten, die als Trainer oder Berater arbeiten und nach und nach ihr Leistungsspektrum erweitern möchten. „Die können bei unserer Coaching-Fachtagung untersuchen, ob der Bereich Coaching etwas für sie wäre. Dazu kommt, dass die freien Trainer oft auf sich allein gestellt sind, und für die ist es sehr gut, sich im Rahmen einer solchen Tagung auszutauschen. Es ist wichtig, dieses Einzelkämpferdasein zu durchbrechen und festzustellen, dass man in bestimmten Punkten auch zusammenarbeiten und sich häufig gegenseitig beraten und weiterhelfen kann. Von denjenigen, die bei uns eine Supervisions- oder Coachinausbildung gemacht haben, wissen wir, dass sie sich Reflektionstage wünschen, an denen man noch mal zusammen kommt und sich darüber austauscht, was in der Zwischenzeit passiert ist und wie alle davon profitieren können. Manche haben sich nach der Ausbildung noch nicht getraut, als Coach zu arbeiten. Sie brauchen dann einfach so einen Kick. Uns

liegt daher besonders das Thema Netzwerken am Herzen. Wir möchten betonen, dass man sich eher ergänzen kann, als sich immer zu bekämpfen. Nach unserer Tagung sollen die Leute mit einem Stapel Visitenkarten nach Hause gehen und wissen, dass sie Ansprechpartner aus unterschiedlichen Bereichen haben.“

Das Konzept scheint aufzugehen. In den Tagungsräumen bei ver.di duftet es nach Kaffee, überall stehen kleine Gruppen eifrig ins Gespräch vertieft. Bei einigen ist die Wiedersehensfreude groß, weil man entweder eine Ausbildung zusammen gemacht hat oder sich aus anderen Zusammenhängen kennt. Andere erkunden die Umgebung und streifen durch das Plenum und die einzelnen Tagungsräume, in denen später die Workshops zu diversen Coachingthemen durchgeführt werden.

Als erster Referent gibt **Jörg Middendorf** eine Standortbestimmung. Seine Forderung an alle Coaches, Berater und Supervisoren: „Mischen Sie sich ein!“ Sie sollen mitreden bei der Definition von Coaching, dabei, wie es sich von anderen Beratungsformen unterscheidet und wie ein eigener Coachingmarkt festgelegt werden kann.

Je unüberschaubarer der Markt an personenzentrierter Beratung wird, desto dringender wird seiner Meinung nach das Bedürfnis nach einer klaren Abgrenzung und Professionalisierung der Coachinginhalte.

Was für ihn ein systemisch fundiertes Coaching ausmacht, das kann Middendorf sehr genau auf den Punkt bringen:

1. Coaching ist eine individuelle, persönliche und zeitlich begrenzte Beratung im beruflichen Kontext.
2. Coaching ist ein gleichberechtigtes Arbeiten zwischen Coach und Klient.
3. Es bietet lösungsorientierte Hilfe zur Selbsthilfe an.
4. Es unterstützt die Fähigkeit zur Reflexion und Selbstwahrnehmung beim Klienten.
5. Im Coaching wird der ganze Mensch betrachtet, mit all seinen Ressourcen und mit den Systemen, in denen er beruflich oder privat involviert ist.
6. Es zeichnet sich durch eine breite Vielfalt an Methoden aus, die auf der konzeptionellen Ausrichtung und einer umfassenden Ausbildung als Coach beruhen.

(Kontakt: joerg.middendorf@t-online.de; www.personal-balance.de)

Nach dieser Eröffnung stand fest, dass jeder einzelne gefragt ist und sich Gehör verschaffen muss, mit anderen ins Gespräch kommen und seine Standpunkte deutlich machen soll, damit sie von unterschiedlichen Seiten beleuchtet und diskutiert werden können. Eine gute und solide Grundlage für eine Fachtagung wie diese.

In den Workshops am Vormittag machten **Susanne Draeger** und **Doris Rusteberg** transparent, welche Eigenschaften und Fähigkeiten ein kompetenter Coach ihrer Meinung nach haben muss. Konkrete Ziele erarbeiten und eine vertrauensvolle Beziehung zwischen Coach und Klient aufzubauen, stellten die beiden zum Beispiel als wichtige Faktoren dar, von denen das Gelingen eines wirkungsvollen Coachingprozesses abhängt.

(Kontakt: D.Rusteberg@t-online.de und Susanne.Draeger@zew.uni-hannover.de)

Bei **Burkhard Bösterling** stand die Aufstellungsarbeit im Einzelcoaching im Mittelpunkt. Wie werden die systemischen Konstellationen von Gruppen, Teams oder größeren Organisationen räumlich wahrgenommen? Sie alle haben eine spezielle Dynamik, strukturelle Konfliktmuster und verborgene Lösungspotenziale, die mit Hilfe von Aufstellungen sichtbar gemacht werden können. Wie kann ein Coach die räumliche Abbildung von Beziehungskonstellationen nutzen, um Konflikte erkennbar zu machen? „Systemisch wahrnehmen“ wird immer mehr zu einer wichtigen Kompetenz im Berufsalltag. Mit Hilfe der Aufstellungen kann ein Klient sein inneres Bild einer sozialen Konstellation wiedergeben. Dem liegt das Wissen zugrunde, dass Menschen nicht nur Einzelpersonen wahrnehmen, sondern auch soziale Konstellationen. Sie mit Stellvertretern wieder in Raumbilder zu verwandeln, gibt dem Klienten die Möglichkeit, andere Konstellationen auszuprobieren und so mögliche Lösungen für die Konflikte zu finden. Weil davon ausgegangen wird, dass jedes System über die zur Lösung seiner Probleme notwendigen Ressourcen verfügt, helfen die Aufstellungen dem Klienten, neben dem erlebten Problemraum auch potenzielle Lösungsräume zu erkunden.

(Kontakt: boesterling@booe.de; www.booe.de)

Dina Bösch und **Ursel van Overstraeten** widmeten sich in ihrem Workshop dem psychodramatischen Rollenspiel im Coaching. Wie ist eine konflikthafte Situation entstanden, welche Anteile hat der Klient daran, welche Veränderungspotenziale gibt es und welche seiner Fähigkeiten und Ziele können dabei berücksichtigt werden? „Doing – Undoing – Redoing“ lauten die Fachbegriffe, die den psychodramati-

schen Prozess beschreiben sollen, der mit dem Klienten zuerst die Ursache des Problems betrachtet, dann Altlasten aufdeckt und entkräftet und schließlich versucht die Situation unter einem neuen Blickwinkel zu betrachten und neue Handlungsoptionen zu erschließen. Aktuelle Realität, Vergangenheit und mögliche Handlung in der Zukunft: das psychodramatische Rollenspiel stellt den Zusammenhang zwischen diesen drei Punkten her. Der Klient ist mit Leib und Seele involviert, was einen intensiven Lernprozess begünstigt. Die Zusammenhänge eines Konflikts können so direkt erlebbar und mögliche Veränderungspotenziale spürbar gemacht werden.

(Kontakt: dina.boesch@verdi.de und overstraeten@bw-verdi-ha.de)

Ortrud Hillmer stellte ihren Ansatz des lösungsorientierten Vorgehens im Coaching vor und nannte ihren Vortrag bildhaft die „Reisebegleitung vom Problemraum zum Lösungsgebiet“. Wo steht der Klient? Wie sieht seine Erlebniswelt aus? Wie denkt und spricht er über sein Problem? Das sind Fragen, mit denen die Trainerin versucht, den Problemraum des Klienten zu erforschen. Hillmer erläuterte, dass die unwillkürlichen Prozesse wichtige Botschaften enthalten und viel schneller ablaufen, als rationale Prozesse. Außerdem entsteht Wahrnehmung durch die Fokussierung unserer Aufmerksamkeit. Wie kann man also den Klienten unterstützen, seine Aufmerksamkeit so auszurichten, dass er sich auf Lösungen statt auf Probleme konzentriert? Wenn man nur noch sein Problem sieht, dann entsteht ein Tunnelblick, die Wahrnehmung ist eingeschränkt. Weil so viele in einer schwierigen Situation davon überzeugt sind, keine Wahl und keinen Einfluss zu haben, verlieren sie sämtliche Motivation. Es ist also Aufgabe des Coaches, den Klienten aus seinem Problemraum heraus in den zukunftsgerichteten Lösungsraum zu führen. Wiederum mit Fragen findet Ortrud Hillmer heraus, welche besonderen Fähigkeiten der Klient hat, was ihn als Person ausmacht und was er gerne und mit Leidenschaft und Engagement macht. Sie setzt den Fokus auf seine Stärken, auf unterschiedliche Möglichkeiten, auf Wünsche und Chancen. Ortrud Hillmer hat die Erfahrung gemacht, dass ein Klient, der sich im Problemraum befindet Schwierigkeiten hat, eine Lösung zu finden, während ein Klient, der sich bereits im Lösungsgebiet aufhält Schwierigkeiten hat, ein Problem zu finden.

(Kontakt: ortrud.hillmer@t-online.de)

Nach so viel „Input“ war es Zeit für eine Mittagspause. Zwischen Sushi und Frühlingsrollen kehrte keinesfalls Ruhe ein... Natürlich wurde auch diese Gelegenheit zum Gespräch genutzt. Weiterhin wurde diskutiert und debattiert, die Teilnehme-

rinnen und Teilnehmer berichteten untereinander von den Workshops und überlegten, mit welchen Themen sie sich am Nachmittag beschäftigen könnten.

Zur Auswahl standen **Jörg Middendorf** „Trends des Marktes – Zukunftsperspektiven für Coaches“, **Klaus Carlin** „Coaching – Ein Führungsinstrument“ und **Barbara Knuth** „NLP als effektives Werkzeug im Coaching“.

Jörg Middendorf lieferte zahlreiche Fakten zu der aktuellen beruflichen und wirtschaftlichen Situation deutscher Coaches. Auf der Grundlage einer Online-Umfrage, die vom Wissensportal Managementwissen Online im Dezember 2004 und Januar 2005 durchgeführt wurde stellte er fest, dass 70% der Coaches zwischen 35 und 50 Jahren alt sind. 80% hatten vor ihrer Zeit als Coach bereits Erfahrungen als Führungskraft gesammelt und 78% aller befragten Coaches arbeiten selbstständig. Die meisten arbeiten nicht nur als Coach, sondern auch als Trainer oder Supervisor. Über die Hälfte von ihnen haben nicht mehr als 10 Coachingprozesse im Jahr, während sich die Honorare für 60 Minuten zwischen 50 und 1.500 Euro bewegen.

„Der Coachingmarkt ist dabei sich zu professionalisieren und zu differenzieren, was einen verstärkten Wettbewerb zur Folge haben wird“ oder „Coaching hat als Beratungsform nur eine Zukunft als Beratung im Management“ oder „Beratungsunternehmen und enge Netzwerke werden immer wichtiger“: das waren nur einige von Middendorfs Thesen zu den Zukunftsperspektiven für Coaches, die im Workshop diskutiert wurden.

(Kontakt: joerg.middendorf@t-online.de; www.personal-balance.de)

Mit **Klaus Carlin** konnte man das Thema diskutieren, ob Coaching als Führungsinstrument interessant und hilfreich sein kann, welche Rahmenbedingungen gegeben sein müssen, damit der Prozess von Erfolg gekrönt sein wird und welche Faktoren am Arbeitsplatz ein konstruktives Voranschreiten eher behindern.

(Kontakt: K.Carlin@t-online.de)

Barbara Knuth stellte in ihrem Workshop vor, wie man mit NLP die innere Landkarte erforschen kann. Die Begründer des Neurolinguistischen Programmierens Richard Bandler und John Grinder beschäftigten sich Anfang der 70er Jahre mit der Frage, was jemanden, der kompetent ist von jemandem unterscheidet, der in derselben Fertigkeit überdurchschnittliche Ergebnisse erzielt. Wie wirken sich Sprache, innere Bilder und Metaphern aus? Und wie können die Kräfte und Ressourcen des Klienten mobilisiert werden?

Anhand der „Reise des Helden“ führte Barbara Knuth die einzelnen Schritte vor, wie ein Klient seine Berufung hören und akzeptieren kann, die Schwelle überschreitet, die ihn in ein neues Gebiet führt und in wem er Beschützer für seinen individuellen Weg finden kann. Auf diesem imaginierten Weg wird der Klient ebenfalls darin unterstützt, sich eventuellen Blockaden und Hindernissen, den Dämonen, zu stellen und sie in Ressourcen umzuwandeln.

Mit den Werkzeugen des NLP können die Klienten im Coaching ein tiefes Verständnis von der ganzheitlichen Struktur ihrer Werte, Einstellungen, Überzeugungen und Selbstbildern erlangen und sich darüber klar werden, welche Auswirkungen sie auf ihr alltägliches Leben haben.

(Kontakt: info@knuth-team.de; www.knuth-team.de)

Zur Kaffeezeit hatten die Veranstalter ins **World Café** eingeladen. Das ist ein Ort, an dem Menschen unterschiedlicher Kulturen, Sprachen, Religionen und Ansichten gemeinsam im Gespräch neue Perspektiven entwickeln. Im Bildungswerk ver.di verwandelten viele Stehtische das Plenum in ein World Café, Gummibärchen und Studentenfutter sollten die Hirnwindungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer in Schwung bringen. Aktiv zuhören und im Dialog der Frage nachgehen, wie Coaching in Zukunft professionalisiert werden kann, dass war die Aufgabe, der man sich für zwanzig Minuten an einem Tisch widmen sollte. Danach hieß es aufbrechen und an einem anderen Tisch mit neuen Leuten ins Gespräch kommen.

Zum Abschluss der Fachtagung gab es einen Vortrag von **Dr. Martin Lensch**. „Netzwerken mit Spaß und Erfolg“ lautete das Thema und unterhaltsam, informativ und belebend waren die Fakten, die im Bildungswerk ver.di zum Thema „Klüngeln“ oder „Networking“ auf den Tisch kamen.

Glaut man Martin Lensch, dann gibt es sechs goldene Regeln des erfolgreichen Netzwerkens: „Zentrale Organisation“, „Sympathie“, „Ergänzung“, „Face-to-Face statt Gruppentreffen“, „Geben statt nehmen“ und „Einfache Vereinbarungen“.

Zentrale Organisation bedeutet, dass man von einem zentralen Punkt aus sein Netz knüpft und dabei eher wie eine Spinne vorgeht als ein Fischer. Das Individuum selbst ist immer der Knotenpunkt im Herzen des Netzwerkes. Werden dann die Fühler in alle Himmelsrichtungen ausgestreckt, dann ergeben sich stabile Verbindungen, die auch den anderen Netzwerkpartnern den Kontakt untereinander ermöglichen.

Sympathie besagt, dass man bei der Suche nach Netzwerkpartnern eher danach gehen soll, wer einem sympathisch ist, als wer einem nützlich sein könnte. Nur mit

sympathischen Menschen macht es Spaß, Verbindungen zu pflegen und das ist eine wichtige Grundlage für gutes Netzwerken.

Der Punkt *Ergänzung* ist wichtig, weil sich nur Menschen mit deutlich anderen Fähigkeiten und Schwerpunkten erfolgreich zusammentun können. Ansonsten sind die Überschneidungen zu groß und Konkurrenzsituationen damit vorprogrammiert.

Dass man bei *Face-to-Face Treffen* einen authentischeren Eindruck von seinem Gegenüber bekommt als bei größeren Gruppentreffen leuchtet ebenfalls ein. Martin Lensch betonte außerdem, dass sich einfache *Vereinbarungen* bewährt haben. Ein erfolgreiches Netzwerk braucht keine umfangreichen Regelkataloge. Und doch ist es wichtig konkrete Absprachen zu treffen, zum Beispiel wie mit Kunden verfahren wird, wer welche Honorare bekommt und bei der Vermittlung von Aufträgen welchen prozentualen Anteil. Auch muss es bestimmte Regelungen für Themen wie Datenschutz und Verschwiegenheit geben, um einen Rahmen für die Integrität und Loyalität der Netzwerketeiligten zu schaffen.

Als letztes verwies Lensch noch auf seine guten Erfahrungen mit dem Prinzip „*Ge-ben statt nehmen*“. Immer freigiebig mit dem zu sein, was man erarbeitet und produziert habe, das wirke sich oft ganz spontan aus, dass man zum Beispiel plötzlich bestimmte Dinge ohne großen Aufwand bekommt. Manchmal könne man aber auch Begebenheiten, die sich Jahre später ereignen, darauf zurückführen.

(Kontakt: m.lensch@insceno.de; www.insceno.de)

Mit diesen Szenen einer Tagung und mit interessanten Denkanstößen geht man am Ende eines langen Tages bereichert nach Hause, sortiert erst einmal die neu erworbenen Visitenkarten oder geht noch einmal ins Internet, um sich im eigens eingerichteten Forum auf den Internetseiten von Jörg Middendorf einzumischen: www.personal-balance.de/beratung/coaching.htm.

3 „Business-Coaching ist der große Markt!“ – Interviews mit Coaching-ExpertInnen

Von SEBASTIAN SCHEIBE

Die Vielfalt der auf dieser Fachtagung angebotenen Workshops zeigt: Coaching ist ein breit gefächertes Thema mit vielen verschiedenen Facetten. Die Referate und Vorträge haben deutliche gemacht, dass Coaching zur Zeit in Mode ist und z.T. sehr schillernde Begriffe hervorbringt. Was steckt zum Beispiel hinter dem Begriff „Wissenscoaching“?

Es gibt viele Fragen in Bezug auf die Entwicklung von Coaching und immer neue Coaching-Dienstleistungen. Daher haben wir Interviews geführt mit den Referentinnen und Referenten der Coaching-Fachtagung. Die spannenden Aussagen der Coaching-ExpertInnen geben Ihnen eine Fülle an Anregungen und Zusatzinformationen. Die Antworten zu Themen wie „Coaching-Ausbildungen“, „Coaching-Verbände“ und „Zertifizierungsverfahren“ sind nicht nur für angehende Coaches interessant.

Interview mit Dr. Martin Lensch:

Angaben zur Person:

Dr. Martin Lensch: Organisationsberater, Trainer, Supervisor; InSceno (Institut für szenische Trainings- und Beratungsmethoden) und InScenoCoaching, www.insceno.de; m.lensch@insceno.de

Herr Dr. Lensch, nirgendwo im Weiterbildungs- und Beratungsmarkt scheint sich derzeit so viel zu bewegen wie im Coaching-Markt. Worin liegt Ihrer Meinung nach der gegenwärtige Boom von Coaching begründet?

Dr. Lensch: Ich glaube, es ist nur Zufall, dass es diesen Begriff getroffen hat. Wenn sich ein anderer Begriff dafür angeboten hätte, dann wäre der es geworden. Als Soziologe würde ich sagen, der Coaching-Boom hängt mit den gesellschaftlichen Entwicklungen von Enttraditionalisierung und Individualisierung zusammen. Einem Coach wird heute vielfach die Reduktion der Komplexität in Institutionen, Organisationen und Beziehungen übertragen. Beratung ist das Megathema unserer Zeit. Es hat jedoch auch früher Leute gegeben, die in diesem Bereich unter anderem Label gearbeitet haben. Viele Psychologen zum Beispiel etablieren sich jetzt als Coaches. Oder Trainer nennen sich neuerdings Wissenscoaches.

Der Zukunftsforscher Mathias Horx vertritt in seiner aktuellen Zukunftsstudie „Märkte von morgen“ die These, dass sich in den nächsten Jahren eine Coaching-Branche aufstellen wird, die pragmatische Alltagshilfen bietet. Immer mehr Menschen würden in Zukunft Coaching nutzen, ohne akut in einer Krise zu sein. Ihnen gehe es vielmehr darum, ihre Potenziale zu entdecken und mehr Gestaltungsspielraum zu gewinnen. Der Konsument der Zukunft interessiere sich daher für Coaching-Angebote, die ihm helfen, sein Leben besser zu bewäl-

tigen. Beratung in allen Lebenslagen – kann Coaching das leisten? Und: Wird ein solches „Alltags-Coaching“ die Therapie ablösen?

Dr. Lensch: Nein, auf keinen Fall. Therapie wird nach wie vor ihre Bedeutung haben für Menschen mit psychischen Erkrankungen. Es war aber in den 70er/80er Jahren so, dass manche Menschen in eine Therapie gegangen sind, aber dort gar nichts zu suchen hatten, weil sie kein psychisches Problem hatten, sondern nur eine „normale kleine Macke“ wie Sie und ich. Die suchen heute eher Beratung in Form von Supervision und Coaching. Mit einem Coaching kann man Menschen mit ernststen psychischen Störungen nicht wirklich helfen.

Viel diskutiert wird zur Zeit die Entwicklung einer angemessenen Coaching-Kultur in den Unternehmen. Können Sie bestätigen, dass immer noch zahlreiche Mythen über Coaching durch die Firmenflure geistern?

Dr. Lensch: Ja, der Begriff Coaching ist so vielschichtig, wie er hier auf dieser Tagung dargestellt wurde. Und warum sollte dies auf den Fluren in den Unternehmen anders sein?

Ich kann Ihnen in diesem Zusammenhang eine kleine Geschichte erzählen: Im letzten Jahr hatte ich einen Klienten – Führungskraft in einer größeren Firma – der sagte mir, er hätte nun zwei Jahre lang Supervision gehabt, jetzt wolle er es mal mit Coaching versuchen. Ich denke, die Kollegin, die vorher mit ihm gearbeitet hat, und ich, wir haben im Grunde das Gleiche gemacht. Wir haben methodisch vielleicht etwas anders mit ihm gearbeitet, aber die Themen waren sicherlich dieselben. Und der Klient hatte das Gefühl, mit Coaching kommt er jetzt weiter, dabei brauchte er wahrscheinlich nur mal einen neuen Berater. Das zeigt: Es geht im Coaching in erster Linie um die Themen und Probleme, die der Klient mitbringt, und nicht um Mythen und Begriffe. Auf einer Fachtagung wie dieser kann ich mit Kollegen diskutieren, z.B. wie man Coaching von Supervision abgrenzt, in der Arbeit mit dem Klienten geht es um inhaltliche Auftragsklärung.

Kommen wir zum Thema Coaching für Führungskräfte: Wird mit dem vermehrten Einsatz von externen Coaches in Unternehmen nicht versucht, Führungsaufgaben auf Coaches abzuwälzen?

Dr. Lensch: Dass vielfach die Absicht besteht, Führungsaufgaben auf Coaches abzuwälzen, das kann ich bestätigen. Es ist nahezu typisch für viele Coaching- und Supervisionsanfragen, dass Führung nicht übernommen und dafür ein externer Coach „gemietet“ wird, um ihm diese Aufgaben dann zu übertragen. In meiner Arbeit geht es immer wieder um diese Problematik. Zur Auftragsklärung eines Coachs gehört es, sich solche Aufträge vom Hals zu halten oder in Führungscoachings umzuwandeln. Ansonsten muss man sich nicht wundern, wenn man keinen Erfolg als Coach hat.

Sind externe Coaches für das Coachen von Führungskräften unternehmensinternen Beratern vorzuziehen?

Dr. Lensch: Die einen sagen, es können nur externe Coaches sein, weil sie unabhängig von dem zu beratenden System sind. Die anderen sagen, es müssten interne Coaches sein, weil nur diese die entsprechende Feldkompetenz haben. Das eine stimmt und das andere stimmt auch. Beide Positionen haben ihre Berechtigung, nur

auf verschiedene Weise. Ich glaube, die beste Wahl trifft man mit einem externen Coach, der über Erfahrungen in der zu beratenden Branche verfügt.

Coaching wird immer öfter als Führungsinstrument propagiert. Kann zwischen der Führungskraft als Coach und dem Mitarbeiter wirklich die gleiche vertrauensvolle Basis entstehen wie zu einem externen Coach?

Lensch: Der Vorgesetzte als Coach seines Mitarbeiters, das ist ein Setting, das ich kritisch sehe. Wo Führung und Beratung in eine Person fallen, können erhebliche Spannungen durch den Rollenkonflikt, in dem beide Beteiligte, der Vorgesetzte wie der Mitarbeiter stecken, entstehen. Dieser Rollenkonflikt ist strukturell angelegt und lässt sich auch nicht mit noch so viel gutem Willen beseitigen.

Unter welchen Umständen sollte ein Mitarbeiter es ablehnen, von seinem Chef gecoacht zu werden?

Dr. Lensch: Der Mitarbeiter hat ja nicht viele Chancen, dem zu entgehen. Wenn der Vorgesetzte meint, er wäre Coach und zieht ein Mitarbeitergespräch wie ein Coaching auf, so wird der Mitarbeiter nicht viel dagegen tun können. Führungskraft und Mitarbeiter sind jeweils in ganz bestimmten Rollen. Wenn diese mit der Rolle des Coach und Coachee überdeckt wird, verwässert das die Situation, anstatt Klarheit und Transparenz herzustellen. Aus meiner Erfahrung kann ich sagen: Es klappt dort, wo es klappt. Mit anderen Worten: Wenn keine Probleme, keine persönliche Antipathie oder unterschiedliche Leistungsansprüche zwischen dem Mitarbeiter und dem Vorgesetzten bestehen, dann kann der Vorgesetzte auch Coach sein. In dem Moment, wo der erste Konflikt auftritt, funktioniert das nicht mehr.

Herr Dr. Lensch, Sie führen auf dieser Tagung einen Workshop zum Thema Netzwerken durch. Inwiefern ist es gerade für angehende Coaches wichtig, sich zu vernetzen? Funktioniert Networking in dieser Branche überhaupt, oder sind Coaches letztlich Einzelkämpfer, die sich alleine am Markt etablieren müssen?

Dr. Lensch: Beides ist wichtig. Jeder Coach, der sich etabliert, ist zunächst ein Einzelkämpfer, der sein eigenes Netzwerk aufbauen sollte. In ein Netzwerk kann man im Grunde nicht einsteigen, sondern jeder schafft sich sein eigenes Netzwerk, indem er alle Kontakte nutzt, die er hat, und neue Kontakte sucht. Um in den Markt und an Aufträge zu kommen, braucht man in erster Linie Kontakte. Gerade Coaches, die am Anfang stehen, gehen oft in irgendeinen Verband mit der immer wieder enttäuschten Hoffnung, sie bekämen dann von irgendjemand einen Auftrag. Dies verkennt die Tatsache, dass man in den Verbänden ja in einer Situation der Konkurrenz miteinander verbunden ist. Alle wetteifern um denselben Kuchen. Man kann natürlich Netzwerke und Verbände zum Erfahrungs- und Wissensaustausch nutzen. Aber auch dabei gibt es Einschränkungen. Coaches und Trainer sind nicht besonders freigiebig mit der Herausgabe ihrer Unterlagen, sondern kennzeichnen sie gerne mit einem kleinen ©.

Da Sie gerade von Verbänden sprachen: Ist die Diskussion um die Einführung von Standards für die Kunden von Coaching-Dienstleistungen hilfreich? Was bringen Zertifizierungsverfahren und festgelegte Kompetenz-Profile für Coaches?

Dr. Lensch: Coaches werden zu 90 Prozent durch Mund-zu-Mund-Propaganda ausgewählt und nicht aufgrund von Zertifikaten und Stempeln. Es fragt mich nie jemand: „Haben Sie diesen oder jenen Stempel – erfüllen Sie diese oder jene Standards?“ Sondern es geht immer darum, welche Erfahrung jemand mit mir gemacht hat, und diese Erfahrung wird dann weitergegeben. Oder jemand hat mich als Trainer kennen gelernt und fragt mich dann als Coach an.

Auf der anderen Seite: Eine Diskussion um Standards kann in der Gruppe der Coaches nicht schaden. Sobald ich mich selbst an Standards orientiere, muss ich meine eigene Arbeit als Coach reflektieren und u.U. verbessern. Dies dient letztlich der Qualität.

Kritisch finde ich allerdings den Alleinvertretungsanspruch, den manche Verbände hinsichtlich Standards erheben. Diesen Anspruch können sie rechtlich gar nicht erheben, das könnte nur eine staatliche Stelle. Die Politik dieser Verbände hat etwas vom „Arche-Noah-Prinzip“: Wer ein paar Tiere an Bord hat, der macht die Klappe zu, und die anderen bleiben draußen – oder müssen sehr hohe Eintrittsgebühren zahlen: also z.B. Ausbildungs- oder Zertifizierungsgebühren. Damit sichert man sich als Coach-Ausbilder wieder seine eigene Existenz. Das ist das wirtschaftliche Interesse der Verbände. Es wird noch sehr interessant werden, die Entwicklung der vielen Coaching-Verbände, die gerade entstehen, zu beobachten. Am Ende werden wohl ein oder zwei Verbände das Rennen machen.

Nach welchen Kriterien sollten Coaching-Ausbildungen von angehenden Coaches ausgesucht werden?

Dr. Lensch: Es gibt, wenn man das differenzieren will, zwei grundlegend unterschiedliche Richtungen. Das eine sind allgemeine Coaching-Ausbildungen. Das andere sind die methodengestützten Ausbildungen. Das wird auch bei den verschiedenen Verbänden deutlich: Der eine favorisiert eine bestimmte Methode, der andere spricht Coaches insgesamt an. Je nach Standpunkt kann man das so oder so sehen. Ich vertrete die Position, dass man in erster Linie eine Methode braucht, um als Coach zu arbeiten. Das hängt natürlich damit zusammen, dass ich selbst eine methodengestützte Ausbildung, die auf den szenischen Trainings- und Beratungsmethoden basiert, anbiete. Würde ich mit einer anderen Ausbildung auf dem Markt sein, würde ich vielleicht etwas anderes sagen. Ich glaube aber, man fühlt sich als Coach besonders am Anfang sicherer bei seiner Arbeit, wenn man eine Methode von der Pike auf gelernt hat, als wenn man von allem etwas kann. Die Methodenvielfalt kann dann nach und nach dazu wachsen.

Herr Dr. Lensch, herzlichen Dank für dieses Gespräch!

Das Interview führte Sebastian Scheibe

Interview mit Dina Bösch:

Angaben zur Person:

Dina Bösch: Dina Bösch: Leiterin des ver.di-Bildungszentrums in Walsrode; Psychodramatikerin; dina.boesch@verdi.de

Frau Bösch, die Verbindung von Psychodrama und Coaching – ist das der Versuch, einen neuen Trend zu setzen oder bereits etablierte Praxis?

Bösch: Wenn man bedenkt, das Coaching noch keine wirklich lange Tradition hat, kann man nicht sagen, dass das Psychodrama im Coaching eine erfahrene oder alte Praxis oder Tradition hat. Für mich als Psychodramatikerin stellte sich die Frage, ob Psychodrama sich für Coaching eignet. Diese Frage kann man eindeutig mit ja beantworten, denn: die Methoden aus dem Psychodrama eignen sich wunderbar, um Klärungsprozesse – die ja im Coaching stattfinden – voranzubringen.

Was müssen Coaches können, um Psychodrama erfolgreich als Methode im Coaching einsetzen zu können?

Bösch: Wichtig ist, dass sie wirklich eine Psychodrama-Ausbildung haben. Denn Psychodrama ist schon eine ziemlich komplexe Methode. Wenn man damit verantwortungsvoll umgehen will, sollte man diese Methode nicht anwenden, ohne eine mehrjährige Ausbildung zu haben. Alles andere finde ich fahrlässig!

Es gibt eine Vielzahl von Coaching-Ausbildungen auf dem Markt. Nach welchen Kriterien sollten Coaching-Ausbildungen von angehenden Coaches gesucht werden?

Bösch: Ich bezweifle, ob man überhaupt eine Ausbildung haben muss, aufgrund derer man dann sagen kann: ich bin ein Coach und hier ist mein Zettel, auf dem das steht. Ich glaube, dass es viele Leute gibt, die über Jahre hinweg verschiedene Ausbildungen gemacht haben und die aufgrund ihres ganzen Handwerkszeugs und aufgrund ihrer beruflichen und persönlichen Erfahrungen wunderbar dazu geeignet sind, Coach zu sein. Es gibt ja nicht den geschützten Beruf des Coach, insofern sage ich jedem: such' dir das aus, was dir gefällt, aber es ist eine Garantie für nichts. Entscheidend ist, wie gut du bist!

Das heißt, die Diskussion der verschiedenen Coaching-Verbände um Standards und Zertifizierungsverfahren sind wenig hilfreich?

Bösch: Doch, das will ich nicht in Abrede stellen. Ich glaube schon, dass man über eine Ausbildung für sich Eckpfeiler setzen und Sicherheit gewinnen kann. Und wenn ein junger Mensch Coach werden will, dann ist das etwas anderes, als wenn jemand mit 50 oder 55 seine Tätigkeit als Coach anbietet. Und ich finde es auch nicht falsch, über Verbände eine Struktur in diese ganze Gemengelage zu kriegen – da kann sich noch einiges entwickeln. Ich würde nur nicht behaupten, dass ein Coach nur dann gut ist, wenn er irgendein Coach-Zertifikat hat.

Im Internet finden sich zahlreiche Anleitungen zum Selbstcoaching. Braucht Coaching gar keinen Coach?

Bösch: Doch, das Coaching braucht einen Coach! Denn das Prinzip bzw. ein wesentliches Merkmal von Coaching ist ja gerade, dass du über den Coach eine andere Perspektive zu deinem Problem sehen lernst oder ein breiteres Blickfeld erlangen kannst. Und das ist schwierig, wenn man im eigenen Saft schmort. Selbst wenn es kluge Fragen gibt, die man sich beantworten soll. Aber es ist ein großer Unterschied, ob mir jemand gegenüber sitzt und als Gegenüber etwas vermittelt, oder ob ich vor einem Bildschirm sitze und eine Frage nach der nächsten aufrufe. Die Dynamik eines Dialogs kann der standardisierte Anleitungsbogen kein Stück ersetzen!

In welchen Situationen ist ein Training besser geeignet als ein Coaching? Oder ist Coaching ein Allheilmittel, das auch Therapie ersetzen kann?

Bösch: Beim Training geht es um einen Vermittlungsprozess, den ich im Coaching nicht unbedingt sehe. Coaching hat für mich eher den Charakter von Beratung und Begleitung. Da ist für mich eine Trennlinie. Das eine ersetzt das andere nicht! Und eine Therapie schon gar nicht! Und jeder Coach, der von sich behauptet, er könne auch Therapie machen, geht fahrlässig mit seinem Klientel um!

Besteht nicht die Gefahr, dass ein Coach sich einen Auftrag sichert, obwohl sein Klient eigentlich eine Therapie benötigt?

Bösch: Klar, es gibt schwarze Schafe. Aber die gibt es auch bei Psychoanalytikern oder im Therapiegeschäft – jene, die keine Distanz wahren und – verkürzt dargestellt – Abhängigkeiten herstellen und Leute zehn Jahre Psychoanalyse machen. Wer so etwas zulässt, ist kein guter Psychoanalytiker!

Was halten Sie von aktuellen Trends wie Coaching per SMS oder Email, Outdoor-Coaching, Wissenscoaching oder Flugangst-Coaching?

Bösch: Meiner Meinung nach sind das Versuche, sich über das Stichwort Coaching irgendwie zu platzieren auf dem Markt. Versuche, auf diesen Zug aufzuspringen und im Grunde das zu verkaufen, was man vorher auch schon verkauft hat. Und z.B. Flugangst-Coaching: für mich ist das Training, aber das hat doch nichts mit Coaching zu tun!

Frau Bösch, herzlichen Dank für dieses Gespräch!

Das Interview führte Sebastian Scheibe

4 Ergebnisse der Teilnehmer-Umfrage zur Coaching-Fachtagung 2005

Sie haben zwar die Pausen während der Tagung und das World Café dazu genutzt, um Kontakte zu knüpfen und Visitenkarten auszutauschen, fragen sich aber, wer eigentlich die anderen TeilnehmerInnen auf der Tagung waren, warum und woher sie kamen? Und wie viele „richtige“ Coachs waren eigentlich dabei?

Und Sie möchten gerne wissen, wie die anderen Besucher unsere Coaching-Fachtagung 2005 bewertet haben? Dann geben Ihnen die folgenden Ergebnisse aus der Teilnehmer-Umfrage Antworten auf diese Fragen:

Altersstruktur:

Das Durchschnittsalter der Antwortenden liegt bei 43 Jahren. Die Altersspanne reicht von 28 bis 57 Jahren. Die Gruppe der 35- bis 50-Jährigen macht 73,3 Prozent der Befragten aus. Das zeigt: Coaching ist ein Thema v.a. für Leute mit mehr- bzw. langjähriger Berufserfahrung (siehe dazu auch den Artikel von Jörg Middendorf „Coach ist kein Beruf für Anfänger“). Die Gruppe der über 50-Jährigen macht 11,1 Prozent der Befragten aus. Die Gruppe der unter 35-Jährigen entspricht 15,6 Prozent der Befragten.

Geschlechter-Verhältnis:

Die überwiegende Mehrheit der Teilnehmenden sind Frauen (79 Prozent der Befragten bzw. 68 Prozent laut TeilnehmerInnen-Liste).

(erlernte) Berufe und Tätigkeiten:

Die überwiegende Mehrheit der Antwortenden arbeitet im Beratungs- und Trainingsbereich. Es nahmen aber auch einige Leute aus anderen Berufsfeldern teil (Architektin, Krankenschwester, Journalistin, Softwareentwickler etc.). Als „Coach“ bezeichneten sich explizit 17 Personen (das sind fast 50 Prozent derjenigen, die diese Frage beantwortet haben).

Welche Erwartungen hatten die Teilnehmenden an die Tagung?

Auf Platz 1 steht – wie für eine Fachtagung anzunehmen – die Erwartung, wichtige Informationen und Inputs zu den angegebenen Themen zu erhalten. Auf Platz 2 folgt allerdings bereits der Wunsch, andere Coaches und Berater zu treffen (Networking). Platz 3 belegt die Erwartung, die Tagung als berufsbezogene Weiterbildung (Erweiterung des eigenen Angebotsspektrums) nutzen zu können. Ob Coaching ein potenzielles Berufsfeld für sie ist, wollte eine Gruppe von 11 Personen herausfinden. Das

sind fast ein Viertel der Antwortenden und zeigt: der Coaching-Markt wird weiter wachsen!

Wie haben den Teilnehmenden allgemein die Inhalte der Tagung gefallen?

Fast 96 Prozent beurteilten die Inhalte allgemein mit gut bis sehr gut.

Wie zufrieden sind die Teilnehmenden mit der Organisation der Coaching-Fachtagung?

Die Tagung schneidet in allen Punkten (Vorab-Informationen, Anmeldeverfahren, Räumlichkeiten und Umfeld, Verpflegung) gut bis sehr gut ab.

Gesamteindruck – Wie zufrieden sind die Teilnehmenden mit der Tagung insgesamt?

Rund 83 Prozent der Antwortenden haben einen guten bis sehr guten Gesamteindruck von der Coaching-Fachtagung 2005.

5 Ausblick und Kontaktdaten

Wir freuen uns, dass Ihnen unsere Coaching-Fachtagung 2005 so gut gefallen hat. Die Ergebnisse der Teilnehmer-Umfrage bestätigen uns darin, im nächsten Jahr eine Folgeveranstaltung anzubieten. Sehr gut besucht ist auch unser „Kontaktstudium Coaching“. Die große Nachfrage hat uns dazu veranlasst, bereits ab Herbst 2005 eine weitere Coaching-Ausbildung anzubieten. Ein Informationstermin findet am 05. September 2005 von 18:00 bis 20:00 Uhr in unseren Räumen in Hannover (ver.di-Höfe) statt. Info und Anmeldung unter Tel.: 0511/12400410.

Für weitere Informationen zu dieser und vielen anderen Weiterbildungsmaßnahmen erreichen Sie uns unter folgenden Kontaktdaten:

Bildungswerk ver.di in Niedersachsen e.V.

Zentrale:

Goseriede 10
30159 Hannover
Fon: 0511/12400500; Fax: 0511/12400510
Email: info@bw-verdi-z.de
Internet: www.bildungswerk-verdi.de

Hannover-Hildesheim

Goseriede 10
30159 Hannover
Fon: 0511/12400410; Fax: 0511/12400420
Email: info@bw-verdi-ha.de

Braunschweig:

Julius-Konegen-Str. 24B
38114 Braunschweig
Fon: 0531/580880 ; Fax: 0531/5808839
Email: info@bw-verdi-bs.de

Osnabrück-Emsland:

Georgstr. 14
49074 Osnabrück
Fon: 0541/357403; Fax: 0541/3574050
Email: info@bw-verdi-os.de

Göttingen:

Rote Straße 29
37073 Göttingen
Fon: 0551/47188 ; Fax: 0551/48170
Email: info@bw-verdi-goe.de

Nordwest-Niedersachsen:

Donnerschweer Straße 84
26123 Oldenburg
Fon: 0441/980805-0; Fax: 0441/980805-22
Email: info@bw-verdi-oldenburg.de



Wir sind zertifiziert!

Nordost-Niedersachsen:

Auf dem Rahlande 4
29525 Uelzen
Fon: 0581/9730200; Fax: 0581/9730203
Email: info@bw-verdi-ue.de

Wir beraten Sie gerne!

Und wir würden uns freuen, Sie als TeilnehmerIn einer unserer Coaching-Ausbildungen oder auf der nächsten Fachtagung wieder begrüßen zu dürfen. Wenn Sie sich bereits jetzt unverbindlich in die Interessentenliste aufnehmen lassen wollen, schicken Sie uns doch einfach eine Email an info@bw-verdi-z.de. Wir übersenden Ihnen dann rechtzeitig Informationsmaterial zur Fachtagung 2006.

Ihr Team vom Bildungswerk ver.di in Niedersachsen e.V.

6 Anhang: Literaturhinweise und Informationsquellen zum Thema Coaching

Literaturhinweise:

BERGEL, STEFANIE (2004): Coaching durch Kollegen – Kollegiale Beratung. In: managerSeminare, Heft 81 (11/12/2004), S. 38-46.

BOHNE, MICHAEL (2004): Wenn Angst die Leistung auffrisst. Coaching von Auftrittsängsten. In: managerSeminare, Heft 81 (11/12/2004), S. 80 – 85.

DEHNER, ULRICH (2004): Mensch, ärgere mich nicht! Psychologische Spiele im Coaching. In: managerSeminare, Heft 73 (02/2004), S. 72 – 77.

DEHNER, ULRICH (2004): Weg mit schädlichen Coaching-Mythen. In: wirtschaft & weiterbildung, 09/2004, S. 38 – 43.

DEMBKOWSKI, SABINE (2004): Zehn Erfolgsfaktoren: Coaching optimal einführen. In: wirtschaft & weiterbildung, 09/2004, S. 44 – 47.

DIETZ, THOMAS (2003): Kapiere mit dem Körper. Systemische Aufstellungen im Einzelcoaching. In: managerSeminare, Heft 69 (09/2003), S. 62 – 69.

DIETZ, THOMAS (2005): Was tun, wenn die Krise kommt. Coaching in Engpass-Situationen. In: managerSeminare, Heft 86 (Mai 2005), S. 54-61.

GLOGER, SVENJA (2005): Learning by Reflection. Qualitätssicherung im Coaching. In: managerSeminare, Heft 85 (April 2005), S. 66-73.

LENSCH, MARTIN (2000): Das Rollenspiel als erlebnisaktivierende, szenische Trainings- und Beratungsmethode. In: e & l – erleben und lernen. Internationale Zeitschrift für handlungsorientiertes Lernen. 6/2000.

LENSCH, MARTIN (2000): Spielen, was (nicht) im Buche steht. Die Bedeutung der Leerstelle für das literarische Rollenspiel. Münster.

MIDDENDORF, JÖRG (2005): Coach ist kein Beruf für Anfänger. Marktdata 2005. In: Wirtschaft & Weiterbildung Mai 2005, S. 42-45.

MIDDENDORF, JÖRG/THÖNNEßEN, JOHANNES (2003): Fit durch Coaching. [Hanser Fachbuchverlag]

PICHLER, MARTIN (2004): Der Berater der Zukunft. In: Wirtschaft & Weiterbildung, Nov./Dez. 2004, S. 8-15.

SCHEIBE, SEBASTIAN (2004): Betriebliche Weiterbildung als zukunftsgestaltende Kraft in wissensbasierten Unternehmen. In: wissensmanagement – Das Magazin für Führungskräfte. Heft 6/2004.

WALTHER, PETRA (2004): Wie weit darf Coaching gehen? Grenzen der Einzelberatung. In: managerSeminare, Heft 79 (09/2004), S. 54 – 62.

Informationsquellen im Internet:

www.coaching-magazin.de

Das Coaching-Magazin ist ein Online-Magazin, in dem Autoren zum Thema Coaching Texte veröffentlichen können. Ziel ist es, eine Sammlung von interessanten Dokumenten zusammenzustellen und so das gegenseitige Wissen zu vergrößern. Sie können alle Artikel als Word- oder PDF-Dokument herunterladen.

www.evolution-management.net/artikel/ManagementSummary.pdf

Kurzfassung der Befragungsergebnisse des Coaching Survey 2005 – Management Summary. Hrsgg. von iSL Sozialforschung/Evolution Management.

www.joerghartig.de/coaching-fb/coaching-fb.htm

Online-Umfrage zum Thema „Supervision zur Sicherung der Qualität von Coaches und Coachingprozessen“. Die Umfrage richtet sich an alle, die zur Gruppe der beruflich tätigen Berater, die 'Coaching' anbieten, gehören. Wer an der Umfrage teilnimmt, kann sich nach Beendigung der Befragung die Ergebnisse per Mail zusenden lassen. Die Umfrage läuft noch bis zum 6. Juli 2005.

www.mwonline.de

Aktuelle Daten und Trends aus dem Coaching-Markt förderte der Coaching-Experte Jörg Middendorf zusammen mit dem Internetportal „Managementwissen Online“ zu Tage. Die Ergebnisse der Studie sind über diese Internetseite erhältlich.

www.managerseminare.de/coaching-artikel

Fachartikel von managerSeminare über Coaching: Das Weiterbildungsmagazin managerSeminare berichtet regelmäßig aus verschiedenen Blickwinkeln über das Thema Coaching. Auf dieser Seite des Online-Archivs der Fachzeitschrift finden Sie alle Beiträge zum Thema Coaching mit Kurzbeschreibungen der Inhalte. Themen sind z.B. die Führungskraft als Coach, systemische Aufstellungen im Einzelcoaching, Selbstcoaching und persönlichkeitsorientiertes Coaching.

www.online-netzwerk-lernen.de/coaching

Infos und Artikel zum Thema Coaching vom Online Netzwerk Lernen: Warum ist Coaching wichtig? Kann eine Führungskraft ein Coach sein? Und welche Rolle spielt die Selbsterkenntnis beim Coaching? - Diesen und anderen Fragen geht das Online Netzwerk Lernen in seiner Rubrik 'Coaching' nach. Neben kurzen Artikeln finden Sie hier auch eine PDF-Datei mit Beratungstechniken im Vergleich und eine Checkliste, welche Anforderungen ein Coach erfüllen sollte.

Impressum**Herausgeber:**

Bildungswerk ver.di in Niedersachsen e.V.
Goseriede 10
30159 Hannover
Tel: 0511/12400500; Fax: 0511/12400510
Email: info@bw-verdi-z.de
Internet: www.bildungswerk-verdi.de

Konzept, Layout & Redaktion:

Sebastian Scheibe

Autoren dieser Dokumentation:

Katharina Sieckmann; Sebastian Scheibe

Hannover, Juni 2005