

Coaching-Letter

seit 2003

Nr. 103, Dezember 2011

Thema:

DER COACHING PROZESS - ANBAHNUNG UND ABLAUF

INHALT:

-
- Was genau ist „Coaching“?
- Der Coaching-Markt
- Zur Coaching-Methodik
- Checkliste: Auftragsklärung für ein Coaching
- Was macht ein Coach?
- Die Psychologie des erfolgreichen Coachings
- Die fünf Phasen des Coaching-Gesprächs
- Zu guter Letzt...

Was genau ist „Coaching“?

Definitionen von Coaching sind wohl so zahlreich und vielfältig wie es Coaching-Anlässe gibt. Dennoch gibt es grundlegende Kriterien, die die Dienstleistung nicht nur beschreiben, sondern auch von anderen Beratungs- und Begleitungsformen abgrenzen.

Als Mitglied und anerkanntes Ausbildungsinstitut unterstützt V.I.E.L die Qualitätsrichtlinien und Definitionen des Deutschen Verbandes für Coaching und Training e.V. (dvct):

“Professionelles Coaching setzt ganz auf die Entwicklung individueller Lösungskompetenz beim Klienten. Der Klient bestimmt das Ziel des Coachings. Der Coach verantwortet den Prozess, bei dem der Klient neue Erkenntnisse gewinnt und Handlungsalternativen entwickelt. Dabei wird dem Klienten die Wechselwirkung seines Handelns in und mit seinem Umfeld deutlich. Coaching ist als strukturierter Dialog zeitlich begrenzt und auf die Ziele und Bedürfnisse des Klienten zugeschnitten. Der Erfolg von Coaching ist messbar und überprüfbar, da zu Beginn des Prozesses gemeinsam die Kriterien der Zielerreichung festgelegt werden.“

Zudem ist Business-Coaching nach unserem Verständnis...

...Hilfe zur Selbsthilfe.

...die Kunst des Fragens.

...strukturierende, nützliche Beeinflussung.

...eine freiwillige, zeitlich begrenzte, methodengestützte Prozessbegleitung, die den Klienten darin unterstützt, berufliche Ziele zu erreichen.

...weder Training noch Beratung.

...eine verantwortungsvolle Fertigkeit.



Der Coaching-Markt

Coaching ist „in“. Im Zuge der aktuellen Entwicklung verstärkt sich die Nachfrage nach kompetenten Business-Coaches. Aufgrund der hohen Flexibilität und der nachhaltigen Wirksamkeit von Coaching entscheiden sich immer mehr Unternehmen dafür, ihre Führungskräfte durch gut ausgebildete Business-Coaches zu unterstützen und firmeninterne Coaching-Pools aufzubauen. Das Berufsbild „Business-Coach“, das sich in den USA bereits vor Jahren in der Wirtschaft verankern konnte, beginnt sich auch in Europa zu etablieren. Immer mehr Business-Coaches leben davon, dass sowohl die Konzerne bei ihnen Coaching-Kontingente einkaufen und auch Mittelständler und Klein-Unternehmer wie Anwälte, Architekten, Künstler, Ärzte und Zahnärzte das „Personal Coaching“ für sich entdecken.

Seit einigen Jahren sprechen nicht nur die Medien von einem regelrechten „Coaching-Boom“. Der Begriff Coaching wird geradezu inflationär verwendet und der Markt treibt die seltsamsten Blüten hervor. Inzwischen wird jede Dienstleistung, die auch nur im Entferntesten einen unterstützenden Charakter aufweist, als neue Coaching-Form deklariert, wodurch auch eine zunehmende Zahl von schwarzen Schafen und eine Reihe von Skurrilitäten mit Coaching-Etikett auf den Markt gekommen sind. Momentan versuchen einige ernstzunehmende Coaching-Verbände die Qualität der Coaching-Dienstleistung sicherzustellen und den Markt zu ordnen und zu strukturieren. U.a. durch unser Angebot der „V.I.E.L-Coach-Suche“ möchten auch wir aktiv dazu beitragen, die Qualitätssicherung und Transparenz im Coaching-Markt weiter zu stärken.

Quelle: http://www.viel-coachfinden.de/coaching_markt.html

Zur Coaching-Methodik

Die Dienstleistung Coaching zeichnet sich in Abgrenzung zur inhaltlichen Beratung durch eine klare Prozess-Orientierung aus. Erfolgreiche Coaching-Prozesse wiederum setzen Methodenwissen, Berufserfahrung, Einfühlungsvermögen und soziale Kompetenz beim Coach voraus.

Ein kompetenter Coach ist jederzeit in der Lage, bewusst, motivierend und zielorientiert mit seinem Coachee zu kommunizieren. Er ist mit den psychologischen Hintergründen menschlichen Verhaltens vertraut, kennt die Wirkung der unbewussten Kräfte im Menschen kann diese für den Coaching-Prozess nutzbar machen.

Neben diesen weit reichenden Kompetenzen ist der Schlüssel eines erfolgreichen Coachings in der Fähigkeit des Coaches zu finden, sich immer wieder individuell auf die Einzigartigkeit des Coachees einzustellen und diesen am Ende jeder Coaching-Sitzung dazu zu motivieren, die entwickelten Schritte zum Ziel tatsächlich zu realisieren.

Quelle: <http://www.viel-coachfinden.de/methodik.html>



Check-Liste: Auftragsklärung für ein Coaching

Zielsetzung

Was soll nach dem Coaching aus der Sicht des Coachee anders sein?

Kriterien

Woran wird der Coachee merken (sehen, hören, spüren), dass sein/ihr Ziel erreicht ist?

Ökologie

Was müsste auch in Zukunft, wenn das Problem gelöst ist, noch vom gegenwärtigen Zustand da sein?

Thema

Wie benennt der Coachee sein Problem?

Zeitpunkt

Warum kommt der Coachee gerade jetzt?

Geschichte

Was ist bisher schon zur Lösung des Problems unternommen worden?

Alternative

Was würde passieren, wenn sich nichts verändern würde?

Befürchtungen

Was könnte schlimmstenfalls beim Coaching passieren?

Grenzen

Was darf bei dem Coaching auf keinen Fall passieren?

Vertraulichkeit

Wer darf von dem Coaching wissen und wer nicht?

Methode

Welche Vorerfahrungen hat der Coachee? Welche Erwartungen hat er an den Coach?

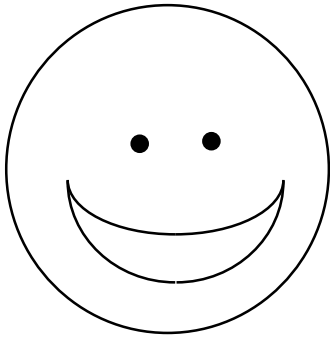
Dauer

Welche Vorstellungen hat der Coachee über die Anzahl der Sitzungen und die Dauer des Coachings?

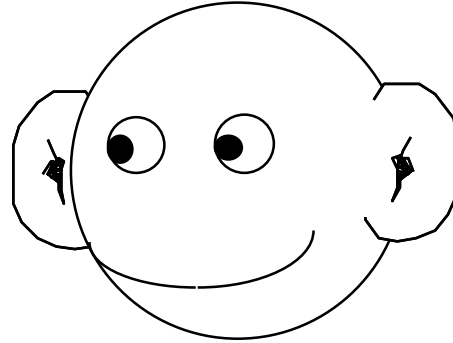
(Quelle: www.xperteasy.com)



Was macht ein Coach?



Der Coachee
 „sich ausdrücken“



Der Coach
 „sich interessieren“

Was macht ein Coach?

- | | |
|-----------------------|------|
| 1. Zuhören | 50 % |
| 2. Fragen | 30 % |
| 3. Tipps und Feedback | 20 % |



Achtung:
Rat-Schläge sind auch Schläge!



Die Psychologie des erfolgreichen Coachings

- **Vertrauen gewinnen**
Wie erzeuge ich eine positive Beziehungs-Ebene?

- **Konsequente Ziel-Orientierung**
Was soll in diesem Coaching erreicht werden?

- **Achtung: Beziehungs-Ebene!?**
Welches Klima prägt das Coaching?

- **Bewusstheit erzeugt Souveränität**
Wie lenke ich den mentalen Fokus?

- **Das Unbewusste spielt mit!**
Wie reagieren die unbewussten Kräfte auf das Coaching?

- **Gewinner-Gewinner-Modell**
Welchen Gewinn haben Coachee und Coach?



Die fünf Phasen des Coaching-Gesprächs

Zunächst:

Phase 1) Beziehung herstellen: „Wir vertrauen uns!“

Sinneskanäle öffnen -> Pacing: -> positives Klima erzeugen

Falls Problem-Zustand?! -> Separator setzen!

Ressourcen induzieren -> Physiologie verändern -> Zustand verbessern

Dann:

Phase 2) Ziel formulieren : „Was genau will der Coachee erreichen?“

Das Ziel in positiven Worten formulieren! (konkret -> Was genau?)

Den Coachee in einen attraktiven Ziel-Zustand führen

Falls Problem-Bewusstsein: „Was stattdessen? Was wäre die Lösung?“

Danach die Problem-Lösung erarbeiten:

Phase 3) Ressourcen organisieren : „Was braucht der Coachee dafür?“

„Was hat er bereits? Was braucht er noch?“

„Wie kann er das Problem lösen? Wie geht er dabei vor?“

-> Brainstorming, Als-Ob-Methode, Modeling, frühere Erfolgserlebnisse

Sobald die Lösung gefunden wurde:

Phase 4) System-Check durchführen : „Gibt es irgendwelche Einwände?“

Überprüfen der Lösung: Physiologie beobachten -> Kongruenz?!

Kontroll-Fragen: Nebenwirkungen, Risiken, Preis?

„Was brauchen Sie noch, damit es 100% funktioniert?“

Und zum Abschluss:

Phase 5) Future Pace machen: „Was genau macht der Coachee bis wann?“

Konkrete Handlungsschritte fixieren: Commitment!

„Was genau? Wie? In welcher Reihenfolge?“

„Bis Wann!“ -> konkrete Termine festlegen



Und zu guter Letzt
hier noch ein Beitrag zum Thema
„Auftragsklärung für ein Coaching“...

Otto's Ottifanten



Herausgeber:

V.I.E.L.[®] Coaching + Training
Ehrlich, Fiolka, Hartung, Ruckerl GbR

Redaktion: Ulrich Tormin (V.i.S.d.P.)

Alle Beiträge - soweit nicht anders vermerkt - © V.I.E.L.
Kommerzielle Nutzung, Vervielfältigung oder Abdruck - auch teilweise - nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung

