

## **Business-Coaching**

### **Lediglich Seelenmassage für gestresste Manager – oder was steckt wirklich dahinter?**

Coaching boomt. Eigentlich erstaunlich, denn die Meinungen darüber, was Coaching eigentlich ist und was es leisten kann, sind zum Teil noch recht diffus. Während viele Unternehmen Coaching bereits als hocheffektive Beratungsform für sich entdeckt haben, bestehen andernorts offensichtlich noch große Informationsdefizite. Letztere bieten einen guten Nährboden für Vorurteile und Fehleinschätzungen, aber auch für übertriebene Heilsversprechen einzelner schwarzer Schafe der Coaching-Szene. Damit wird man der Methode nicht gerecht, die in der Regel zwar keine Wunder bewirkt, aber dennoch eine ganze Menge bewegen kann.

Dies bestätigen auch zahlreiche Umfragen bei deutschen Dienstleistern: So haben über 70 % der befragten Unternehmen nach eigenen Angaben bereits praktische Erfahrungen mit Coaching gesammelt. Davon beurteilen 90 % den Erfolg - gemessen am Grad der Zielerreichung - als gut bis sehr gut (Quelle: Böning, in Handbuch Coaching, 2005). Verglichen mit anderen Personalentwicklungsmaßnahmen oder Managementtechniken ist dies ein bemerkenswertes Ergebnis.

### **Wie wirkt Coaching aus Sicht der Kunden?**

Befragt nach den erzielten Wirkungen von Coaching nannten die Klienten am häufigsten folgende Effekte:

#### **Reflexion:**

Diese Angabe betraf neben der Verbesserung der Selbstreflexion vor allem Aspekte wie Zielfindung, Rollenklärung und Prioritätensetzung.

#### **Verhaltensänderung:**

Hier wurden Verbesserungen der Führungskompetenz, des Konfliktmanagements, der Kommunikationsfähigkeit oder der Selbstdarstellung und des Auftretens genannt.

#### **Persönlichkeitsentwicklung:**

In diesem Bereich wurden die Steigerung des Selbstbewusstseins, der Motivation und der Initiative aufgezählt.

Weitere häufig genannte Wirkungen waren Beziehungsverbesserung, Steigerung des Wohlbefindens (Stressabbau, Reduktion von Ängsten, Energiegewinn) sowie erfolgreiche Veränderungen im beruflichen Bereich.

### **Risiken und Nebenwirkungen**

Angesichts dieses umfangreichen Wirkungsspektrums stellt sich die Frage, warum 30 % der befragten Dienstleister Coaching (noch) nicht für sich in Anspruch nehmen. Klaus-Peter W., Geschäftsführer eines mittelständischen Wohnungsunternehmens, formuliert seine Bedenken so: "Der Coachingmarkt ist mir zu unübersichtlich. Am Ende gerate ich an einen selbsternannten Guru, der wohlmöglich mehr Schaden als Nutzen anrichtet."

Solche Ängste sind nicht ganz unbegründet angesichts der Tatsache, dass es für den Berufsstand des Coachs noch keine einheitlichen Ausbildungsstandards gibt. Unverzichtbar ist es daher, bereits bei der Auswahl eines Coachs sorgfältig vorzugehen. Folgende Aspekte sollten Unternehmen in jedem Fall prüfen, wenn sie sich für die Dienstleistungen eines professionellen Business-Coachs interessieren:

### **Die richtige Wahl des Coachs – worauf Unternehmen achten sollten**

- Verfügt der Coach über eine anerkannte, zertifizierte Coaching-Ausbildung?
- Ist er Mitglied in einem anerkannten Coaching-Verband (z.B. dvct oder DBVC)? Dies ist mit Hinblick auf die Qualitätssicherung von Bedeutung, aber auch wegen der Distanzierung von esoterischen oder sektiererischen Praktiken.
- Verfügt der Coach über eigene Berufs- und Führungserfahrung, idealerweise sogar über Branchenerfahrung?
- Kann der Coach seine Arbeitsweise und seine Tätigkeitsschwerpunkte klar benennen?
- Hat er entsprechende Referenzen vorzuweisen?
- Hat der Coach sich regelmäßig weitergebildet und verfügt er über ein breites Methodenspektrum?
- Bietet der Coach ein kostenloses Erstgespräch an?

Im Erstgespräch sollte eine saubere Auftragsklärung erfolgen, in der das Thema und die Erwartungen des Klienten an das Coaching erläutert werden. Ein seriöser Coach wird an dieser Stelle sehr deutlich machen, was Coaching generell, aber auch er persönlich, leisten kann und was nicht.

Erst wenn diese Dinge geklärt sind und der Coach einen konkreten Vorschlag über Ablauf, Zeitrahmen und Kosten abgegeben hat, sollte die Auftragserteilung erfolgen. Nach Abschluss eines Coaching-Prozesses sollte der Coach eine Evaluation anbieten.

### **Resümee**

Professionelles Coaching ist keine "Seelenmassage", im Gegenteil: Coaching fordert und fördert den Klienten, denn im Gegensatz zu herkömmlichen Beratungsformen steigert es die eigene Problemlösungskompetenz des Kunden. Ein guter Coach arbeitet zielorientiert an einem klar definierten Auftrag. Dabei bedient er sich einer Vielzahl effektiver Tools, insbesondere für die Bereiche Ziel- und Entscheidungsfindung, Problem- und Konfliktlösung, Persönlichkeitsentwicklung und Karriereplanung. Im Coaching geht es also nicht nur um die Beseitigung von Leistungsblockaden, sondern vor allem um die Erschließung von Entwicklungspotentialen. Nicht mehr, aber auch nicht weniger.

Autorin:

**Monica Marschall (Dipl.-Betriebswirtin FH und Businesscoach)**



Monica Marschall (Jahrg. 1965) ist selbständig tätig als zertifizierter Coach, Verhaltenstrainerin und Lehrcoach. Nach einer Ausbildung zur Kauffrau der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft studierte sie Betriebswirtschaftslehre und leitete anschließend über Jahre erfolgreich die Personalentwicklung eines bundesweit tätigen Großunternehmens. Sie ist zertifiziertes Mitglied im Deutschen Verband für Coaching und Training e.V. (dvct).

Kontakt:

Monica Marschall

Berufsorientiertes Coaching & Training

Karolingerstraße 10

65779 Kelkheim

Fon: 06195-671997

E-Mail: [monica@marschall-coaching.de](mailto:monica@marschall-coaching.de)

Web: [www.marschall-coaching.de](http://www.marschall-coaching.de)