

Coaching lancieren



Ueli R. Frischknecht
uf@nlp.ch

Coaching, Unterstützung in persönlichen Fragen und beruflicher Exzellenz ist im Trend. Der Markt ist unübersichtlich und das Verständnis von Coaching äusserst vielfältig. Qualitativ hochwertiges Coaching kann bereits vor der ersten Sitzung initiiert werden.

So könnte es beispielsweise sinnvoll sein nach der Fragestellung «Wie finde ich Coachingkunden?» auch die Herausforderung «Wie kann ich meine Auftraggeber und Kunden in das Gestalten hoher Coachingqualität mit einbinden?» geklärt zu haben.

Denn diese zweite Frage reflektiert die bekannte Tatsache, dass Qualität im Coaching in der gemeinsamen Zusammenarbeit von Coach und Coachee generiert wird. Die Qualität von Coaching ist also auch vom Coachee abhängig. Seiner Bereitschaft sich auf Prozesse einzulassen, seinen mentalen Fähigkeiten, seiner Lebenserfahrung und nicht zuletzt auch von dem, was seine Umgebung (Firma) über Coaching denkt. Denn Coaching findet nie im luftleeren Raum statt. Auch die umgebende Kultur (Firma, Familie,

Gesellschaft) beeinflusst Erfolg und Wirksamkeit von Coaching nachhaltig.

Durch eine fundierte Auftragsklärung (Verkaufs- und Evaluationsgespräch) kann der Coach den Coachee bzw. die umgebenden Rahmenbedingungen unterstützend beeinflussen. Und so die Basis für hohe Qualität im Coaching vorbereiten. Dazu stellen wir uns und unseren Kunden Fragen, wie:

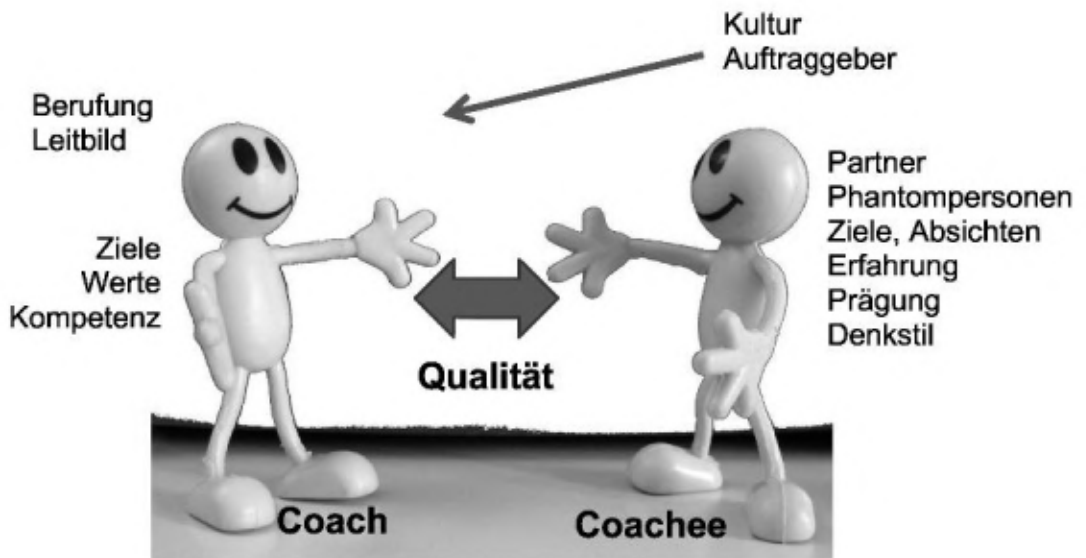
1. Coach (Beratungskonzept)

- Was verstehe ich unter Coaching? (Elevator-Pitch)
- Was brauche ich, um gut arbeiten zu können?
→ Werte, Mission-Statement, Kernkompetenz, Arbeitsbedingungen (mind. Anzahl Sitzungen, Zeit, Finanzen) etc.

2. Coachee: Kultur/Stakeholders

- Was möchte der Kunde durch das Coaching erreichen/bewirken?
- Ist Coachee intrinsisch motiviert? → Anliegen
- Wie denkt die Kultur des Coachee über Coaching?
- Wer nimmt wie Einfluss auf das Coaching?

Systemische Einflussfelder von Coaching (Stakeholders)



Leadership-Matrix: Die Landkarte zum Lancieren von Coachingaufträgen

Das aus der «Zielematrix» (Baumeler / Frischnecht) entwickelte Modell «Leadership-Matrix» bietet die optimale Landkarte zur Steuerung des Evaluationsgesprächs.

Coaching wird sehr unterschiedlich verstanden. So ist es eine der ersten Aufgaben der Auftragsklärung, die Begrifflichkeit «Coaching» zu klären und auf eine gemeinsame Plattform zu stellen. Unsere Erfahrungen zeigen, dass bereits das Auslegen und Erläutern der Leadership-Matrix kommuniziert, wie wir Coaching verstehen. Als einen umfassenden Veränderungsprozess, der den ganzen Menschen fordert und fördert. Dies in Abgrenzung zu Beratung und/oder reinem Verhaltenstraining.

Im weiteren Verlauf der Auftragsklärung können in freier Folge über die vier Felder, qualitativ unterschiedliche Einflussfaktoren (Rahmenbedingungen) und Coachingziele thematisiert werden. Hier einige Beispiele:

Innen/Abstrakt (Kultur)

Einflussfaktoren: Welche Werthaltungen werden im Umfeld des Coachee gelebt? Sind diese dienlich fürs Coaching?

Coachingziele: Coaching ist immer auch Wertearbeit. Das Bewusstmachen persönlicher Werte führt auch dazu, dass diese mit den Firmenwerten (deklarierte / gelebte) verglichen werden. Dies kann zu erhöhter Motivation und Begeisterung aber auch zu Ernüchterung führen. Ist sich der Auftraggeber dessen bewusst?

Abstrakt/Aussen (Ausstrahlung)

Einflussfaktoren: Werden Image und Leitbild der Firma auch in den alltäglichen Handlungen gelebt? Sind die Auftragsziele für Coaching erst auf dieser Ebene formuliert oder liegen bereits sinnlich-konkret benannte Ziele vor?

Coachingziele: Dieses Feld bildet die Brücke zwischen Werthaltungen (Innen) und Alltagshandlungen (Aussen). Gerade in Führung coaching ist es häufig ein Thema, dass die Führungskraft auch unpopuläre betriebliche Vorschriften

und Entscheidungen mit persönlichen und/oder Firmenwerten und -visionen verknüpfen und entsprechend kommunizieren sollte.

Aussen/Konkret (Umsetzung)

Einflussfaktoren: Liegen sinnvolle Arbeitsbeschreibungen (Prozesse, Handbücher, Workflows) vor? Wie sind die konkreten Arbeitsbedingungen (Hardware, Licht, Luft, Lärm, Arbeitszeiten, Klima)? Wie ist die Stimmung, der Umgang am Arbeitsplatz?

Coachingziele: Besonders im betrieblichen Coaching wird immer auch eine Optimierung des konkreten Outputs (Verhalten) im Fokus stehen. Im Feld «Aussen/Konkret» siedelt die Messbarkeit von Coaching: Woran wird erkannt, dass Coaching erfolgreich war? Es ist eine Führungsaufgabe, den Coachee mit sinnlich-konkret beschriebenen Zielvorgaben ins Coaching zu senden (Also nicht nur Vorgaben des Feldes «Abstrakt/Aussen» wie z.B. «mehr Effizienz in der Gesprächsführung»).



Konkret/Innen (Soft Skills)

Einflussfaktoren: Welches Bewusstsein (Kultur) lebt die Firma bezgl. des Zusammenhangs von «Selbstführung» und «Alltagshandlungen»? Werden Mitarbeiter darin unterstützt, vorgegebene Arbeitsabläufe (z.B. Begrüssungsformeln) mit intrinsischer Motivation zu füllen?

Coachingziele: Training in Selbstführung ist eine der grossen Stärken von Coaching. Dies ist Befähigung auf einer umfassenderen Ebene als reines Verhaltenstraining. Hier werden ganz konkrete innere Vorgänge trainiert, die zu einer erhöhten Befähigung im Alltag des Coachee führen.

Die Leadership-Matrix finden Sie unter «www.nlp.ch – ressourcen – arbeitsblätter und inspirationen» zum Download.

Coaching ist Training in gelebtem Leadership

- Der Coach führt den Coachee in neue Denkfelder. Dabei ist er für den Coachee selber ein Modell für gelebtes Leadership. Ein Coachee wird bewusst und unbewusst Elemente der Gesprächskultur und Modelle aus dem Coaching in seinen/ihren Führungsalltag übernehmen.
- Der Coachee lebt Leadership mit sich selber (Selbstführung) bereits bei der Entscheidung für ein Coaching. In der Folge auch beim Erkennen, Benennen und Einbringen von Themen und in der Umsetzung der geplanten Veränderungen im Alltag.
- Coaching fördert und trainiert gelebtes Leadership des Coachee nach aussen, gegenüber Mitarbeitenden, Vorgesetzten und weiteren Stakeholders.

Die Auftragsklärung als Coachingintervention

Ja, klar, auch dessen sind Sie sich als Coachprofi natürlich schon länger bewusst: Wie oft entpuppt sich ein Auftragsklärungsgespräch als (verdecktes) Coaching des Auftraggebers bzw. der evaluierenden Person!

Und, ja eben, das ist sogar ganz gut so. Damit, dass Sie den Auftraggeber coachen arbeiten Sie ja bereits an der Qualität ihrer zukünftigen Coachingergebnisse.



DIE TAGESPAUSCHALE

Was Sie für CHF 95.00 bei uns alles bekommen:

- einen Seminarraum
- Technische Grundausstattung
- Direktwahltelefon/Internetanschluss, Flip Chart, Pinnwand, Hellraumprojektor, Leinwand, White Boards, Videorecorder mit TV oder Beamer (auf Anfrage im Gruppenraum), Moderatorenkoffer, Schreibblöcke und Stifte
- Zwei Kaffeepausen
- Mittagessen in unserer **DIE MARKT-«WIRTSCHAFT»!**
- Mineralwasser im Seminarraum

und viel Gastfreundschaft!

SEMINARHOTEL SEMPACHERSEE

HOTEL SEMINAR-RÄUME
DIE MARKT-«WIRTSCHAFT»!
DAS RESTAURANT!
DIE BAR!

6207 Nottwil LU
Tel. 041 939 23 23
www.dasseminarhotel.ch

Reservieren Sie gleich!