DCG: Kongress 8.10.2016

„Coaching trifft Unternehmen“

Milieu – eine neue Kategorie im Coaching

Dr. Uwe Böning

Heidelberg| 8. Oktober 2016

„Milieu“ – Definitionen

Personengruppen, die sich durch gruppenspezifische Existenzformen und erhöhte Binnenkommunikation voneinander abheben. [...] Statt von Milieus zu sprechen, könnte man auch andere Ausdrücke verwenden, etwa **Lebensstilgruppen, Subkulturen**, ständische Gemeinschaften, **soziokulturelle Segmente**, erlebbare gesellschaftliche Großgruppen.

(Schulze 1992, S. 174)

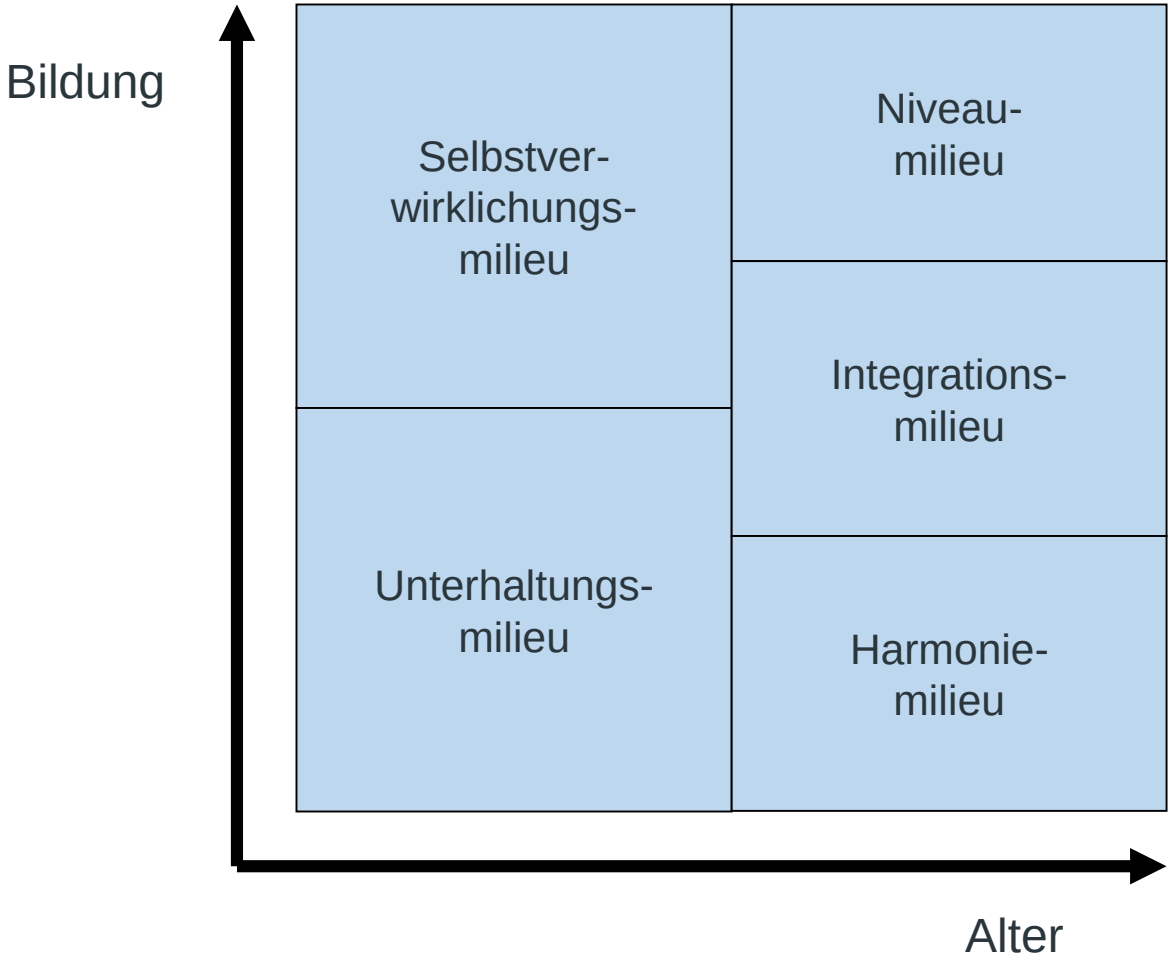
Gesamtheit der äußeren sozialen Umwelt des Einzelnen bzw. einer Gruppierung, die auf die Entwicklung, die Entfaltungsmöglichkeiten und die Modalitäten sozialen Handelns Einfluss nimmt.

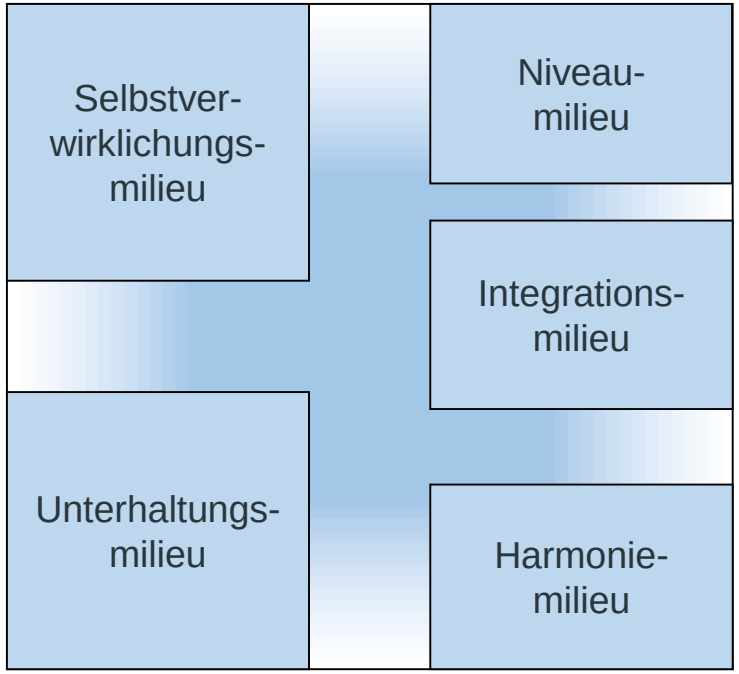
(Rammstedt, 2007, 432)

Milieu: die Gesamtheit eines Lebens- oder Arbeitsstils, getragen von ähnlichen Werten, Einstellungen, Verhaltensgewohnheiten und Spielregeln, die auf einer bewussten wie unbewussten Ebene wirksam sind und zu offenen, verdeckten oder auch unbewussten Abgrenzungen von anderen Milieus führen. Milieus sind basale **Identitätsräume** von/für Individuen.

(Böning, 2016)

5 Milieus nach Schulze (2000)

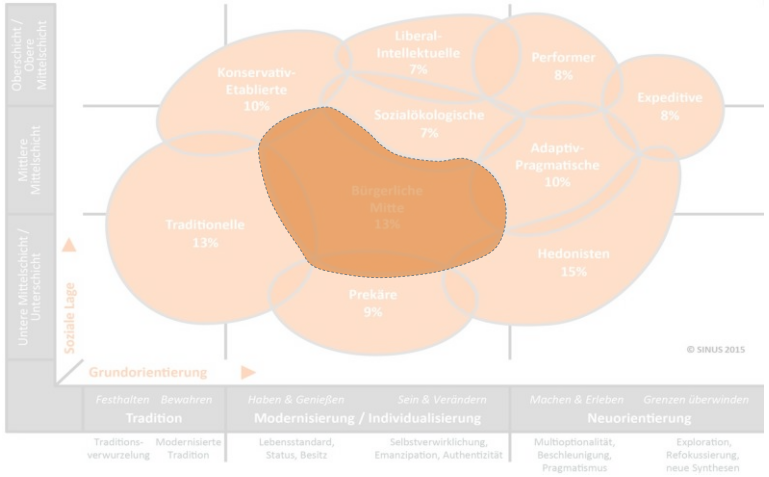




(unscharf konturierte Abgrenzung)

Quelle: Schulze 2000, S.384

Milieus – Identitätsräume von/für Individuen (Böning, 2016)



- **Suggerieren die Existenz** von (quasi-)natürlichen oder konstanten
  - Werten,
  - Perspektiven,
  - Einstellungen,
  - Gewohnheiten,
  - Verhaltensweisen
  - und Spielregeln
- **Mentale Geborgenheitsräume:**
  - **Emotional:** Sie geben Halt durch gemeinsam geteilte Überzeugungen
  - **Kognitiv:** Sie stiften Orientierung durch Strukturierung von Lebens- und Weltereignissen
- **Mentales Korsett:** Sie stabilisieren den gemeinsamen Habitus und die persönliche Haltung – schränken aber auch entsprechend ein
- **Strukturieren Wahrnehmungen, Erwartungen und Bewertungen**

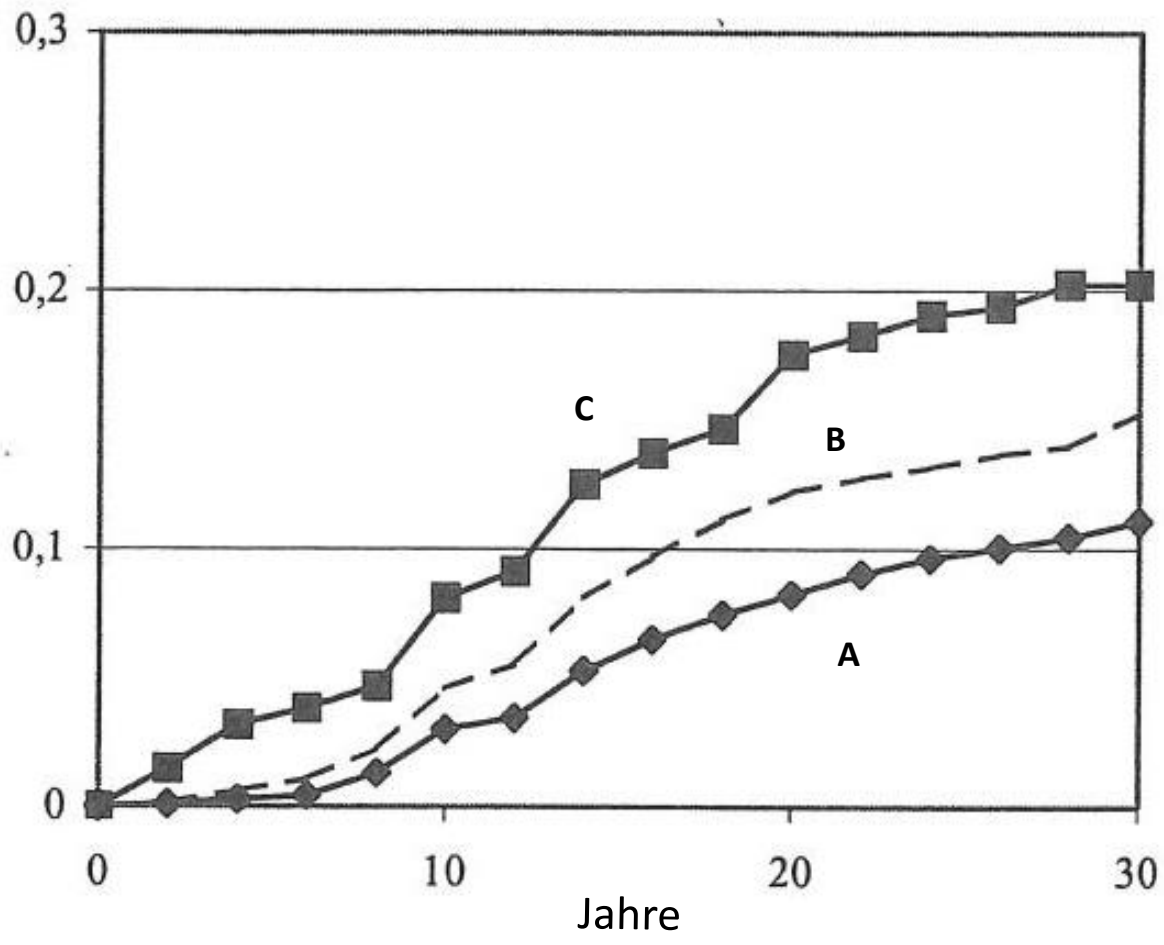
Karrieren von Promovierten in der Wirtschaft nach sozialer Herkunft

Stichprobe:

Juristen

Kaufleute

Techniker



Es besteht ein enger Zusammenhang zwischen der sozialen Herkunft und der Besetzung einer hohen Führungsposition in der deutschen Wirtschaft.

A — Arbeiterklasse/ Mittelschicht

B — gehobenes Bürgertum

C — Großbürgertum

Quelle: Hartmann 2002, S. 70

Besetzung von Spitzenpositionen / Topmanagement-Coaching: Zentrale Einfluss-Faktoren

1. Herkunfts-Milieu

- „Gleich und Gleich gesellt sich gern!“
- Vermeintlich sicherste Grundlage für ähnliche Verhaltens- und Beurteilungsmuster

2. Persönlichkeitsmerkmale / Habitus

Indiz für die „gleiche Wellenlänge“:

- Vertrautheit mit den in den Vorstandsetagen gültigen Dress- und Verhaltenscodes

  Kleidung: soziale Haut → Selbstpositionierung

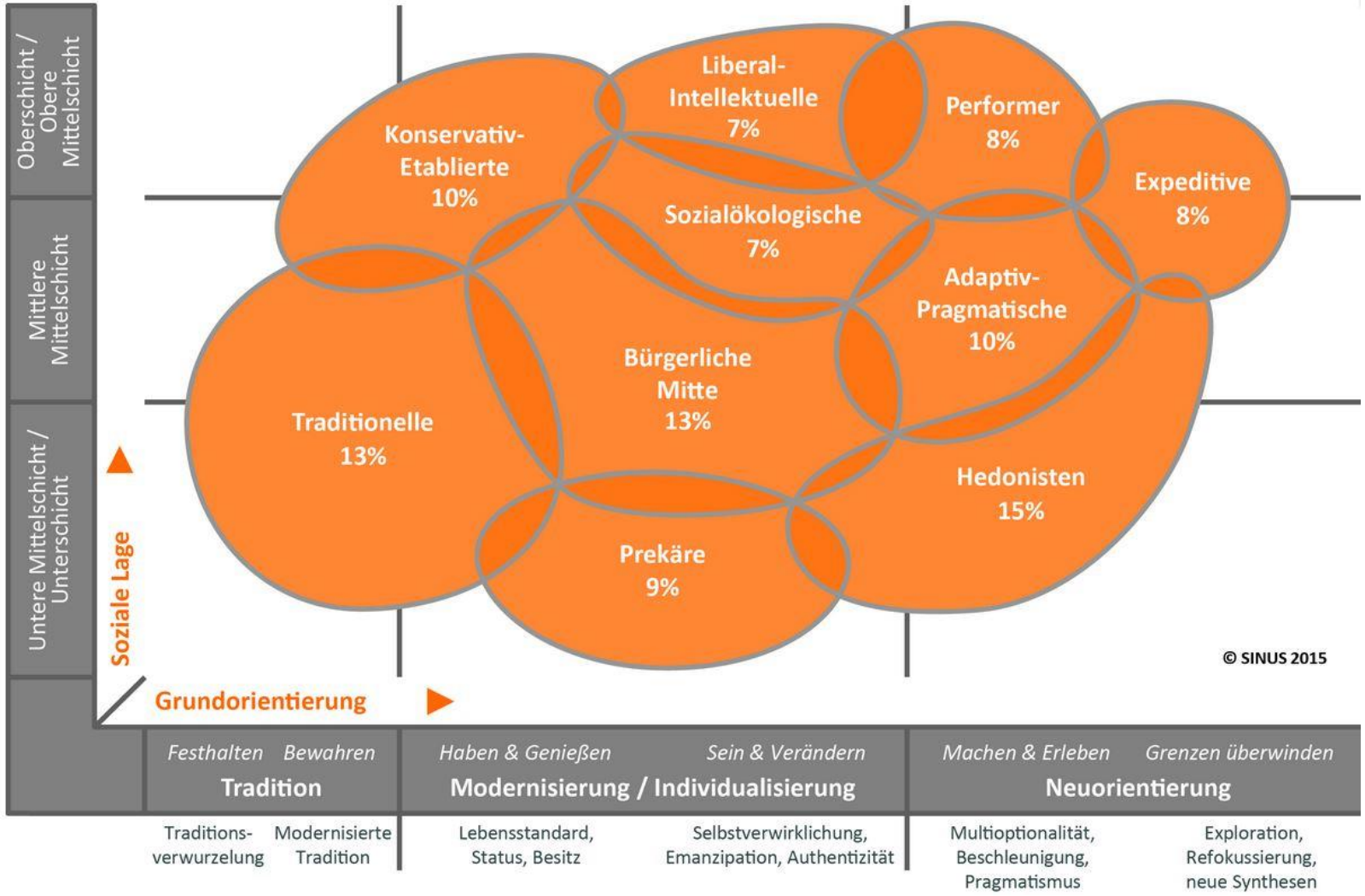
- Breite bildungsbürgerlich ausgerichtete Allgemeinbildung
- Ausgeprägte unternehmerische Einstellung
- Persönliche Souveränität und Selbstsicherheit

Quelle: Hartmann 2002, S. 122; Ergebnisse aus neun Forschungsarbeiten von 1995 bis 2001.

BÖNING-CONSULT®

10 Sinus-Milieus® in Deutschland 2015

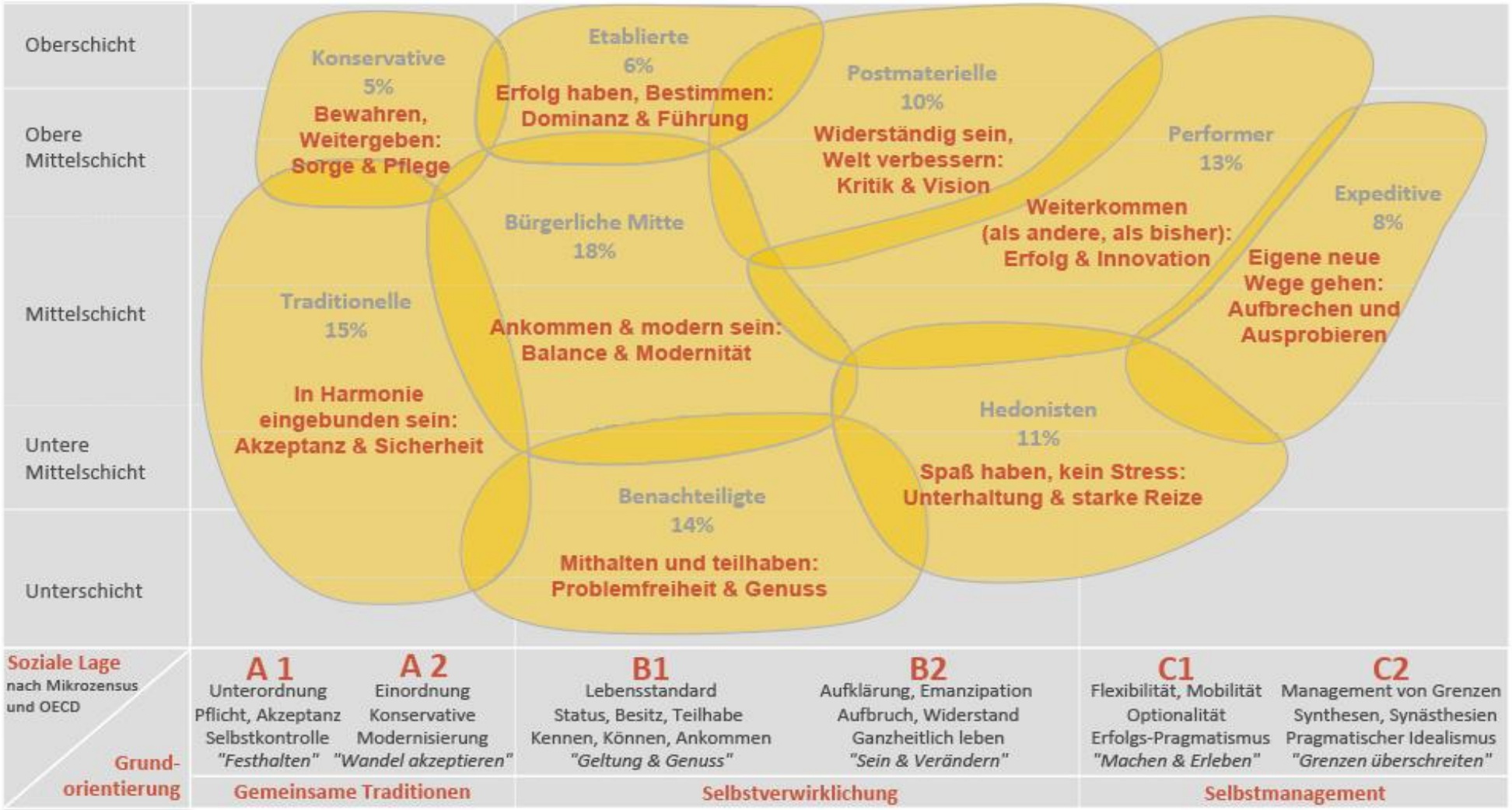
Soziale Lage und Grundorientierung



Quelle: www.sinus-institut.de

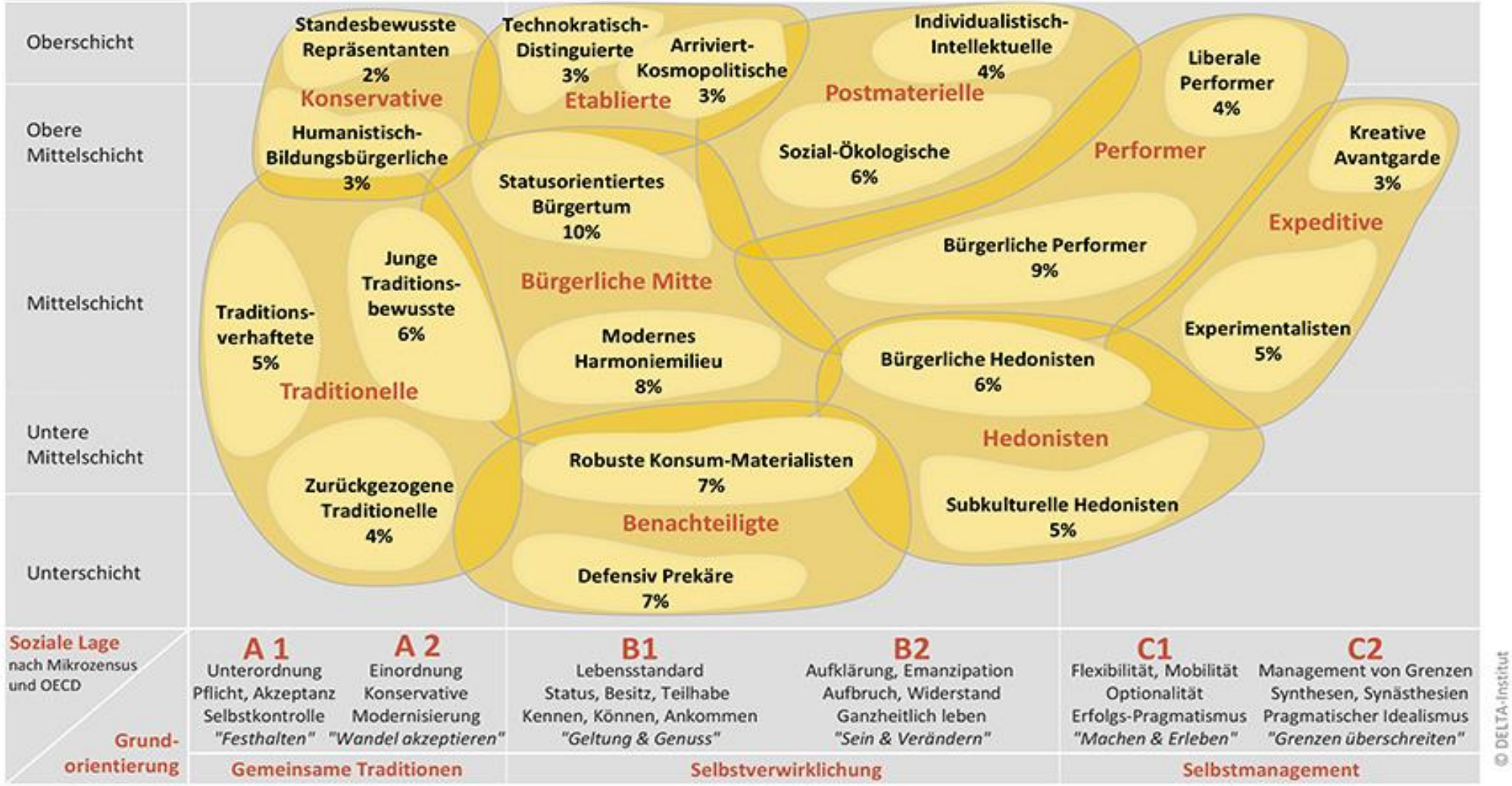
BÖNING-CONSULT®

DELTA-Milieus® in Deutschland – Ur-Impulse



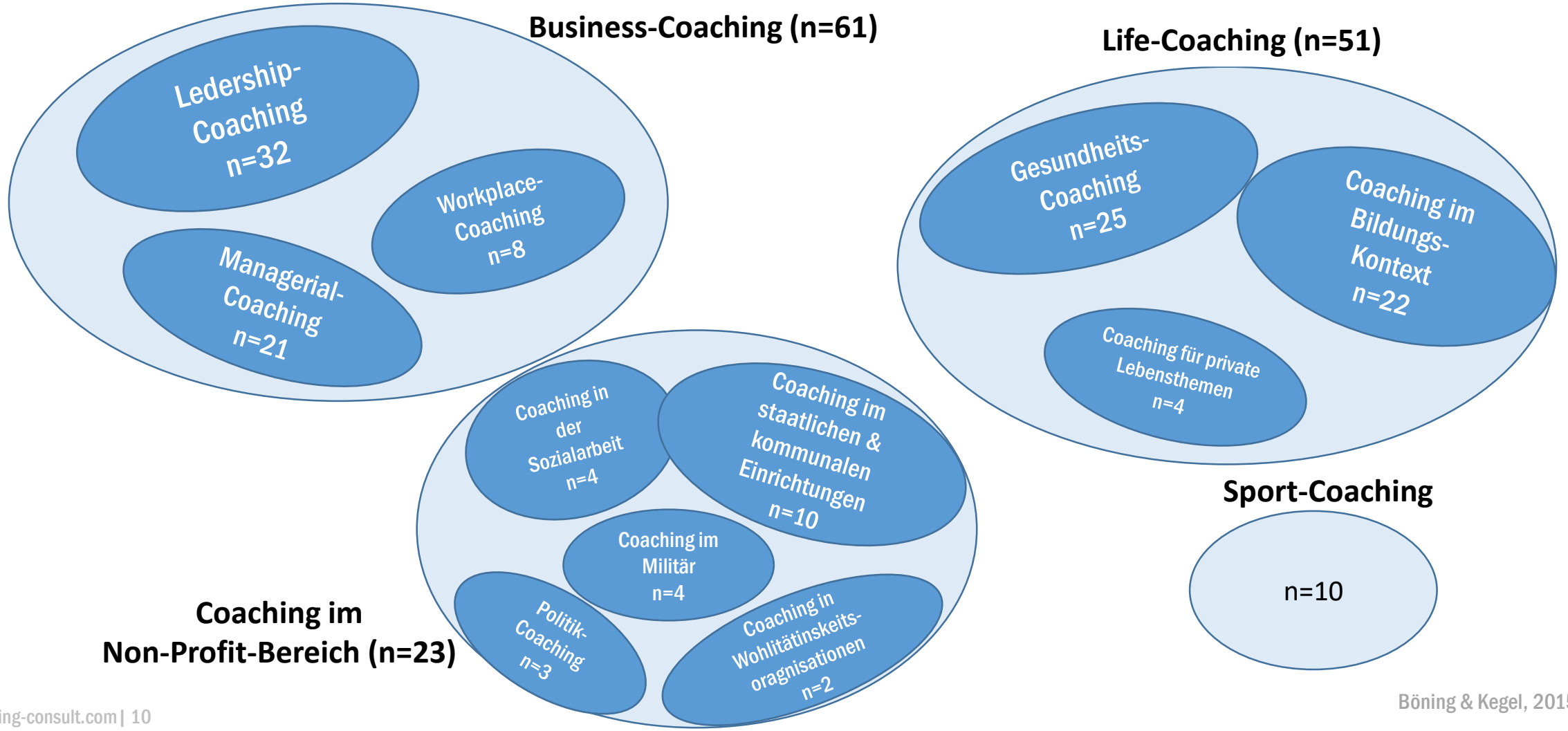
Quelle: www.delta-sozialforschung.de

9 DELTA-Milieus® in Deutschland – Basismilieus und Submilieus



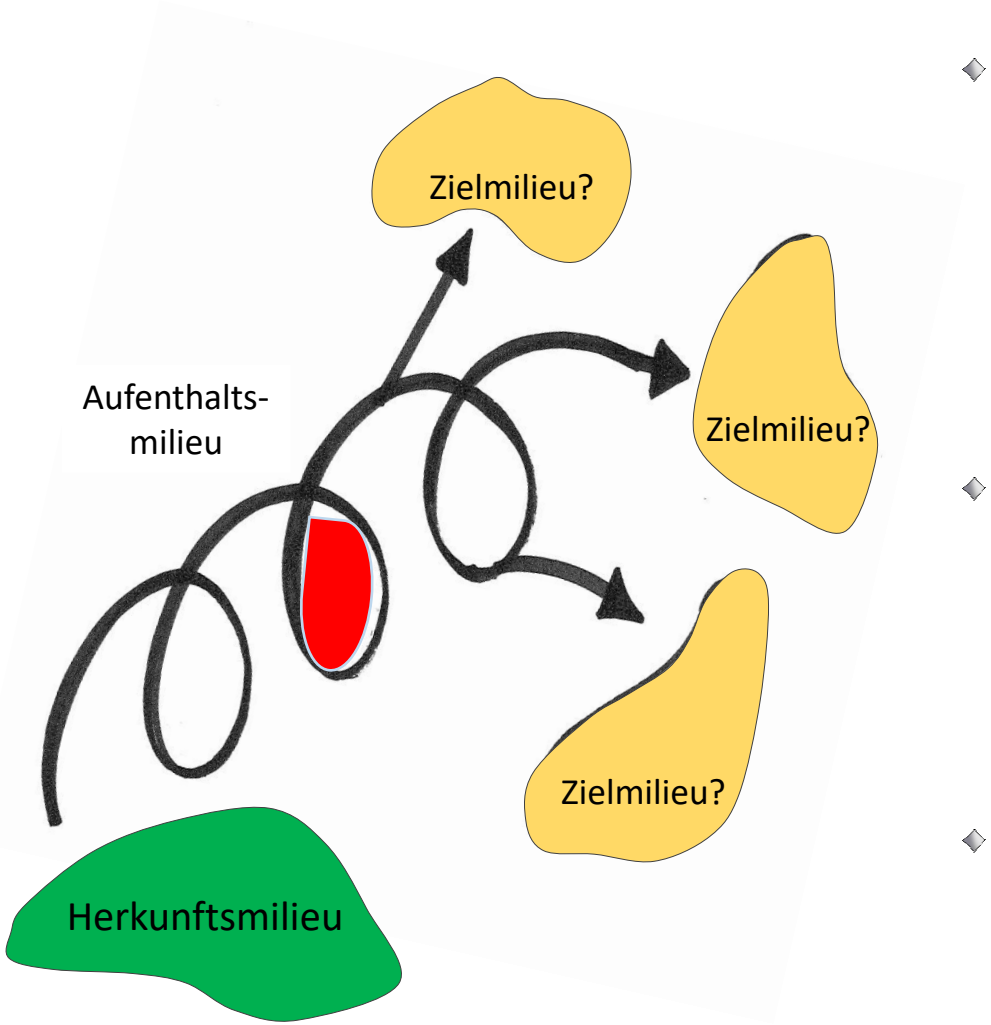
Quelle: www.delta-sozialforschung.de

Empirisch untersuchte Anwendungsfelder des Coachings



Böning & Kegel, 2015

Was bedeutet das für das Coaching?



- **systemisch:**
  - Coach-Coaching-Partner-Dyade
  - Sozialisationsdynamik der Familie
  - **Zielmilieu**
  - **Aktuelles Handlungsmilieu**
  - **Herkunftsmilieu**
- **Anforderungen an den Coach:**
  - Prozessgestaltung
  - Zielvorstellungen des Coaching-Partners
  - Werte des Coaches
  - Werte des Bezug-Systems
- **Selbstwertgefühl** entwickelt sich aus Balance / Spannung zwischen **Herkunftsmilieu**, aktuellem **Handlungsmilieu** und dem (mglw.) angestrebten **Zielmilieu**

BÖNING-CONSULT®

Fokus-Unterschiede zwischen TM +MM

	Topmanagement (TM)	Mittelmanagement (MM)
Verantwortungs-Bereich	**Gesamtunternehmen** Innen- und Außenorientierung	**Begrenzter Aufgabenbereich** Innenorientierung und Schnittstellen
Führungs-Perspektive	**Unternehmensführung**	**Mitarbeiterführung**
Kernwerte-Feld	Strategie, Taktik, **Selbstdisziplin,** Gefühlskontrolle, Rationalität, Analyse, **Politik, Macht, Durchsetzung**, Takt, Stil, Souveränität, Haltung	Authentizität, Offenheit, Fairness, Team, Zusammenarbeit, Selbstsicherheit, offener Konflikt, Work-Life-Balance
Verhältnis Coaching-Partner – Coach	Sounding-Board, Sparringspartner, **Impulsgeber, Ratgeber** Positionierung des Coaches: Empfehlungen	„Klärungs- / Orientierungshelfer“, „Trainer“ „Guide“, „Perspektivenöffner“ Neutralität des Coaches: Verstehen + Unterstützung
Ableitung für Coaching-Prozess	Analytische Durchdringung vor empathischer Unterstützung **Unternehmens-Themen**	Empathische Unterstützung vor analytischer Durchdringung, „Hilfe zur Selbsthilfe“ **Persönlichkeitsentwicklungs-Themen**
Interventions-Schwerpunkte	Fragen, Analyse, Erörterung, Feedback, Orientierung, „Reibung“	empathisches Verstehen, Ressourcenaktivierung, erlebnisaktivierende Verfahren
Metaziel-Schwerpunkt	**Bewährung in der Rolle**	**Weiterentwicklung der Person** und Rollensicherheit