

Coaching Magazin

ISSN 1866-4849

Wissen kompakt

Einkommen im Coaching | S 12

Spotlight

Karriere-Coaching von Spitzensportlern | S 32

Wissenschaft

Präsenz im Coaching | S 49

Über die Rolle des Unbewussten im Coaching

Dr. Alica Ryba im Interview | S 16



Ausgabe 4|2021

www.coaching-magazin.de

D/A/CH: 29,80 €

Häufig gestellte Fragen

Coach Dr. Margret Fischer beantwortet Fragen aus der Praxis

Worin bestehen häufige Anlässe eines Team-Coachings?

Anlässe für Team-Coaching sind sehr vielschichtig. Neben der Lösung von Konflikten geht es häufig um das Thema Rollenklärung oder auch um die Entwicklung einer guten, vertrauensvollen Zusammenarbeit und wirkungsvollen Kommunikation. Im Mittelpunkt steht dabei die Ausrichtung auf gemeinsame Ziele. Diese Veränderungsprozesse gestalten sich auf personeller und struktureller Ebene unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Dynamiken – nicht zuletzt aufgrund der Interaktionen der Teammitglieder. In der heutigen Zeit müssen Prozesse der Anpassung an wechselnde Umweltbedingungen immer schneller verlaufen. Dies hat oft ein Team-Coaching zur Folge. Dabei spielt es keine Rolle, ob als Ausgangspunkt interne oder externe Faktoren verantwortlich sind. Interne Anlässe können strukturelle oder personelle Veränderungen wie z.B. Fusionen oder ein neuer Chef sein. Ebenso gewinnen externe Anlässe durch eine zunehmende Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Ambiguität an Bedeutung. Häufig wird ein Team-Coaching erst nachgefragt, wenn das Kind bereits in den Brunnen gefallen ist und das Team echte Schwierigkeiten hat. Zunehmend verlassen sich dennoch immer mehr Verantwortliche auf ihr Gefühl bzw. ihre Wahrnehmung, dass es im Vorfeld gut wäre, ein Team-Coaching in Anspruch zu nehmen. Denn ist das Team in der Konfliktschleife erst einmal aus der Win-win-Zone geraten, kann der Weg zurück langwierig und teuer werden und mit personellen Einbußen einhergehen.

Was sollte ein Team-Coaching leisten?

Ein Team-Coaching soll die Motivation, Kommunikation, Kooperation und Verbesserung der Zusammenarbeit möglichst aller Team-

mitglieder fördern. Dabei wird ihre Fähigkeit zur Selbstreflexion und Selbstorganisation angeregt und weiterentwickelt. Der Team-Coach ist kein Problemlöser, sondern unterstützt das Team, die eigenen Herausforderungen selber zu lösen, und macht sich im Idealfall nach und nach überflüssig. Durch gezielte Interventionen des Coachs wird die Förderung der Selbststeuerungsfähigkeit im Team erreicht.

Was bringt Teams weiter?

Ein Augenmerk sollte auf die Kultur der Organisation gelegt werden. Meistens treten Erkenntnisse zu Tage, die gerne im Verborgenen geblieben wären. Genau diese unangenehmen Sachverhalte bringen das Team weiter und stellen einen großen Gewinn für effektive und effizient arbeitende Organisationen dar. Es geht nicht darum, nur nach Gemeinsamkeiten, sondern vor allem nach Unterschieden zu schauen. Je heterogener die Teamzusammensetzung ist, desto größer fällt der mögliche Outcome aus. Gerade bei einer Vielzahl unterschiedlicher Persönlichkeiten sollte mehr Verständnis für Andersartigkeit sowie eine gelingende Konfliktkultur etabliert werden. Lernende Organisationen streben keinen Status quo an, sondern befinden sich immer im Prozess. Das Team ist immer schlauer als der Einzelne: Die kollektive Teamleistung sollte vom Coach fokussiert werden.

Was müssen Coaches dringend beachten, wenn sie Teams begleiten?

Nicht zuletzt entscheidet eine differenzierte Auftragsklärung über den Erfolg eines Team-Coachings: Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den Zielen und Motiven für den Coaching-Prozess müssen transparent gemacht und verdeutlicht werden. Die Leitung sollte am Coaching-Prozess teilhaben. Alle Teammit-

glieder müssen den Coach und seine Methoden akzeptieren sowie freiwillig teilnehmen. Vertrauen zu allen Mitgliedern aufzubauen, ist dabei nicht immer einfach. Ein Wechsel zwischen unterschiedlichen Settings – Team mit und ohne Leitung als auch die Integration von Einzel-Coachings – haben sich in der Praxis für ein gelingendes Team-Coaching bewährt. Der Coach muss auf ein umfangreiches methodisches Repertoire zurückgreifen und den Gruppenprozess stets flexibel steuern können.

Die Autorin



Foto: Andreas Pohlmann

Dr. oec. Margret Fischer, Dipl.-Volksw., MSc Communication, Business- und Agile-Coach für Einzelpersonen und Teams, Coach-Ausbilderin, (Lehr-) Supervisorin und Organisationsberaterin, Leitung echt.* coaching, langjährige Coaching-Erfahrung, u.a. systemische Beraterin/Therapeutin, Wissenschaftsexpertin im Fachausschuss Forschung des Deutschen Bundesverbandes Coaching, 1. Vorsitzende der Deutschen Coaching Gesellschaft.

www.coaching-heidelberg.de

www.coach-datenbank.de/coach/margret-fischer-msc.html

Impressum

Herausgeber:

Christopher Rauen Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Hannah-Arendt-Str. 34 | 49134 Wallenhorst | Deutschland
Tel.: +49 541 98256-778 | Fax: -779
E-Mail: coaching-magazin@rauen.de
Internet: www.rauen.de

Vertretungsberechtigter Geschäftsführer:

Dr. Christopher Rauen
Sitz der Gesellschaft: Wallenhorst
Registergericht: Amtsgericht Osnabrück
Registernummer: HRB 215729
USt-IdNr.: DE232403504

Inhaltlich Verantwortlicher i.S.d.P. und gemäß § 5 TMG: Dr. Christopher Rauen (Anschrift wie oben)

Redaktion:

David Ebermann (de) – Chefredakteur
Dr. Christopher Rauen (cr)
Alexandra Plath (ap)
Dawid Barczynski (db)
Inez Tanzil (it)

E-Mail an die Redaktion:

redaktion@coaching-magazin.de

Abonnement: Jahresabo (4 Ausgaben) | Print: 69,80 € inkl. USt. zzgl. Versandkosten (Deutschland 2,00 € pro Ausgabe, EU & Schweiz 4,50 € pro Ausgabe, weltweit 6,50 € pro Ausgabe) | Digital: ab 59,80 € inkl. USt.
www.coaching-magazin.de/abo

Erscheinungsweise: Vierteljährlich

Anzeigenredaktion:

anzeigen@rauen.de | Tel.: +49 541 98256-778 | Fax: -779

Mediadaten & Anzeigenpreise:

www.coaching-magazin.de/mediadaten.html

Konzeption & Gestaltung: www.benschulz-partner.de

Bild-Quellenangabe: Titelseite © Lightspring | S. 4, 25 © ponsulak
S. 26 © LeonidKas | S. 5, 32, 35 © S.Pytel | S. 5, 37 © Vivida Photo PC
S. 40 © Gajus | S. 42 © Bernhard Klar | S. 46 © Dmitry Galaganov
S. 48 © Asier Romero | S. 5, 49 © sek_sunat | S. 5, 54 © Drazen Zigic
Benutzung unter Lizenz von Shutterstock.com

Druck: Fromm + Rasch GmbH & Co. KG |

Breiter Gang 10–16 | 49074 Osnabrück
hallo@frommrasch.de | www.frommrasch.de

Hinweise:

Das Coaching-Magazin und alle enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Die Übernahme und Nutzung der Daten bedarf der schriftlichen Zustimmung der Christopher Rauen GmbH. Alle Angaben erfolgen nach bestem Wissen, sind jedoch unverbindlich und ohne Gewähr; eine Haftung wird – soweit rechtlich möglich – ausgeschlossen. Verwendete Bezeichnungen, Markennamen und Abbildungen unterliegen im Allgemeinen einem Warenzeichen-, marken- und/oder patentrechtlichem Schutz der jeweiligen Besitzer. Eine Wiedergabe entsprechender Begriffe oder Abbildungen berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass diese Begriffe oder Abbildungen von jedermann frei nutzbar sind. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Bildmaterial, Datenträger und Informationen sonstiger Art übernimmt die Coaching-Magazin-Redaktion keine Gewähr. Die Redaktion behält sich vor, Leserbriefe / E-Mails – mit vollständigem Namen, Anschrift und E-Mail-Adresse – auch gekürzt zu veröffentlichen. Bitte teilen Sie uns mit, wenn Sie mit einer Veröffentlichung nicht einverstanden sind.

ISSN: 1866-4849

Das Letzte



EBERMANN: Im Rahmen der RAUEN Coaching-Marktanalyse 2021 stellte sich heraus, dass Top-Manager während der Pandemie seltener Coaching in Anspruch nehmen. Worauf ist das zurückzuführen?

RAUEN: Gerade für Top-Manager ist Diskretion von großer Bedeutung und ein Online-Coaching birgt immer ein gewisses Risiko, dass es zu Aufzeichnungen kommt. Das ist ein Hemmnis. Ein anderes ist ziemlich banal. Die durch Corona bedingten Herausforderungen haben das Zeitbudget von Top-Managern noch weiter reduziert.

EBERMANN: Das würde bedeuten, dass Coaches, die insbesondere auf die Top-Managementebene fokussiert sind, zukünftig nur sehr bedingt auf Online-Coaching setzen können. Dies passt wiederum zur bekannten These, Face-to-Face-Coaching werde einmal zum Privileg hoher Führungsriege.

RAUEN: Es kommt möglicherweise noch ein weiterer Aspekt dazu: Coaches, die auf der Top-Ebene arbeiten, sind meistens auch älter. Auch wenn sie sicher Neuem gegenüber aufgeschlossen sind, fällt älteren Coaches der technologische Wandel vermutlich schwerer.

EBERMANN: Das ist natürlich denkbar. Generell stellt sich die Frage, wie viel vom pan-

demiebedingten „Online-Boom“ bleiben wird. Immerhin ist der Anteil des Face-to-Face-Coachings um 30 Prozentpunkte gesunken ...

RAUEN: Die Zukunft ist vermutlich eine gute Mischung. Je nach Segment sollte man das Online-Coaching nicht überschätzen, aber auch nicht unterschätzen. Je selbstverständlicher technische Lösungen im Alltag werden, desto leichter sind sie auch im Coaching nutzbar.

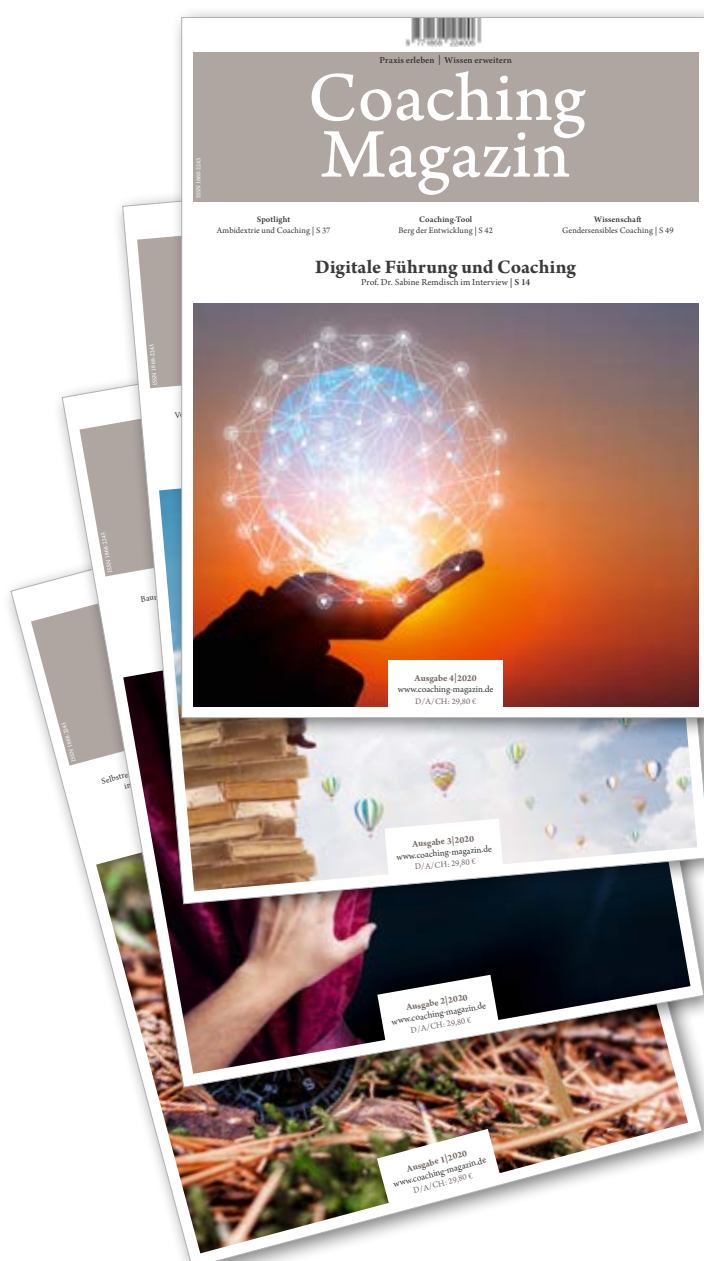
EBERMANN: Vermutlich wird sich einiges einpendeln. Dass Online-Coaching wieder in das Schattendasein – sein Anteil lag bei lediglich 7,7 Prozent – verdrängt wird, dass es vor der Pandemie führte, ist aber eher nicht zu erwarten. Die derzeit laufende dritte Coaching-Marktanalyse dürfte weiteren Aufschluss geben.

RAUEN: Ja, da nutze ich gleich mal die Gelegenheit, alle Coaches zu bitten, mitzumachen: Bitte beteiligen Sie sich an der Marktanalyse unter www.rauen.de/cma und helfen Sie, fundierte Daten zu erfassen. Kommt es zu einer Gegenbewegung aufgrund der Sehnsucht nach persönlicher Begegnung oder kann das Coaching digital noch weiter an Effizienz gewinnen?

Coaching Magazin

Praxis erleben | Wissen erweitern

Das Coaching-Magazin wendet sich an Coaches, Personalentwickler und Einkäufer in Unternehmen, an Ausbildungsinstitute und potenzielle Coaching-Klienten. Das redaktionelle Ziel ist es, dem Leser eine hochwertige Mixtur aus Szene-Informationen, Hintergründen, Konzepten, Portraits, Praxiserfahrungen, handfesten Tools und einem Schuss Humor anzubieten. Dabei ist der Redaktion wichtig, inhaltlich wirklich auf das Coaching als professionelle Dienstleistung fokussiert zu sein und nicht schon jedes kleine Kunststückchen aus dem Kommunikationstraining in Verbindung mit modischen Lifestyle-Themen zum Coaching hochzustilisieren.



– Heftpreis –

Das Einzelheft kostet 29,80 €
inkl. 7% USt., zzgl. Versandkosten.

Jetzt das Einzelheft bestellen

www.coaching-magazin.de/abo/einzelheft

– Abonnement –

Die Abonnement-Laufzeit beträgt 12 Monate bzw. 4 Ausgaben.
Unsere Digital-Modelle schließen unbegrenzten Zugriff auf
www.coaching-magazin.de ein.

Print-Abonnement: 69,80 € zzgl. Versandkosten

Digital-Abonnement: ab 59,80 €

Kombi-Abonnement Print & Digital: ab 79,80 € zzgl. Versandkosten

Versandkosten:

Innerhalb Deutschlands: 2,00 € pro Ausgabe;

EU & Schweiz: 4,50 € pro Ausgabe;

weltweit: 6,50 € pro Ausgabe

Attraktive Studierendentarife

Jetzt das Abo online bestellen

www.coaching-magazin.de/abo



Mediadaten: www.coaching-magazin.de/mediadaten