

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
Zum Aufbau der Böning-Consult-Studie 2004	12

1. Historie:

Wie ist der ganze Begriffs-Wirrwarr entstanden?	15
--	-----------

Abschnitt 1 – Haben Sie heute schon gecoacht?	17
---	----

Abschnitt 2 – Vertiefte Professionalisierung: Die 7. Phase der Coaching-Entwicklung	22
--	----

Abschnitt 3 – Was seit Mitte der 70er geschah: Die sechs ersten Entwicklungsphasen	26
---	----

<i>Praxisbeispiel BMW: Wie ein Großkonzern mit Coaching umgeht</i>	<i>32</i>
--	-----------

2. Definitionen und Klassifizierung:

Was genau versteckt sich hinter Coaching?	35
--	-----------

Abschnitt 1 – Ein Begriff – viele Perspektiven	37
--	----

Abschnitt 2 – Und was meinen die Praktiker?	47
---	----

Abschnitt 3 – Der Coaching-Würfel: Ein Klassifizierungsmodell ..	53
--	----

<i>Praxisbeispiel E.ON Energie: Wie organisiert E.ON Energie Coaching im Unternehmen?</i>	<i>55</i>
---	-----------

3. Kunden, Arten, Inhalte:

Blitzlichter zur aktuellen Lage	59
--	-----------

Abschnitt 1 – Die Kunden	61
--------------------------------	----

Abschnitt 2 – Die Coaching-Arten: Eine Safari durch den Coaching-Dschungel	66
---	----

Abschnitt 3 – Die Bedarfsfeststellung: Bei Anruf Coaching	78
---	----

Abschnitt 4 – Hauptanlässe für Business Coaching	87
--	----

Abschnitt 5 – Der Stellenwert von Coaching	103
--	-----

<i>Praxisbeispiel Ford: Coaching in der Forschung und Produktentwicklung</i>	<i>112</i>
--	------------

4. Die Coaching-Szene:

Wer ist der Mensch hinter dem Coach? 117

Abschnitt 1 – Alter und Berufserfahrung 119

Abschnitt 2 – Angebot und Nachfrage im Coaching-Markt 122

Abschnitt 3 – Einkommen:

Zum Sterben zu viel, zum Leben zu wenig? 125

Abschnitt 4 – Organisation: Lauter kleine Selbstständige? 128

Abschnitt 5 – Gibt es Branchenschwerpunkte? 132

Abschnitt 6 – Wettbewerb: Die Entstehung neuer Strukturen ... 136

Praxisbeispiel Pfeleiderer: Coaching-Wertmarken 141

5. Qualitätsmaßstab:

Wo bleibt der Coaching-Bericht der Stiftung Warentest? .. 145

*Praxisbeispiel PricewaterhouseCoopers: Coaching am Beginn
seiner Implementierung 161*

6. Die Suche nach einer guten Coaching-Ausbildung:

Realerfahrung oder Wachtraum? 163

7. Rahmen, Werte, Grundvorstellungen:

Sag mir, welchen Coach Du hast –

und ich sag Dir, wie Du führst 179

Abschnitt 1 – Von Revoluzzern und Blütentraumbewegten 181

Abschnitt 2 – Der Tanz mit dem Teufel:

Coaches und die Ökonomie 187

Abschnitt 3 – Wanderer zwischen den Welten:

Die Rolle des Coachs im Unternehmen 190

Abschnitt 4 – Der Thrill mit der Komplexität:

Die notwendige Systemsicht der Coaches 193

*Praxisbeispiel SAP: Die Personalabteilung als
Wegbereiter 195*

8. Manager und Coaches:

Annäherungen an ein ungleiches Paar 199

Abschnitt 1 – Das Gehirn:

Auf der Suche nach dem Coaching-Areal 201

Abschnitt 2 – Das Verhalten:

Gegensätze in Hülle und Fülle 214

Abschnitt 3 – Die Begabung:

Emotionale und multiple Intelligenzen 220

Abschnitt 4 – Manager meets Coach – wie funktioniert das? 230

9. Executive Coaching:

Herrschen andere Regeln für das Topmanagement? 235

Abschnitt 1 – Zwei Szenen aus realen Coaching-Sitzungen 237

Abschnitt 2 – Ist Führungskraft gleich Manager

gleich Unternehmer? 245

Abschnitt 3 – Der kleine Unterschied 256

Praxisbeispiel Sick: Coaching nach Werten 262

10. Erfolgsmessung:

Bringt es was? Der Erfolg von Coaching 267

Abschnitt 1 – Zweiundvierzig: Die Formel der Wertschätzung ... 269

Abschnitt 2 – Die Messung des Coaching-Erfolgs 274

11. Nutzen:

Das Geheimnis des Erfolgs 283

Abschnitt 1 – Was sagen die Beteiligten? 285

Abschnitt 2 – Die Wirkfaktoren 289

Abschnitt 3 – Der Nutzen 295

12. Ausblick:**Wo geht die Reise hin? 309**

Abschnitt 1 – Coaching boomt 311

Abschnitt 2 – Warum boomt Coaching? 317

Abschnitt 3 – Der Zug hat den Bahnhof verlassen 322

Anhang 325

Literaturverzeichnis 326

Stichwortverzeichnis 334