

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	13
1.1 Problemstellung: Ist Coaching ein innovatives Instrument der Personalentwicklung – oder neuer Wein in...?	13
1.2 Zielsetzung und Vorgehensweise	18
1.2.1 Ziele dieser Arbeit	19
1.2.2 Zur Vorgehensweise	20
2. Der Untersuchungsgegenstand: Coaching	25
2.1 Coaching: Begriff und Beratungsform	25
2.1.1 Coaching als Begriff	25
2.1.1.1 Zur Herkunft des Begriffs	25
2.1.1.2 Definitionen und aktuelle Verwendungen des Begriffs	26
2.1.2 Die Beratungsform Coaching als ‘Setting’	29
2.2 Das Untersuchungsfeld: Akteure und Prozesse im Coaching	34
2.2.1 Formen von Coaching	34
2.2.1.1 Zielsetzungen für Coaching-Maßnahmen	34
2.2.1.2 Zielgruppe	35
2.2.1.3 Zur Zuordnung der Berater	36
2.2.2 Manager als Coaching-Nehmer	38
2.2.2.1 Manager als Coaching-Nehmer	38
2.2.2.2 Coaching-Anlässe	39
2.2.2.3 Nutzung von Coaching	42
2.2.3 Coaches als Berater	43
2.2.3.1 Die Anbieterstruktur	44
2.2.3.2 Anforderungen an Coaches	46
2.2.3.3 Verfahren im Coaching: Die ‘Coaching-Ansätze’	48
2.2.4 Coaching-Prozeß und Coaching-Beziehung	51
2.2.4.1 Ablauf und Dauer von Coaching-Prozessen	51
2.2.4.2 Im Coaching eingesetzte Verfahren	52
2.2.4.3 Methoden und Interventionen im Coaching	53
2.2.4.4 Zur Regelung der Rechtsbeziehungen im Coaching: Kontrakte	55
2.2.4.5 Preise und Zahlungsmodalitäten im Coaching	57
2.2.4.6 Zusammenfassung zur Beratungsform Coaching	58

3. Das Einsatzfeld: Beratung für Manager	59
3.1 Management: Forschungskonzepte und -ergebnisse	59
3.1.1 Grundlagen der Managementforschung	59
3.1.1.1 Forschung zu Managementfunktionen	60
3.1.1.2 Forschung zu Managementrollen	60
3.1.1.3 Work activity-Forschung	61
3.1.2 Aktuelle Forschungsergebnisse der Managementforschung	61
3.1.2.1 Zu Arbeitszeit und Zeitautonomie von Managern	62
3.1.2.2 Zur Sozialstruktur von Managern	63
3.1.2.3 Zum Verhältnis zwischen Arbeit und Familie bzw. Freizeit	65
3.1.2.4 Arbeitsbelastungen und Arbeitsnutzen	66
3.1.3 Schlußfolgerungen aus der Managementforschung	67
3.2 Beratung: Ansätze und Anwendungsfelder	68
3.2.1 Gegenstandsbestimmung 'Beratung'	68
3.2.1.1 Zum Situationstyp 'Beratung'	68
3.2.1.2 Beratung als Interaktions- und Kommunikationssituation	72
3.2.1.3 Beratungsinhalte und Beratungsbedarf	72
3.2.1.4 Allgemeines zum Nutzen von Managementberatung	73
3.2.1.5 Beratungsmodelle: Von Experten- und Prozeßberatung	75
3.2.2 Vorgehensweise in der Beratung: Ausgewählte Beratungsverfahren	76
3.2.2.1 Gruppendynamik	76
3.2.2.2 Psychoanalyse	78
3.2.2.3 Psychologische Therapieansätze	79
3.2.2.4 Weitere in Beratungsverfahren eingeflossene Theorien	79
3.2.3 Settings für Beratung in Unternehmen	81
3.2.3.1 Supervision	81
3.2.3.2 Organisationsentwicklung	83
3.2.3.3 Unternehmensberatung	86
3.2.3.4 Personalentwicklung als Einsatzbereich von Beratung in Unternehmen	87
3.3 Zusammenfassende Forschungsfragen	89
4. Ein Bezugsrahmen zur Analyse des Gegenstandes 'Beratung in Unternehmen'	91
4.1 Anforderungen an einen Bezugsrahmen für den Untersuchungsgegenstand	91
4.2 Der Bezugsrahmen: Elemente der Mikroebene	96
4.2.1 Elemente der Sozialtheorie: Akteure und Dinge	96
4.2.2 Relationen der Sozialtheorie: Interesse und Kontrolle	98
4.2.3 Prozesse auf der Mikroebene: Das Handlungsmodell	98

4.2.3.1 Rationalität und Nutzen	98
4.2.3.2 Erweiterung des Handlungsmodells	102
4.3 Der Bezugsrahmen: Elemente der Makroebene	105
4.3.1 Macht und Wert als kollektive Phänomene	105
4.3.2 Rechte, Regeln und Normen	107
4.3.3 Vertrauen und Herrschaft	109
4.3.4 Zur Bedeutung von Macht und Vertrauen in Organisationen	111
4.3.5 Modelle zur Diffusion von Innovationen	116
4.3.5.1 Grundlagen der Modellbildung	116
4.3.5.2 Diffusionsmodelle: Charakteristika und Gemeinsamkeiten	116
4.3.5.3 Modelltypen	121
4.4 Zusammenfassung des theoretischen Bezugsrahmens	122
5. Ansätze zur Modellbildung	123
5.1 Theoretische Annäherung: Anwendung des theoretischen Bezugsrahmens auf Coaching	123
5.1.1 Theoretische Annäherung: Coaching-Beziehung und Coaching-Prozeß	124
5.1.1.1 Coaching und die Definition der Situation	125
5.1.1.2 Zur Bedeutung von Vertrauen im Coaching	131
5.1.1.3 Zur Bedeutung von Macht im Coaching	136
5.1.1.4 Zum Nutzen von Coaching-Prozessen	140
5.1.1.5 Zusammenfassung der theoretischen Annäherung an die Mikroebene	146
5.1.2 Theoretische Annäherung: Coaching als Instrument der Personalentwicklung	147
5.1.2.1 Coaching-Konzepte in der Personalentwicklung	148
5.1.2.2 Allgemeine Aspekte von Coaching als Instrument der Personalentwicklung	154
5.1.2.3 Zusammenfassung der theoretischen Annäherung an die Mesoebene	157
5.1.3 Theoretische Annäherung: Coaching als soziale Innovation	157
5.1.3.1 Coaching als Innovation	158
5.1.3.2 Die innovativen Elemente im Coaching	161
5.1.3.3 Zusammenfassung zur theoretischen Annäherung an die Makroebene	165
5.2 Modellbildung: Zwei allgemeine Erklärungsansätze und ein Fallbeispiel	165
5.2.1 Überlegungen zu einem Modell für die Entstehung der Coaching-Beziehung	166
5.2.1.1 Die Logik der Situation für den potentiellen Coaching-Nehmer	167

5.2.1.2 Die Logik der Selektion für den potentiellen Coaching-Nehmer ...	173
5.2.1.3 Die Logik der Situation für den potentiellen Coach	178
5.2.1.4 Die Logik der Selektion für den potentiellen Coach	180
5.2.1.5 Die Logik der Aggregation	182
5.2.1.6 Zusammenfassung zum Modell der Mikroebene	183
5.2.2 Überlegungen zu einem Modell der Entstehung und Diffusion von Coaching	184
5.2.2.1 Zur Nachfrageseite der Ausgangssituation: Die Arbeitssituation von Managern	185
5.2.2.2 Zur Angebotsseite der Ausgangssituation: Beratungsangebote und ihre Nutzung	197
5.2.2.3 Zur Entstehung der Invention Coaching	208
5.2.2.4 Zur Diffusion von Coaching	212
5.2.2.5 Fazit zum Modell der Makroebene	236
5.2.3 Fallbeispiel: Coaching in einem Industrieunternehmen	237
5.2.3.1 Deskription des Fallbeispiels	241
5.2.3.2 Modellierung der Mikroebene: Die Coaching-Prozesse	249
5.2.3.3 Modellierung der Makroebene: Zum Verlauf der Diffusion von Coaching	260
5.2.3.4 Fazit für das Fallbeispiel	266
6. Fazit	267
6.1 Rückblick	267
6.2 Ausblick	273
7. Literatur und Quellen	277
7.1 Allgemeine Literatur	277
7.2 Spezielle Literatur zu Coaching	322
7.3 Andere Quellen mit Einzelbezügen auf Coaching	336
7.4 Weitere Hilfsmittel	344
8. Anhang	345
8.1 Abkürzungsverzeichnis	345
8.2 Abbildungsverzeichnis	347
8.3 Tabellenverzeichnis	348
8.4 Datenerhebung	349