

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
I	Teil I – Was Coaching leisten kann	
2	Was ist Coaching?	9
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
2.1	Definition von Coaching.	10
2.2	Dramaturgie des Coachingprozesses	12
2.3	Fragen aus der Praxis.	14
2.4	Checkliste Kap. 2: Klärung eines einheitlichen Coachingverständnisses und der damit verfolgten Absicht	16
3	Coaching im Unterschied zu anderen hilfreichen Dialogen.	17
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
3.1	Coaching ist nicht Beratung	20
3.2	Coaching ist nicht Supervision	21
3.3	Coaching ist nicht Psychotherapie.	21
3.4	Coaching ist nicht Training	22
3.5	Coaching ist nicht Mentoring.	23
3.6	Coachinghybrid	24
3.7	Fragen aus der Praxis.	25
3.8	Checkliste Kap. 3: Welcher Dialogansatz passt zu welchem Zweck?	27
4	Die unterschiedlichen Coachingformate	29
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
4.1	Coaching im 1:1-Dialog	31
4.2	Kurzzeitcoaching und Hot Calls	33
4.3	Teamcoaching.	34
4.4	Coachingprogramm.	35
4.5	Webinare und andere digitale Angebote	37
4.6	Fragen aus der Praxis.	38
4.7	Checkliste Kap. 4: Welche Coachingformate sollen angeboten werden?	40
5	Das Interessenkonglomerat bei Coaching im Unternehmen.	43
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
5.1	Die Interessen der Hauptprotagonisten Coach und Coachingnutzer	46
5.2	Die Interessen der Unternehmensleitung.	46
5.3	Die Interessen des Betriebsrats.	49
5.4	Die Interessen des Einkaufs	50
5.5	Die Interessen der Personalentwicklung.	51
5.6	Die Interessen der betroffenen Beteiligten.	52

5.7	Fragen aus der Praxis.....	54
5.8	Checkliste Kap. 5: Interessenskonglomerat im Coachingmodell berücksichtigen	55
6	Der Nutzen von Coaching	57
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
6.1	Wirkung und Nutzen aufseiten des Coachingnutzers	60
6.2	Wirkung und Nutzen zum Vorteil für das Unternehmen	62
6.3	Fragen aus der Praxis.....	65
6.4	Checkliste Kap. 6: Nutzen von Coaching ausschöpfen	66

II Teil II – Förderliche Rahmenbedingungen

7	Ein gutes Coachingmodell	71
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
7.1	Ein Konzept, in dem das reine Buchungsprozedere beschrieben ist, reicht nicht aus	72
7.2	Schirmherrschaft von ganz oben	74
7.3	Ein Coachingmodell im partizipativen Prozess entwickeln.....	75
7.4	Einen geeigneten Coachingleitsatz voranstellen	76
7.5	Ein passgenaues Buchungsprozedere formen	78
7.6	Coachingformate, die zum Modell passen	79
7.7	Die Anforderungen an einen Coach identifizieren	81
7.8	Selbst stricken oder externe Hilfe nutzen.....	82
7.9	Fragen aus der Praxis.....	83
7.10	Checkliste Kap. 7: Überprüfung der Qualität eines Coachingkonzepts	85
8	Eine Sogwirkung für gute Coaches erzeugen	87
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
8.1	Respektvolle Kontaktaufnahme	89
8.2	Partnerschaftlicher Dialog auf Augenhöhe	90
8.3	Zeitnahe erster Einsatz als Coach	91
8.4	Transparentes, reibungsloses Verfahren	91
8.5	Wertschätzende Auflösung der Geschäftsbeziehung	92
8.6	Sich in der Öffentlichkeit mit Coaching zeigen.....	92
8.7	Fragen aus der Praxis.....	93
8.8	Checkliste Kap. 8: Sogwirkung erzeugen	94

III Teil III – Coaching im Unternehmen gut organisieren

9	Die Kontakthanbahnung	97
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
9.1	Die Personalentwicklung als professioneller Servicegeber bei der Kontakthanbahnung .	99
9.2	Freiheit in der Coachingvereinbarung	100
9.3	Fragen aus der Praxis.....	101
9.4	Checkliste Kap. 9 – Mitwirkungsinteresse des Personalbereiches vs. Interesse des Coachingnutzers nach größtmöglicher Vertraulichkeit	103

10	Eine gute Beziehung zum Coach pflegen	105
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
10.1	Den Coach mit allen wichtigen Informationen versorgen	107
10.2	Den Kontakt ruhen lassen	108
10.3	Die Kontaktpunkte wertig und im Interesse des Coaches managen	109
10.4	Den Coach einladen und weiterempfehlen	110
10.5	Fragen aus der Praxis	111
10.6	Checkliste Kap. 10: Beziehungspflege Personalentwicklung – Coach	112
11	Reklamationen kompetent handhaben	115
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
11.1	Ein niedrighschwelliges, seriöses Reklamationsverfahren	117
11.2	Regressansprüche gegenüber dem Coach	119
11.3	Vorbeugen ist besser als heilen	121
11.4	Fragen aus der Praxis	122
11.5	Checkliste Kap. 11: Reklamationen kompetent handhaben	123
12	Evaluation von Coaching	125
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
12.1	Wirksamkeitsprüfung bei Coachingabschluss	127
12.2	Feedbackbögen liefern nur begrenzt valide Daten	128
12.3	Externe, anonymisierte Evaluationsverfahren	129
12.4	Die Wirkung von Coachingprogrammen erkennen	129
12.5	Fragen aus der Praxis	131
12.6	Checkliste Kap. 12: Die Wirksamkeit von Coachings evaluieren	131
IV	Teil IV – Was Coaching auf den unterschiedlichen Hierarchieebenen für Unternehmensentwicklungs- und Transformationsprozesse leisten kann	
13	Entwicklungs- und Transformationsprozesse in Unternehmen	137
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
13.1	Die unterschiedlichen Veränderungsdynamiken von Entwicklungs- und Transformationsprozessen	138
13.2	Die unterschiedlichen Anforderungen an ein Coaching in Entwicklungs- und in Transformationsprozessen	141
13.3	Fragen aus der Praxis	144
13.4	Checkliste Kap. 13: Entwicklungs- und Transformationsprozesse in Unternehmen	146
14	Coaching in Veränderungsprozessen auf Topmanagementebene	147
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
14.1	Spezielle Anforderungen an das Topmanagement in Veränderungsprozessen	148
14.2	Besonderheiten des Coachings auf Topmanagementebene	152
14.3	Fragen aus der Praxis	155
14.4	Checkliste Kap. 14: Coaching auf Topmanagementebene organisieren	157

15	Coaching in Veränderungsprozessen auf Bereichsebene	159
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
15.1	Spezielle Anforderungen für Bereichsleiter in Veränderungsprozessen	160
15.2	Besonderheiten des Coachings auf Bereichsebene	161
15.3	Fragen aus der Praxis	166
15.4	Checkliste Kap. 15: Coaching auf Bereichsebene organisieren	168
16	Coaching auf Abteilungsleiterbene	171
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
16.1	Einzelcoaching auf Abteilungsleiterbene	174
16.2	Coachingprogramme auf der Abteilungsleiterbene	175
16.3	Fragen aus der Praxis	177
16.4	Checkliste Kap. 16: Coaching auf Abteilungsleiterbene organisieren	178
17	Blitzlicht-Coaching und Hot Calls auf Mitarbeiterbene	181
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
17.1	Blitzlicht-Coaching	183
17.2	Hot Calls für Coachingdialoge auf der Mitarbeiterbene	184
17.3	Fragen aus der Praxis	186
17.4	Checkliste Kap. 17: Coaching auf Mitarbeiterbene organisieren	187
18	Coaching im Personalbereich	189
	<i>Britt A. Wrede, Karin Wiesenthal</i>	
18.1	Spezielle Anforderungen an die Personalentwicklung in Veränderungsprozessen	190
18.2	Coachingprogramm als Transformationshilfe für das Rollenverständnis der Personalentwicklung	194
18.3	Fragen aus der Praxis	196
18.4	Checkliste Kap. 18: Selbstcheck zukunftsorientierte Personalentwicklung	198
	Serviceteil	199
	Nachwort	200
	Weiterführende Literatur	203