

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Aktuelle Situation	5
2.1	Markteinschätzung	7
2.2	Internetverhalten	10
3	Die mediengestützte Begegnung	13
3.1	Virtuell – wirklich – real	15
3.2	Telematisierung und ihre Risiken	16
3.3	Studien zu Interventionen im Internet in Therapie, Coaching und Beratung	17
4	Coaching und seine Entwicklung	19
4.1	Coachingbegriff und Praxisfelder	20
4.2	Entwicklungsphasen im Coaching	21
4.3	Differenzierung im Coachingfeld	24
5	Zum Begriff Online-Coaching	27
5.1	Begriffsvielfalt	28
5.2	Begriffsklärung	28
6	Übersicht vorhandener Angebote	31
6.1	Online Beratung	32
6.2	Stufenmodell zur Klassifizierung der Professionalität von Online-Coaching	34
6.2.1	Stufe I: Medial vermittelte Kommunikation (Telefonieren, Video, Mailen, Chatten)	34
6.2.2	Stufe II: Unspezifische Plattformen	36
6.2.3	Stufe III: Professionelle Tools und Prozesssteuerung	37
6.2.4	Stufe IV: Integrierende Coaching-Plattform	38
7	Wirkfaktoren im Coaching	41
7.1	Unspezifische Wirkfaktoren im Coaching	42
7.2	Muster und Musterzustandsänderung	47
7.2.1	Schema	47
7.2.2	Muster	47
7.2.3	Musterzustände	48
7.2.4	Somatische Marker	49
7.2.5	Einflussnahme auf Musterzustände	49
7.3	Spezifische Wirkfaktoren im Online-Coaching	50
7.3.1	Selbstoffenbarung	51
7.3.2	Kontrolle, Selbstreflexion und Identitätsbewusstsein	51
7.3.3	Beziehungsgestaltung und emotionale Nähe	52
7.3.4	Selbstreflexion	54
7.3.5	Transferunterstützung	54

7.4	Spezifische Wirkfaktoren beim Coaching mit Avataren in 3-D-Welten	55
7.4.1	Presence	55
7.4.2	Immersion	56
7.4.3	Involvierung	56
7.4.4	Avatargestaltung	57
8	Prozesssteuerung im Coaching und Online-Coaching	59
8.1	Das Coachinggespräch	60
8.2	Beispielhafte Prozessmodelle	61
8.3	Prozessmodell für Online-Coaching nach Ribbers & Waringa	64
8.3.1	Phase I: Analyse	65
8.3.2	Phase II: Internalisierung – der KlientInnenzirkel und der Verstärkungszirkel	66
8.3.3	Phase III: Ergebnissicherung	67
8.4	Der Phasenablauf der Karlsruher Schule face to face und online	68
8.4.1	Kontakt	68
8.4.2	Kontrakt	74
8.4.3	Prozessgestaltung einer Coachingeinheit	78
8.4.4	Beschreibung der Prozessphasen	81
8.4.5	Evaluation	83
9	Kompetenzen für Online-Coaching	87
9.1	Medienkompetenz	88
9.2	Medienkommunikation	90
9.2.1	Lese- und Schreibkompetenz	91
9.2.2	Hören: akustisch vermittelte Kommunikation	102
9.3	Methodenkompetenz	105
9.3.1	Chat	107
9.3.2	Whiteboard	110
9.3.3	Präsentation	112
9.3.4	Soziogramm	112
9.3.5	Bildergalerie	114
9.3.6	Aufstellung	120
9.3.7	Ressourcenbaum	125
9.3.8	Inneres Team	127
9.3.9	3-D-Welt	130
9.3.10	Fallbeispiel	132
10	Coachingformate	141
10.1	Begriffsklärung Format und Setting	142
10.2	Settingfaktoren	143
10.3	Formatkriterien	147
10.4	Formatbeispiele	155
10.4.1	Gruppencoaching Online – Coaching Conference	155
10.4.2	Teamcoaching	162
10.4.3	Konfliktcoaching Online	172

10.4.4	Transfercoaching	178
10.4.5	Walk and Talk	181
10.4.6	Solution Finder – Selbstcoaching plus kollegiales Coaching	183
10.4.7	CAI®-Business Coaching als Format	186
10.4.8	Coachingprogramm zur Kulturentwicklung in einem Konzern	187
11	Qualität im Online-Coaching	191
11.1	Struktur-, Prozess und Ergebnisqualität	193
11.2	Weiterbildung	197
11.3	Ethikrichtlinien	200
12	Medienkonzeption für Online-Coaching	203
12.1	Informationsverarbeitung	204
12.2	Mediale Gestaltungsprinzipien	206
12.3	Barrierefreiheit	213
12.4	Datensicherheit	214
13	Vor- und Nachteile von Online-Coaching	217
13.1	Vorteile von Online-Coaching	218
13.2	Nachteile von Online-Coaching	220
13.3	Abschließende Empfehlungen	222
14	Schlussbemerkungen	225
	Serviceteil	229
	Literatur	230