



Praxis erleben | Wissen erweitern

Coaching Magazin

ISSN 1866-4849

Konzeption

Coaching in Familienunternehmen | S 21

Spotlight

Die dunkle Triade im Coaching | S 37

Coaching-Tool

Die Persona-Analyse | S 42

Wie die Erfolgswahrscheinlichkeit im Coaching erhöht wird

Dr. Marc Lindart im Interview | S 12



Ausgabe 1 | 2022

www.coaching-magazin.de

D/A/CH: 29,80 €



Krisenbedingte Neuorientierung im Coaching

Die Relevanz biografischer Lebensthemen in der beruflichen Begleitung

Von Dr. Thomas Hanstein

Krisen können Wendepunkte darstellen – und zwar nicht zwangsläufig negativer Art. In einer Krise steckt vielmehr das Potenzial, zum existenziellen Momentum der Veränderung zu werden und persönliche Werte besser mit beruflichen Rollen in Einklang zu bringen. Um diese Chance ergreifen zu können, ist es jedoch notwendig, biografische Lebensthemen in den Blick zu nehmen. Coaching, das der beruflichen Begleitung von Personen in schwierigen, von Sinnfragen gekennzeichneten Situationen dient, muss sich an diesem Grundsatz orientieren.

Die Corona-Krise hat berufliche Ziele und Entwürfe in Frage gestellt und war Anlass für Veränderungen vielfältiger Art. Durch die Pandemie kam es verstärkt zur Frage nach dem Sinn der bisherigen Tätigkeit. Nicht die Ausrichtung der Organisation steht hier im Vordergrund, sondern *persönliche Lebensthemen und Werte sowie die Frage der Stimmigkeit* mit den Zielen der Organisation. Die Pandemie ist somit nur der äußere Auslöser für Gedanken zur beruflichen Veränderung. Innere Prozesse wurden durch sie gehoben und können durch eine entsprechende Begleitung im Business-Coaching an äußerer Klarheit gewinnen.

Einer Umfrage unter 2.000 Arbeitnehmern sowie 500 Personalverantwortlichen zufolge sind die häufigsten Gründe (mit 89 Prozent aller Nennungen) für freigewählte Stellenwechsel aus Sicht der Mitarbeiter: ausbleibende Aufstiegsmöglichkeiten, mangelnde Wertschätzung und eine unbefriedigende Work-Life-Balance (nach Osterholt & Reintjes, 2021). Alle anderen Motive benennen unternehmensspezifische Kontexte, wie z.B. Gehaltskürzungen, Kurzarbeit oder Entlassungswellen (ebd.). Diese Gewichtung sollte im Coaching berücksichtigt werden. Hierzu sollen einige Anregungen gegeben werden.

Von Misfit-Erfahrungen zum Fit-Prinzip

Seit einigen Jahren hat ein neuer Begriff in der Coaching- und Beratungsliteratur Bedeutung erlangt: die „Passung“ (Burow, 2018). Im Kontext dieses Beitrages kann man den Begriff entweder einseitig von der Organisation her verstehen: Dann ist beim Recruiting auf eine möglichst große Deckungsgleichheit zwischen den Zielen und Erwartungen der Unternehmung und dem beruflichen Portfolio des Bewerbers zu achten. Oder man sieht potenzielle Arbeitgeber danach, inwiefern Markenkern, Ziele und auch Werte mit den Vorstellungen und persönlichen Einstellungen des Klienten eine Schnittmenge bilden. Dazu jedoch ist eine Klarheit über die eigenen beruflichen Ziele wesentlich. Diese im Coaching zu erlangen, geht oft nicht ohne *Bearbeitung der eigenen Lebensthemen und persönlichen Attraktoren*.

Largo (2017, S. 338) beschreibt das „Fit-Prinzip“: Auch bei den ungünstigsten äußeren Bedingungen sei jeder vom Bedürfnis getragen, „seine Individualität in Übereinstimmung mit der Umwelt zu leben und damit sein Wesen zu verwirklichen“. Demzufolge ist nicht die Zahl negativer Misfit-Erfahrungen für Erfolg, Zufriedenheit und Wohlbefinden entscheidend, sondern vielmehr, inwiefern es – trotzdem oder gerade aufgrund dieser – gelingt, eine Fit-Erfahrung zu generieren. Ferner geht Largo (ebd.) in seinem Modell von sechs Grundbedürfnissen aus: Geborgenheit, soziale Anerkennung, körperliche Integrität, existenzielle Sicherheit, Selbstentfaltung und Leistung. Für berufliche Passungen bedeutet dies, dass *Passungsdialoge immer wechselseitig* sein sollten. Und wo sie dies nicht mehr sind, da kann das innere Bedürfnis, vom Misfit zum Fit zu gelangen, ein kraftvoller innerer Attraktor für einen beruflichen Veränderungsprozess sein.

Unzufriedenheit als kluges Gefühl

Das Zurück zur entwicklungspsychologischen Fragestellung, inwiefern Entwicklung und Wachstum miteinander korrelieren und welche Bedingungsfaktoren beide Komponenten benötigen, führt im Coaching zum „inneren Kind“ des Klienten. Denn gerade in Krisen melden sich Körper und Seele auf bislang undenkbar Kanälen. Einer gefühlten Unzufriedenheit, einem „Unbehagen, weiter in dieser Stelle arbeiten zu wollen“ (Klienten-O-Ton), im Coaching zu folgen, kann die tiefe innere Inkongruenz zwischen dem persönlichen Wollen und dem beruflichen Müssen freilegen. Denn es ist nicht unüblich, dass eine derartige Unstimmigkeit über Jahre – gar Jahrzehnte – innerlich „erfolgreich“ dissoziiert oder kompensiert werden kann und durch die krisenbedingte Unterbrechung üblicher Gewohnheiten nun erst bewusster erfahren wird. Der umgangssprachliche Wunsch nach „viel Zufriedenheit“, wie er zu Geburtstagen und Jubiläen gern mitgegeben wird, ist insofern ein trügerisches kulturelles Muster: Es verschleiert den Wert dieses „gefühlten Wissens“. Im Coaching kann das kluge Gefühl der gespürten Unzufriedenheit vielmehr als *Indikator für die*

Suche nach (wieder) mehr Kongruenz verwendet und dem Klienten gespiegelt werden.

Der Münchener Outplacement-Berater Peter Schönheit (2021) spitzt diese, für die eigene persönliche und berufliche Lebenszufriedenheit wesentliche Stimmigkeit zwischen den je individuellen Themen und den beruflichen Aufgaben mit dem provokativen Satz zu: „Such Dir den richtigen Job und Du brauchst nie wieder arbeiten!“ Dabei stehen die eigenen Kernkompetenzen des Klienten und dessen ureigene Handlungsmuster im Fokus des Begleitungsprozesses. Schönheit (ebd.) nennt diesen Prozess „SPARK“: Von der Problemsituation (SP), über die darin vorgenommene Aktion (A) und das Resultat dieser Handlung (R) führt der Prozess zu den Kompetenzen (K) des Klienten. Oft setzen sich Arbeitnehmer in der Krise zum ersten Mal mit diesen Handlungsmustern auseinander. Nach Schönheits langjähriger Erfahrung fänden über 95 Prozent aller Klienten durch die Krise eine höherwertige berufliche Aufgabe. Das Erstaunliche daran: Auf die Frage, welche Kompetenzen Klienten besitzen, nennen die allermeisten das, was ihnen Kraft kostet. Dies hänge mit der eingenommenen beruflichen Rolle und der in dieser gefundenen Bestätigung zusammen. Üblich, jedoch nicht unbedingt zielführend, ist es zumeist, bei der Suche nach einer neuen Stelle genau hieran anzuknüpfen – nicht zuletzt, weil es vermeintliche Zufriedenheit gibt. Nachhaltiger ist hier die *Orientierung an ureigenen Begabungen, Talenten und Vorlieben* – die jeder Mensch besitzt. Diese führen zu Zufriedenheit, Leichtigkeit und letztlich Passung. Dabei steht die Suche nach dem geeigneten Ort an letzter Stelle, vorgelagert sollte immer eine *ressourcenorientierte Persönlichkeitsarbeit* sein.

Biografie als Zugang im Coaching-Prozess

Die verschiedenen Anteile der Persönlichkeit sind bei jedem Menschen u.a. biografisch konditioniert. Neuronale Automatismen stellen sicher, dass Menschen immer wieder nach denselben eingespurten Mustern handeln – oder genau genommen: sich verhalten anstatt zu handeln. Veränderte Muster zu entwickeln

und diese langfristig in authentisches Handeln zu überführen, kann die Selbstwahrnehmung und die Selbstwirksamkeit des Klienten erhöhen und die persönliche wie berufliche Zufriedenheit (wieder) stärken.

Prekop (2000) hat bereits vor 20 Jahren die *Geburtenfolge innerhalb der Kernfamilie als wesentliche Konditionierung* betont. Aus ihrer Sicht – wenngleich nicht von allen Entwicklungspsychologen geteilt – stellt die Geschwisterkonstellation gar den größten Einfluss auf die Persönlichkeit eines Menschen dar. Inwiefern dieser Reflexionsansatz für einen bestimmten Klienten sinnvoll ist, kann im Coaching letztlich nur dieser selbst entscheiden. Wenn allerdings im Gespräch Kindheit, Jugend und Geschwister zur Sprache kommen, sollten diese Themen vom Coach aufmerksam wahrgenommen und – in der Wortwahl des Klienten – auch gespiegelt werden. Die Relevanz bestimmt ebenfalls der Klient. Geht er darauf aber wiederholt ein, sollte dieser Spur gefolgt werden – dann ist in aller Regel das *innere Lebensthema*, der „felt sense“, gefunden.

Fallbeispiel

Walter (Name geändert), Anfang vierzig, kam mit dem Anliegen ins Coaching, seine Affekte besser kontrollieren zu können. In der Situationsbeschreibung nannte er wiederkehrende Szenen, die bei ihm das Gefühl entstehen ließen, dass sein Job nicht zu ihm passe. Die Auseinandersetzung mit den Aufgaben seiner Führungsrolle, besonders die Erarbeitung von Strategien, war nicht befriedigend umzusetzen, wie er anfangs festhielt. Es wurde deutlich, dass seine emotionalen Reaktionen auf unliebsame Aufgaben mit seinem Selbstverständnis als leitender Mitarbeiter zusammenhängen – vor allem aber mit seinen inneren Werten. Und diese hatte er im Elternhaus erlernt.

Nachdem diese biografischen Szenen wiederholt von ihm angesprochen wurden, bat ihn der Coach, die Geschwisterkonstellation zu beschreiben. In der Visualisierung nahm Walter einen Umstand emotional wahr, um den er rational schon immer wusste: Er war zwar das zweite Kind, aufgrund des Unfalls



CoachDb
A RAUEN Group Service



coachdb.com

Sie suchen einen passenden Business-Coach oder eine fundierte Coaching-Ausbildung?

CoachDb - Qualität seit 2001.

Telefon: +49 541 98256-774
E-Mail: db@rauen.de

istockphoto.com/shapachange



seines älteren Bruders in der frühen Kindheit allerdings in die Rolle des Ersten gekommen. „Natürlich“, wie Walter spontan feststellte, war dieser Prozess in der Familie „nie reflektiert worden“, aber er habe „eigentlich immer diese beiden Seelen“ gefühlt. Im Rückblick – und das würden sicher auch die Eltern sowie die Geschwister sagen – habe er wie selbstverständlich die Rolle des Erstgeborenen ausgefüllt. Durch die Übernahme der Verantwortung für die jüngeren Geschwister habe er eine Verlässlichkeit entwickelt, für die er bekannt sei, weil man sie an ihm bis heute schätze. Die sozial erlangte Rolle gab Walter – als Ausgleich für den Verzicht auf die Rolle des zweiten Kindes – Wertschätzung. Aus dieser baute sich sein Pflichtgefühl aus, auf das die Eltern bis ins hohe Alter setzen konnten.

In die Krise kam Walter, als er nach Kritikgesprächen mit Mitarbeitern feststellte: „Ich mache das zwar, aber es ist nicht wirklich meins. Ich kann es zwar, aber es bereitet mir nur noch Unbehagen.“ Anfangs hatte er es mit dem Thema erklärt, doch als es ihn emotional nicht mehr in Ruhe ließ, öffnete sich Walter im Coaching hinsichtlich seiner Kindheit. Er wolle nicht mehr nur noch das umsetzen, was der Aufsichtsrat von ihm an dieser Stelle verlange. Vielmehr wolle er den Mitarbeitern ein „guter Begleiter sein, einer, der zuhört und fördert, anstatt Fehler suchen zu müssen“. Seine Leitungsposition führte er ansonsten sehr gern aus. Daher fokussierte sich der Prozess auf seine eigene Rolle in delikaten Gesprächssituationen. In der Reflexion resümierte Walter bereits nach einem halben Jahr: „Mich vorher mental in die Position des Zweiten einzufühlen, hat mich weitergebracht. Ich habe das Gefühl, dass ich es jetzt mehr selbst bin. Und das Beste daran: Ich kann die Position wechseln.“ Was bislang als inkongruente Belastung empfunden und auch somatisch entsprechend ausgedrückt worden war, wurde nun zur Ressource: Der Klient erkannte, dass es seine ureigene Kernkompetenz ist, die Position des Ersten wie des Zweiten gleichermaßen zu füllen. Im *Biografie-Coaching* erlernte er, die „Hüte“ auch bewusst-reflexiv zu wechseln. Das erfüllte ihn mit einer neuartigen Flexibilität, Leichtigkeit und persön-

lichen inneren Agilität. Seine Souveränität nahm zu – insbesondere in Aufgaben, die er bislang nur missmutig ausgeführt hatte. Vor allem stieg seine Zufriedenheit.

Die innere Bühne visualisieren

Je intensiver Klienten in Kontakt mit ihrem „inneren Team“ treten können und ihre individuellen Grundhaltungen kennengelernt haben, umso authentischer und entschiedener können sie Ziele formulieren und Lösungsstrategien entwickeln. Denn Entscheidungen haben immer mit Werten, mit Loyalität und auch mit Abgrenzung zu tun. Doch die Motivation dazu ist in der Problemtrance durch innere Blockaden gehemmt. Der *Zusammenhang zwischen der Persönlichkeit und dem Umgang mit beruflichen Rollenerwartungen* und auch Zwängen ist während der Pandemie im Coaching wieder deutlicher in Erscheinung getreten. Eine Umfrage des Autors im Frühjahr 2021 zur Einschränkung des Wohlbefindens in der Pandemie ergab: „Je stärker die Beeinträchtigung des Wohlbefindens von den Probanden empfunden wurde, umso weniger stark konnten Beziehungen aufrechterhalten, Sinn empfunden, Engagement gelebt, das eigene Können erfahren, Optimismus und Autonomie [...] gelebt werden.“ (Hanstein, 2021a, S. 49) Als größte Anliegen wurden genannt: die „soziale Isoliertheit“ durch „Struktur und Umstrukturierung“ handzuhaben, dazu „Anpassungsleistungen“ zu entwickeln und an der eigenen „Einstellung“ zu den äußeren Umständen zu arbeiten (ebd.).

Die überwiegende Anzahl der Coaching-Aufträge des Autors in der Pandemie korrelierte mit diesen – durch Stichprobe erhobenen – Aussagen der Umfrage (ebd.). In jedem einzelnen Fall ging es dabei nur auf den ersten Blick um äußere Strukturierungen und Anpassungen, sondern letztlich um die – in der Regel zwar aufwändigere, in jedem Fall aber deutlich nachhaltigere – *Arbeit am „inneren Selbstmanagement“* (Hanstein, 2020). Ein grundlegendes Modell für diesen „Weg der inneren Achtsamkeit“ (Hanstein, 2020, S. 57) bietet das „*Innere Team*“ nach Schulz von Thun.

Für das Coaching ist dieses Tool eine wertvolle Ergänzung, weil der Ansatz wertneutral davon ausgeht, dass jeder Mensch von einer „inneren Pluralität“ geprägt ist. Diese ist für widersprüchliche Haltungen – metaphorisch: für verschiedene „Stimmen“ oder „Personen“ – und für Blockaden oder auch Verhaltenslähmungen verantwortlich. Hierbei handelt es sich aber „nicht um eine seelische Störung, sondern um einen ganz normalen menschlichen Zustand“ (Schulz von Thun Institut für Kommunikation, 2021).

Fallbeispiel

Marion (Name geändert), Ende dreißig, arbeitet seit vielen Jahren im Theaterbereich. Um sich weiterzuentwickeln, sattelte sie auf ihre Ausbildung zur Requisiteurin ein berufs begleitendes Studium auf, hat jedoch noch keine dieser Qualifikation entsprechende Stelle aufnehmen können. Mit dem Anliegen, dies „nun endlich in Angriff zu nehmen“, kontaktierte sie einen Coach. Die berufliche Vita und ihre kreative Herangehensweise legten nach der Situationsbeschreibung die Anwendung des „Inneren Teams“ nahe. In der Beschäftigung mit diesem Modell skizzierte Marion eine Bühne. Aus diesem Prozess heraus entstand ein ganz eigenes Tool, *die innere Bühne*: Die Klientin stellte anhand dieser Visualisierung ihre empfundene innere Situation dar: Erkennbar waren mehrere „Mitspieler“, wobei drei ganz deutlich hervorstachen. Auf die Frage, in welcher Intensität sich die Klientin mit diesen Figuren identifiziere, antwortete sie zügig und mit kräftiger Stimme. Eine Figur, die dabei mit einem sehr hohen Anteil versehen worden war, befand sich halb verdeckt hinter einem Ende des Vorhangs. Die *somatischen Marker*, die Marion bei der Beschreibung dieses inneren Anteils zeigte, deuteten auf eine entsprechend starke Motivation hin, sich mit dieser Figur auseinanderzusetzen. Sie erkannte diese Darstellerin als „Souffleuse, die aber gar nicht da unten im Kasten hocken, sondern auf der Bühne mitspielen will“. Ihre „Souffleuse“ zeigte sich bei weiteren Skalierungsfragen auch als die originellste, schnellste und entscheidungsfreudigste Figur. Marion redete mit sichtlicher Freude und Begeisterung von ihr,

keine andere Figur erhielt – allein am Redeanteil gemessen – so viel Aufmerksamkeit von ihr. Die Szenerie wurde im weiteren Prozess auf Lebenssituationen der Klientin übertragen. In jeder entscheidenden war die „Souffleuse“ stets „hinter dem Vorhang“ geblieben, „auch wenn sie manchmal vorgespungen kam, um zu helfen“.

Mit Blick auf das aktuelle Ziel der Klientin, ihre zusätzlichen Qualifikationen in eine verantwortungsvollere Stelle münden zu lassen, wurden die bisherigen Konstellationen der inneren Bühne im Coaching umgebaut. Marion konnte so spielerisch antizipieren, welche inneren Mitspieler wann „das Sagen“ haben. Dabei war wieder jener Anteil wichtig, über den sie in der Reflexion wiederholt lange gesprochen hatte. Die „Souffleuse“ wechselte nun von ihrer passiven, größtenteils verborgenen Stellung in eine aktivere und sichtbare: Sie wurde zur Hauptdarstellerin. Die Klientin sah in ihr das innere Kind, das „früher schon lieber Schauspielerin geworden“ wäre, sich aber dem Willen des Elternhauses gebeugt hatte: „Schließlich war mein Vater auch ein erfolgreicher Geigenbaumeister.“ Für Marion hieß das „Newplacement“ letztlich, an ihrem Theater einen erweiterten Vertrag zu bekommen. Die Klientin musste sich dazu nicht einmal auf ein neues Haus einlassen. Diese Blockade, wie sie zum Abschluss äußerte, habe vermut-

lich wie ein Seil gewirkt, das sie am Vorhang festgehalten habe. Dieses sei nun weg und ihre kindliche Beweglichkeit und innere Freiheit wieder ganz spürbar. Sie wisse „seit langem wieder um die eigenen Bedürfnisse“, stelle sie abschließend fest.

Auch wenn sich die Metapher der Bühne in diesem Fallbeispiel stimmig aus dem beruflichen Kontext heraus ergab, bietet sich dieses Tool aufgrund seiner weit ins Innere und tief zurück ins Biografische reichenden Potenziale auch in anderen Konstellationen an. Beide exemplarisch dargestellten Fälle verdeutlichen, wie verwoben persönliche und berufliche Themen sind.

Fazit

Mit der Pandemie wurde zweierlei deutlich: Auch im Business-Coaching steht der „*Faktor Mensch*“ an erster Stelle. Gerade in der Krise drängen Lebens Themen nach oben, die bislang aus dem beruflichen Alltag herausgehalten werden konnten. Diese freizulegen, ist ein entscheidender Auftrag im Coaching nach empfundenem „Kollaps“ (Hanstein, 2021b). Coaching, das von den Ressourcen des Klienten ausgeht, diese im Prozess nutzbar macht und sich dafür Tools bedient, welche das Anliegen nach äußerer Umstrukturierung mit den Selbsterfahrungen der „inneren Bühne“

verbinden, kann (auch) in der Krisis (griech.: „kritischer Wendepunkt“) das sehen und methodisch spiegeln, was sie im Grunde ist: Die Krisis ist kein Umstand, der zu vermeiden, zu verdrängen oder zu überspielen ist, sondern ein *existenzielles Momentum der Veränderung*, an dem sich *Neues entwickeln und entfalten* will – mit allen dazugehörigen Emotionen, Spannungen, Widersprüchlichkeiten und auch Kämpfen. Diesem intensiven inneren Prozess eine verlässliche äußere Struktur zu geben, ist die *formale Aufgabe von Coaching*. Die Lebens Themen der Klienten mit ihren ureigenen Kernkompetenzen – auch und insbesondere in Krisenzeiten – in eine Verbindung zu stellen, welche aus dem Problemzustand in die Lösungsorientierung führt, ist die *inhaltliche Leistung*.

Literatur

- » **Burow, O.-A. (2018)**. *Führen mit Wertschätzung*. Weinheim: Beltz.
- » **Hanstein, Th. (2021a)**. Vulnerabilität als neuartige Herausforderung der aktuellen Zwanziger Jahre. *Zeitschrift für Sozialmanagement*, 12(2), S. 35–51.
- » **Hanstein, Th. (2021b)**. Kollaps-Coaching. *Coaching-Magazin*, 14(2), S. 27–31.
- » **Hanstein, Th. (2020)**. Innere Arbeit am eigenen Selbst. *Coaching-Magazin*, 13(4), S. 54–58.
- » **Largo, R. H. (2017)**. *Das passende Leben*. Frankfurt/Main: S. Fischer.
- » **Osterholt, S. & Reintjes, D. (2021)**. Neuorientierung. Jobwechsel mitten in der Pandemie? Nur zu! *WirtschaftsWoche*. Abgerufen am 30.11.2021: www.wiwo.de/erfolg/jobsuche/neuorientierung-jobwechsel-mitten-in-der-pandemie-nur-zu/27246784.html
- » **Prekop, J. (2000)**. *Erstgeborene*. München: Kösel.
- » **Schönheit, P. (2021)**. „Such Dir den richtigen Job und Du brauchst nie wieder arbeiten!“ Rebellentalk#33. Abgerufen am 30.11.2021: www.youtube.com/watch?v=WPrtBet4DDg
- » **Schulz von Thun Institut für Kommunikation (2021)**. *Das Innere Team*. Abgerufen am 30.11.2021: www.schulz-von-thun.de/die-modelle/das-innere-team

Der Autor



Foto: Fotografie Angie Ehinger

Dr. Thomas Hanstein, Dipl.-Theol., ist ausgebildeter Berufsschul- und Gymnasiallehrer (OStR), Buchautor und Business-Coach (DBVC- anerkanntes Kontaktstudium). Er ist als Fortbildungsreferent für coaching-relevante Fragestellungen, KCK®-Trainer (KI) und externer Coach für Lehr- und Führungskräfte des öffentlichen Dienstes tätig. Schwerpunkte sind Veränderungs- und Transformationsprozesse.
www.coaching-hanstein.de

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-Quellenachweis: Titelseite, S. 5, 37 © fran_kie | S. 4, 21, 22 © fizkes
S. 24 © alphaspirit | S. 4, 27 © Corona Borealis Studio | S. 29 © Dilok
Klatsataporn | S. 5, 32 © kudla | S. 39 © Allusioni | S. 42 © StunniArt
S. 46 © Happy cake Happy café | S. 5, 50 © 13_Phunkod
S. 53 © A_stockphoto | S. 5, 55 © Dmitry Demidovich | S. 57 © phloxii
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 November 2021 feierte RAUEN Coaching 25-jähriges Jubiläum. Wenn Du auf die Anfangszeit zurückblickst, beschreibst Du Coaching als guten Weg, benötigtes psychologisches Wissen in die Wirtschaft zu bringen. Die Akzeptanz war aber sicher noch längst nicht so ausgeprägt, wie es heute der Fall ist. Oder?

RAUEN: Nein, es gab da viele Vorbehalte. Ein Banker antwortete damals auf meinen Hinweis, dass 50 Prozent des Börsengeschehens Psychologie seien: „Das glauben auch nur die Psychologen!“ Heute würde ich sogar sagen, dass 99 Prozent des Börsengeschehens nicht mehr ohne psychologische Effekte zu erklären sind. Aber auch schon damals hat mich diese Ignoranz mehr angestachelt als entmutigt.

EBERMANN: Und so hast Du direkt nach dem Studium den Schritt in die Selbstständigkeit als Coach gewagt. Coaching ist ein Empfehlungsgeschäft. Dieses anzustoßen, ist sicher nicht einfach, wenn man frisch aus der Universität kommt.

RAUEN: Eigenständig zu arbeiten, war mir früh vertraut, und bereits meine Diplomarbeit war eine Zusammenfassung des damaligen Wissens über Coaching. Im Rahmen der Recherchen hatte ich Kontakt zu vielen Coaching-Experten aufgenommen. Darunter

war auch Horst Rückle, dem ich ein Exemplar meiner fertigen Diplomarbeit schickte. Er fand die Arbeit sehr gut und empfahl sie in seiner Hauszeitschrift – und die ging an tausende von Betrieben in ganz Deutschland. So konnte ich die Arbeit über 120 Mal verkaufen und sammelte wertvolle Kontakte.

EBERMANN: Eine weitere Herausforderung dürfte darin bestanden haben, sich trotz jungen Alters die Akzeptanz der Klienten zu erarbeiten. Was würdest Du jungen Coaches diesbezüglich raten?

RAUEN: Spezialisierung ist der richtige Weg. Ich konzentrierte mich damals auf das Coaching junger Führungskräfte. Damit war ich auch als junger Coach glaubwürdig.

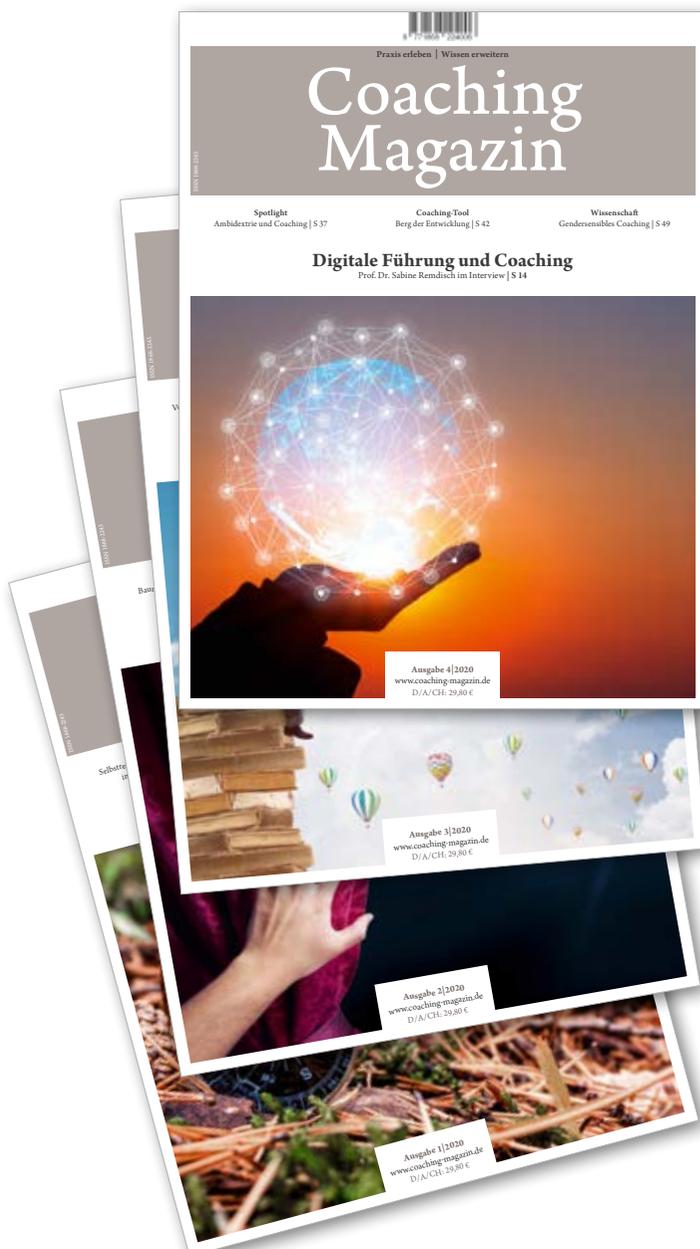
EBERMANN: Es geht demnach um Augenhöhe. Mit zunehmender Erfahrung – auch als Unternehmer – hat sich diesbezüglich sicher einiges verändert. Coaches brauchen einen langen Atem.

RAUEN: Ja, Ausdauer ist wichtig. Kurzfristiger Erfolg, wie ihn so viele Marketingprogramme versprechen, ist eben auch kurzfristig wieder vorbei. Um echte Substanz zu schaffen, muss man langfristig orientiert denken und viel arbeiten. Der Versuch, hier abzukürzen, führt meistens in die Sackgasse.

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