



Der Berufsverband
für Training, Beratung
und Coaching



ROLLENBILD BUSINESS COACH



Foto: adobe stock

ROLLENBILD BUSINESS COACH

„Probleme lösen wir sofort, Wunder dauern etwas länger.“

So könnte der perfekte Slogan fürs Coaching lauten – zumindest, was die Vorstellungen und Wünsche vieler Klientinnen und Klienten angeht. Denn ist der Leidensdruck erst groß genug, suchen die meisten nach einer sofort funktionierenden Lösung.

Sofortlösungen gibt es nicht, doch es ist möglich im Business Coaching zu schnellen Ergebnissen zu kommen. Damit sie tragfähig sind, reflektieren, erkunden und durchdenken Klient*in und Coach individuelle Lösungen. Und manchmal fühlen sich die Entdeckungen und Erkenntnisse im Coachingprozess tatsächlich wie kleine Wunder an.

Das vorliegende Rollenbild "Business Coach" gibt Ihnen Orientierung im Hinblick auf inhaltliche Aspekte und Qualitätsmerkmale des Coa-

ching. Ganz gleich, ob Sie sich mit dem Gedanken tragen Coach zu werden, ob Sie gerade eine Coaching-Ausbildung abgeschlossen haben oder ob Sie bereits seit Jahren als Coach tätig sind – hier können Sie die Anforderungen an die Coachingrolle mit Ihrem eigenen Business-Status abgleichen.

Außerdem finden Sie gute Argumente, um für Business Coaching in Unternehmen zu werben.

Wir wünschen Ihnen eine anregende und erkenntnisreiche Lektüre.

Ulla Schnee und Mario Sander



WAS IST BUSINESS COACHING?

Ein Business Coach unterstützt berufstätige Menschen, sich ihren vielfältigen beruflichen Herausforderungen zu stellen. Diese können sich z.B. auf die persönliche Entwicklung, die Gestaltung der professionellen Rollen und Kooperationsbeziehungen sowie auf die Bewältigung der Entscheidungs- und Handlungsfähigkeiten beziehen.

„Im Dialog zwischen Coach und Klientin oder Klient werden Reflexions- und Selbsterfahrungsräume eröffnet und Klärungsprozesse initiiert. Dabei entstehen neue Perspektiven und Handlungsalternativen. Entwicklungspotenziale werden erschlossen, Lern- und Veränderungsprozesse angeregt und begleitet.“¹

Business Coaching ist vertraulich und findet in einem geschützten Rahmen statt. Ein Business Coach ist neutral, vertritt keine eigenen Interessen an den Themen und fungiert als authentischer, ehrlicher und wertschätzender Spiegel dessen, was ihm oder ihr entgegengebracht wird.

Im Business Coaching werden Methoden und Theorien aus verschiedenen Wissenschaften angewandt, z. B. aus der Pädagogik, der Psychologie, der Neurobiologie, der Wirtschaftswissenschaft und der Kommunikationswissenschaft.

Business Coaching ist ressourcenorientiert und eine reflexive Form der Beratung. Es ist strukturiert, zeitlich begrenzt und orientiert sich an zuvor von den Klient*innen festgelegten messbaren Zielen. Voraussetzung für einen erfolgreichen Coachingprozess ist das Engagement der Klient*in. Das Business Coaching dient der Stärkung und dem Empowerment der Klient*innen.

In diesem Text benutzen wir den Begriff Klient und Klientin als Synonym für Coachee, Coachingnehmerin und Coachingnehmer. Gemeint sind jene Personen, die ein Coaching in Anspruch nehmen.

¹ Round Table Coaching (online): <https://www.roundtable-coaching.eu/wp-content/uploads/2015/03/RTC-Profession-Coach-2015-03-19-Positionspapier.pdf> (21.08.19)

DER COACHINGPROZESS IN 6 PHASEN

1

KENNENLERNEN AUFTRAGS- KLÄRUNG

- Erstgespräch
- Prüfen der Erwartungen und Optionen
- Vertrauensbasis checken
- Vereinbarung über Zusammenarbeit
- Form: Livegespräch online/offline

2

ZIELFINDUNG/ ORIENTIERUNG

- Ausgangssituation klären
- Meilensteine vereinbaren
- Analyse von Ursachen und Wirkungsmechanismen
- Messbarkeit des Erfolgs schaffen

3

VERÄNDERUNG BEGINNEN

- Coachingsitzungen
- Bearbeiten der Themen
- Veränderungsoptionen entwickeln und ausprobieren
- Zielüberprüfungen

4

UMSETZUNGS- BEGLEITUNG

- Reflexionsmomente fördern
- Korrekturen des eigenen Verhaltens erarbeiten
- Emotionale Stabilisierung für die neuen Schritte

5

ZIELERREICHUNG/ ABSCHLUSS

- Evaluation durch Coach und Klient*in
- Welche Ziele sind erreicht worden?
- Was sind die wichtigen Erfahrungen für die Klient*in?

6

TRANSFER- SICHERUNG

- Wie haben sich Verhaltensänderungen im Alltag etabliert?
- Welche Muster haben sich eingeschlichen?
- Welches Empowerment hat sich für die Klient*in entwickelt?
- Form: Fragebogen

Quelle: U.Schnee/M.Sander 2019 CC by 0

AUFTRAGSKLÄRUNG UND ZIELSETZUNG

Auftragsklärung und Zielfindung bilden das Kernstück der Startphase eines Coachingprozesses. Unabhängig davon, wie jung oder erfahren ein Coach ist und wieviele Zertifikate erworben wurden: Diese ersten beiden Phasen im Coachingprozess sind universell gültig. In den weiteren Phasen kann ein Coach am Bedarf der Klient*in orientiert, individuelle Schwerpunkte setzen.

Im Business Coaching sind die Klient*innen in der Regel Personen mit Führungsaufgaben. Die Grundlage für das Coaching bildet der Auftrag. Dieser wird durch die Klient*in selbst, ihre Führungskraft oder durch die Personalentwicklung erteilt.

Für den Coach, die Auftraggeber*in und die Klient*innen sind die Phasen der Auftragsklärung und der Zielfindung wichtige Instrumente, um den Erfolg des Coachings messbar zu machen.

Die Phase der Auftragsklärung stellt meist schon eine erste Intervention im Coachingprozess dar.

Darüber hinaus unterstützt die Auftragsklärung Coaches dabei, die professionelle Distanz zu wahren und nicht Teil des Klient*innen-Systems zu werden.

Coach und Klient*in können sich nach einer soliden Auftrags- und Zielfindung, während der darauf folgenden vier Coachingphasen (s. Abb. links), an den vereinbarten Zielsetzungen orientieren.





TÄTIGKEITS- UND THEMENFELDER

Business Coaching kennt keine festgelegten Themen- und Tätigkeitsfelder, da es sich am Bedarf der Klient*in orientiert, der sich auch mit dem Wandel der Arbeitswelt verändert. Typische Themen- und Tätigkeitsfelder sind z. B.

- Begleitung von der hierarchischen zur agilen Struktur und damit einhergehenden geänderten Führungspositionen und -stilen
- Beitragsdenken statt Silodenken
- Entscheidungssicherheit und Entscheidungs-optimierung
- Erhalt der Leistungsfähigkeit
- Gewünschte Verhaltensänderungen
- Karriereplanung und -entwicklung
- Neue Aufgaben im Unternehmen
- Persönlichkeitsentwicklung
- Positionierung im Unternehmen
- Selbstmanagement und Zeitmanagement
- Steigerung der persönlichen Performance
- Übernahme von Führungsverantwortung und Mitarbeiter*innenführung

- Umgang mit inneren Konflikten
- Umgang mit Konflikten als Führungskraft
- Veränderungsprozesse im Unternehmen
- Weiterentwicklung der persönlichen und beruflichen Qualifikation
- Work-Life-Balance
- Zeitmanagement
- Zielsetzung und Zielerreichung

Diese Aufzählung bedarf der ständigen Aktualisierung und ist jederzeit erweiterungsfähig.



Foto: iStock

ETHISCHE ASPEKTE UND QUALITÄTSMERKMALE

Das humanistische Menschenbild mit seiner Werteorientierung bildet die Grundlage für die Haltung von Coach und Klient*in im Coaching.

Diese sichert den Klient*innen eine von Offenheit geprägte, respektvolle Arbeitsbeziehung zu. Gleichzeitig sind die Klient*innen zu jederzeit selbstbestimmt, eigenverantwortlich und unabhängig.

Die Verantwortung für Lösungen und Ergebnisse des Coachings bleibt immer bei den Klient*innen.

Ein Coach hält selbstverpflichtend aktiv Ideologien, Dogmen und politische Positionen aus dem Kontakt heraus.

Verschwiegenheit in allen Belangen der Klient*innen ist für Coaches eine nicht antastbare Verpflichtung.

Eine grundlegende Ausbildung und die kontinuierliche Weiterbildung sind für Coaches genauso ein Muss, wie die regelmäßige Supervision. Nur dadurch wird sichergestellt, dass die erforderlichen Kompetenzen auf einem hohen Niveau zur Verfügung stehen.



ABGRENZUNG ZU THERAPIE, SUPERVISION ODER MENTORING

Business Coaching ähnelt anderen Gesprächsformen und Beratungsleistungen. Um Coaches und Klient*innen die Abgrenzung zu erleichtern, wird Business Coaching hier von drei Formen der Beratung unterschieden.

Coaching ist keine Therapie.

Therapie ist erforderlich, wenn Menschen unter psychischen Störungen bzw. Krankheiten leiden. Diese sind definiert in der „Internationalen statistischen Klassifikation der Krankheiten und verwandter Gesundheitsprobleme“ (ICD). Jeder Coach sollte die gängigsten ICD-Symptomatiken kennen, um zu wissen, wann das Coaching abbrechen ist und eine therapeutische Behandlung empfohlen werden sollte.

Coaching ist keine Supervision.

Supervision ist die Reflexion des eigenen professionellen Handelns im beruflichen Setting in Bezug auf Kund*innen, Klient*innen, Kolleg*innen und Vorgesetzte. Sie berücksichtigt das herrschende Wertekonstrukt und ethische Richtlini-

en von Teilnehmer*innen und Institutionen. Supervision wird für Einzelpersonen, Gruppen und Teams angeboten.

Coaching ist kein Mentoring.

Mentoring ist die zielbezogene Unterstützung von Mitarbeiter*innen im Karriereprozess durch Kolleg*innen, Führungskräfte oder externe Berater*innen. Ein Mentoring-Programm richtet sich an Personen mit Führungspotenzial. Es beinhaltet abgestimmte Entwicklungsschritte und strebt konkreten Kompetenzzuwachs an.

Geht es im Coaching um konkrete Lösungssuche oder Verhaltensänderungen, so ist das Mentoring eher daran interessiert Entwicklungs- und Karriereziele zu erreichen.



Foto: Shutterstock

Business Coaching hat in der wirtschaftlichen und kulturellen Transformation der Gesellschaft eine stabilisierende Funktion für Berufstätige. Es ermöglicht die Reflexion von Zielen und Wegen ohne Leistungsanspruch. Korrektur- und Veränderungsoptionen werden entwickelt und geben einen Orientierungsrahmen.

Der Bedarf an Business Coaching wächst und wird sich in Zukunft verändern.

Business Coaching wird sich mit virtuellen Räumen, mit Kombinationen analoger und digitaler Kommunikation sowie mit künstlicher Intelligenz beschäftigen. Hinzu kommen Themen, die sich absehbar zu Beginn der 2020er Jahre verdichten werden. Diese werden ihre Strahlkraft in wegweisenden Impulsen, wie wir in Zukunft arbeiten werden, entfalten. Zu ihnen gehören Arbeitsfelder wie New Work, Arbeit 4.0, Agilität, VUKA und OER.

Die Zukunftsfähigkeit des Business Coachings wird sich daran entscheiden, ob es in der Lage sein wird, den Klient*innen einen praktischen Mehrwert in ihrer Lebenswirklichkeit zu bieten. Sicher erscheint uns heute, dass der persönliche Kontakt zu Coaches – ob analog oder digital – im individuellen Veränderungsprozess nicht durch eine Maschine mit künstlicher Intelligenz ersetzbar sein wird.

s.a. Virtuelles Coaching – Bilanz und Orientierungshilfe, Praxispapier der DGFP zum Thema Virtuelles Coaching

DGFP: (online) https://www.dgfp.de/hr-wiki/F%C3%BChren_und_coachen_in_der_Praxis.pdf (21.08.19)





DER BDVT E.V. ALS HERAUSGEBER DES ROLLENBILDES

Der BDVT e.V. bietet seinen rund 650 Mitgliedern als Berufsverband für Training, Beratung und Coaching täglich Vorteile für den individuellen Erfolg. Dem Motto: „Be a part of us“ folgend treffen sich Kolleg*innen in Regionen, Fachgruppen, Themengruppen und Großveranstaltungen online wie offline.

Dabei steht der Berufsverband für besondere Qualität in Training, Beratung und Coaching. Er unterstützt berufsständische Interessen und fördert die Weiterbildung seiner Mitglieder. Als aktiver Player der Bildungs- und Weiterbildungsszene engagiert sich der BDVT politisch und vertritt die Mitgliederinteressen.

Die BDVT-Akademie bietet berufsspezifische Aus- und Weiterbildungen auf hohem Niveau an. Das Label „BDVT“ steht über die Grenzen des Verbands hinaus für beständige Qualität. Der Europäische Trainingspreis ist seit mehr als zwanzig Jahren Wegweiser für diese hohe Qualität und zeigt Trends für Methodik und Wirksamkeit in der Weiterbildung auf.

Der BDVT e.V. übernimmt gesellschaftliche Verantwortung – um der Zukunft willen! Er regt an, das Thema der Nachhaltigkeit ganzheitlich zu betrachten. So ist der BDVT e.V. der erste CO2-neutrale Berufsverband Deutschlands: Think before print!

Warum ein Rollen- und kein Berufsbild?

In Deutschland definieren Berufsverbände Bilder ihrer Tätigkeit.

Da die Tätigkeit von Coaches und Trainer*innen keine geschützten Berufe sind, definieren wir im BDVT diese Tätigkeiten in Rollenbildern.

Mit unseren neu herausgegebenen Rollenbildern positionieren wir Trainer*innen und Coaches in der Weiterbildungsbranche, was von anderen Verbänden und Organisationen und von Bildungspolitik*innengeschätzt wird.

Weitere Rollenbilder folgen: Für Berater*innen, Verkaufs- und Vertriebsleiter*innen, Enabler. Schauen Sie bei uns vorbei: **be a part of us!**

Let us work for you



Der Berufsverband
für Training, Beratung
und Coaching

Autoren

BDVT e.V.
Ulla Schnee
Mario Sander

Das hier vorliegende Rollenbild
Business Coach ersetzt das bisherige
Berufsbild Coach des
BDVT e.V.



CO₂-neutral

Der BDVT ist der erste CO₂-neutrale
Weiterbildaungsverband in Deutschland

Herausgeber

BDVT e.V.
Elisenstr. 12-14 | 50667 Köln
www.bdvt.de | info@bdvt.de