

Das Unternehmermagazin

impulse

impulse

06
2005

Deutschland € 5,50
Frankreich € 6,60
Österreich € 6,30
Belgien € 6,50
Luxemburg € 6,50
Italien € 7,50
Schweiz sfr 10,80

WWW.IMPULSE.DE

BETRIEBSPRÜFER

Wie Chefs besonders dreiste Finanzbeamte ausbremsen

IMMOBILIEN

Mit professioneller Hilfe jetzt zu deutlich mehr Rendite

»Der Hebel für den Erfolg ist die Kraft der Idee.«

Top-Werberin Karen Heumann von der Agentur Jung von Matt



GROSSE LESER-AKTION

CHEFAUTO

Wählen Sie Ihren Favoriten. Und gewinnen Sie einen BMW

PLUS:

Trends im Handel
Geschäfte mit dem Staat
Wissensmanagement
Neues Bilanzrecht
Aktienfonds
Factoring

»Geist ist geil«

22 Werbe-Ideen, die wirklich funktionieren





Ob Auftragsflaute oder Selbstzweifel: In kritischen Situationen profitiert Schreinermeister **Dietmar Färber** von seinen Gesprächen mit Coach **Birgit Morrien**.

Die Starthelfer

Obwohl Coaching boomt, tun sich Gründer mit diesem Führungsinstrument noch schwer. Dabei können Coaches gerade hier besonders viel bewirken.

Als im November die Auftragslage schwankte, waren sie wieder da, die Zweifel. Doch Dietmar Färber fühlte sich für derlei Rückschläge bestens gerüstet. »Seit ich selbständig bin, habe ich einen Coach engagiert«, sagt der Kölner Schreinermeister. Tatsächlich gelang es ihm, in Gesprächen und Visualisierungsübungen mit der Kölner Kommunikationswissenschaftlerin Birgit Morrien den Durchhänger schnell zu überwinden.

Mit Hilfe eines psychologisch versierten Gesprächspartners die eige-

nen Werte, Gefühle und Verhaltensweisen erkennen, daraus Konsequenzen zu ziehen und diese auch umzusetzen – dieses Instrument erlebt seit Jahren einen regelrechten Boom. Vor allem Gründer können einen solchen Coach gut gebrauchen. »Viele unterschätzen die Anforderungen der Selbständigkeit gewaltig«, sagt Christopher Rauen aus Osnabrück, einer der renommiertesten Vertreter dieser Zunft. Nachteile und Risiken würden ausgeblendet, der Einfluss aufs Privatleben unterschätzt, Rechts- oder Führungsfragen ignoriert. Und: Unter bestimmten Bedingungen wird Coaching sogar bezuschusst (siehe »So finden Sie den passenden Coach«).

»Hauptzweck ist die persönliche Selbstreflexion«, sagt Sabine Dembkowski, international tätiger Coach mit Büros in London und Köln. Auch Schreinermeister Färber hat mit Hilfe seiner Beraterin erst einmal seine Motive hinterfragt und nach unterneh-

merischen Fähigkeiten in der eigenen Familie geforscht. »Für den Unternehmensstart braucht man nämlich nicht nur fachliche Kompetenz, sondern vor allem eine klare Perspektive, die Begeisterung, Vertrauen und Willenskraft freisetzt«, so Morrien.

Folglich ist die Verantwortung der Coaches bei diesem Prozess immens. »Am Ende kann durchaus die Erkenntnis stehen, dass sich jemand gegen innere Widerstände dazu durchgerungen hat, zu gründen«, sagt Dembkowski. Dann sei es im Zweifel besser, gleich wieder auszusteigen, anstatt noch mehr Geld und Kraft zu investieren. Stimmen hingegen Motivation und Konzept, hilft der Coach, das Alltagsgeschäft zu bewältigen.

Blockaden gelöst

So realisierte ein von Dembkowski betreuter IT-Firmengründer in Süddeutschland erst nach dem Start, wie sehr er die umfassende Büro- und IT-Ausstattung seines früheren Angestelltenjobs vermisste. Da er keine Zeit hatte, diese selbst aufzubauen, schrieb er die Position eines technischen Assistenten aus. Nach wenigen Tagen hatte er 150 Bewerbungen, war mit der Auswahl dann aber wieder überfordert. Dembkowski: »Im Coaching haben wir die Anforderungen an den neuen Mitarbeiter und die Auswahlkriterien festgelegt.«

Heute beschäftigt der IT-Spezialist vier Mitarbeiter – und musste sich nun auch Führungsqualitäten und Arbeitsrechtskenntnisse aneignen. Auch dies gelang mit Hilfe der Sparingspartnerin. »Die Arbeit mit Gründern verlangt umfassende Kompetenzen«, bekräftigt Coach Rauen. Neben der psychologischen Facette etwa kaufmännisches Know-how und Bereitschaft, Klienten gegebenenfalls an Spezialisten weiterzuvermitteln.

»Wichtig ist auch der Umgang mit Konflikten«, sagt Guido Fiolka, Chef des Coaching Centers Berlin. Außerdem erlebt er häufig, dass sich Klienten

ten selbst im Weg stehen. So bei Peter Haas. Der 36-Jährige gab im Winter 2003 seinen Job als angestellter Berater auf und machte sich selbständig, tat sich aber schwer mit der Akquise: »Ich hatte einfach Hemmungen, mich selbst zu verkaufen.« Nach vier Sitzungen mit Fiolka greift er viel lockerer zum Telefon oder trifft Verabredungen. Nützlich war, dass der Coach die Unübersichtlichkeit des Produktangebots thematisiert hat. »Jetzt konzentriere ich mich etwa auf Projektmanagement und Controlling in der Energiewirtschaft, habe Themen wie IT-Beratung gestrichen.«

Schließlich und endlich helfen Coaches auch dabei, Ideen zu entwickeln. »Wer kreativ bleiben möchte, braucht Auszeiten«, sagt Beraterin Morrien. Firmenchef Färber hat sich das zu Herzen genommen. Seit Anfang des Jahres sorgt er durch Sport für entspannenden Ausgleich. ●

Erik Prochnow ressort.management@impulse.de

So finden Sie den passenden Coach

Auch wenn die Wahl eines Coaches letztlich immer auch Gefühlssache ist: Die folgenden Tipps erleichtern die Suche. Und helfen, Missgriffe zu vermeiden.

KONTAKT

Der beste Ansatz ist und bleibt, Empfehlungen von Freunden, Unternehmerkollegen oder Beratern zu folgen. Daneben nennen Verbände wie der DBVC in Frankfurt/Main (www.dbvc.de) oder die Bochumer Pro Coach Association (www.proc-association.de) seröse Coaches. Zudem bietet die von Christopher Rauen betreute Web-Plattform www.coaching-report.de eine Datenbank mit zahlreichen Adressen bundesweit.

KRITERIEN

Ein auf Gründer spezialisierter Coach braucht nicht nur umfassendes psychologisches Wissen, sondern auch betriebswirtschaftliches Know-how sowie Kenntnisse in gründungsrelevanten Themen wie Finanzierung, Recht, Steuern oder Führung. Idealerweise kann er auf eigene Management-erfahrungen zurückgreifen. Scheuen Sie sich nicht, Qualifikationen und auch Referenzen detailliert abzufragen!

PROZESS


Um ein Vertrauensverhältnis aufzubauen, gleichen Gründer und Coach in ein bis zwei meist kostenlosen Vorgesprächen ihre Erwartungen ab. Dabei arbeiten sie das eigentliche Anliegen und die inhaltliche Vorgehensweise wie etwa Methoden, aber auch Häufigkeit der Sitzungen heraus. Anschließend sollte man sich beidseitig Bedenkzeit einräumen.

FÖRDERMITTEL

Coaching in der Startphase können sich Gründer bezuschussen lassen. Infos über die Programme des Bunds gibt es unter www.foerder-bds.de. Details zu den Fördermöglichkeiten der Länder bieten die Ämter für Wirtschaftsförderung sowie die Industrie- und Handelskammern. Über die EU-Mittel informieren die Arbeitsämter.

Buchtip: Handbuch Coaching, Christopher Rauen, Hogrefe Verlag, ISBN 3-8017-1477-2, 485 Seiten, Preis: 49,95 Euro.

©impulse 6/2005



Durch Ihren Beitrag konnte allein im letzten Jahr so viel Energie eingespart werden, wie die Privathaushalte in München, Hamburg und Köln an Strom verbrauchen.

Danke.



Grüner Punkt AG