

Organisationsberatung **S**upervision **C**oaching

Themenschwerpunkt

Lernen im Coaching, Lernen fürs Coaching

Hauptbeiträge

Bea Kastner

Lernprozesse im Coaching

Wolfgang Looss

Vom problemorientierten Coaching zur anlassfreien Beratungsarbeit

Astrid Schreyögg

Die Bedeutung von Coaching für die Identitätsentwicklung
von Führungskräften

Achim Mollbach

Top-Management-Coaching in mittleren Unternehmen

Klaus Eidenschink

„lösungsorientiertes Coaching“ – Vom Unsinn einer problematischen
Fokussierung

Praxisberichte

Sabine Dembkowski, Fiona Eldridge

Das „Achieve Coaching Model“®

Boris C. Kollek

Konfliktcoaching in der Gruppe

Diskurs

Christoph J. Schmidt-Lellek

Anmerkungen zur Professionalisierung des Coaching

Harald Pühl

Verordnetes Coaching

2/06

Jahrgang 13/2006

ISSN 1618-808X

G13630 F

Das „Achieve Coaching Model“[®] Ein systematischer Ansatz für größere Wirksamkeit im Executive Coaching

Sabine Dembkowski, Fiona Eldridge, London

Executive Coaching ist ein wirksames Instrument, dessen Einsatz nur noch selten in Frage gestellt wird. Dass die Ergebnisse noch viel wirksamer und nachhaltiger sein könnten, hat jetzt eine Studie in England „*Coaching and Buying Coaching Services*“ vom Chartered Institute of Personnel and Development belegt. Laut der Studie bedarf es dazu eines systematischen Ansatzes, der nicht nur die tägliche Praxis erleichtert, sondern auch dafür sorgt, dass Ergebnisse besser nachweisbar und damit auch besser kontrollierbar werden.

Jeder, der neu ist im Coaching-Geschäft, fragt sich, mit welchen Methoden es erfahrene Coaches immer wieder schaffen, gute und auch messbare Ergebnisse zu erzielen. Diese Ergebnisse sind sicherlich zunächst eine Folge von gegenseitigem Vertrauen. Dieses Vertrauen kann nur geschaffen werden, wenn der Coach, die Einkäufer und auch die Klienten den Coaching Prozess überblicken und durchschauen. Die Transparenz des Coachingprozesses und eine klare Kommunikation schaffen zusätzliches Vertrauen. Um hier neben Erfahrungswerten auch belastbare Daten zur Verfügung stellen zu können, haben wir qualitative Best-Practice-Forschung betrieben und die eigenen Ergebnisse unserer Coachings systematisch ausgewertet. Um definieren und festhalten zu können, was tatsächlich in Coaching-Sitzungen passiert, wenn ein effektiv arbeitender Coach seiner Arbeit nachgeht, haben wir Transkripte und Videoaufzeichnungen von entsprechender Coaching-Sitzungen in den USA, Großbritannien und Deutschland ausgewertet und umfangreiche Interviews mit Coaches und Klienten geführt.

So haben wir zunächst identifizieren können, wie es den erfolgreichen Coaches gelungen ist, zu nachweisbaren Ergebnissen zu kommen und mit welchen Schritten sie Auftritt und Leistungen der Spitzenleute verbessern konnten. Kurz: Es ging darum, durch Desk Research und Interviews herauszufinden, was erfahrene Coaches konkret tun und welche Prozesse sie einsetzen. Dabei wurden verschiedene Coaching-Modelle auf den Prüfstand gestellt. Die Ergebnisse unserer qualitativen Best-Practice-Studie, unserer Desk Research und unserer eigenen internationalen Coaching Praxis, die sich ausschließlich auf den Bereich Executive Coaching konzentriert, haben zur Entwicklung eines neuen Coachingmodells, dem siebenstufigen „Achieve Coaching Models“, geführt. Das Modell ist inzwischen in weltweit erfolgreichen Unternehmen eingeführt und bildet einen zentralen Aspekt unseres internationalen Executive Coachings.

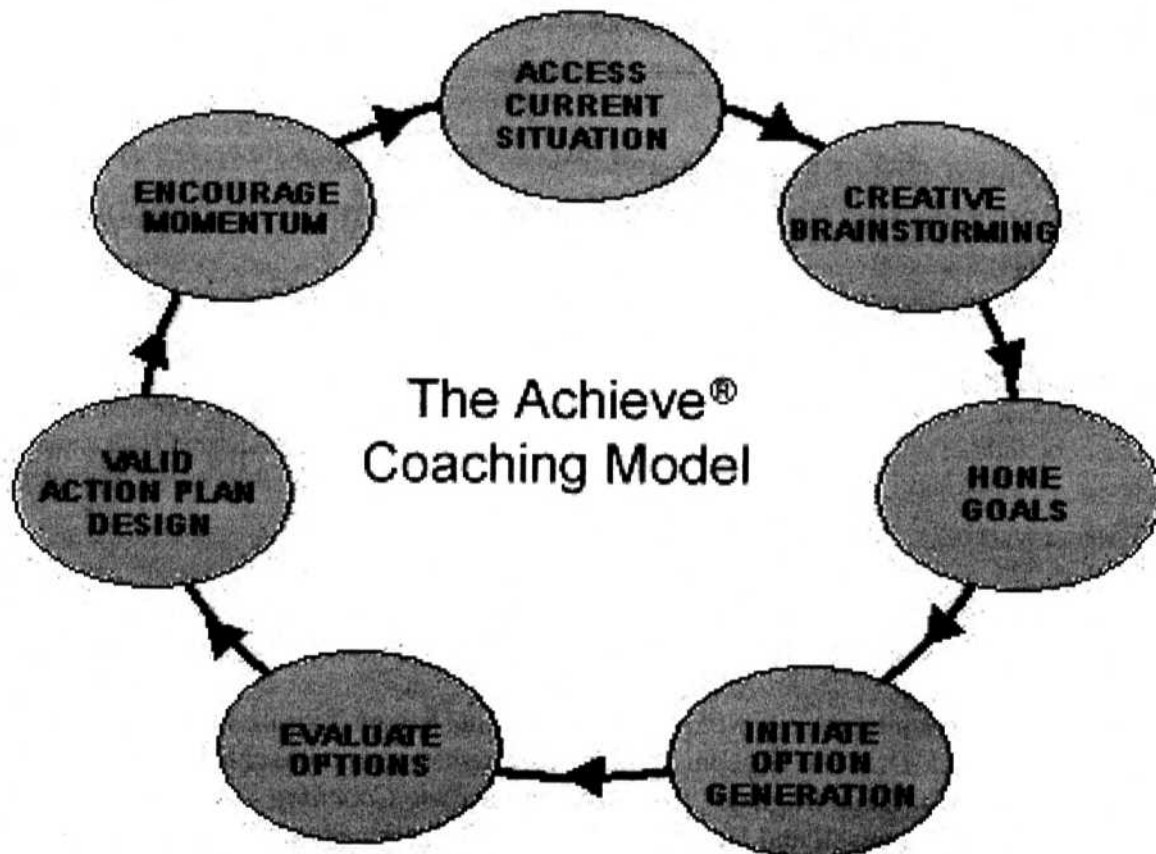


Abbildung: Anwendung des „Achieve Coaching Model“ in sieben Schritten

In jeden der sieben Schritte sind die Erkenntnisse und Erfahrungen der profiliertesten Coaches und unsere eigene Coachingpraxis eingeflossen. Wir haben versucht, auch die Verhaltensweisen herauszuarbeiten, die erfolgreiche erfahrene Coaches auszeichnen. Damit existiert ein wirkungsvolles Bezugssystem, das Coaches hilft, eine gute Basis zu schaffen sehr schnell einen hohen Wirkungsgrad zu erreichen. Dabei ist jedoch klar, dass dieser Prozess dennoch nur ein Teil des Systems ist.

Schritt 1: Verstehen der gegenwärtigen Situation

Zu Beginn der Coaching-Beziehung hilft es dem Manager, wenn er oder sie ihre Situation in der gebotenen Tiefe reflektiert, um zu einer stärkeren Selbsterkenntnis zu kommen. Auf diese Weise werden die Bereiche identifiziert, die angesprochen werden müssen, und es wird der Rahmen für die weitere Zusammenarbeit abgesteckt. Als bei weitem wichtigster Effekt in diesem Schritt wird auf diese Weise erreicht, dass der Klient über die Vergangenheit nachdenkt und die Verbindungen erkennt, die seine heutige Situation kreiert haben. Dazu kommen Reflexionen der Einflüsse, die diese Erfahrungen auf die Interaktion mit anderen in Vergangenheit und Gegenwart (gehabt) haben mag.

Grundlegende Verhaltensweisen erfahrener Coaches

- Nutzen adäquater Analyse-Instrumente (ohne diese ausschließlich einzusetzen), um die Situation des Klienten zu verstehen.
- Ausdrücken echter Anteilnahme am Leben des Klienten.
- Zeit nehmen für die Entwicklung von Verständnis für die Situation aus der Perspektive des Klienten.
- Genau zuhören, damit der Klient sich verstanden und geschätzt fühlt und entsprechend voll bei der Sache ist.

