

# Sagen Sie ja nicht „Coaching“! Geschichten von Coaching Landkarten ...

von Alfred Freudenthaler

Coaching ist „in“ – und wie bei vielen modischen Trends, bei denen man(n und frau) nicht genau weiß, worum's eigentlich geht, treibt die Modeerscheinung manchmal skurrile Blüten.

## Beispiele Beispiele Beispiele

• Coaching-Interessent A hat mich im Internet gefunden und möchte sich „mal coachen lassen“, weil er ein „kleines Problem mit einem Mitarbeiter“ hat. Er möchte das allerdings gleich am Telefon „erledigen“ (weil er „etwas unter Zeitdruck steht“) und bietet mir eine Erfolgsprämie, wenn sich meine Ratschläge als erfolgreich erweisen („Ja, ich komme nun mal aus dem Vertrieb“...). Auf meinen Hinweis, dass ich Coaching als Hilfe zur Selbsthilfe betrachte, meint er, dass sich die Sportmannschaften schön anschauen würden, wenn ihnen der Coach nicht sagt, wo's langgeht. Wenigstens stimmen wir darin überein, dass ich nicht der richtige Coach für ihn bin.

• Coaching-Interessent B hat mit einem Bekannten aus dem Tennisclub gesprochen, der bei mir Coaching-Kunde ist. Aufgrund dessen positiver Äußerungen würde er „dieses Coaching gerne mal ausprobieren“. Anliegen hat er allerdings kein konkretes, weil „eh alles bestens läuft“. Aber dennoch würde er „sich gerne mal coachen lassen“. Ich sende ihm einen Fragebogen und höre nie wieder etwas von ihm.

• Ein ehemaliger Seminarteilnehmer erinnert sich daran,

dass ich auch Coaching anbiete. Da „man es in dieser Firma gern sieht, wenn man sich privat weiterbildet“, möchte er gerne Coaching in Anspruch nehmen. Aber nicht wirklich, ich soll ihm bloß eine „Rechnung über ein paar Stunden Coaching ausstellen, das genügt völlig. Ein bisschen was würde er dafür auch zahlen, so hätten wir beide etwas davon.“ Dass ich darauf nicht eingehe, findet er einfach „schade“.

• Ein Topmanager, der mich aufgrund einer Empfehlung anruft, äußert gleich zu Beginn des Telefonats folgende Bitte: „Wenn Sie mich anrufen, werden Sie meine Assistentin am Apparat haben. Bitte sagen Sie ja nichts von Coaching! Jeder bei uns, von dem bekannt wurde, dass er Coaching in Anspruch genommen hat, ist als Versager abgestempelt, weil das gleichbedeutend ist mit ‚sich auf die Couch legen‘. Also sagen Sie einfach, es gehe um was Privates und sagen Sie ja nicht Coaching!“ Wenigstens haben wir ein ergiebiges Thema für die erste Coaching-Einheit...

• Der Controller eines Mittelbetriebes (den ich kurz zuvor privat kennen gelernt habe) ruft mich an: „Du machst doch auch Coaching. Mein Chef hat nämlich gemeint, ich sollte mich mal coachen lassen. Ja, weil ich mich seiner Meinung nach nicht so richtig durchsetzen kann. Und er hat mir dafür einen Gutschein über zehn Stunden gegeben, quasi als Prämie. Ich weiß auch nicht so recht, natürlich möchte ich es nicht verfallen lassen, aber

vielleicht könntest Du mir mal erklären, was Coaching überhaupt ist?“ Im Erstgespräch haben wir ausreichend Themen gefunden (unter anderem „Kultur von Führen und Folgen“ in diesem Unternehmen).

## Der Begriff „Coaching“

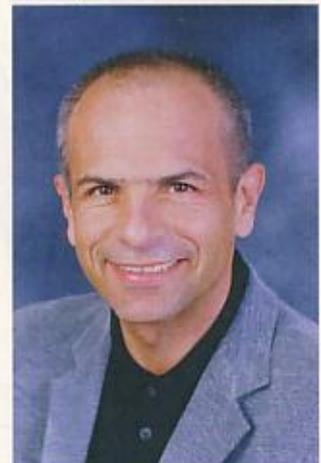
Fazit: Der Begriff „Coaching“ muss für sehr vieles herhalten, sei es zur Leistungssteigerung von Mitarbeitern, zur Beeinflussung („Sagen Sie dem mal, wo's langgeht!“), zum Einbringen von Ratschlägen und Expertenmeinungen nach dem Motto: „Ich weiß, was das Beste für Sie ist.“

Für mich ist Coaching eine ziel- und lösungsorientierte Begleitung über einen bestimmten Zeitraum, üblicherweise im beruflichen Kontext. Ich gehe davon aus, dass der Kunde die für ihn beste Lösung selbst entwickeln kann und ich ihn dabei lediglich unterstütze. Allerdings halte ich es für unerlässlich, die „Landkarten“ über Coaching vorher abzugleichen. Daher erhält der Kunde im Vorfeld der eigentlichen Coachingarbeit von mir einen Fragebogen, der beim Erstgespräch als Basis dient. So können wir bereits im Vorhinein unsere „Landkarten“ abstimmen und überprüfen, ob die Erwartung realistisch ist, ob Coaching die geeignete Arbeitsform ist bzw. ob ich für ihn überhaupt der geeignete Coach bin.

In diesem Fragebogen kommen z. B. folgende Fragen vor:

- Was soll aus Ihrer Sicht nach dem Coaching anders sein als jetzt?
- Woran werden Sie merken, dass Sie Ihre Anliegen ausreichend bearbeitet haben?
- Was wissen Sie über Coaching, Beratung etc.? Was erwarten Sie hinsichtlich des methodischen Vorgehens und der Kosten?
- Was haben Sie bisher schon unternommen, um mit dem anstehenden Problem umzugehen?
- Was sind Sie bereit, dazu beizutragen, dass das Coaching erfolgreich verläuft?

Es sollte zur Grundhaltung eines Coaches gehören, dass er es respektiert, wenn Kunden eine andere „Landkarte“ über Coaching haben. Allerdings ist es aus meiner Sicht nicht nur legitim, sondern notwendig, diese Wirklichkeiten abzugleichen. Nur so können beide Beteiligten entscheiden, ob eine gemeinsame Arbeit überhaupt Sinn macht. Die Abgleichung der Landkarten im Vorfeld zahlt sich aus, obwohl mitunter gerade dadurch kein Auftrag zustande kommt! **T**



Alfred Freudenthaler ist Trainer, Coach und Mediator.  
www.freudenthaler.com