

Praxis erleben | Wissen erweitern

Coaching Magazin

ISSN 1866-4849

Konzeption

Sinnfindung im Coaching | S 23

Spotlight

Das Unbewusste im Coaching erreichen | S 35

Wissenschaft

Positives Coaching | S 49

„Coaches sollten Entwicklung nicht nur verkaufen, sondern auch vorleben.“

Dr. Christopher Rauen im Interview | S 14





Positives Coaching

Wirkmechanismen auf Mitarbeiterbindung

Von Nora Stracke & Prof. Dr. Patrick Sailer

In Zeiten von Fachkräftemangel und abnehmenden Erwerbspersonenpotenzials ist es für Unternehmen nicht nur wichtig, für Bewerberinnen und Bewerber attraktiv zu sein. Im oft zitierten „Kampf um die besten Köpfe“ kommt auch der Mitarbeiterbindung eine wichtige Rolle zu. Im vorliegenden Beitrag wird aus wissenschaftlicher Perspektive gefragt, welche Wirkung Positives Coaching auf die – letztlich bindend wirkende – Zufriedenheit von Arbeitnehmenden haben kann.

Normalerweise würde man davon ausgehen, dass Arbeitnehmende in Zeiten gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Krisen weniger bereit sind, ihren Job zu wechseln. Doch derzeit zeigt sich eine deutlich erhöhte Wechselbereitschaft von Mitarbeitenden (Clementi & Ferrazzi, 2022). Dieser Trend wird auch als „Great Resignation“ bezeichnet und ist eng mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie verbunden (Tessema et al., 2022). Die Krise hat bei vielen Arbeitnehmenden zu einem Umdenken geführt und sie dazu bewegt, ihre beruflichen Ziele sowie ihre Lebensgestaltung allgemein zu reflektieren. Ein Vorgang, der auch weit nach Abklingen der Pandemie fortbesteht. Die daraus resultierende gestiegene Wechselbereitschaft kann für Unternehmen herausfordernd sein, da sie nicht nur dazu führen kann, dass talentierte Mitarbeitende – und mit ihnen Wissen und Kompetenzen – verloren gehen, sondern auch hohe direkte und indirekte Kosten für die Rekrutierung und Einarbeitung neuer Mitarbeitender entstehen.



- » Positives Coaching ist ein stärkenorientierter und auf persönliches Wachstum ausgerichteter Coaching-Ansatz, der auf den Erkenntnissen der von Martin Seligman begründeten Positiven Psychologie basiert.
- » Zum Zweck der Mitarbeiterbindung kann Positives Coaching präventiv bzw. interventionell eingesetzt werden, sofern die Kündigungsbereitschaft der gecoachten Person noch nicht zu stark ausgeprägt und eine innere Kündigung noch nicht vollzogen ist.
- » Aufgrund des Ripple-Effekts besteht die Möglichkeit, durch Positives Coaching bestimmter Personen, die Einfluss innerhalb des Unternehmens haben, positiv auf die generelle Mitarbeiterbindung einzuwirken.

In Krisenzeiten scheint sich insbesondere der Ansatz des Positiven Coachings anzubieten, um die Stärken von Mitarbeitenden zu aktivieren (Waters et al., 2022) und so Mitarbeiter-

bindung zu fördern. Beruhend auf einer 2022 an der Hochschule Fresenius durchgeführten wirtschaftspsychologischen Forschungsarbeit wird im Folgenden zunächst auf Gründe für eine Mitarbeiterkündigung eingegangen und das sogenannte „Schwellenmodell“ vorgestellt. Danach wird tiefer auf Positives Coaching eingegangen. Dabei stehen insbesondere die Wirkmechanismen in Bezug auf *bindungsfördernde Faktoren* im Fokus.

Warum kündigen Mitarbeitende?

Zur Erklärung sinkender Mitarbeiterbindung sind zwei Kategorien von Faktoren relevant. Die erste umfasst *allgemeine Kündigungsmotive* wie z.B. eine unzureichende Bezahlung, mangelnde Wertschätzung, Unsicherheit durch Befristung oder fehlende Entwicklungsmöglichkeiten. Die zweite Kategorie besteht aus im Zuge der Pandemie hervorgekommenen Faktoren wie dem *Verlust von Kontrolle*, entstanden aufgrund sich ständig ändernder Coronamaßnahmen. Die damaligen Einschränkungen im Berufs- und Privatleben können bei Mitarbeitenden zu Strategien zur Wiederherstellung der Handlungskontrolle, z.B. mittels Kündigung, führen (Rösler, 2011). Zu gleichen Reaktionen können *Unsicherheiten* aufgrund ökonomischer und sozialer Veränderungen beitragen. Die *Rückkehr ins Büro* nach dem angeordneten Homeoffice kann zu Unzufriedenheit führen, da Mitarbeitende Flexibilität und Lebensqualität verlieren. Ein *Mangel an Unterstützung* durch den Arbeitgeber und das berufliche Umfeld kann ebenfalls zu psychischer Belastung und Stress führen, was in einer Kündigung resultieren kann, wenn die Hoffnung auf Besserung der Umstände und der eigenen Symptome besteht.

Schwellen der Mitarbeiterbindung

Eine starke Bindung der Mitarbeitenden kann gegenseitiges Vertrauen, Einsatzbereitschaft und eine höhere subjektive Sicherheit fördern. Das sogenannte „Schwellenmodell“ nach Rischke (2021) in der Abbildung (S. 52) beschreibt die Entwicklung von einer stabilen Mitarbeiterbindung zur Fluktuation. Hierbei wird die Unzufriedenheit als Media-

tor betrachtet und es werden die Toleranz-, die Frustrations- und die Kündigungsbereitschaftsphase mit unterschiedlichem Maß an Unzufriedenheit identifiziert. Schwellen zwischen den drei Phasen verdeutlichen den Übergang: Je höher die Unzufriedenheit, desto niedriger die Mitarbeiterbindung.

Organisationen streben an, dass ihre Mitarbeitenden sich in der Toleranzphase bewegen und nicht in die Frustrations- oder Kündigungsbereitschaftsphase abrutschen. In der Toleranzphase haben die Mitarbeitenden ausreichende Ressourcen, um Rückschläge, Stress und Veränderungen zu bewältigen. Jedoch kann die Zufriedenheit der Mitarbeitenden durch wiederholte negative Erfahrungen sinken, welche Frustration zur Folge haben (ebd.). Frustration resultiert aus der Diskrepanz zwischen den erwarteten und den tatsächlichen Umständen. Mit steigender Unzufriedenheit durchlaufen Mitarbeitende eine Veränderung ihrer Wahrnehmung, kognitiven Verarbeitung und verhaltensmäßigen Reaktion. Die Mitarbeitenden werden weniger empfänglich und zugleich konfliktbereiter. Interventionsmaßnahmen des Unternehmens werden sehr kritisch betrachtet (ebd.).

Dennoch ist es in allen Phasen außer der Kündigungsbereitschaftsphase noch möglich, die Zufriedenheit der Mitarbeitenden wieder zu steigern (ebd.). Längerfristige Strategien zur Verbesserung der Mitarbeiterbindung umfassen einen Wandel der Unternehmenskultur sowie Empowerment, das Stärken der erlebten Selbstwirksamkeit (Conger & Kanungo, 1988). Kurz- und mittelfristige Interventionen wie monetäre Anreize, Weiterentwicklungsmöglichkeiten und Coaching können ebenso dabei helfen, individuelle Bedürfnisse zu berücksichtigen und die Mitarbeiterbindung zu stärken (Bender et al., 2019). Im nächsten Abschnitt liegt der Fokus deshalb auf Positivem Coaching als Maßnahme.

Positives Coaching als Maßnahme

Bei Positivem Coaching handelt es sich um einen wissenschaftlich fundierten, klientenzentrierten und *stärkenbetonten* Coaching-

Ansatz, der auf den Erkenntnissen der Positiven Psychologie basiert und über die aktuelle Problemlage hinaus zum Ziel hat, *persönliches Wachstum* zu fördern (Mangelsdorf, 2020). Die Positive Psychologie geht auf Martin Seligman zurück, der sich in den 1990er Jahren mit der psychologischen Salutogenese auseinandersetzte. Dabei geht es darum, die Lebensqualität zu verbessern, statt nur psychische Störungen zu behandeln. Der Mensch wird als von Natur aus nach Selbstverwirklichung strebend betrachtet (Seligman, 2015). Im Coaching-Prozess wird daher nicht das Problem, sondern die Lösung in den Fokus gestellt, indem der Klient ermutigt wird, seine Stärken und Ressourcen zu nutzen, um den gewünschten Zustand zu erreichen. Es konnte gezeigt werden, dass Ansätze der Positiven Psychologie sowohl für gesunde als auch traumatisierte bzw. erkrankte Personen eine Verbesserung der Psyche bewirken können. Sogar bei der Behandlung von Krebskranken konnten positive Effekte

bezogen auf den psychischen und physischen Zustand gezeigt werden (Kim, 2017).

Im Positiven Coaching wird das konkrete Anliegen des Klienten genutzt, um eine umfassende Reflexion anzuregen und persönliche Stärken, Werte und Bedürfnisse zu entdecken und zu entwickeln. Ziel ist es, nicht nur dieses Anliegen zu lösen, sondern auch die *persönliche Entfaltung und Weiterentwicklung zu fördern*. Positive Emotionen spielen dabei eine wichtige Rolle, da sie den Aufbau neuer Denk- und Handlungsmuster begünstigen und das Erleben negativer Emotionen schwächen („Broaden-and-Build-Theorie“). Der Coach kann positive Emotionen durch Humor, das Einbinden von Werten und Stärken sowie das Bestärken von Ressourcen und Lösungsansätzen fördern. Um unüberlegte Kündigungen zu vermeiden, kann dem Klienten Klarheit über seine Bedürfnisse und Gründe für den erlebten Frust verschafft werden. Dazu können Fragen wie z.B. „Welcher Ihrer Werte wurde verletzt?“ oder „Was wäre ein größeres

Lebensthema, das Sie für sich realisieren wollen?“ gestellt werden (Mangelsdorf, 2020, S. 27).

Der Einsatz von Positivem Coaching kann damit eine hilfreiche Perspektive auf die Bewältigung von Krisen wie der „Great Resignation“ bieten. Klienten, die diese Methode anwenden, können ein gesteigertes Selbstwertgefühl, Sinn, positive Emotionen und Handlungskontrolle erleben. Sie können sich ermutigt fühlen, die Veränderung mit ihren individuellen Fähigkeiten mitzugestalten, und verdrängen dadurch Verzweiflung, Perspektivlosigkeit und Unzufriedenheit (Waters et al., 2022).

Wirkmechanismen

Es konnte nachgewiesen werden, dass das Erlernen und Anwenden von Strategien der Positiven Psychologie zur Reduzierung von negativen Gedankenspiralen, Steigerung der mentalen Belastbarkeit und Verringerung von Depressions- und Überlastungssymptomen



Coaches, fit for future!

Was ist die Zukunft im Coaching, Chatbot?

Digitales Coaching – bis 2030 steigt der Anteil der digitalen Software & Apps um 2000 %.*

*Hype Cycle for Human Capital Management Technology, Gartner 2020

Und wie werde ich digital fit?

Mit **CoachIT**, den digitalen Lerninhalten von ICF Germany und **CoachingTech** Vorträgen der **ICF Virtual Education**.

Mit unseren Projekten und Programmen machen wir Coaches IT-fit. Machen Sie mit!



VIRTUAL
EDUCATION

coachfederation.de/events/ve.html

COACHIT



Co-funded by
the European Union

ab 2023

coachit.online

Diese Grafik ist erstellt mit AI
via Dall E mini.



CoachIT ist eine Kooperation mit ICF France, Ireland und Romania.
coachfederation.de • info@coachfederation.de

ICF
Germany
Charter Chapter

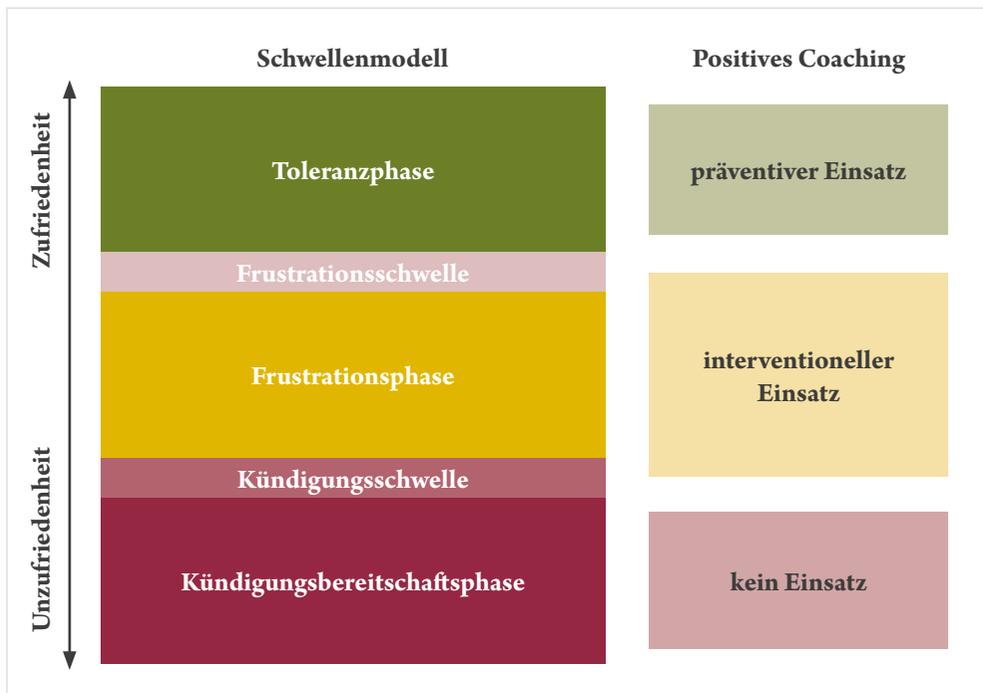


Abb.: Einsatzpotenziale für Positives Coaching verdeutlicht am Schwellenmodell nach Rischke (2019)

führt (Kamp et al., 2020). Im Rahmen einer Metaanalyse von über 300 Studien mit Erwachsenen unterschiedlicher Nationen (Carr et al., 2021) zeigte sich, dass mit dem Einsatz von Positiver Psychologie im Rahmen eines sechswöchigen Programms mit zehn Sessions eine kleine bis mittlere Steigerung des Wohlbefindens, der Lebensqualität und Resilienz nebst einer Verringerung von Ängsten und depressiven Symptomen erzielt werden kann. Am effektivsten war der Einsatz von individuellen 1:1-Sessions (ebd.). Im Detail lassen sich folgende Wirkmechanismen von Positivem Coaching identifizieren:

1. Durch den Einsatz von Positivem Coaching lernen Menschen, sich ihrer *Stärken* bewusst zu werden und diese zu nutzen. Die Fokussierung auf individuelle Stärken und Ressourcen stärkt die gesundheitliche Selbstführung und mindert physiologische Stressreaktionen (Krick & Felfe, 2020).
2. Die *Belastbarkeit* und innere Stabilität werden gefördert, was sich auf die Wahrnehmung der aktuellen Situation auswirkt (Helle, 2019).
3. Die individuellen *Bedürfnisse* der Mitarbeitenden werden berücksichtigt und psychische Belastungen werden reflektiert sowie eingeordnet (Mangelsdorf, 2020).

4. Die *Zufriedenheit* wird gestärkt, was eine umkehrende Wirkung für eine sich anbahnende Kündigung entfalten kann (Rolfe, 2019).
5. Letztendlich führen das positive Erleben, neue Hoffnung und Optimismus zur Rückgewinnung der *Handlungskontrolle*.

Es ist für Unternehmen jedoch zu kostenintensiv, alle unzufriedenen oder belasteten Mitarbeitenden zu coachen. Stattdessen können gezielt diejenigen Mitarbeitenden für das Coaching ausgewählt werden, bei denen der größte Bedarf besteht bzw. die aufgrund ihrer Rollen und ihres Einflusses innerhalb der Organisation als eine Art „Multiplikator“ fungieren können, um dank des sogenannten „Ripple-Effekts“ die positiven Auswirkungen auf das gesamte Unternehmen zu erhöhen.

Ripple-Effekt

Der Ripple-Effekt oder Welleneffekt beschreibt die Übertragung von Veränderungen in einem Teil eines Systems auf dessen andere Teile. Durch einen Coaching-Prozess kann dieser Effekt ausgelöst werden, indem Verhaltens- und Denkmuster von Einzelpersonen verändert und somit auch auf andere Kollegen übertragen werden (Barsade, 2002). Diese vereinzelt Coaching-Maßnahmen können

das psychologische Kapital („PsyCap“) der Belegschaft verbessern, indem sie Selbstwirksamkeit, Resilienz, Hoffnung und Optimismus stärken (Rose, 2019). Dadurch steigen das Engagement, die Zufriedenheit und die Bindung der Mitarbeitenden an das Unternehmen. Besonders stark wirkt dieser Effekt von oben nach unten, also wenn sich ein Coaching-Effekt von Führungskräften oder Vorbildern auf deren Mitarbeitende überträgt bzw. das infolge des Coachings verbesserte Verhalten dieser „Multiplikatoren“ positive Auswirkungen auf die Organisationskultur entfaltet.

Wann ist Positives Coaching sinnvoll?

Bevor es zum Einsatz von Coaching kommt, ist es wichtig, dass Arbeitgebende zunächst die Ursachen für die Unzufriedenheit ihrer Mitarbeitenden analysieren, da organisationale Defizite wie z.B. eine unbefriedigende Gehalts- oder Arbeitszeitgestaltung nicht durch Coaching gelöst werden können (Kühl, 2008). Werden organisationale Schwierigkeiten in Coachings Mitarbeitenden zugeschrieben, kann dies der Organisation zwar Entlastung bringen, es besteht jedoch die Gefahr, dass sie selbst gerade deshalb nichts daraus lernt und keine Veränderung stattfindet. Denn organisationale Strukturen wie Entscheidungswege, Geschäftsprozesse, Zielsysteme oder Bereichsstrategien lassen sich durch Coaching nur sehr schwer bis gar nicht ändern (ebd.).

Durch präventive wie auch interventionelle Maßnahmen kann die Zufriedenheit gefestigt und somit die Bindung gestärkt werden (Stempel & Dettmers, 2018). Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass eine wirkungsvolle Prävention sinnvoller ist als eine Intervention (Klaiber, 2018). Diese Unterscheidung nach Einsatzpotenzial wird auf der rechten Seite der Abbildung gezeigt.

Nach Rischke (2021) können Coaching-Maßnahmen bei Mitarbeitenden in der Toleranzphase langfristige und präventive Auswirkungen auf die Resilienz, Zufriedenheit und Performance haben. In Frustrationsphasen und auf der Kündigungsschwelle steigen die Bedeutung und Brisanz von Coaching-In-

terventionen. Auf der Kündigungsschwelle – wenn den Mitarbeitenden z.B. zum ersten Mal der Gedanke kommt „Ich kann mir vorstellen, das Unternehmen zu verlassen“ – bestehen noch Chancen. Wenn sie allerdings bereits in der Kündigungsbereitschaftsphase sind (z.B. durch „innere Kündigung“), ist ein Coaching-Einsatz, der unter dem Gesichtspunkt der Mitarbeiterbindung erfolgt, mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht erfolgreich und somit nicht sinnvoll (ebd.).

Fazit

Durch Positives Coaching können Mitarbeitende Entlastung, Stabilisierung, Hoffnung

und Selbstwirksamkeit erfahren. Es müssen nicht zwingend alle Mitarbeitenden gecoacht werden, da der Ripple-Effekt eine kollektive Verbesserung bewirken kann. Zu empfehlen sind insbesondere 1:1-Sessions für die Führungskräfte und informellen Leader, die die Belegschaft am stärksten beeinflussen. Um Interessenskonflikte zu vermeiden, ist der Einsatz externer Coaches sinnvoll. Eine solche Intervention benötigt jedoch Zeit, um ihre Wirkung entfalten zu können. Insgesamt kann Positives Coaching in Krisenzeiten positive Auswirkungen auf die Mitarbeiterbindung haben, insbesondere durch die Wiedererlangung der individuell erlebten Handlungskontrolle.

Literatur

- » **Barsade, S. G. (2002).** The Ripple Effect. *ASQ*, 47(4), S. 644–675.
- » **Bender, E.; Schaper, N. & Schürmann, M. (2019).** Factors Driving Employees' Intention to Stay. *A&O*, 63(4), S. 238–250.
- » **Carr, A.; Cullen, K.; Keeney, C.; Canning, C. et al. (2021).** Effectiveness of positive psychology interventions. *J. Posit. Psychol.*, 16(6), S. 749–769.
- » **Clementi, M. & Ferrazzi, K. (2022).** The Great Resignation Stems from a Great Exploration. *HBR*. Abgerufen am 15.03.2023: <https://bit.ly/3FoxEdg>
- » **Conger, J. A. & Kanungo, R. N. (1988).** The empowerment process. *AMR*, 13(3), S. 471–482.
- » **Helle, M. (2019).** *Psychotherapie*. Heidelberg: Springer.
- » **Kamp, J.; Braun, O. L. & Gail, K. (2020).** Positive Psychologie und die Reduzierung Dysfunktionaler Kognitionen. In O. L. Braun (Hrsg.), *Positive Psychologie, Kompetenzförderung und Mentale Stärke* (S. 153–174), Berlin: Springer.
- » **Klaiber, S. (2018).** *Organisationales Commitment*. Wiesbaden: Springer VS.
- » **Kim, E. S.; Hagan, K. A.; Grodstein, F. et al. (2017).** Optimism and Cause-Specific Mortality. *AJE*, 185(1), S. 21–29.
- » **Krick, A. & Felfe, J. (2020).** Die gesundheitsförderliche Selbstführungskompetenz. *OSC*, 27(1), S. 51–64.
- » **Kühl, S. (2008).** *Coaching und Supervision*. Wiesbaden: Springer VS.
- » **Mangelsdorf, J. (2020).** *Positive Psychologie im Coaching*. Wiesbaden: Springer.
- » **Rischke, J. (2021).** *Fluktuationsmanagement*. Freiburg: Schäffer-Poeschel.
- » **Rolfé, M. (2019).** *Positive Psychologie und organisationale Resilienz*. Berlin: Springer.
- » **Rose, N. (2019).** *Arbeit besser machen*. Freiburg: Haufe.
- » **Rösler, F. (2011).** *Psychophysiologie der Kognition*. Heidelberg: SAV.
- » **Seligman, M. (2015).** *Wie wir aufblühen*. München: Goldmann.
- » **Stempel, C. & Dettmers, J. (2018).** Nicht nur Gesundheit! *GIO*, 49(3), S. 241–250.
- » **Tessema, M.; Tesfom, G.; Faircloth, M. et al. (2022).** The „Great Resignation“. *JHRSS*, 10(1), S. 161–178.
- » **Waters, L.; Algoe, S. B.; Dutton, J. et al. (2022).** Positive psychology in a pandemic. *J. Posit. Psychol.*, 17(3), S. 303–323.

Die Autoren



Foto: Sabrina Fiedler

Nora Stracke ist Wirtschaftspsychologin und als selbstständiger Transformativer Coach für die Themen Resilienz und Stress im Arbeitskontext tätig. Ihr Portfolio umfasst Coachings, Beratungen, Vorträge, Seminare und Workshops dazu.

www.norastracke.com



Foto: Marco Opitz/Stemens Advanta Consulting

Prof. Dr. Patrick Sailer ist Professor für Organisation, Management und Wirtschaftspsychologie an der Hochschule Fresenius in München und als selbstständiger Executive-Coach und Management Consultant tätig.

www.sailer-managementconsulting.de

Impressum

Herausgeber:

Christopher Rauen Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Albert-Einstein-Str. 28 | 49076 Osnabrück | 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: Osnabrück
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: 74,80 € 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 © LightSpring | S. 4, 23 © Victor Prilepa
S. 11 © Rido | S. 26 © Vera Petrunina | S. 4, 28 © RossHelen | S. 29 © SurfUp, Inspiring | S. 32 © sebra | S. 5, 35 © StunningArt | S. 5, 40 © Supamotionstock.com | S. 42 © Creativeadi, solaris, majson | S. 43 © 3rdtimelucky-studio | S. 45 © Dilok Klaisataporn | S. 5, 49 © Ground Picture | S. 5, 54 © 13_Phunkod | S. 56 © fizkes | 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: Hast Du schon vom Tag der Mandarine gehört? Vom Weltkrokettentag? Oder vom Tag der Blasphemie? Aktions- und Thementage wie diese gibt es haufenweise. Vielleicht sollten wir das 15. Jubiläum des Coaching-Magazins zum Anlass nehmen, den 17. Mai als Tag des Coachs auszurufen.

RAUEN: Eine hervorragende Idee. Ich sehe schon massenhaft Coaches mit Klienten im Bollerwagen und einem Glas Sekt in der Hand um die Firmenzentralen kreisen.

EBERMANN: Im Umgang mit dem Alkohol ist aber unbedingt Achtsamkeit anzuraten. Sollte man sich dennoch aufgrund zu hoher Agilität aus den Augen verlieren, hilft der Griff zum Mobiltelefon. Immerhin wird am 17. Mai auch der Weltfernmeldetag begangen.

RAUEN: Dann kann man nur hoffen, dass mit dem Smartphone in der Hand nicht zu viele Beweisaufnahmen gemacht werden. Das könnte später für so manche Peinlichkeit sorgen.

EBERMANN: Apropos Peinlichkeit: Bei allem Augenzwinkern sei angemerkt, dass ein Tag, der zur öffentlichen Wissensbildung in

Bezug auf professionelles Coaching beiträgt, grundsätzlich gar nicht verkehrt wäre. Leider scheinen zu viele Personen, die sich fälschlicherweise als „Coaches“ bezeichnen, das Motto des 17. Aprils ganzjährig wörtlich zu nehmen, wenn sie beispielsweise – natürlich Statussymbole zeigend – Marketingvideos drehen. Es handelt sich um den Bla-Bla-Tag. Oder war es der Erzähl-eine-Lüge-Tag am 4. April?

RAUEN: Man kann es auch kombinieren: Unqualifizierte Coaches lügen in Marketingvideos und protzen mit geliehenen Statussymbolen ... Moment mal. Davon ist YouTube ja bereits voll! Aber im Ernst: Diese moderne Form der Bauernfängerei hat mit seriösem Coaching nichts zu tun. Das schreit ja geradezu nach einem Tag der seriösen Coaches.

EBERMANN: Ich fürchte nur, dass aus der Idee vorerst nichts wird. Leider haben wir den Erfinde-Deinen-eigenen-Feiertag-Tag dieses Jahr nämlich schon verpasst.

RAUEN: Na gut, dann bleibt es eben beim Weltfernmeldetag. Den feiern Online-Coaches bestimmt besonders gerne.