

## **Coaching wird professioneller - Nicht nur der Chef wird gecoacht!**

Personalabteilungen entwickeln verlässliche Qualitätskriterien / Coaches passen ihre Ausbildung an den Bedürfnisse der Manager an

**Gummersbach/Hamburg, 25. Februar 2008** Der deutsche Coachingmarkt befindet sich im Umbruch. Die Ansprüche der Manager an ihre Coaches nehmen zu, und die ersten Personalabteilungen beginnen, das Thema „Coaching“ systematisch anzugehen. Dies ist ein Ergebnis der Studie „Coaching von Top-Managern“, durchgeführt von der Managementberatung Kienbaum in Kooperation mit dem Harvard Businessmanager (Erscheinungstag 26. Februar 2008). Für viele Coachinganbieter bedeuten diese Trends, dass sie ihre Angebote erweitern müssen. Denn neben dem klassischen Coaching nutzen Manager ihren Coach mehr und mehr als neutralen Diskussionspartner, um aktuelle Managementprobleme zu durchdenken. Wer als Coach diesen Anforderungen gerecht werden will, muss einiges bieten.

Wie sehr Manager inzwischen Hilfe bei der Lösung ihrer Alltagsaufgaben wahrnehmen, zeigt die Befragung von Personalmanagern und Topmanagern: In 66 Prozent der befragten Unternehmen sind schwierige Führungs- und Managementsituationen der Anlass dafür, dass Führungskräfte ein Coaching in Anspruch nehmen. Jedoch ist Coaching kein exklusives Tool für das Topmanagement – die Mehrzahl der befragten Unternehmen bietet Coaching auch Führungskräften der oberen und mittleren Managementebene an. Dies sind die Ergebnisse der Studie „Coaching von Top-Managern“, die die Managementberatung Kienbaum in Kooperation mit dem Harvard-Businessmanager durchgeführt hat. Im Rahmen der Studie wurden Topmanager und Personalverantwortliche aus deutschen Konzernen und dem Mittelstand befragt. 201 Fragebögen wurden ausgewertet und analysiert.

### **Wichtigstes Coachingziel: Aktuelle Probleme lösen**

81 Prozent der befragten Unternehmen verbinden mit Coaching das Ziel, aktuelle Führungs- und Managementprobleme zu klären und Lösungsstrategien zu erarbeiten.

77 Prozent glauben, dass sich durch Coaching die Selbstwahrnehmung und das Selbstbild der gecoachten Person verbessert und

75 Prozent sind der Meinung, mittels eines Coachings die soziale und emotionale Kompetenz steigern zu können.

Bei der Auswahl von Coaches zeigt sich eine zunehmende Differenzierung nach Coachingzielen und -themen (59 Prozent).

Zudem sind Berufserfahrung (90 Prozent), eigene Führungs- und Managementenerfahrung (77 Prozent), eine fundierte Change-Management-Kompetenz (65 Prozent) sowie das persönliche Auftreten des Coaches (94 Prozent) wichtige Auswahlkriterien.

Während eine Psychotherapieausbildung keine Rolle spielt, ist eine fundierte Coachingausbildung (83 Prozent) für die Auswahl des Coachs wichtig. „Diese Ergebnisse zeigen, dass Unternehmen von Coachs mehr als nur psychologische Unterstützung verlangen. Sie sehen in den Coachs zunehmend Prozessbegleiter und Sparringspartner in schwierigen Situationen. Um diesen Erwartungen gerecht zu werden, muss sich das Kompetenzspektrum der Coachs erweitern und die Coachausbildung umfassender und multidisziplinärer ausrichten“, so Achim Mollbach, Coachingexperte bei der Managementberatung Kienbaum.

### **Projektleiter im Visier**

86 Prozent der Führungskräfte des Topmanagements können ein Coaching in Anspruch nehmen, während lediglich 39 Prozent der Projektleiter diese Form der Unterstützung gewährt bekommen. Dabei haben es vor allem Projektleiter mit schwierigen Führungs- und Managementaufgaben zu tun. „Viele Unternehmen unterschätzen die Herausforderungen und Schwierigkeiten, die ein Projektleiter zu bewältigen hat. Der Zugang zu einem Coaching sollte nicht an der hierarchischen Position festgemacht werden, sondern sich an der Schwierigkeit und Komplexität der Aufgabe orientieren“, so Achim Mollbach.

### **Professionalisierung und neue Konzepte gefragt**

66 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass gerade die Evaluation und Nachbetreuung von Coachingmaßnahmen in den Unternehmen in Zukunft wichtig ist. Jedoch sind die Unternehmen mit diesen Prozessen noch deutlich unzufrieden und erachten mit 83 Prozent die Nachbetreuung und mit 78 Prozent die Evaluation als deutlich verbesserungsbedürftig.

Coaching selbst sehen aber 76 Prozent der Befragten auch für die Zukunft als ein wichtiges Entwicklungs- und Unterstützungsinstrument an. „Die Studie zeigt insgesamt, dass Coaching keine Modeerscheinung ist, sondern hat sich in den Unternehmen fest etabliert. Für Coachs ist aber kein Grund zum Ausruhen. Die Anforderungen an Coachs werden aufgrund der differenzierten Coachingthemen und der Verbesserung der Evaluation von Coaching deutlich höher. Für eine Professionalisierung des Coachings braucht es daher auch die Weiterentwicklung von Coaching- und Ausbildungskonzepten, die sich noch stärker an den Anforderungen der Unternehmen orientieren“, sagt Achim Mollbach.