

Inhalt

I Grundlagen 9

1. Coaching und andere Beratungsformen 11
2. Verschiedene Coaching-Schulen/-Richtungen 15
3. Ziele und Nutzen von Business-Coaching 16
4. Beteiligte im Coaching-Prozess 18
5. Arten und Formen von Business-Coaching 20
6. Anlässe und Themen im Business-Coaching 23
7. Kosten von Business-Coaching 24
8. Erfolgsfaktoren und Qualitätssicherung im Coaching 25
9. Pro und Contra gängige Coaching-Thesen 27
10. Berufsethik 35

II Persönliche Qualifikation 41

1. Anforderungen an Coaches 41
 - Fähigkeiten und Eigenschaften von Coaches 41
 - Kernkompetenzen von Coaches 44
2. Selbstführung 48
 - Konstruktivismus 49
 - Lethologische Haltung 51
 - Das persönliche Selbstverständnis als Coach 52
 - Wahrnehmungspositionen eines Coaches im Coaching 54
 - Transaktionsanalyse 57

Schattenanteile und Projektionen	65
Achtsamkeit	75
Selbstregulation	85
Selbstwert – Selbstliebe – Selbstempathie/	
Selbstmitgefühl	91

3. Beziehungsgestaltung 98

Agieren statt reagieren	98
Gewaltfrei kommunizieren	101
Vertrauen schaffen	109
Präsent sein, empathisch zuhören und paraphrasieren	112
Akzeptieren	116
Sinnessysteme beachten	116
Hilfreiche Fragen stellen	118
Bewusstsein schaffen	122
Metaphern aufgreifen/anbieten	124
Perspektivwechsel anregen	126
Emotionale Beteiligung steuern	129
Abstraktionsebenen steuern	133
Handlungen anstoßen	134
Anerkennung aussprechen	138
Hausaufgaben vorschlagen	140

III Methodische Qualifikation 142

1. Coaching-Prozess 142

Grundsätzliches	142
Das Engpass-konzentrierte Coaching-Modell (EKC)	144
Entschluss herbeiführen	145
Ergebnis klären	159
Engpass identifizieren	161
EMotion anstoßen	163
Erfolg messen	164
Ernte einfahren	165
Sitzungen vor-/nachbereiten	166

2. Coaching-Tools 168

Auftragsklärung 169

Plus-Minus-Aufstellung 174

Die logischen Ebenen 179

SMARTe Ziele 185

Tun- und-Lassen-Liste 192

Erfolgs- und Stärken-Analyse 194

Systemisch-lösungsorientierte Interventionen 201

Inneres Team 208

Somatische Marker 215

Wechselwirkungsschleife 219

Werteklä rung 227

Ärger-Transformation 232

Autosuggestion 238

Glaubenssatzarbeit 247

Evaluation 254

IV Unternehmerische Qualifikation 261

1. Positionierung 262

Spezialisierungsstrategien 262

Die Engpass-konzentrierte Strategie (EKS) 264

Der Identitäts- und Positionierungs-Kreis (IPK) 268

2. Inszenierung 278

Website 279

Geschäftsausstattung 281

Social Media 282

3. Profilierung 285

Auftreten 285

Vorträge 287

Netzwerken 291

4. Kundengewinnung	294
Akquisestrategien	295
Direktmarketing	296
Aktiv verkaufen	298

Literaturverzeichnis	302
-----------------------------	------------

Sachwortverzeichnis	307
----------------------------	------------

Über die Autoren	310
-------------------------	------------