

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

Schattenanteile und Projektionen	65
Achtsamkeit	75
Selbstregulation	85
Selbstwert – Selbstliebe – Selbstempathie/ Selbstmitgefühl	91
<b>3. Beziehungsgestaltung</b>	<b>98</b>
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

<b>1. Coaching-Prozess</b>	<b>142</b>
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
  - Werteklärung 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**