

Inhaltsverzeichnis

1	Gegenstand und Ziele der Untersuchung	1
1.1	Untersuchungsgegenstand	2
1.1.1	Exploration coachingspezifischer basaler Handlungen	6
1.1.2	Exploration einer Systematik von Entscheidungsmöglichkeiten für die Generierung coachingspezifischer basaler Handlungen	11
1.1.3	Exploration der sozialen Ordnung, die Coaching als professionsspezifische Kommunikationsgattung bzw. als professionsspezifischen Diskurstyp ausweist	13
1.2	Methodologisches Vorverständnis und die Vorgehensweise der Untersuchung	17
1.2.1	Praxeologischer Dreischritt von Abduktion, Deduktion und Induktion	17
1.2.2	Methodisches Vorgehen	19
1.2.3	Programmatik praxeologischer Coachingforschung	24
1.3	Coachingprozesse als Thema der Coachingwissenschaften und Praktikerliteratur	26
1.3.1	Coachingprozesse als Thema der Coachingwissenschaften	27
1.3.2	Coachingprozesse als Thema der Praktikerliteratur	56
1.4	Untersuchungsziele der Studie	58
1.5	Konsequenzen für den weiteren Gedankengang	65
	Literatur	66
2	Untersuchungsgegenstandsspezifische Voraussetzungen	69
2.1	Was ist Coaching und was will Coaching sein?	70
2.1.1	Entstehung, Entwicklung und gesellschaftliche Funktion von Coaching	70
2.1.2	Umriss der ideengeschichtlichen Grundlagen von Coaching	76

2.2	Kommunikations-, handlungs- und systemtheoretische Grundlagen	88
2.2.1	Kommunikationspsychologische und pragmalinguistische Grundlagen	88
2.2.2	Handlungstheoretische Grundlagen.	101
2.2.3	Systemtheoretische Grundlagen des Handelns	115
	Literatur.	121
3	Untersuchungsmaterial, methodologische Vorannahmen und Untersuchungsdesign	125
3.1	Untersuchungsmaterial	125
3.1.1	Expertenbefragung oder Analyse von Coachingprozessen?	125
3.1.2	Feldzugang und Wahl des Untersuchungsmaterials	129
3.2	Methodologische Grundlagen	132
3.2.1	Methodologischer Koinzidenzpunkt alltagspraktischen und wissenschaftlichen Fremdverstehens.	133
3.2.2	Objektivitätsanspruch der Untersuchung.	138
3.2.3	Kategoriengestützte Kodierung	141
3.3	Untersuchungsdesign.	144
3.3.1	Struktur des gewählten Untersuchungsdesigns	144
3.3.2	Flussdiagramm des Untersuchungsdesigns	149
3.4	Transkribierung	151
3.4.1	Transkriptionsregeln	152
3.4.2	Der Prozess der Transkripterstellung.	156
3.5	Kodierung und ihre Validierung durch Paraphrasierung	159
3.5.1	Erster halbstandardisierter Satz für die Paraphrasierung von Coaching-Äußerungen und für die Validierung ihrer Kodierung	161
3.5.2	Zweiter, dritter und vierter halbstandardisierter Satz für die Paraphrasierung von instruktionalistischen Coaching-Äußerungen und die Validierung ihrer Kodierung.	165
3.5.3	Zweiter, dritter und vierter halbstandardisierter Satz für die Paraphrasierung von facilitativen Coaching-Äußerungen und für die Validierung ihrer Kodierung.	173
3.5.4	Fünfter halbstandardisierter Satz für die Paraphrasierung von Coaching-Äußerungen.	183
3.5.5	Beispiele für Gesamtparaphrasen instruktionalistischer Kommunikationsäußerungen.	184
3.5.6	Beispiele für die Gesamtparaphrasen facilitativer Kommunikationsäußerungen.	188
	Literatur.	193

4	Qualitative Untersuchungsergebnisse	195
4.1	Überblick	195
4.2	Illokutionärer Bereich coachingspezifischer Kommunikationsäußerungen	198
4.2.1	Rahmensetzende Kommunikationsentscheidungsmöglichkeiten	199
4.2.2	Problemlösungsbezogene Kommunikationsentscheidungsmöglichkeiten	224
4.2.3	Wie sich die rahmensetzenden mit den problemlösungsbezogenen Illokutionen verbinden	251
4.2.4	Kommunikationsentscheidungsmöglichkeiten bezüglich der Wahl des sozialen Betrachtungsstandpunkts	252
4.2.5	Kommunikationsentscheidungsmöglichkeiten bezüglich der Wahl des zeitlichen Betrachtungsstandpunkts	260
4.2.6	Zusammenfassender Überblick über den illokutionären Sprechhandlungsbereich	262
4.3	Propositionale Kommunikationsentscheidungsmöglichkeiten	263
4.3.1	Kommunikationsentscheidungsmöglichkeiten bezüglich der Wahl des Handlungssubjekts und des Thematisierungskontextes	266
4.3.2	Thematisierungsmöglichkeiten des Handlungsaspekts, seines Realitätsmodus, seiner Bewertung und seiner zeitlichen Positionierung	268
4.4	Medienentscheidungen	279
	Literatur	281
5	Quantitative Untersuchungsergebnisse	283
5.1	Statistische Prüfkriterien	284
5.2	Coaching als metakommunikativ regulierte Kommunikation über die Kliententhematik	289
5.3	Nutzungshäufigkeiten der rahmensetzenden Kommunikationsentscheidungen	292
5.3.1	Unterschiede zwischen Coaches und Klienten	292
5.3.2	Unterschiede zwischen der nicht-metakommunikativen und der metakommunikativen Kommunikation im Coaching und Rollenspiel	298
5.4	Nutzungshäufigkeiten der problemlösungsbezogenen Kommunikationsentscheidungsmöglichkeiten	303
5.4.1	Nutzungshäufigkeiten hinsichtlich der Wahl instruktionalistischer und facilitativer Problemlösungsaktivitäten	306
5.4.2	Nutzungshäufigkeiten der fünf Problemlösungsstufen	308
5.4.3	Nutzungsintensität der 22 problemlösungsbezogenen Entscheidungsmöglichkeiten	318

5.5	Nutzungshäufigkeiten der Möglichkeiten bei der Wahl des sozialen Betrachtungsstandpunkts	324
5.6	Nutzungshäufigkeiten des zeitlichen Betrachtungsstandpunkts	327
5.7	Zwischenbilanz: Der illokutionäre Bereich der „Grammatik“ des Coachens	330
5.8	Nutzungshäufigkeiten der Entscheidungsmöglichkeiten bezüglich der Thematisierung des Handlungssubjekts.	332
5.9	Nutzungshäufigkeiten der Entscheidungsmöglichkeiten bezüglich der Thematisierung des Handlungsaspekts	338
5.10	Nutzungshäufigkeiten der Entscheidungsmöglichkeiten bezüglich der zeitlichen Positionierung des Kommunikationsinhalts	342
5.11	Nutzungshäufigkeiten der Entscheidungsmöglichkeiten bezüglich des Realitätsmodus des Kommunikationsinhalts	345
5.12	Nutzungshäufigkeiten der Entscheidungsmöglichkeiten bezüglich der Bewertung des Kommunikationsinhalts	348
5.13	Zwischenbilanz: Der propositionale Bereich der „Grammatik“ des Coachens	351
5.14	Nutzungshäufigkeiten der Entscheidungsmöglichkeiten bezüglich der Medienwahl	352
	Literatur.	353
6	Rekonstruktion einer coachingspezifischen Fragentypologie	355
6.1	Rekonstruktion einer Typologie coachingspezifischer Frageninhalte . . .	358
6.1.1	Idealtypische Frageninhalte, mit denen Coaches ihren Klienten anregen können, seine Coachingproblematik zu reflektieren . .	358
6.1.2	Idealtypische Frageninhalte, mit denen Klienten ihren Coach anregen können, etwas zu ihrer Coachingthematik zu sagen . .	360
6.1.3	Idealtypische Frageninhalte, mit denen Coaches ihren Klienten anregen können, den Coachingprozess zu reflektieren	361
6.1.4	Idealtypische Frageninhalte, mit denen Klienten ihren Coach anregen können, etwas über den Coachingprozess zu sagen. . .	362
6.2	Rekonstruktion einer Typologie problemlösender Fragen.	363
6.2.1	Befindlichkeitsfragen.	367
6.2.2	Fragen nach relevanten Einzelheiten.	374
6.2.3	Nachsteuernde Fragen zu relevanten Einzelheiten	390
6.2.4	Emotionsfragen	392
6.2.5	Fragen nach relevanten Unterschieden bzw. Gemeinsamkeiten. . .	395
6.2.6	Prozessbetrachtungsfragen	401
6.2.7	Kausalitätsfragen	405
6.2.8	Sinn-, Bedeutungs- und Verantwortlichkeitsfragen.	411
6.2.9	Nicht-vergleichende Bewertungsfragen	416
6.2.10	Vergleichende Bewertungsfragen	431
6.2.11	Impuls- und Entschlussfragen	433
	Literatur.	440

7 Zusammenfassung und Ausblick	441
Literatur	447
8 Kodierhilfen für die Forschungspraxis	449
8.1 Das Kategoriensystem im Überblick	449
8.2 Standardparaphrasen der A-Dimension	458