

## INHALT

<b>PROLOG .....</b>	<b>7</b>
<b>WIE ALLES ANFING: DER BAUM DER ERKENNTNIS .....</b>	<b>9</b>
<b>WAS LÄSST SICH ÜBER WEIN UND COACHING SAGEN? ....</b>	<b>14</b>
Was ist denn Wein und was ist eigentlich ein Coach? .....	14
Supervision und Coaching sind Beratungsformen	
im beruflichen Kontext .....	22
Was ist ein guter Coach? Und ein guter Wein? .....	26
Wie teuer darf ein Wein sein? Was darf Coaching kosten? ....	34
Wie alt darf ein Wein sein? Und wie alt ein Coach? .....	39
Designerwein und Selbstoptimierung .....	44
<b>WEIN, COACHING UND GESUNDHEIT .....</b>	<b>51</b>
The French paradox .....	51
Wer heilt, hat recht? Arnau de Vilanova .....	63
Wie schaffe ich nun den Übergang zur Coaching-Szene? .....	68
Ein Selbstversuch: »Arnau und Milton« .....	72
<b>DER COACHING-PROZESS – DIE WEINPRODUKTION .....</b>	<b>74</b>
Der Weinberg .....	74
Terroir und System .....	74
Planung und Visionen – die Pflege des Weinbergs .....	82
22 Regeln zur Pflege des Weinbergs aus dem Tractatus vini .....	90
Die Sache mit dem Unkraut – wer definiert was? .....	99
Stress, Resistenz und Resilienz .....	145
Resistenz und Resilienz im Weinbau .....	148
Stress, Resilienz und Burn-out .....	149
Cui bono? .....	151
Zurück zu den Wurzeln .....	152
Im Weinkeller .....	157
Cuvée or not Cuvée .....	157
It's simple but not easy – der lange Weg zum Genuss .....	169
Ab in den Keller .....	173
<b>DIE WEINPROBE .....</b>	<b>181</b>
Probieren und Studieren .....	181
Soll man es also lassen? .....	185

Welcher Wein für welche Kunden? .....	187
Welches Coaching für welche Kunden? .....	191
Im Wein liegt Wahrheit – aber welche? .....	193
Ein mögliches Modell und seine Faustregeln .....	194
Die Repräsentationsheuristik .....	197
Verfügbarkeitsheuristik .....	198
Der Pathologie-Bias in der Praxis .....	200
Neugier ist gut beim Probieren (und Studieren) .....	203
Wie viele Weintrinker können nicht irren? .....	205
Bullshit .....	206
<b>EPILOG .....</b>	<b>214</b>
<b>LITERATUR .....</b>	<b>216</b>
<b>ÜBER DEN AUTOR .....</b>	<b>223</b>