

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>7</b>
<b>1 Management-Coaching – Was ist das?</b>	<b>13</b>
1.1 Unterstützung von Managern durch funktions- und aufgabenorientiertes Coaching	14
1.2 Anlässe und Ziele von Management-Coaching	20
<b>2 Der Bezugsrahmen: Die Managementaufgabe des Coachees</b>	<b>27</b>
2.1 Management in und von Organisationen	28
2.2 Ohne andere Menschen läuft nichts: Menschenführung und Einflussnahme	48
2.3 Die Person des Managers im Fokus	64
2.4 Management-Coaching für Projektleiter – Fehlanzeige?	70
2.5 Der Ernstfall: Changemanagement	72
<b>3 Gestaltung und Steuerung von Management-Coachingprozessen</b>	<b>97</b>
3.1 Internes Marketing für Coaching	99
3.2 Auslöser von Coaching in Organisationen	108
3.3 Die Auswahl geeigneter Coachs	162
3.4 Kernelemente eines Management-Coachingprozesses	174
<b>4 Selbstverständnis und Rolle des Management-Coachs</b>	<b>207</b>
4.1 Partnerschaftliches und lösungsorientiertes Agieren	208
4.2 Systemische Auftragsklärung	211
4.3 Aufbau gegenseitiger Wertschätzung	215
4.4 Wertfreies Agieren	218
4.5 Konfrontationsfähigkeit	220
<b>5 Management-Coaching in der Praxis</b>	<b>223</b>
5.1 „ <i>Im Tunnel</i> “: Durch systemische Fragen den Blick erweitern	225
5.2 „ <i>Angst vor Autoritätsverlust</i> “: Das Modell der Transaktionsanalyse	232
5.3 „ <i>Vom Kollegen zum Chef</i> “: Rollenreflexion und Positionierungsübung	254

## Inhaltsverzeichnis

5.4	<i>„Ich kann mich nicht entscheiden!“:</i> Das innere Team kennen und steuern lernen	264
5.5	<i>„Streng Dich an und sei perfekt“:</i> Lebensskript und Antreiberanalyse	272
5.6	<i>„Ich weiß, was ich tun sollte, komme aber nicht dazu“:</i> Die Überwindung von Verhaltenslücken	292
5.7	<i>„In der Sackgasse – keiner sieht mich“:</i> Rollenreflexion zur Optimierung des Selbstmarketings	297
5.8	<i>„Mein Mitarbeiter tut nicht, was er soll!“:</i> Aufbau und Stärkung individueller Handlungskompetenz	304
5.9	<i>„Konflikt mit Kollegen“:</i> Soziogramm und Rollenspielsequenzen	316
5.10	<i>„Der Bauchladen“:</i> Stärkere Positionierung durch Präzisierung und Differenzierung	324
<b>6</b>	<b>Marketing für Management-Coachs</b>	<b>341</b>
6.1	Positionierung	342
6.2	Marketing als Coach: die 5-P-Systematik	351
	<b>Literatur zum Thema</b>	<b>407</b>
	<b>Autoren</b>	<b>413</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>417</b>