

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

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
-------------------------	------------