

Coaching 2.0

TeleCoaching -
Die neue Dimension
des Coachings

Ralf Borlinghaus (Hrsg)

Maren Kaiser

Thomas Göller

Stephan Josef Dick

Dorothee Bornath

Sabine Engelhardt





Das Werk ist zu beziehen bei: www.lulu.com

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verfassers unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Copyright BORA TEXT, Dr. Ralf Borlinghaus, CH-Kreuzlingen,

Besuchen Sie uns im Internet: www.bora-consulting.com

Inhalt

Vorwort.....	10
Danksagung	11
Coaching 2.0 – Nur wieder ein Modetrend?	12
I WAS ist TeleCoaching? – Ein Paradigmenwechsel (Ralf Borlinghaus).....	15
Die große Sprachverwirrung – Was ist Coaching?.....	15
Coaching - Eine Erfolgsstory.....	17
Aktuelle Coaching-Trends	19
Fallstudie I – Die Grenzen des Präsenz-Coachings.....	23
Fallstudie II - Die Möglichkeiten des TeleCoachings.....	27
Der Paradigmenwechsel im Coaching.....	31
TeleCoaching – Künftig eine Selbstverständlichkeit?.....	34
II WARUM TeleCoaching? – Überzeugen Sie sich selbst (Ralf Borlinghaus).....	37
TeleCoaching – Eine praktische Alternative	37
TeleCoaching – praktisch für den Klienten	38
TeleCoaching – praktisch für den Auftraggeber	41
TeleCoaching – praktisch für den Coach	44
Die neue Dimension des Coachings – Methodische Aspekte des TeleCoachings.....	46
Die Welt ist Klang – Vom Sehen zum Hören	46
Unsichtbarkeit – Den Körper zum Sprechen bringen	50
Blind Date – Sich blind verstehen.....	53
Coachen auf Ohrenhöhe – Die Chance zum herrschaftsfreien Dialog.....	56
Professionell Coachen - Methodenvielfalt am Telefon	58
Nicht billig aber günstig: Wirksamkeit + Effizienz = Kostenvorteil.....	59
Geld spielt keine Rolle? - Und ob!	59
Wert-Schätzung – TeleCoaching ist wertvoll.....	60
In der Kürze liegt die Würze – In weniger Zeit mehr erreichen...	62
Das können Sie sich sparen! – Reisekosten.....	63
Nicht zur besten Sendezeit! – Vom Senken der Opportunitätskosten	65
Rechnen Sie mal nach – 40% Kostenvorteil!	65

Eierlegendewollmilchsau? – Zielgruppen, Indikationen & Grenzen des TeleCoachings	67
Ohne Anspruch auf Exklusivität – Zielgruppen für TeleCoaching	69
TeleCoaching – Ein Mittel für alle Fälle?	70
Grenzen des TeleCoachings – Eine Überraschung!	72
Zusammenfassung	73
III WIE geht TeleCoaching? – Ein Ratgeber für die Praxis . 75	
Der Gute Draht zum anderen – Die technische Infrastruktur (Thomas Göller)	77
Seit über 130 Jahren telefonieren wir	77
Die Infrastruktur	79
Wie wichtig ist die beste Qualität?	80
Die optimale Hardware	80
Das optimale Netz	82
Die richtigen Endgeräte	82
Das richtige Headset	83
Die ideale Umgebung für Coach und Klient	86
Es muss nicht immer im Büro sein	87
Technische Hilfsmittel	88
Coaching mit Gruppen	89
Alternative Video?	90
Wo führt das noch hin?	90
Coachen auf der Tonspur – Grundlagen (Ralf Borlinghaus)	92
Die Vorbereitung des Klienten auf das TeleCoaching	92
Gestaltung des Gesprächsrahmens am Telefon	94
Die Gesprächsführung am Telefon	96
Die Auftragsklärung am Telefon	98
Der TeleCoaching-Vertrag	103
Dokumentation des TeleCoaching-Prozesses	106
Evaluation des TeleCoaching-Prozesses	107
Fern und doch ganz nah – Beziehungsgestaltung am Telefon (Stephan Josef Dick)	111
Frei von Bildern dem Anderen begegnen	111
Was ist wesentlich, wenn ein erster Kontakt zustande kommt? ..	115
Vertrauen wachsen lassen und pflegen	124
Vertrauensfördernde Tipps für Coaching am Telefon	130
Blitzlichter aus dem Coaching-Alltag am Telefon:	131
Ganz Ohr – Die Kunst des Zuhörens (Sabine Engelhardt)	135
Dimensionen des Zuhörens am Telefon – verbale, nonverbale und paraverbale Kommunikation	135

Jeder hört und spricht anders – Gehörtes sichtbar machen.....	142
Vom Ton zum Tun – Am Telefon erfolgreich arbeiten	
(Ralf Borlinghaus).....	146
Den Klienten beim Wort nehmen	146
Umgang mit Schwierigkeiten	149
Telefon³ – Gruppen coachen am Telefon	
(Dorothee Bornath)	155
Das Potenzial von Gruppen durch TeleCoaching aktivieren	155
Praktische Hinweise zum Gruppen-TeleCoaching.....	157
Die Doppelrolle Coach und Moderater als Herausforderung	161
Erprobte TeleCoaching-Formate für Gruppen.....	162
TelefonSEX - Frauen, Männer & das Telefon	
(Maren Kaiser).....	167
Frauen, Männer & das Telefon – Welten, die einander begegnen?.....	167
Grundlegende Unterschiede weiblicher und männlicher Kommunikation	169
Klischees typisch weiblicher und männlicher Kommunikation	171
Ein bunter Strauß an Erfahrungen – Frauen und Männer im TeleCoaching	172
Fazit	177
IV Coaching unlimited – Methoden und Interventionen	
am Telefon (Maren Kaiser)	180
Wirksamkeit am Telefon entfalten –	
Sprachliche Interventionen	184
The Work von Byron Katie.....	185
Appreciative Inquiry.....	189
NLP - Neurolinguistisches Programmieren.....	200
Von der Stimme ins Innen geführt – Trancen am Telefon.....	205
Rudern in die gleiche Richtung - Arbeit mit dem Inneren Team	211
Vom Sehen zum Hören - Methodentransfer.....	216
wingwave-Coaching – schnell und effektiv	218
„Kinästhetisches NLP“ am Telefon – leichter als erwartet.....	228
Aufstellungen – ein erstaunliches Phänomen	237
Die Reise in den eigenen Körper – Körperarbeit am Telefon.....	245
Focusing – auf die Stimme des Körpers hören	246
EDxTM™ – Meridiane als Kompass zur Lösung	251
Tipps und Tricks – Methodentransfer leicht gemacht	254
V Best practice – Erfahrungen mit TeleCoaching.....	259
TeleCoaching-Erfahrungen von Klienten.....	259

Pilotstudie TeleCoaching –	
18 Probanden geben Feedback (Ralf Borlinghaus)	259
Unsichtbare Unterstützung bei der Unternehmensentwicklung –	
Erfahrungsbericht von Oliver Hauff.....	267
Mein TeleCoach als zuverlässiger Begleiter –	
Erfahrungsbericht von Ulrich Haist	271
Selbst ist der Mensch –	
Erfahrungsbericht von Carsten Spillner	274
TeleCoaching-Erfahrungen von Auftraggebern	277
Alles aus einer Hand – TeleCoaching als moderne Service-	
Dienstleistung bei der Clariant International Ltd.	
(Christopher Scheid).....	277
Hybrid-Seminare – Die wirksame Kombination von	
Präsenzveranstaltungen und TeleCoaching bei der	
Fraport AG (Lutz Siebert).....	282
TeleCoaching-Erfahrungen von Coaches	288
Telefonisches Peer-Coaching – Die Nachhaltigkeit von	
Führungsseminaren durch kollegiale Beratung stärken	
(Ralf Borlinghaus).....	288
V Exkurse.....	294
Was war zuerst: Bild oder Ton? –Biologische und	
anthropologische Aspekte des TeleCoachings	
(Thomas Göller)	294
Neue Formen der Zusammenarbeit –	
Das BORA TeleCoachNetwork (Ralf Borlinghaus).....	304
Das BORA Geschäftsmodell	305
BORA TeleCoaching-Formate	308
Qualitätssicherung	309
Anhang	311
Literatur	311
Abbildungsverzeichnis.....	313
Liste der Co-Autoren und Interviewpartner.....	314
Autorenprofile	316