9 771866 484006

Praxis erleben | Wissen erweitern

Coaching Magazin

ISSN 1866-4849

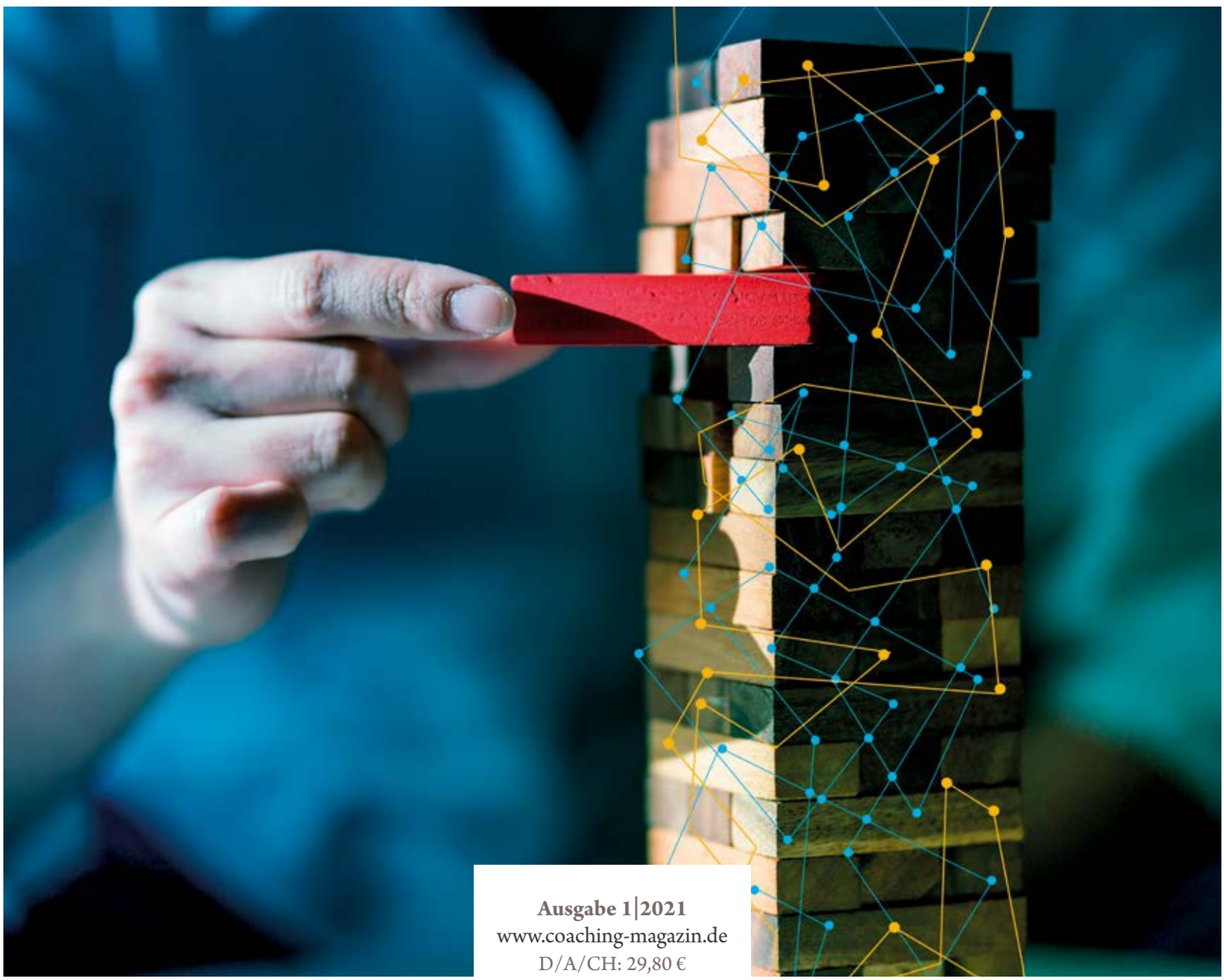
Spotlight
Integratives Neuro-Coaching | **S 38**

Wissenschaft
Virtual und Mixed Reality im Coaching | **S 49**

Philosophie/Ethik
Vertrauen im Coaching | **S 54**

Wie sich Nebenwirkungen und Abbrüche im Coaching vermeiden lassen

Prof. Dr. Carsten C. Schermuly im Interview | **S 14**



Ausgabe 1|2021
www.coaching-magazin.de
D/A/CH: 29,80 €

Lösungsfokussiertes Konfliktmanagement in Organisationen.

Rezension von Björn Rohde-Liebenau
Peter Röhrig und Martina Scheinecker haben für ihr Buch 25 Autoren zusammengebracht, die Tools aus ihrem Methodenkasten vorstellen. Da es sich um bekannte Namen des lösungsfokussierten Coachings handelt, sind die den Beiträgen nachgeordneten Verweise und Literaturangaben umfangreich. Mindestens ein Bericht aus der Praxis macht jede der Anleitungen anschaulich. Das Spektrum der Darstellung reicht von kurzen Lockerungsübungen bis zu Konzepten für mehrtägige Workshops.

Das Buch wendet sich explizit an „alle Menschen, die Konfliktmanagement in Unternehmen und anderen Organisationen kompetent unterstützen wollen." Die Methodendarstellung setzt Erfahrung in Coaching und Lösungsfokus voraus. Da dem Buch eine ausführliche Heranführung sowohl an Coaching-Methoden als auch an eine lösungsfokussierte Haltung vorangestellt ist, werden sich Prozessberater, Organisations- und Personalentwickler, Projektleiter und Führungskräfte gleich imstande sehen, die eine oder andere Methode selbst einzusetzen. Der Hintergrund der Autoren ist ebenso breit wie der der Zielgruppe – es werden u.a. auch Aspekte der Theologie, Psychotherapie und des Rechts thematisiert.

Nach dem ermutigenden Einstieg hilft dem Leser eine Matrix, in der alle Beiträge in vier Kriterien eingeordnet werden: geeignet für Konfliktmanagement (1) zwischen Einzelnen, (2) im Team bzw. zwischen Teams, (3) bei Mobbing und (4) für den Einsatz durch Führungskräfte.

An einem lösungsfokussierten Ansatz interessierte Mediatoren mögen sich jetzt fragen, weshalb auf den ersten Blick Mediation kein Thema im Buch zu sein scheint. Die Antwort liefert aus berufenem Mund der erste Satz des Vorworts: „Dieses Buch ist ein wichtiger Beitrag zur Entwicklung der Mediation, weil es die Handlungsoptionen für die Konfliktbehandlung erweitert […]" (Friedrich Glasl, S. 7) Hier wird tatsächlich Mediation nicht gesondert dargestellt. Vielmehr kann jede der Maßnahmen einen Mediationsprozess unterstützen – nicht zuletzt vielleicht der beschriebene mehrtägige Workshop.

In einem zweiten Vorwort hebt Mark McKergow hervor, dass Geduld, Akzeptanz und Anerkennung zu den wesentlichsten Kompetenzen in der Konfliktbehandlung gehören. Es gelte, Zeit und Raum zu schaffen, gerade wo es hart zur Sache gehe. Dies solle die übergreifende Strategie beim Einsatz der im Buch gesammelten Interventionen sein.

Beim Mobbing, ein weiterer thematischer Schwerpunkt des Buchs, kommen Lösungsfokus und der „Shared Responsibility Approach" aus einer vergleichbaren Haltung ohne Blick in die Vergangenheit zu guten Ergebnissen, weshalb der Beitrag von Heike Blum und Detlef Beck hier besonders hervorgehoben sei. Dieser geht auch besonders ins Detail, bis hin zu Vorschlägen für die Interaktion der Beteiligten.

> *„Dieses Buch ist ein wichtiger Beitrag zur Entwicklung der Mediation, weil es die Handlungsoptionen für die Konfliktbehandlung erweitert […]" (Friedrich Glasl, S. 7)*

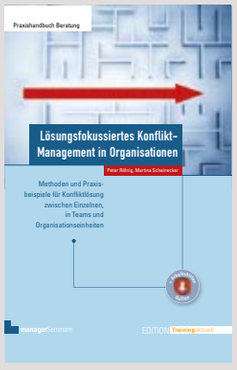
Hier wird ebenfalls der Unterschied zwischen einem systemischen und einem lösungsfokussierten Ansatz deutlich: Was auch immer war, was auch immer noch dazu gehört und wie das ineinandergreift – können wir jetzt einen neuen Weg gehen und doch zusammenarbeiten?

Verlag und Herausgeber sind für den einheitlichen und übersichtlichen Aufbau zu loben. Nach Kurzbeschreibung und technischen Hinweisen folgen Bemerkungen zum Anwendungsszenario, Vor- und ggf. Nacharbeiten, Phasenbeschreibungen, Erfahrungen und Kommentare. Eine weitere, sehr freundliche Form der Einordnung ist der regelmäßig am Ende der Beiträge zu findende „Dank an die Quellen" – nicht selten Co-Autoren des Buchs.

Fazit: Lösungsfokussierung beim Konfliktmanagement ist die ganz hohe Schule. Dieses Buch bietet vielfältige Einstiege und einen breitgefächerten Methodenkoffer, um bei aller Lösungsfokussierung doch die notwendige Zeit und den Raum zu schaffen, die bzw. den jede Konfliktbehandlung oder Mediation erfordert.

RA Björn Rohde-Liebenau
Ombudsmann, Mediator und Coach
RCC@risk-communication.de

Bei amazon.de bestellen: *www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/395891067X/cr*



Röhrig, Peter & Scheinecker, Martina (Hrsg.) (2019).
Lösungsfokussiertes Konfliktmanagement in Organisationen.
Bonn: managerSeminare
ISBN 978-3-95891-067-6
350 S., 49,90 €

Impressum

Herausgeber:
Christopher Rauen Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Hannah-Arendt-Str. 34 | 49134 Wallenhorst | Deutschland
Tel.: +49 541 98256-778 | Fax: -779
E-Mail: *coaching-magazin@rauen.de*
Internet: *www.rauen.de*

Vertretungsberechtigter Geschäftsführer:
Dr. Christopher Rauen
Sitz der Gesellschaft: Wallenhorst
Registergericht: Amtsgericht Osnabrück
Registernummer: HRB 215729
USt-IdNr.: DE232403504

Inhaltlich Verantwortlicher i.S.d.P. und gemäß § 5 TMG: Dr. Christopher Rauen *(Anschrift wie oben)*

Redaktion:
David Ebermann *(de)* – Chefredakteur
Dr. Christopher Rauen *(cr)*
Alexandra Plath *(ap)*
Dawid Barczynski (*db*)

E-Mail an die Redaktion:
redaktion@coaching-magazin.de

Abonnement: Jahresabo (4 Ausgaben) | Print: 69,80 € inkl. USt. zzgl. Versandkosten (Deutschland 2,00 € pro Ausgabe, EU & Schweiz 4,50 € pro Ausgabe, weltweit 6,50 € pro Ausgabe) | Digital: ab 59,80 € inkl. USt.
www.coaching-magazin.de/abo

Erscheinungsweise: Vierteljährlich

Anzeigenredaktion:
anzeigen@rauen.de | Tel.: +49 541 98256-778 | Fax: -779

Mediadaten & Anzeigenpreise:
www.coaching-magazin.de/mediadaten.html

Konzeption & Gestaltung: *www.werdewelt.info*
Bild-Quellennachweis: Titelseite © WHYFRAME | S. 9 © Roman Samborskyi
S. 4, 22, 26 © alphaspirit.it | S. 4, 28 © rickyd | S. 5, 33 Min C. Chiu
S. 5, 38 © PopTika | S. 43 © This Is Me | S. 45 © Bilanol
S. 5, 49 © TierneyMJ | S. 51 © Gorodenkoff | S. 5, 54 © Photobac
S. 57 © SFIO CRACHO
Benutzung unter Lizenz von Shutterstock.com

Druck: FROMM GmbH & Co. KG |
Breiter Gang 10–16 | 49074 Osnabrück
druckhaus@fromm-os.de | *www.fromm-os.de*

Hinweise:
Das Coaching-Magazin und alle enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Die Übernahme und Nutzung der Daten bedarf der schriftlichen Zustimmung der Christopher Rauen GmbH. Alle Angaben erfolgen nach bestem Wissen, sind jedoch unverbindlich und ohne Gewähr; eine Haftung wird – soweit rechtlich möglich – ausgeschlossen. Verwendete Bezeichnungen, Markennamen und Abbildungen unterliegen im Allgemeinen einem Warenzeichen-, marken- und/oder patentrechtlichem Schutz der jeweiligen Besitzer. Eine Wiedergabe entsprechender Begriffe oder Abbildungen berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass diese Begriffe oder Abbildungen von jedermann frei nutzbar sind. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Bildmaterial, Datenträger und Informationen sonstiger Art übernimmt die Coaching-Magazin-Redaktion keine Gewähr. Die Redaktion behält sich vor, Leserbriefe / E-Mails – mit vollständigem Namen, Anschrift und E-Mail-Adresse – auch gekürzt zu veröffentlichen. Bitte teilen Sie uns mit, wenn Sie mit einer Veröffentlichung nicht einverstanden sind.

ISSN: 1866-4849

Das Letzte

EBERMANN: Der Blick von außen eröffnet neue Perspektiven und bringt frischen Wind, heißt es. Gilt das auch für digitale Coaching-Provider, die sich zwar mit Digitalisierungsprojekten auskennen mögen, aber in der Coaching-Branche oftmals Neulinge sind?

RAUEN: Solche Start-ups gibt es in vielen Branchen und es ist schwer, abzusehen, wie erfolgreich sie sein werden. Hinter großen Hoffnungen und Versprechungen steckt bei Start-ups nur eine zehnprozentige Wahrscheinlichkeit, ein tragfähiges Geschäftsmodell zu entwickeln. Die Coaching-Branche hat schon viele Angebote kommen und gehen sehen.

EBERMANN: Da es mittlerweile einige konkurrierende Start-ups dieser Art gibt, dürfte das vermutlich auch so bleiben. Es wäre zumindest sehr überraschend, sollten sich alle langfristig halten. Immerhin: Der Coaching-Markt scheint als recht vielversprechend zu gelten.

RAUEN: Das scheint offenbar so zu sein, wenn man sieht, welche Investments hier getätigt werden. Ich wage allerdings zu bezweifeln, dass die Branche groß genug ist, diese oftmals überzogenen Hoffnungen zu erfüllen.

EBERMANN: Also ist der Blick von außen mitunter auch realitätsverzerrend? Spannend sind die Fragen, welches Modell sich am ehesten behaupten kann und ob jene Anbieter, die über Erfahrung in der Coaching-Branche verfügen, diesen Vorteil gegenüber ihrer Konkurrenz nutzen können.

RAUEN: Die Start-ups hoffen natürlich auf Skaleneffekte durch Digitalisierung. Das würde aber bedeuten, dass Coaching zu einem Massenprodukt wird. Und dieser Markt ist nicht nur margenschwach, sondern wird auch absehbar durch KI-Angebote belegt werden, welche nur von wirklich großen IT-Anbietern realisiert werden können. Da ist das Premium-Segment, welches erfahrene Anbieter auch digital besetzen könnten, schon deutlich attraktiver.

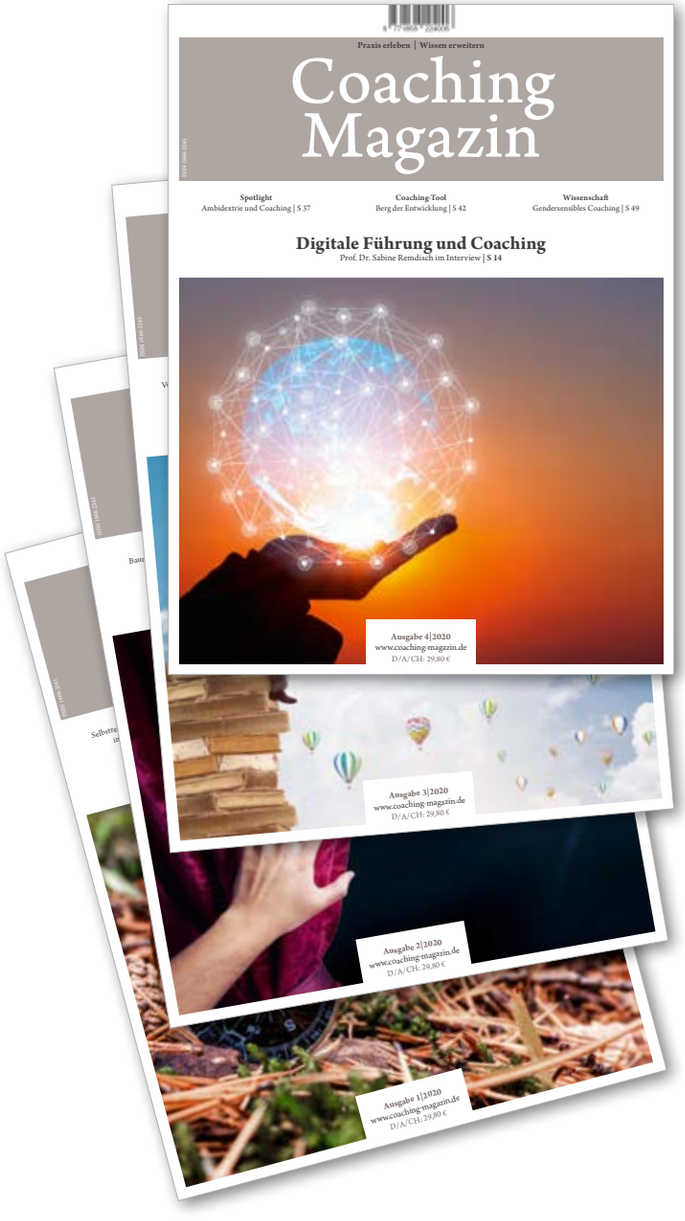
EBERMANN: Die Früchte hängen demnach hoch und es bleibt spannend, wer sich ausreichend strecken kann …

RAUEN: Ja, es gibt Start-ups, die sich für Apple halten und glauben, die Coaching-Branche sei die Musikindustrie. Solche Fantasien sind vielleicht ein wenig zu ambitioniert. So oder so wird es spannend.

Coaching Magazin

Praxis erleben | Wissen erweitern

Das Coaching-Magazin wendet sich an Coaches, Personalentwickler und Einkäufer in Unternehmen, an Ausbildungsinstitute und potenzielle Coaching-Klienten. Das redaktionelle Ziel ist es, dem Leser eine hochwertige Mixtur aus Szene-Informationen, Hintergründen, Konzepten, Portraits, Praxiserfahrungen, handfesten Tools und einem Schuss Humor anzubieten. Dabei ist der Redaktion wichtig, inhaltlich wirklich auf das Coaching als professionelle Dienstleistung fokussiert zu sein und nicht schon jedes kleine Kunststückchen aus dem Kommunikationstraining in Verbindung mit modischen Lifestyle-Themen zum Coaching hochzustilisieren.



Mediadaten: *www.coaching-magazin.de/mediadaten*

– Heftpreis –

Das Einzelheft kostet 29,80 €
inkl. 7% USt., zzgl. Versandkosten.

Jetzt das Einzelheft bestellen
www.coaching-magazin.de/abo/einzelheft

– Abonnement –

Die Abonnement-Laufzeit beträgt 12 Monate bzw. 4 Ausgaben. Unsere Digital-Modelle schließen unbegrenzten Zugriff auf *www.coaching-magazin.de* ein.

Print-Abonnement: 69,80 € zzgl. Versandkosten
Digital-Abonnement: ab 59,80 €
Kombi-Abonnement Print & Digital: ab 79,80 € zzgl. Versandkosten

Versandkosten:
Innerhalb Deutschlands: 2,00 € pro Ausgabe;
EU & Schweiz: 4,50 € pro Ausgabe;
weltweit: 6,50 € pro Ausgabe

Attraktive Studierendentarife

Jetzt das Abo online bestellen
www.coaching-magazin.de/abo