

„Online Coaching im Unternehmens-Kontext“

Live-Call zum Thema Unternehmerinnen Mindset

1. Der Entstehungshintergrund und die Rahmenbedingungen

- Zielgruppe
Wer kommt?
- Wir als Coaches
Welche Rolle nehmen wir ein?

2. Der Frauen Live Call als Tool (Vorgehensweise erklären)

2.1 Vorbereitung

- Themenankündigung: Was erwartet die Teilnehmer

2.2 Ablauf

- Gruppendynamik (2 Coaches und Teilnehmer)
(Welche (besonderen) Konstellationen haben sich ergeben? Beispiel: Pärchen-Coaching Johanna & Hanna, einzelne Teilnehmer)
- Fragen und Antworten („im Feld“) Was war Thema?
- Reflexion: Techniken und Motive, Welche Methoden sind zum Einsatz gekommen?

2.3 Nachbereitung

- Auswertung am Ende: Was ist uns aufgefallen?

3. Fazit

- Wirkung & Absicht
- Wie war das Feedback (Teilnehmerstimmen) „Erwartung vs. Ergebnis“
- Kritische Reflexion (unsere Learnings)

1. Der Entstehungshintergrund und die Rahmenbedingungen

Der Entschluss die Ausbildung zum systemischen Coach zu beginnen entstand vor dem Hintergrund, dass wir in unserer derzeitigen Tätigkeit als Marketing Coaches uns noch mehr fundiertes Praxiswissen aneignen wollten. Die Frage, wie hilft man dem Klienten dabei selbst die Lösung seiner Probleme zu erkennen, dementsprechend zu handeln und neue Ressourcen zu entwickeln war das Hauptmotiv noch tiefer in das Thema „systemisches Coaching“ einzusteigen. Wir wollten abseits von den primär technischen Themen einen weiteren Coaching-Schwerpunkt auf die Glaubenssätze unserer Klienten legen, mögliche Blockaden aufdecken und den Kunden darin unterstützen in der Start-Up-Phase ihres Unternehmens das persönliche Wohlbefinden nicht aus dem Fokus zu verlieren. In der Unternehmensberatung, in der wir tätig sind, ist es unsere Aufgabe Coaches, Beratern, Dienstleistern und Agenturen dabei zu helfen Neukunden online zu gewinnen. Wir stehen täglich im Kontakt mit unseren Kunden und nutzen für unsere Arbeit hauptsächlich die Plattform Facebook, für den Kundensupport und halten mehrmals die Woche Live-Calls zu unterschiedlichen Themenschwerpunkten ab. Durch die Ausbildung bei InKonstellation entstand die Idee ein neues Coaching-Format für unsere Firma zu entwickeln. Die Idee einen Frauen- Live Call auf die Beine zu stellen entstand als wir feststellten, dass viele Business-Themen von Männern und Frauen unterschiedlich reflektiert und umgesetzt werden. Wir wollten zusätzlich zu dem bestehenden Mindset-Call für Männer und Frauen einen „Raum“ schaffen, in dem die Unternehmerinnen sich mit ihren Themen auseinandersetzen können und wollten herausfinden ob dieses Format es den Frauen womöglich erleichtert sich noch intensiver mit ihren Gedanken und Motiven auseinander zu setzen.

In dem nachfolgenden Kapitel beleuchten wir zunächst das Setting, beschreiben den Coaching-Prozess während der Live-Calls, die wir jeweils immer zu zweit abhielten und gehen auf die Besonderheiten und Auswirkungen unseres Tools ein. Abschließend widmen wir uns der Reflexion unseres Prozessverlaufes, legen unsere daraus gewonnen Erkenntnisse dar und geben einen Ausblick darauf, wie sich das Tool zukünftig weiterentwickeln könnte.

2. Der Frauen Live Call als Tool (Vorgehensweise erklären)

2.1 Vorbereitung

Themenankündigung: Was erwartet die Teilnehmer

Wir starteten das Projekt „Frauen Live Call“ zum Thema Unternehmerinnen-Mindset am 19.03.2019 und hielten bis zum 07.05.2019 wöchentlich eine Sitzung ab. Die Sitzungen wurden vorher jeweils mit einem kurzen Intro-Video in den jeweiligen Facebook-Gruppen unserer Klienten angekündigt und mit dem Verweis auf einen Link in den Live-Call weitergeleitet. Die Gruppenstärke bestand im Durchschnitt etwa aus 10 Frauen und uns als Coaches. Das Setting war so angelegt, dass die Teilnehmer bereits in der Ankündigung darauf verwiesen wurden ihre Webcam während des Calls einzuschalten, um für alle zu gewährleisten, dass nur weibliche Teilnehmer an der Coaching-Sitzung teilnahmen. Um den Live-Call mehreren Teilnehmern gleichzeitig zugänglich zu machen nutzen wir die Plattform Zoom, auf der ähnlich wie bei Skype Konferenz-Sitzungen möglich sind. Sobald die Teilnehmer sich über einen Link aus der Facebook-Gruppe zuschalteten, wurde ihr Webcam-Bild sichtbar und eine Chatfunktion aktiviert. Zunächst leiteten wir den Call mit einer kurzen Begrüßung in die Runde ein und wiesen anschließend die Frauen darauf hin, dass sie bei Fragen kurz eine Notiz in den Chat schreiben sollen und wir sie dann zum direkten Coaching zuschalten und die Sprachfunktion aktivieren.

2.2 Das Tool in der Anwendung in einem Praxis-Beispiel

Prozessbeschreibung

Im Folgenden handelt es sich um zwei Klientinnen, die gemeinsam nach Dubai ausgewanderten um ihr eigenes Online-Coaching ortsunabhängig auszubauen. Bei dem nachfolgend beschriebenen Coaching-Prozess es wichtig, die zwischenmenschliche Beziehung nicht nur auf der beruflichen Ebene zusammen zu reflektieren, sondern ebenso die Emotionen auf der privaten Seite zu verstehen.

Thema

Die beiden Freundinnen Klara und Luisa nennen uns zu Beginn des Coachings Herausforderungen, die sie während der Zeit im fremden Land bewältigen möchten. Somit stellen sich im Verlauf des Gespräches folgende Aspekte dar:

- eigene innere Blockaden lösen
- Selbstkenntnis
- eigene Fähigkeiten
- Missverstandene Kommunikation
- beruflicher Ausblick

Ziel

Die beiden Geschäftspartnerinnen harmonisieren laut deren Aussage beruflich und privat nicht mehr miteinander. Wir nehmen als Auftragsklärung wahr die Diskrepanzen untereinander genauer in den Fokus zu nehmen und herauszufinden wie diese in der Tiefe zustande kommen. Wir möchten die Situation von außen beleuchten und lassen uns dafür konkrete Situationen beschreiben, in denen die beiden Frauen dieses Gefühl von Disharmonie wahrnehmen.

Inhalte

Rückblickend kamen im Folgenden aufgelistete Coaching- Modelle und Tools zum Einsatz:

1. Das Technik-Tool Zoom

2. Coaching-Methoden:

GROW-Modell (im gesamten Prozess)

SMART (für die Zieldefinition)

Landkarte der Befindlichkeit

Skalenarbeit

Fragetechniken

Feedback

Aktives Zuhören

G- Goal (Auftragsklärung)

Nachdem die beiden Unternehmerinnen sich im Call mit ihrem Anliegen im Zoom-Chat mit der Aussage "wir haben eine Frage" zu Wort meldeten , wurden diese von uns freigeschaltet. Wir begrüßten Beide und starteten zu Beginn mit der Frage bei welchem konkreten Anliegen wir ihnen weiterhelfen können.

Da der Frauen-Live-Call nur Mindset-Themen berücksichtigte und die Klientinnen uns bereits durch das Gruppencoaching kannten, war eine Vorstellung unsererseits nicht mehr notwendig. Wir hielten die Landkarte der Befindlichkeit hoch in die Kamera und ließen uns damit aufzeigen, an welcher Stelle sie sich selbst auf der Karte sehen. Klara meinte gleich „auf der steilen Kletterwand“, wo Luisa hingegen sich auf der „Durststrecke“ sah. Bei Beiden war es deutlich, dass sie durch Zeiten gingen, in denen sie viel Energie für ihre momentane Situation aufbringen mussten.

Wir ließen Klara und Luisa ihre derzeitige Situation schildern und die Beiden fingen an zu berichten, dass sie „riesige Blockaden“ haben und sie nicht wüssten woran „Das“ liegt. Sie leben auf engstem Raum, die Energie sei „weit unten“. Sie hatten bereits das Gespräch zueinander gesucht und schilderten das ihnen dennoch nicht klar wurde, weshalb die Situation so „verfahren“ sei. Um die momentane Beziehungsebene, auf der sich die als „bedrückend“ beschriebenen Emotionen für uns abzugleichen und um ein konkreteres Bild von der Situation zu bekommen, lassen wir uns ein paar Beispiele solcher Momente nennen. Wir greifen eine der geschilderten Situationen auf und gehen darauf eingehend ein.

Um die Gesamtsituation eingehend zu reflektieren und abschließend auch mögliche Lösungswege herauszuarbeiten nutzen wir für den gesamten Prozess das GROW-Modell.

Eingehend stellten wir zunächst die Frage woran sie merken würden, dass sie ihr Ziel erreicht hätten. Die Antwort auf unsere Frage war runtergebrochen: Private Auseinandersetzungen zu vermeiden und vor dem Kunden als eine Einheit aufzutreten, ohne dass das Gefühl von Eifersucht die Situation überlagert.

Wenn man nun das SMART-Modell für die Zielformulierung in Betracht nimmt, ist es präzise und eindeutig formuliert (S=spezifisch), quantitativ/qualitativ (M=messbar), positiv formuliert/motivierend (A=attraktiv), das Ziel muss erreichbar sein (R=realistisch) und bis in genau vier Wochen erreicht (T=terminiert) sein.

Um die im SMART-Modell genannten Teilaspekte in den Prozess zu integrieren, leiteten wir die Klientinnen mit gezielten Fragen an und notierten uns alle relevanten Details, auf welche wir nachfolgend kurz eingehen möchten.

R- Reality

Nach der Auftragsklärung, fingen wir Coaches an den Status Quo zu überprüfen und fragten einzeln ab, wo jeweils die Stärken der Einen und der Anderen lagen. Erstmals schilderten sie uns, dass sie sich „ähnlich“ seien und die „gleiche“ Power und Begeisterung sowie den „gleichen“ Humor haben. Welches auch das

Motiv sei, weshalb sie gemeinsam ins Ausland zogen und zusammen ein Geschäft auf die Beine brachten.

Wenn die 10 die höchste und 0 die niedrigste Zahl ist, waren beide der Ansicht auf der Skala 3 zu liegen. Auf die Frage, ob das Problem bezogen auf die Zielerreichung auch in anderen Bereichen existiert, war es ganz eindeutig, dass sich die negativen Einstellungen nicht nur berufsbezogen, sondern sich auch auf das Privatleben auswirken. Schließlich lässt sich berufliches und privates nicht trennen bei einem Zusammenwirken beider Kontexte. Als wir die Frage stellten, was sie bereits getan haben, um ihre Ziel zu erreichen, kamen Punkte zusammen wie: stärkere Teamfähigkeit, gegenseitige Unterstützung und bessere Kommunikation, respektvoller Umgang.

Dabei wollten wir von der jeweils Anderen wissen, wo sie die Stärken bei ihrer Geschäftspartnerin sahen. Es stellte sich heraus, dass Klara sehr gute Englischkenntnisse hat und Luisa die Strategien im Unternehmertum sehr gut, aus ihrer Expertise als Unternehmerin, kennt . Um damit arbeiten zu können, fragten wir sie, was denn als Nächstes passieren müsste, um höher auf der Skala zu liegen. Sowie die Frage, wie sie ihre Stärken im beruflichen Kontext nutzen könnten. Sofort lächelten die Beiden. Sie stellten klar, dass sie gerne als Team auftreten würden und dabei Klara die Position der Gesprächsführung übernehmen solle. Wenn sie jedoch merkt, dass Luisa im Gespräch etwas hinzuzufügen hat, übernimmt sie den weiteren Gesprächsverlauf bzw. ergänzt relevante Informationen. Da Luisa sich in gewissen Business-Strategien ausgezeichnet auskennt, sollte sie vor allem an diesen Stellen in Gesprächen die Führung übernehmen.

Durch das Skizzieren der Ist-Situation und dem abgleichen der gewünschten Soll-Situation hatten sowohl wir, wie auch die beiden Klientinnen ein klares Bild vor Augen, wie das gemeinsame Wunsch-Szenario beider auszusehen hatte.

O- Options

Des Weiteren war es noch wichtig die Handlungs-Optionen, das "Wie" für zukünftige Meeting-Situationen in den Fokus zu nehmen.

Durch das sanfte Berühren des Anderen, sollte der Gesprächspartner wahrnehmen, ab wann er dem Anderen die Gesprächsführung überlassen solle. Wir halfen Klara und Luisa ebenso sich an eine Situation zurück zu erinnern, in der sie einen gelungenen Gesprächsverlauf mit dem Kunden hatten. Sie nannten uns ganz klar, dass es sehr gut funktioniert hatte als sie vor dem Kunden sich gegenseitig zustimmten, in kurzen Worten wiederholten was der Andere jeweils gesagt hatte und durch das gegenseitige untermauern bestimmter Aussagen ein Wir-Gefühl aufkam, durch das sie sich gegenseitig respektvoll und unterstützend zur Seite standen. Das Aktive Zuhören unsererseits nahm einen roten Faden im Coaching-Gespräch an.

W- Way

Als Zwischenziel gaben wir Klara und Luisa eine Art Hausaufgabe auf, in der sie 5 Dinge, die sie an dem anderen schätzen aufschreiben und dies in einer Woche, bis zum nächsten Call vorbereiten sollten. Im weiteren Punkt sollen sie Wünsche an die gemeinsame Zusammenarbeit formulieren. Hierzu gaben wir ihnen die Schritte des Feedback-Modells an die Hand. Das Modell hatten wir den Beiden bereits erklärt, um zukünftige Gespräche mit Leichtigkeit und Wertschätzung führen zu können. Darüber hinaus machten wir sie darüber aufmerksam, den Unterschied zwischen der eigenen Interpretation und dem „Was ist“ zu berücksichtigen. Am Ende des Coachings wurde von uns nochmals nach der momentanen Skalierung gefragt. Sie nannten uns eine 7 und es war ihnen deutlich anzusehen, dass sie positiver als zu Beginn gestimmt waren. Wir bedankten uns für ihr Vertrauen und verabschiedeten uns und führten dann eine weitere Coaching-Session mit der nächsten Teilnehmerin durch.

3. Fazit

- Wirkung & Absicht
- Wie war das Feedback (Teilnehmerstimmen) „Erwartung vs. Ergebnis“
- Kritische Reflexion (unsere Learnings)

Rückblickend hat die angewandte Methode insbesondere des GROW-Modells uns viele Einblicke verschafft, eingehend zu reflektieren und zu resumieren wo der jeweilige IST-Zustand des Klienten liegt und welchen Soll-Zustand dieser anstrebt. Durch die Nutzung des Tools Zoom, war es uns möglich eine Gruppendynamik herzustellen, in der ähnlich wie bei Reflecting-Team Teilnehmer sich zum Prozess des Anderen äußern konnten und sichtlich ein Wir-Gefühl entstand.

Bei dem dargelegten Coaching Prozess von Luisa und Klara war es uns wichtig, den Fokus auf die Teamarbeit zu legen und die Beiden darin zu unterstützen, einen wertschätzenden und respektvollen Umgang miteinander zu pflegen, in dem sie sich klar ihre gemeinsamen Ziele, Wünsche und Talente bewusst machten. Die Kernkompetenzen des Anderen zu benennen und den Blick für vergangene Erfolge zu schärfen und daraus positive Absichten für die Zukunft zu kreieren, war der an uns formulierte Auftrag.

Die Gruppengröße und das Setting half den Klientinnen sichtlich dabei sich auf den Coaching-Prozess einzulassen, da jeder offen seine Mindset-Themen im Businessbereich darlegte und dadurch eine sehr vertrauensvolle Atmosphäre entstand. Mithilfe der Hausaufgaben, willigten die Klientinnen zudem ein, sich weiter mit ihrem Thema auseinanderzusetzen und bewusst eine neue Blickrichtung einzunehmen. Die Teilnehmer konnten die Coaching-Gespräche und die längerfristigen Prozesse der anderen Teilnehmer zudem mitverfolgen und somit ihre eigene Haltung mit denen der anderen abgleichen und sich selbst in ähnlichen Situationen reflektieren. Die Gruppendynamik innerhalb eines Calls wurde auch genutzt, um sich gegenseitig zu bestärken und bot den Leuten mit

ähnlichen Problemen im Anschluss des Coachings die Möglichkeit sich untereinander zu vernetzen.

Durch die etwa im 15 Minuten Takt wechselnden Coachees besteht allerdings die Problematik das eine adäquate Auftragsklärung und die Anwendung des GROW-Modells teilweise recht oberflächlich ist. Nach Abschluss einer jeden Sitzung holten wir uns Feedback ein, um unsere Wahrnehmung mit der der Teilnehmer abzugleichen und unsere Ideen für die folgende Sitzung zu sammeln. Abschließend lässt sich festhalten, dass ein solches Gruppen-Coaching immer einer "Themensammlung" bedarf um den Mehrwert der Coachings hoch zu halten und einen konkreten Rahmen für die Teilnehmer festzustecken. Im Unternehmenskontext existieren eine Vielzahl unterschiedlicher Themenpools, welche im Rahmen unseres Firmeninternen Kunden-Supports breits mit unterschiedlichen Coaching-Sessions abgedeckt werden. Aus eingangs aufgeführten Gründen wählten wir das Thema Unternehmerinnen-Mindset aus und stellten rückblickend fest, dass sich eine exakte Zielgruppe erst durch die Festlegung auf bestimmte Themen deutlich herauskristallisierte. So kamen beispielsweise überwiegend Frauen in den Call, die sich eines Unterschiedes zwischen einer "männlichen und weiblichen Vorgehensweise" im beruflichen Kontext bewusst waren und den Wunsch hatten sich tiefergehend mit ihrer privaten und beruflichen Einstellung auseinander zu setzten.