

# Inhaltsverzeichnis

- Vorwort
- Anleitung zur Arbeit mit der Kartei

## Teil A: Allgemeines – Grundlagen – Begriffe – Abgrenzungen

1. Coaching: Definition und Abgrenzung – Übersicht
2. Abgrenzungen zu anderen Beratungsformaten (1)
- 2a. Abgrenzungen zu anderen Beratungsformaten (2)
3. Beteiligte: Coach – Klient – Auftraggeber
4. Konstruktivismus
5. Lösungsorientierte Grundhaltung
6. Prinzipien und Spielregeln
7. Erforderliche Kompetenzen eines Coaches – Übersicht
8. Fachlich-methodische Kompetenzen eines Coaches
9. Persönliche Kompetenzen eines Coaches
- 9a. Feldkompetenzen des Coaches
10. Amt und Rolle des Coaches
11. Die 7 Grundsätze der Coaching-Arbeit – Übersicht
12. Allgemeine Grundsätze der Coaching-Arbeit (1)
13. Allgemeine Grundsätze der Coaching-Arbeit (2)

## Teil B: Coaching-Arten

1. Arten des Coaching nach Beteiligten
2. Arten des Coaching nach Themen
3. Systemisches Coaching – Übersicht
4. Systemisches Coaching – Entwicklung
5. Systemisches Coaching – Anwendungsbereiche

## Teil C: Der Ablauf des Coachingprozesses

- I. Der Ablauf des Coachingprozesses – Übersicht
- II. Kontaktaufnahme

1. Gegenseitiges Kennenlernen: Coachingbeziehung aufbauen
2. Klärung der Rahmenbedingungen
3. Auftragsklärung mit dem C.L.E.E.R.I.T.-Format (1)
4. Auftragsklärung mit dem C.L.E.E.R.I.T.-Format (2)
5. Stolperfallen bei betrieblichem Coaching
6. Gründe für die Ablehnung eines Coaching-Auftrages
7. Der Vertragsschluss

### III. Analyse-Phase

1. Klärung der Ausgangssituation und Zielbestimmung (1)
2. Klärung der Ausgangssituation und Zielbestimmung (2)

### IV. Interventionen und Umsetzung der Ziele

1. Übersicht: Interventionen, Tools (Arbeitshilfen), Formate
2. Interventionen (1)
3. Interventionen (2) – Übersicht

### V. Abschlussphase

1. Evaluation und Abschluss des Coachings
2. Fragen zur Evaluation

### VI. Onlinecoaching

1. Onlinecoaching – Vorteile/Nachteile (1)
2. Onlinecoaching – Vorteile/Nachteile (2)
3. Besonderheiten im Coachingprozess (1)
4. Besonderheiten im Coachingprozess (2)
5. Besonderheiten im Coachingprozess (3)
6. Technische Hilfsmittel (1)
7. Technische Hilfsmittel (2)

# Inhaltsverzeichnis

## Teil D: Allgemeine (NLP-)Grundlagen

1. Coaching und NLP
2. NLP-Vorannahmen (1)
3. NLP-Vorannahmen (2)
4. Die Coaching-Beziehung
5. Rapport – Pacing – Leading – Übersicht
6. Pacing – Übersicht
7. Wahrnehmungskanäle und Repräsentationssysteme
8. Physiologische Merkmale
9. Augenzugangshinweise
10. States / Zustände
11. Wahrnehmungspositionen
12. Zielformulierung (SMART-Wohlgeformtheitskriterien)
13. Grundlagen des Meta-Modells
14. Logische Ebenen (nach R. Dilts)
15. Chunking

## Teil E: Standard-Interventionen, Tools und Formate

### I. Aktives Zuhören

1. Übersicht
2. Aktives Zuhören

### II. Kleine verbale Interventionen für Vertrauen, Bindung und Vertiefung

1. Übersicht
2. Interventionen (1)
3. Interventionen (2)
4. Interventionen (3)
5. Interventionen (4)

### III. 7 verbale Interventionen zur Klärung, Differenzierung und Präzisierung

1. Übersicht
2. Interventionen (1)
3. Interventionen (2)
4. Interventionen (3)

### IV. Verbale Interventionen – vom Problemdenken zum Lösungsdenken

1. Übersicht
2. Interventionen

### V. Frage-Interventionen

1. Hauptinstrument im Coaching
2. 7 wichtige Eigenschaften von Frage-Interventionen
3. Frage-Interventionen – Übersicht
4. Frage-Interventionen (1)
5. Frage-Interventionen (2)
6. Frage-Interventionen (3)
7. Frage-Interventionen (4)
8. Frage-Interventionen (5)

### VI. Reframing

1. Bedeutung und Übersicht
2. Six-Step-Reframing (Schritte)
3. Verhandlungsreframing

### VII. Arbeit mit Visualisierung und Metaphern

1. Visualisierungsarbeit
2. Metaphern: Definition und Einsatz im Coaching
3. Metaphern – Übersicht
4. Metaphern erstellen (Übersicht)
5. Metaphern erstellen (Beispiel)

# Inhaltsverzeichnis

## VIII. Ressourcen-Arbeit

1. Übersicht
2. Ressourcen-Integration (Alignement) (1)
3. Ressourcen-Integration (Alignement) (2)
4. Ressourcen-Modellierung (1)
5. Ressourcen-Modellierung (2)
6. Anker – Definition und Funktionsweise
7. Anker setzen
8. Einsatz von Ankertechniken im Coaching
9. Ressourcen aktivieren (Moment of Excellence) (1)
10. Ressourcen aktivieren (Moment of Excellence) (2)

## IX. Glaubenssatz-Arbeit

1. Definition und Identifizierung von Glaubenssätzen
2. Werkzeuge zur Veränderung (1)
3. Werkzeuge zur Veränderung (2)
4. Werkzeuge zur Veränderung (3)
5. Werkzeuge zur Veränderung (4)
6. Werkzeuge zur Veränderung (5)
7. Der kleine Zirkuselefant (1)
8. Der kleine Zirkuselefant (2)

## X. Time-Line-Arbeit

1. Begriff und Arten der Time-Line
2. Change History
3. Zielprogrammierung in der Zukunft

## XI. Arbeit mit Dissoziation

1. Dissoziationsprozess (1)
2. Dissoziationsprozess (2)
3. Dissoziation bei Konfliktsituationen

## XII. Walt-Disney-Strategie

1. Übersicht
2. Schritte
3. Grafik
4. Typische Fragen

## XIII. Wertearbeit

1. Wertehierarchie/Wertematrix (1)
2. Wertehierarchie/Wertematrix (2)
3. Werteraster

## XIV. Teile-Arbeit

1. Arbeit mit Teilpersönlichkeiten (1)
2. Arbeit mit Teilpersönlichkeiten (2)
3. Arbeit mit Teilpersönlichkeiten – Formulierungsbeispiele
4. Choreographie innerer Stimmen
5. Personifizierung von Symptomen

## XV. Systemische Formate und Tools

1. Symbolisierung mit Alltagsgegenständen
2. Tetralemma (1)
3. Tetralemma (2)
4. Tetralemma (3)

## XVI. Provokativer Ansatz

1. Provokatives Coaching – Historie
2. Provokatives Coaching – Grundlagen und Voraussetzungen
3. Provokatives Coaching – Vorgehensweise
4. Provokatives Coaching – Weitere Merkmale
5. Provokatives Coaching – Werkzeuge (1)
6. Provokatives Coaching – Werkzeuge (2)

# Inhaltsverzeichnis

## Teil F: Spezielle Formate und Tools

1. Das S.T.E.P.-Format
2. Coaching in Krisensituationen (1)
3. Coaching in Krisensituationen (2)
4. Coaching in Krisensituationen (3)
5. Verhaltensmuster verändern
6. Einbeziehung virtueller Experten / virtueller Unbeteiligter
7. Coaching-Goldwaage
8. Rollenwechsel im Coaching (1)
9. Rollenwechsel im Coaching (2)
10. 360-Grad-Coaching
11. Problemlösung mittels Wahrnehmungspositionen
12. Dreiecks-Strategie
13. Kristallkugel
14. Lösungsmärchen
15. Ressourcen in der Gegenwart
16. Ressourcen in der Zukunft
17. Saftpresse
18. Zirkuläre (Erst-)Gespräche (1)
19. Zirkuläre (Erst-)Gespräche (2)
20. Die Feenfrage
21. Das 3-Millionen-Euro-Spiel

## Teil G: Modelle

1. Bedürfnispyramide nach Abraham Maslow
2. Circle of Influence nach Steven Covey
3. Das Pareto-Prinzip (Die 80-20-Regel)
4. Modelle nach Frederic Herzberg
5. Das Flow-Modell nach Mihaly Csikszentmihaly
6. Transaktionsanalyse

7. Balance-Modell nach Peseschkian (1)
8. Balance-Modell nach Peseschkian (2)
9. Balance-Modell nach Peseschkian (3)
10. Aufgabenplanung, insbes. nach Eisenhower und Covey
11. Das Riemann-Thomann-Modell (1)
12. Das Riemann-Thomann-Modell (2)
13. Das Riemann-Thomann-Modell (3)
14. Das Modell der Denkhüte nach Edward de Bono (1)
15. Das Modell der Denkhüte nach Edward de Bono (2)
16. Das 5-Felder-Modell des erfüllten Lebens nach F. Schulz von Thun
17. Das Modell der Lernstadien

## Teil H: Tests

1. Persönlichkeitstests – Allgemeines (1)
2. Persönlichkeitstests – Allgemeines (2)
3. Structogram (1)
4. Structogram (2)
5. Structogram (3)
6. Structogram (4)
7. HBDI – Whole Brain Thinking (1)
8. HBDI – Whole Brain Thinking (2)
9. HBDI – Denkstilpräferenzen
10. HBDI – Teamprofil
11. Insights MDI (Allgemeines)
12. Insights MDI (Grundtypen)
13. Insights MDI (Die verschiedenen Typen I)
14. Insights MDI (Die verschiedenen Typen II)

# Inhaltsverzeichnis

15. Insights MDI (Die verschiedenen Typen III)
16. Der DISG-Test (1)
17. Der DISG-Test (2)
18. Der DISG-Test (3)
19. Der DISG-Test (4)
20. Der Meyers-Briggs-Typen-Indikator: MBTI (1)
21. Der MBTI-Test (2) Die 16 Persönlichkeitstypen
22. Der MBTI-Test (3) Die Rollen der Persönlichkeitstypen
23. Der MBTI-Test (4) Kritik und Einsatz in der Coaching-Praxis

## Teil J: Marketing

1. Der erste Schritt hin zu erfolgreichem Marketing
2. Wählen Sie Ihre Marketingkanäle
3. Kanäle, die aufeinander aufbauen – ein Beispiel
4. Marketing – Die eigene Website (1)
5. Marketing – Die eigene Website (2)
6. Marketing – E-Mail-Marketing (1)
7. Marketing – E-Mail-Marketing (2)
8. Marketing – Weitere Marketing-Tools (1)
9. Marketing – Weitere Marketing-Tools (2)
10. So bauen Sie eine Story auf
11. Tipps für professionelle Videos
12. Seien Sie einfach Sie selbst
13. Marketing – Social Media (1)
14. Marketing – Social Media (2)
15. Marketing – Social Media (3)
16. Marketing – Social Media (4)
17. Marketing – Sonstiges

## Teil K: Literatur

1. Literaturverzeichnis und Abbildungen (1)
2. Literaturverzeichnis und Abbildungen (2)