

**Sandra Dundler**

# **Für Entdecker: Ihr Weg zum Online-Coach**

**Vielfalt, Anforderungen und Einsatzmöglichkeiten  
von Formaten und Methoden des virtuellen Coachings**

managerSeminare Verlags GmbH – Edition Training aktuell

---

# Inhaltsverzeichnis

---

**Warum dieses Buch entstand .....7**

**Wo finden Sie was? ..... 14**

## **Kapitel 1**

**Der Coaching-Markt – Was passiert dort gerade?..... 17**

1.1 Warum überhaupt Coaching?..... 20

1.2 Coaching braucht Präsenz, oder? ..... 24

1.3 Arbeitswelt und Nachfrage nach Coaching ..... 27

## **Kapitel 2**

**Online-Coaching – Worum genau geht es dort? ..... 41**

2.1 Definition – Was bedeutet Online-Coaching? ..... 43

2.2 Mögliche Online-Formate –  
Was bietet der Coaching-Markt aktuell?..... 45

2.3 Virtuell unterwegs sein –  
Warum nicht auch im Coaching?..... 47

2.4 Wirksamkeit von Online-Begleitung ..... 52

2.5 Ein Gedankenexperiment – Testen Sie Ihre  
persönliche Einstellung zum Online-Coaching ..... 55

2.6 Online-Coaching unter die Lupe genommen ..... 57

**Kapitel 3****Ist Online-Coaching das Richtige für Sie?..... 75**

- 3.1 Allgemeine Coaching-Prinzipien und Rollen aus  
Perspektive der Neurowissenschaft ..... 77
- 3.2 Wie stehen Sie persönlich zu Online-Coaching? –  
Eine Reflexionshilfe ..... 79
- 3.3 Wie können Sie Online-Coaching in Ihr Business-Modell  
integrieren bzw. ein neues aufbauen? ..... 83

**Kapitel 4****Online-Coaching – Welche Formate sind verfügbar?. 89**

- 4.1 Die Suche nach dem passenden Format –  
Ruderboot oder Luxusyacht? ..... 91  
Selbst schwimmen – Selbstcoaching..... 92  
Das Floß – Einfaches Hilfsmittel: Coaching  
via E-Mail ..... 94  
Das Kanu – Basiswerkzeug: Telefon-Coaching .....112  
Das Ruderboot – Mehr Möglichkeiten mit dem  
Video-Chat-System .....125  
Das Motorboot – Gut ausgestattet unterwegs  
im virtuellen Klassenzimmer.....142  
Das Kreuzfahrtschiff – Alles inklusive:  
Integrierte Online-Coaching-Plattformen .....168  
Die Yacht – Kombination aus Luxus und Freiheit:  
Virtuelle 3-D-Lernwelten .....181
- 4.2 Ideen zum Weiterdenken .....205  
Übersichtstabelle .....213

**Kapitel 5****Die Phasen im Online-Coaching-Prozess ..... 215**

- Der Ablauf eines Online-Coaching-Prozesses.....217
- 5.1 Die Phasen 0-1: Finden und Kennenlernen –  
präsent und/oder online .....218
- 5.2 Phase 2: Auswahl des Settings und Einstimmung  
auf das Online-Arbeiten .....220

5.3	Die Phasen 3-6: Vom Thema zum Ziel, mit Ressourcen zur Lösungsidee .....	225
5.4	Phase 7: Transfer und Evaluation der Sitzung.....	228
5.5	Phase 8: Abschluss des Coaching-Prozesses und Evalua- tion von Zielerreichung und Formatauswahl.....	230

## **Kapitel 6**

### **Wie starten Sie Ihr Online-Business? ..... 231**

6.1	Vorüberlegungen – Formulieren Sie Ihre Fragen.....	234
6.2	Finden Sie heraus, welches Format zu Ihren Kompetenzen passt .....	236
6.3	Was unterscheidet Ihre Arbeit in Präsenz von Ihrer geplanten virtuellen Arbeit? .....	240
6.4	Entweder – oder? Nein! Mixen und ergänzen Sie Zusatzservices für echten Mehrwert .....	242
6.5	Wer sind Ihre Klienten? .....	244
6.6	Wie soll Ihr Angebot aussehen?.....	246
6.7	Was brauchen Sie (noch) dazu? .....	248
6.8	Weiterbildungsangebote auf dem Markt – Worauf achten? .....	250
6.9	Das empfehlen Experten für das erfolgreiche Online-Coaching-Business.....	251
6.10	Die Sache mit den Finanzen – Zahlungsmodalitäten und Preiskalkulation .....	256
6.11	Sichtbarkeit und Marketing .....	258

## **Kapitel 7**

### **Wissenswertes ..... 263**

7.1	Mediendidaktik und Lernprozess .....	265
7.2	Rechtlicher Rahmen.....	274
	So können Sie sich schützen – die Basics .....	277
7.3	Selbstorganisation.....	284
7.4	Aus der Praxis der Experten.....	288

**Kapitel 8**  
**Hilfsmittel, Checklisten, Reflexionsübungen.....303**

8.1 Selbsttest: Wie gut passt Online-Coaching  
in mein Business?.....305

8.2 Mein Mindset für ein erfolgreiches  
Online-Coaching-Business.....307

8.3 Das Geschäftsmodell .....309

8.4 Tipps und Tricks für den erfolgreichen Start .....313

8.5 Schriftliche Brücken bauen.....316

8.6 E-Mail-Etikette vereinbaren .....318

8.7 Übungen für die Stimme .....319

8.8 Die hilfreichsten Tipps der befragten Experten.....323

Schlusswort .....327

**Anhang .....331**

Kurzporträts der interviewten Experten .....332

Literatur .....342

Stichwortverzeichnis .....347

**Online**

- ▶ Glossar
- ▶ Linkliste
- ▶ Einschätzung: Präsenz-Coaching vs. Online-Coaching
- ▶ Vorlage: Business Model Canvas
- ▶ Format: Welches Format passt zu meinen Kunden?
- ▶ Übersicht: Vor- und Nachteile der Formate
- ▶ Arbeitsblatt: Das 4-Folien-Konzept
- ▶ Checkliste: Richtig dokumentiert?
- ▶ Checkliste: Vorbereitung eines Telefon-Coachings
- ▶ Arbeitsblatt: Spinnennetz
- ▶ Arbeitsblatt: Kern- und Randkompetenz
- ▶ MindMap: Mindset für den Online-Erfolg

## Warum dieses Buch entstand



Abb.: Wortwolke – Online-Coaching hat viele Namen

Unsere Arbeitswelt befindet sich mitten in einem digitalen Wandel. Kaum ein Unternehmen, das sich zurzeit noch nicht mit der digitalen Transformation seiner Arbeitsprozesse beschäftigt. Die vielfältigen digitalen Möglichkeiten schaffen neue Optionen, besser mit dynamischen Marktumfeldern umgehen zu können. Sie bringen auch viele neue Herausforderungen mit sich – für die Organisation, die Führung, für das tägliche Miteinander. Es gilt, mit neuen Führungs- und Kommunikationstechniken zu experimentieren, eine neue Vertrauens- und Fehlerbewältigungskultur zu etablieren, dem Einzelnen mehr Verantwortung und auch mehr Freiheiten in seinen Entscheidungen zu übertragen.

*Neue  
Herausforderungen  
durch den digitalen  
Wandel*

*Was bedeutet  
Coaching in  
einer digitalen  
Arbeitswelt?*

Doch was bedeutet der digitale Wandel für uns BeraterInnen und Coachs? Welche Rolle spielt Coaching in der künftigen Arbeitswelt? Ändert sich das Beratungsformat? In welcher Weise? Und was bedeutet das für den Einzelnen? – Dass Coaching eine Rolle spielt und dass bestimmte Erwartungen an neue Coaching-Formate gestellt werden, zeigt alleine die Vielzahl an Begriffen, die sich wie von selbst bilden. In Gesprächen mit Auftraggebern, Kunden, Kollegen zeigt sich mir aber auch immer wieder, dass es zurzeit noch viel Unklarheit über den Inhalt dieser Begriffe gibt. Und auch darüber, wie die vielen genannten Formate dann in der Praxis sinnvoll genutzt werden können. Schaut man noch etwas genauer hin, stehen Sie als Coach vor spezialisierten Fragestellungen wie: Ist mein Angebot künftig eher schriftbasiert, auditiv, synchron oder asynchron, mit Chat oder mit Avataren ...?

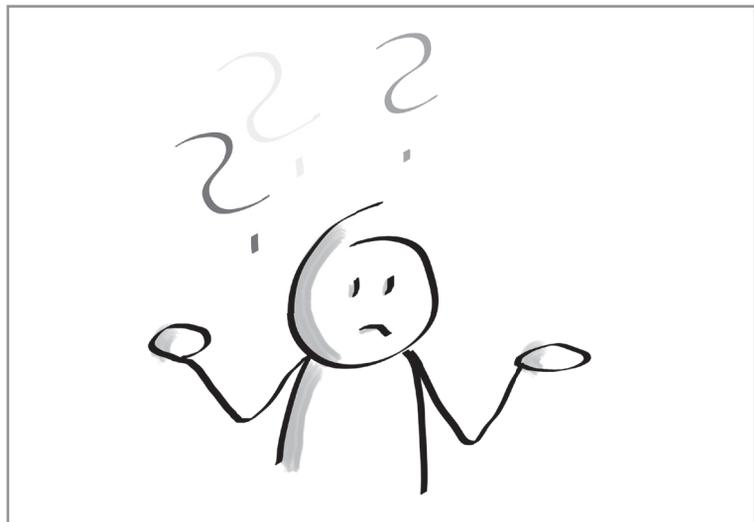


Abb.: Digitales Coaching – ein noch unvertrautes Terrain

In diesem Begriffsdschungel kann man sich leicht verlieren, obwohl es unzählige Erklärungsversuche im Internet gibt. Auch die Recherche von Plattformen und Tools auf dem Markt kann mühsam werden. Ich weiß nicht, wie es Ihnen geht, mir fehlt häufig die Zeit und auch die Geduld, mich stunden-

lang über Varianten und Möglichkeiten zu informieren. Und ich bin für jeden Tipp von Kollegen dankbar, der mich dabei unterstützt, up to date zu bleiben und Lösungsideen für meine konkreten Fragestellungen zu finden. Denn genau so, wie sich Formate und Arbeitsweisen im Coaching verändern, verändert sich auch die Bedeutung von Netzwerken und Austausch. Darin sehe ich aktuell eine große Chance: Gemeinsam können wir das virtuelle Coaching aus dem Dornröschenschlaf erwecken. Denn – und davon bin ich absolut überzeugt – es schlummern noch viele unentdeckte Potenziale für unsere professionelle Arbeit als Coach in der Digitalisierung.

Die Arbeitswelt wandelt sich. Die jüngeren Generationen haben andere Ansprüche an das Lernen. Weiterentwicklung wird individuell und fokussiert. Führungskräften fällt es leichter, kürzere Coaching-Einheiten in ihren Berufsalltag zu integrieren. Aus Transfersicht ist das meiner Meinung nach auch absolut sinnvoll, denn virtuelle Formate ermöglichen es der Führungskraft, viel näher am Alltag und an der Umsetzung des Vereinbarten dranzubleiben. Hinzu kommt, dass die digitale Transformation längst in unserem Alltag Einzug gehalten hat und die Unternehmen alles daransetzen, agil und digital unterwegs zu sein.

Ziel der Digitalisierung ist allgemein, den Kundennutzen als die zentrale Kenngröße in den Fokus der betrieblichen Wertschöpfung zu stellen. Das bedeutet, dass Geschäftsmodelle neu gedacht werden müssen. Es geht um Kundennähe, Schnelligkeit, Flexibilität und vieles mehr. Man beginnt, ganze Abläufe mit künstlicher Intelligenz zu steuern und die Einsatzgebiete werden größer. Ist das Risiko oder Chance für uns? Ich persönlich sehe die aktuellen Bewegungen als Chance. Denn genau die damit einhergehenden Veränderungen in den Unternehmenskulturen stellen Führungskräfte und Mitarbeiter vor neue Herausforderungen: Weniger Hierarchie, mehr Kollaboration, agile Arbeitsweisen, direktes Feedback, höhere Transparenz usw. Der Unterstützungsbedarf durch Coaching wird meines Erachtens eher wachsen als schrumpfen.

*Kundennutzen  
als die zentrale  
Kenngröße*

fen. Wir können eine Schlüsselposition für die erfolgreiche Transformation einnehmen.

*Der Coach als  
Wegbereiter*

Wir könnten Wegbereiter und -begleiter sein, wenn wir uns selbst auf den digitalen Wandel einlassen. Und dazu gehört es auch, die eigenen Geschäftsmodelle zu überdenken und an die Erfordernisse anzupassen, neue Mittel und Wege auszuprobieren. Dadurch bieten sich neue Ziel- und Kundengruppen. Online-Formate ermöglichen ganz nebenbei eine bessere Zeiteinteilung und machen Sie als Coach unabhängiger.

Und noch ein Gedanke dazu: Die künstliche Intelligenz kann in naher Zukunft bereits dazu eingesetzt werden, die häufig eher langwierige Zielklärung zu Beginn des Coachingprozesses zu übernehmen und den Coachee zur Konkretisierung anleiten. Und dann, wenn die Kompetenz eines hochkarätigen Coachs gefordert ist, kann dieser in den Prozess einsteigen und die individuelle Entwicklung begleiten. Hört sich das für Sie verrückt an? Ich glaube, das oder ähnliche Modelle sind durchaus ein paar Gedanken wert. Dass es funktioniert, zeigen zum Beispiel Studien von TriCat und dem Bundesministerium für Bildung und Forschung bei Bewerbungsgesprächen – mehr dazu ab Seite 214.

*Das Buch bietet  
einen einfachen  
Zugang in diese  
neue Welt*

Genau hier liegt meine Motivation, mich diesem Buchprojekt zu widmen. Ich möchte Ihnen als Coach, als HR-verantwortliche Person, als Führungskraft oder einfach als interessierter Leserin, interessiertem Leser einen einfacheren Zugang zu dieser Welt verschaffen und Sie dazu anregen, sich Ihre eigenen Gedanken dazu zu machen. Denn auch das macht unsere Arbeitswelt aus – die gegenseitige Befruchtung und das gemeinsame Ideenspinnen ...

Wenn ich auf meine Historie zurückblicke, dann hatte ich das Thema „Online“ zu Beginn meiner Tätigkeit als Trainerin, Coach und Teamentwicklerin so gar nicht auf dem Schirm. Und ich bin auch nicht über das Coaching in diesen Bereich gekommen, sondern vielmehr über Live-Online-Trainings.

Das Thema hatte mich interessiert und ich entschloss mich, dazu selbst ein Seminar zu besuchen. Und – ich glaube nicht an Zufälle – mein Weg hat mich zu einer der Pionierinnen für interaktive Live-Online-Trainings geführt: Inga Geisler ([www.ingageisler.de](http://www.ingageisler.de)). Innerhalb kürzester Zeit – eigentlich in den ersten 15 Minuten Ihres hochkarätigen Trainings – war ich von den Möglichkeiten im virtuellen Klassenzimmer fasziniert. Das war der Moment, als alles begann ...

Der nächste Ausflug führte mich schon in die 3-D-Welt von TriCat ([www.tricat-spaces.net](http://www.tricat-spaces.net)) – und auch das faszinierte mich sofort. Mein Gehirn startete „Just in time“ mit anfangs noch konfusem Transfergedanken. Die Nutzung von digitalen Medien im Coaching war der logische nächste Schritt. Überhaupt ist Coaching eine wunderbare Begleitmaßnahme für alle Führungstrainings. Sowohl beim Führungsnachwuchs als auch bei Trainings für erfahrene Führungskräfte. Individuelle 1:1-Termine begleitend und im Nachgang zum Seminar bringen echten Transfer für die Teilnehmer.

Inzwischen biete ich kaum noch Training oder Coaching in reiner Präsenzform an. Meine Kunden lassen sich in der Regel gerne auch einmal auf ein „Experiment“ ein und testen verschiedene virtuelle Möglichkeiten. Ungefähr 60 Prozent meiner Arbeit findet momentan in virtuellen Formaten statt, davon ist die Hälfte komplett online, der Rest als Blended-Variante – Tendenz steigend. Spannend ist, dass sich diese Veränderung finanziell positiv auswirkt. Denn meine Leistung und mein Know-how wird virtuell nicht weniger wert, sondern ganz im Gegenteil.

Bei einem bin ich mir sicher: Jetzt ist der perfekte Zeitpunkt, sich mit virtuellem Coaching auseinanderzusetzen! Begleiten Sie mich in diesem Buch auf der Reise durch diese teilweise noch recht unbekannte Welt und lassen Sie sich überraschen von den Möglichkeiten. Ähnlich einer Reise auf den Weltmeeren gelangen wir in eher milde Gefilde, vielleicht mit Südsee-Feeling, oder treibt es uns in eher rauere Gewässer,

*Eine  
Entdeckungsreise*

vielleicht in den ein oder anderen Wintersturm im Atlantik? Alles ist möglich und vieles vorhersehbar. Und dennoch überrascht uns auch die Natur immer wieder mit neuen Erkenntnissen. So zeigt sich aus meinem eigenen Erleben auch der Weg ins Online-Coaching-Business.

*Die „neue“ Welt  
bietet Entdeckern  
viele spannende  
Möglichkeiten*

Vielleicht inspiriert Sie dieses Buch, sich selbst mit der Landkarte, der Ausrüstung, den Wetterlagen und allen weiteren Faktoren des virtuellen Coachings zu befassen, um ein Gefühl dafür zu bekommen, ob Sie in dieser Welt einen Platz für sich finden. Vielleicht sind Sie auch schon auf dem Meer der Möglichkeiten unterwegs und möchten ein bestimmtes neues Gebiet genau erkunden? Dann werden Sie hoffentlich auf den folgenden Seiten einiges für sich entdecken können. Ich wünsche Ihnen eine gute, erlebnisreiche Entdeckungstour.

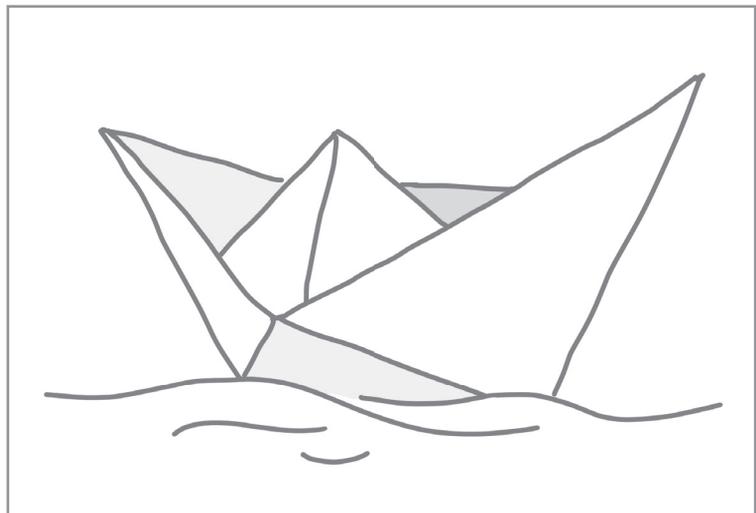


Abb.: Die Entdeckungsreise beginnt

## **Danke schön!**

Ich danke meinem Mann und meinen Söhnen für ihr Verständnis und den Freiraum, den sie für das Schreiben ermöglicht haben.

Ein herzliches Dankeschön an meine Interviewpartner, die ihre fachliche Expertise eingebracht und so das Buch mit Praxiserfahrungen bereichert haben.

Natürlich danke ich all den Menschen in meinem Umfeld, die mich mit aufmunternden Worten, Nachrichten und dem Glauben an mich bestärkt haben, nicht aufzugeben, auch wenn mir wieder mal nichts mehr eingefallen ist.

Mein ganz besonderer Dank gilt Karina M. Bschorr, die mir sehr dabei geholfen hat, das Gedankenchaos in meinem Kopf zu ordnen und Katrin Haußer, die sich viel Mühe gegeben hat, den roten Faden in meinem Werk zu finden und für etwas mehr Klarheit zu sorgen.

Ein ganz großes Dankeschön hat sich auch das Lektorat, die Grafikerin und im Besonderen Ralf Muskatewitz vom Verlag managerSeminare verdient. Ich habe mich sehr gut aufgehoben und als Partner behandelt gefühlt.

Ohne Euch/Sie wäre dieses Buch niemals entstanden. Dafür ein ganz herzliches Dankeschön!

Ihre/Eure Sandra Dundler

---

## Wo finden Sie was?

---

Die Inhalte und Tipps dieses Buches leben von der persönlichen Affinität und Offenheit von Coach und Coachee für den Umgang mit virtuellen Medien. Im Fokus dieses Buchs stehen verschiedene Varianten der zwischenmenschlichen Interaktion mit Medien. Der Coach nimmt mit seinen Kompetenzen und seiner Persönlichkeit nach wie vor eine zentrale Rolle ein. Dieses Buch beschäftigt sich deshalb mit allen Fragen rund um ein aktives Online-Coaching-Business und soll Sie inspirieren und zu vertiefenden Gedanken anregen. In diesem Buch geht es darum, Ihr Know-how, Ihre Profession, Ihre Erfahrung im medial gestützten Kontext nutzbar zu machen und so neue Wege der Zusammenarbeit für sich selbst und Ihre Kunden zu entdecken. Basteln Sie sich Ihre eigene Landkarte für Ihre Reise und finden Sie heraus, was Sie an Vorbereitungen für eine erfolgreiche Forschungsreise benötigen.

### **Wie Sie dieses Buch lesen können – Aufbau**

Sie können dieses Buch aus verschiedenen Blickwinkeln lesen:

- ▶ Möglicherweise interessieren Sie sich grundsätzlich für das Thema, vielleicht möchten Sie bei Kunden hierzu kompetent Rede und Antwort stehen können. Vielleicht haben Sie am Ende Ihrer Beschäftigung mit dem Thema genau die Erkenntnis gewonnen, dass Sie lieber nicht virtuell arbeiten möchten. Für eine Standortbestimmung und eine

*Erste Orientierung*

erste Vertiefung empfehle ich Ihnen vor allem die Kapitel 1 bis 3.

- ▶ Geht es Ihnen vielleicht eher darum, tiefer in die Materie einzusteigen und dabei das passende Format für sich zu finden, bietet sich darüber hinaus das Kapitel 4 an.
- ▶ Wenn Sie schon virtuell unterwegs sind und nach geeigneten Methoden suchen, werden Sie in Kapitel 4 bei den Formaten und in Kapitel 5 bei den Prozess-Phasen fündig.
- ▶ Sind Sie gedanklich schon in Aufbruchstimmung, finden Sie Hilfsmittel und weiterführende Gedanken zum Start in den Kapiteln 6 bis 8.

Die alles entscheidende Frage zu Beginn: Möchte ich mein Angebot um virtuelle Coachings – in welcher Form auch immer – erweitern?

Und wenn ja, in welcher Form? Was passt zu mir? Was macht mir Spaß? Was traue ich mir zu? Was brauche ich vielleicht noch dafür an Weiterbildung? Was passt zu meinen Kunden? Oder möchten Sie auch ganz neue Kunden ansprechen?

*Was passt zu Ihnen?*

Im Laufe der Recherchen für dieses Buch habe ich mich viel mit Kolleginnen und Kollegen ausgetauscht. Den Großteil dieser Gesprächsinhalte finden Sie an den passenden Stellen im Buch als Praxiserfahrungen, persönliche Ansichten oder Tipps. Meine Gesprächspartner arbeiten sehr heterogen und verwenden unterschiedliche Tools bzw. legen Wert auf verschiedene Aspekte. Ich habe versucht, die Meinungen, Erfahrungen und Gedanken möglichst unverfälscht einzufangen, um Sie an dieser großartigen Expertise von erfolgreichen Online-Coaches teilhaben zu lassen. Die besten Tipps meiner Gesprächspartner, um ein eigenes Online-Coaching-Business zu starten, finden Sie kompakt zusammengefasst im Kapitel 8.

*Expertenmeinungen*

Bei den Formaten stelle ich einzelne Methoden bzw. Interventionen kurz vor. Es handelt sich dabei nicht um ausführliche Anleitungen und Ablaufpläne. Vielmehr geht es mir darum, Ihnen eine Idee zu geben, wie man erprobte Metho-

den aus der Praxis gut in die virtuelle Welt übertragen und sie dort nutzen kann. Die aufgezeigten Methoden sind in der Regel auch bei anderen Formaten einsetzbar. Manchmal ist dafür eine Modifikation erforderlich. Dieses Buch soll Ihnen Optionen für die Anwendung in der virtuellen Welt aufzeigen und weniger Methodenwissen zum Coaching generell vermitteln, denn das sollten Sie im besten Fall bereits mitbringen.

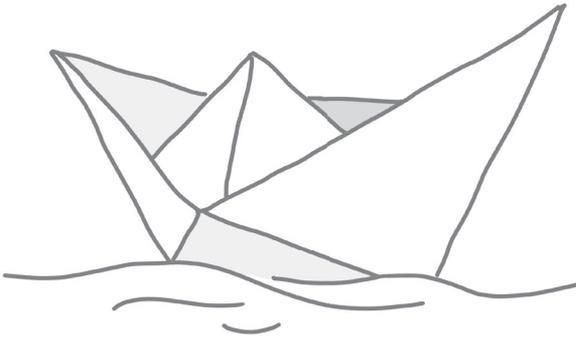
### **Download-Ressourcen**



Zu diesem Buch gibt es Download-Material mit Arbeitsblättern, Reflexionshilfen und auch Linklisten für Ihre Praxis. Bitte beachten Sie, dass die Links teilweise aktualisiert werden. Es kann dadurch sein, dass Sie im Download-Bereich aktuellere Materialien finden, als dies im gedruckten Buch möglich ist. Wo es Download-Material gibt, erkennen Sie an den entsprechenden Hinweisen im Buch. Den Link zu den Download-Ressourcen finden Sie in der Umschlagklappe.

### **3. Ist Online-Coaching das Richtige für Sie?**





Die beiden vorangegangenen Kapitel haben Ihnen vielleicht schon einen ersten Eindruck verschaffen können, wo die Reise hingehen kann. Vielleicht haben Sie bereits erste Ideen für Ihr eigenes Business? Veränderungen brauchen Zeit, wenn sie auf einem soliden Fundament aufgebaut sein sollen. Denn Online-Coaching braucht vielleicht auch ein neues Rollenverständnis in Ihrer eigenen Arbeit und Ihrem Umfeld. Ihr eigener Rhythmus ist entscheidend, ganz so, wie Sie es im Coaching-Prozess bei Ihrem Klienten erleben. Vielleicht spüren Sie auch eigene Widerstände auftauchen? Deshalb beschäftigen wir uns in diesem Kapitel zunächst damit, welche Gemeinsamkeiten bzw. welche Unterschiede es zwischen Präsenzcoaching und Online-Coaching gibt, was das für Ihre eigene Einstellung bedeutet und mit Ihrem persönlichen Geschäftsmodell macht. Ziel ist es, dass Sie für sich herausfinden, ob bzw. welcher Weg der richtige für Sie ist.

## Allgemeine Coaching-Prinzipien und Rollen aus Perspektive der Neurowissenschaft

Bevor wir uns mit der Frage auseinandersetzen, wer für Online-Coaching geeignet ist, lade ich Sie zu einem Exkurs zu den allgemeinen Coaching-Prinzipien ein. In Ihrem Standardwerk zu den neurobiologischen Grundlagen wirksamer Veränderungskonzepte haben sich Gerhard Roth und Alica Ryba mit Coaching, Beratung und Gehirn auseinandergesetzt. Unabhängig vom Coaching-Ansatz listen sie übergreifende Coaching-Prinzipien auf, die charakteristisch für das Coaching an sich sind. Spannend ist, wie diese Prinzipien im virtuellen Kontext umgesetzt werden können und ob das Setting überhaupt Relevanz hat (nach Roth & Ryba, 2016).

1. **Selbstverantwortung:** Der Coach arbeitet nach dem Gedanken „Hilfe zur Selbsthilfe“. Die Verantwortung zur Umsetzung liegt ausschließlich beim Coachee
2. **Respekt und Akzeptanz:** Diese beiden Faktoren haben entscheidenden Einfluss auf die Qualität der Coaching-Beziehung
3. **Vertraulichkeit:** Diskretion und Wahrung des „Berufsgheimnisses“
4. **Integrität:** Hier sei auf die Ethikrichtlinien der großen Coaching-Verbände verwiesen. Die Anerkennung dieser Standards ist ein Hinweis auf professionelles Coaching

*Allgemeine  
Coaching-Prinzipien*

5. **Neutralität:** Coachs sind neutrale Begleiter, die dem Coachee keine eigenen Meinungen und Ideen aufzwingen
6. **Transparenz:** Methoden und Prozesse werden dem Coachee offengelegt und erläutert
7. **Flexibilität:** Ziel ist es, die Freiheitsgrade im Erleben und Verhalten eines Coachees zu vergrößern und damit seine Flexibilität zu erhöhen (Rauen, 2003)
8. **Augenhöhe:** Selbstverantwortliche Partner arbeiten ohne Überlegenheit oder Unterlegenheit professionell zusammen

Meiner Meinung nach gelten diese Prinzipien uneingeschränkt, unabhängig davon, ob ich meinem Coachee persönlich gegenüber sitze, mit ihm telefoniere oder in einem anderen medien-gestützten Format mit ihm arbeite. Hier entstehen demnach keine Nachteile durch die mediengestützte Arbeit.

#### *Die Rollendefinition*

Die beiden Autoren untersuchten in ihrem Werk die Unterschiede zwischen Psychotherapie und Coaching. Besonders spannend ist dabei die Rollendefinitionen. Während der Therapeut als Bezugsperson gesehen wird, der in der Kurzzeittherapie durchaus direktiv handelt und eine Lösung vor Augen hat, ist der Coach eher der Partner und Förderer, der auf Ratschläge verzichtet und sich bezüglich der „richtigen“ Lösung unwissend verhält. Betrachtet man auf dieser Basis die empirischen Studien zur Wirksamkeit von Online-Psychotherapie, bei der eine deutlich höhere emotionale Bindung vorliegt, stellt sich die Frage, warum die Wirksamkeit von Online-Coachings oft eher kritisch gesehen wird. Ich persönlich glaube, die Wirksamkeit hat einen direkten kausalen Zusammenhang mit der Persönlichkeit des Coachs.

Was sind Ihre spontanen Gedanken dazu?

▶ ...

## Wie stehen Sie persönlich zu Online-Coaching? – Eine Reflexionshilfe

Wenn ich einen Beruf ergreife oder etwas Neues beginne, muss ich mir im ersten Schritt Gedanken über meine persönlichen Neigungen und somit über meine Eignung für diese Tätigkeit machen. Wenn Sie schon als Coach arbeiten, dann wissen Sie, dass Ihnen die Arbeit mit Menschen liegt. Basis ist immer ein vertrauens- und respektvolles Verhältnis. Sie lernen Ihren Coachee von dessen sehr persönlichen Seiten kennen.

Welche sind Ihre persönlichen Erfolgsfaktoren als Coach?  
Was macht Ihnen an Ihrem Job aktuell am meisten Spaß?  
Was gibt Ihnen das Gefühl, gute Arbeit geleistet haben?  
Woran machen Sie das am Ende eines Termins oder Arbeitstages fest?

▶ ...

Sind Sie ein guter Präsenzcoach? Bestimmt! Sonst wären Sie nicht erfolgreich. Das ist eine gute Basis. Doch leider heißt das nicht automatisch, dass Sie auch ein guter Online-Coach sind. Viele Interventionen und Erfahrungen lassen sich einfach ins Online-Business übertragen. Doch hat es auch so seine Tücken. Mein wichtigster Tipp: Überstürzen Sie nichts. Nehmen Sie sich die Zeit, Ihre eigene Position zu verstehen und die geeigneten Medien zu finden. Dabei kann Ihnen vielleicht ein erfahrener Online-Coach als Sparringspartner oder mit entsprechender Supervision zur Seite stehen.

*Nehmen Sie sich  
Zeit, Ihre eigene  
Position zu  
verstehen*



## Selbsteinschätzung

Machen Sie sich vorab die wesentlichen Unterschiede zwischen Virtuell und Präsenz bewusst. Dazu finden Sie im Download-Bereich ein Arbeitsblatt.

### Ein Selbsttest

Spielen Sie mit dem Gedanken, neu oder verstärkt ins virtuelle Business einzusteigen, sollten Sie sich der besonderen Herausforderungen bewusst sein. Dieser kleine Test kann Ihnen dabei helfen, sich selbst einzuschätzen.

Lesen Sie die folgenden Aussagen durch und lassen Sie diese auf sich wirken. Dann bewerten Sie bitte, wie sehr die Aussagen auf Sie zutreffen.

*Rot:* Trifft überhaupt nicht auf mich zu

*Gelb:* Trifft teilweise auf mich zu

*Grün:* Trifft voll und ganz auf mich zu

Aussage	Rot	Gelb	Grün
Ich erkenne an der Stimme meines Coachee, in welcher Gefühlslage dieser gerade ist.			
Ich vertraue meiner Intuition im Prozess.			
Ich arbeite auch dann wirksam, wenn ich meinen Coachee nicht sehe/ beobachte.			
Ich habe keine Scheu vor Technik.			
Ich habe keine Angst vor neuen Herausforderungen.			
Ich habe eine fundierte Coaching-Ausbildung.			
Ich kann auf Erfahrungen aus schwierigen Coaching-Situationen zurückgreifen.			
Ich weiß, wie ich Emotionen auf räumliche Distanz auffangen kann.			
Ich kann einschätzen, wann die Grenze von virtuellem Arbeiten gekommen ist.			
Ich bin interessiert an der Weiterentwicklung und verändere mich und meine Arbeitsabläufe gerne (weg von Routine).			
Ich habe schon Ideen, wo ich virtuelle Formate einsetzen könnte.			
Ich glaube, dass virtuelles Coaching mein Portfolio bereichert.			
Ich bin mutig darin, neue Dinge auszuprobieren.			
<b>Summe der zutreffenden Aussagen je Farbe</b>			

## Die Auswertung

► Rot überwiegt:

Sie sollten noch einige Vorbereitungen treffen, wenn Sie mit dem Gedanken spielen, in das Geschäftsfeld des virtuellen Coachings einzusteigen. Sind Sie an manchen Stellen skeptisch, ob das genauso gut funktioniert wie in Ihrer bisherigen Arbeit in direkter und persönlicher Interaktion? Fühlen Sie sich technisch nicht fit? Handeln Sie keinesfalls voreilig. Holen Sie sich weitere Informationen ein. Vielleicht würde es Ihnen helfen, sich selbst im virtuellen Raum coachen zu lassen? Oder kennen Sie einen erfahrenen Coach auf diesem Gebiet? Sie sollten sich auf jeden Fall intensiv mit den Facetten des Online-Coachings auseinandersetzen, bevor Sie selbst aktiv werden.

► Gelb überwiegt:

Sie finden das Thema vermutlich interessant, sind sich aber nicht so ganz sicher, ob Sie den Herausforderungen, als virtueller Coach zu arbeiten, wirklich gewachsen sind. Führen Sie sich Ihr aktuelles Business vor Augen. Finden Sie vielleicht erste kleine Möglichkeiten, mit neuen Formaten zu experimentieren? Gibt es den ein oder anderen Bestandskunden, dem Sie (vielleicht kostenlos) ein paar Sequenzen virtuelles Coaching anbieten können? Fordern Sie in diesem Fall gezielt Feedback zu dieser Art der Zusammenarbeit an. Überstürzen Sie nichts. Vielleicht kennen auch Sie einen erfahrenen Coach, der Sie unterstützen kann.

► Grün überwiegt:

Sie sind vermutlich technikaffin und haben einige Erfahrung im Coaching, die Sie stärkt. Sie bringen die besten Voraussetzungen mit, um mutig in die virtuelle Welt zu starten. Unterschätzen Sie jedoch nicht eine gute Vorbereitung und schaffen Sie sich geschützte Übungsmöglichkeiten.

Sollte die Verteilung sehr ausgewogen sein, dann betrachten Sie sich die einzelnen Punkte differenzierter. Wo genau sind die roten Felder? Eher auf der Technikseite oder eher in den persönlichen Fähigkeiten? Dementsprechend können Sie sich überlegen, wie Sie an der ein oder anderen Stelle weiter ins Gelbe oder Grüne rutschen können.

## Wie können Sie Online-Coaching in Ihr Business-Modell integrieren bzw. ein neues aufbauen?

Sie sollten sich mit einigen wesentlichen Fragen auseinandersetzen, bevor Sie Ihr Online-Business starten.

*Orientierungsfragen  
zu Ihrem möglichen  
Business-Modell*

- ▶ Welche Form(en) des virtuellen Coachings passt(en) zu mir? Was möchte ich anbieten? Für welche Themengebiete?
- ▶ Was macht mich dabei einzigartig? Was ist mein Alleinstellungsmerkmal? Warum soll der Kunde mich buchen?
- ▶ Was brauche ich an Technik? Was muss ich mir technisch aneignen? Mit welchen Tools kann ich gut arbeiten? Gibt es einen Stufenplan – womit kann ich schon starten?
- ▶ Brauche ich eine Fortbildung? Welche? Habe ich die Zeit dafür? Kann ich mir den Freiraum schaffen? Habe ich die finanziellen Mittel für die Fortbildung?
- ▶ Wer könnte mich auf dem Weg unterstützen? Inhaltlich, technisch, ...?
- ▶ Wie sieht mein Business-Modell dann aus? Wie wird es sich verändern? Welche Zielgruppen bediene ich? Kommen neue hinzu? Welche Vertriebskanäle bespiele ich mit dem Angebot? Usw.

- ▶ Wie könnte ich meine Bestandskunden überzeugen, ein ergänzendes Online-Coaching auszuprobieren?
- ▶ Wo sitzen meine Zielkunden für das Online-Geschäft? Möchte ich regional arbeiten, um gemischte Varianten anbieten zu können? Oder bin ich auch komplett online unterwegs, sodass die Region keine Rolle spielt?
- ▶ Wie werden meine Verträge aussehen? Was muss ich darin verändern bzw. ergänzen? Welche Risiken muss ich absichern?
- ▶ Welche Strategien werden mir helfen, nicht rund um die Uhr erreichbar zu sein? Wie kann ich auf mich achten? Was brauche ich, um gut abschalten zu können?



Bei der Erarbeitung Ihres Business-Modells unterstützt Sie der Business Model Canvas, den Sie sich über die bucheigenen Ressourcen downloaden können (weitere Infos ab Seite 310).

#### *Das Kompetenzprofil*

Der Online-Coach erfordert ein erweitertes Kompetenzprofil. Die Basiskompetenzen eines guten Coachs bleiben erhalten, die aufgeführten Kompetenzen kommen „on top“:

#### **Formatkompetenz**

Diese Kompetenz bedeutet, einschätzen zu können, welches Format für die Situation Erfolg versprechend ist: Der Coach muss ein zuverlässiges Gefühl entwickeln, ob die persönliche Begegnung für das Anliegen und die gegebenen Rahmenbedingungen unabdingbar ist. Oder ob ein zumindest teilweiser Ersatz über virtuelle Formate möglich bzw. ebenso zielführend sein kann.

## **Designkompetenz**

Beim Coach ist ein grundlegendes Verständnis der Möglichkeiten und Methoden-Know-how gefragt. Bei jeder Intervention ist zu entscheiden, ob und in welcher Abwandlung sie in welchem Medium praktikabel und didaktisch sinnvoll einsetzbar ist. Es braucht eine neue Kreativität und innovatives Denken, um den Transfer erfolgreich zu meistern. Doch nicht nur Interventionen, auch Formate sind gekonnt zu mixen.

## **Wahrnehmungsdefizite ausgleichen können**

Es geht um die Fähigkeit, zwischen den Zeilen zu lesen oder die Schwingungen zwischen den Worten zu entschlüsseln. Fallen einige Wahrnehmungskanäle weg, ist der Coach gefordert, seine Aufmerksamkeit auf die verbleibenden zu legen. Dies erfordert in der Regel etwas Übung.

## **Ausdrucksstärke im jeweiligen Medium**

Wer E-Mail als Instrument im Coaching nutzen möchte, sollte zunächst der Grammatik und Rechtschreibung mächtig sein. Hinzu kommen Formulierungskompetenzen – nämlich das Wesentliche stringent zu Papier bringen zu können. Wer das Telefon nutzt, muss verständliche Worte finden und prägnante Sätze und Fragen formulieren. Die Umstellung von Face-to-Face-Sitzungen hin zu virtuellen Sessions bedeutet in der Regel Zeitaufwand. Planen Sie deshalb zunächst eher längere Puffer für Bearbeitung und Vorbereitung ein.

## **Offene Augen und Ohren**

Die Nutzung virtueller Medien fordert Ihre Aufmerksamkeit noch mehr, als wenn Sie Ihrem Kunden live gegenüber sitzen. Jegliche Ablenkung ist Gift – Sie brauchen volle Aufmerksamkeit im Prozess.

### **Computer-Basiswissen**

Es ist offensichtlich, dass der Coach im Umgang mit Technik und Medien bewandert sein muss. Je nach Medium kann es erforderlich sein, dass Sie Ihren Klienten anleiten müssen, damit die Technik vor Ort fehlerlos läuft. Das bedeutet, dass Sie mögliche Fehlerquellen kennen und in gewissem Umfang Ferndiagnosen stellen müssen.

### **Rechtliche Themen, wie z.B. Datensicherheit, beherrschen**

Antworten auf relevante Sicherheitsfragen und die Umsetzung von Datenschutzrichtlinien gehören zum Basiswissen im Online-Coaching. Sie sind dafür verantwortlich, Ihren Klienten auf seine Rechte aufmerksam zu machen und seine Daten zu schützen. Hinzu kommen beispielsweise auch Umgang mit Bildrechten in Ihrer Arbeit.

### **Menschenkenntnis haben**

Als Coach müssen Sie lernen, einzuschätzen, welches Medium für welchen Klienten geeignet sein wird.

### **Verändertes Mindset**

Es ist erforderlich, sich vollständig auf das neue Medium einzulassen. Eigene Unsicherheit und Scheu überträgt sich auf den Kunden und gefährdet den Erfolg des Coaching-Prozesses.

### **Mit fehlender Rückkopplung umgehen können**

*Feedback bewusst einholen*

Es kann sein, dass Sie – vor allem bei fehlender Erfahrung – den Hörer auflegen oder das Online-Meeting verlassen und sich unsicher sind, wie der Termin gelaufen ist. Der Coachee war zwar in seinen Aussagen zufrieden, aber Sie beschleicht ein komisches Gefühl. Als Coach müssen Sie lernen, damit umzugehen bzw. sich durch gezielte Feedback-Schleifen vor Beendigung des Termins ein Bild zu schaffen.

## **Veränderte Selbstorganisation**

Kleinere Einheiten erfordern es, den eigenen Tag neu zu strukturieren. Das kann auch eine höhere Anzahl an Kundenterminen bedeuten, die vor- und nachbereitet werden müssen. Das Thema Prioritäten setzen und den eigenen Zeiteinsatz sinnvoll zu strukturieren kann Sie als Coach vor neue Herausforderungen stellen. Es ist sehr wichtig, ein sinnvolles Pausenmanagement einzuplanen. Grundsätzlich empfehle ich Ihnen, Ihre Wochenplanung grundsätzlich neu zu bedenken. Gibt es Tage, die Sie exklusiv für Face-to-Face reservieren und andere für virtuelle Arbeit? Das ist abhängig von der grundsätzlichen Verteilung Ihrer Aufträge. Doch bitte behalten Sie diesen Punkt im Blick. Setzen Sie bewusste Schlussstriche am Ende des Arbeitstages. Es ist für Ihre eigene Gesundheit nicht förderlich, wenn Sie jeden Abend noch Online-Termine anbieten.

## **Authentizität im virtuellen Raum vermitteln**

Passt Online-Coaching generell und das gewählte Coaching-Format zu Ihren zentralen Werten und Ihrer Persönlichkeit? Verhalten Sie sich klar und natürlich, wie in einer Face-to-Face-Begegnung? Oder müssen Sie Ihr Verhalten gezielt steuern? Liegt es an fehlender Übung, oder ist die Passung von Medium und Ihrem Selbstverständnis nicht optimal? Selbstreflexion ist an dieser Stelle von höchster Bedeutung.

*Verhalten Sie sich klar und natürlich?*

Bitte bedenken Sie bei allem, was Sie anbieten, dass nicht alle Kunden für virtuelles Coaching geeignet sind. Am Anfang meiner Arbeit mit virtuellen Medien habe ich einiges ausprobiert und auch angeboten. Zunächst eine Mischung von persönlichen Treffen und Skype-Terminen. So lautete auch mein schriftlich fixiertes Angebot. Eine meiner ersten Klientinnen in diesem Geschäftsfeld beauftragte das Coaching anhand dieses Angebots. Das erste Treffen – in Präsenz – war sehr intensiv und hat sie für einen anstehenden Verhandlungstermin gut gestärkt. Wir vereinbarten den Folgetermin per Skype, zeitnah nach ihrem Kundentermin zur Nachbespre-

*Wenn die Technik streikt*

chung, Erkenntnissicherung und weiteren Planung. Wie es kommen musste, streikte die Technik – da ich Skype damals nicht so intensiv genutzt hatte und ich noch Einstellungen aktualisieren musste. Nach einer Verzögerung von zehn Minuten saßen wir uns dann glücklich virtuell gegenüber. Der Video-Chat war aus ihrer Sicht für ein kurzes Status-Update in Ordnung. Das weitere Coaching wünschte sie sich aber wieder mit persönlichen Treffen. Dafür nahm sie gerne zusätzliche Fahrtwege (immerhin 60 km) auf sich, um zu mir ins Büro zu kommen. Das hätte wirtschaftlich für mich durchaus problematisch werden können, wenn die Reisezeiten und Reisekosten zu meinen Lasten im Angebot vermerkt wären. So war ich lediglich um eine Lernerfahrung reicher. Inzwischen gibt es für Veränderungen des Formates während des Prozesses eine entsprechende Regelung im Coaching-Vertrag. Und Rückfalloptionen, falls die Technik streikt.

Vielleicht war es auch das falsche Format für diesen Menschen. Die Coaching-Plattformen und die virtuelle 3-D-Welt bieten zahlreiche Möglichkeiten für Gestaltarbeit, Aufstellungsarbeiten und andere systemische Interventionen an – also alles das, was wir vor Ort im Büro genutzt haben. Wobei die Arbeit mit Avataren dem Präsenzsetting am Nächsten kommt. Bei den Alternativen vom textbasierten Coaching bis zum virtuellen Klassenzimmer bieten sich abgestuft Kreativitätstechniken an, häufig kommen jedoch eher strukturierte Interaktionen zum Einsatz. Die Art des Settings muss also nicht nur mir liegen, sondern auch meinem Kunden.



Ein kleiner Fragebogen im Download-Bereich hilft Ihnen dabei, ein Gefühl für die bevorzugte Arbeitsweise Ihres Kunden zu bekommen. Allerdings soll Sie das nicht in der Formatauswahl beschränken. Es kann durchaus spannend sein, einen sehr analytischen und strukturierten Menschen in einen Avatar schlüpfen und eine Aufstellung erleben zu lassen. Jedoch braucht es hier vielleicht ein bisschen mehr Abholen und Einführen in das Interventionsformat.

# Hat Ihnen diese Leseprobe gefallen?

Als Mitglied von **Training aktuell** erhalten Sie beim Kauf von Trainingsmedien Sonderpreise. Beispielsweise bis zu **20% Rabatt auf Bücher**.

Zum Online-Shop

## Training *aktuell* einen Monat lang testen



### Ihre Mitgliedschaft im Testmonat beinhaltet:

- ▶ eine ePaper-Ausgabe **Training aktuell** (auch Printabo möglich)
- ▶ **Teil-Flatrate** auf 5.000 Tools, Bilder, Inputs, Vertragsmuster [www.trainerkoffer.de](http://www.trainerkoffer.de)
- ▶ **Sonderpreise** auf Trainingsmedien: ca. **20% Rabatt** auf auf Bücher, Trainingskonzepte im Durchschnitt **70 EUR günstiger**
- ▶ **Flatrate auf das digitale Zeitschriftenarchiv**: monatlich neue Beiträge, Dossiers, Heftausgaben

Mitgliedschaft testen