

Vorwort

Digitale Medien finden unaufhaltbar Einzug auch ins Coaching. Wie bei allen Neuerungen gibt es TrendsetterInnen, die diese als Chance für neue Ideen- und Produktentwicklungen begreifen, und VerfechterInnen der bisher angewandten und bewährten Form. Nicht alle neuen Entwicklungen werden sich als überlebensfähig erweisen, manche dagegen werden sich in der Zukunft sicher zum Standardrepertoire wandeln. Wir lassen in diesem Buch AutorInnen mit verschiedensten Standpunkten zu Wort kommen: Nach einem generellen Überblick über das Thema stellen Ihnen im zweiten Teil AutorInnen ihre weitreichenden Erfahrungen mit Online-Plattformen vor. Außerdem lesen Sie im dritten Teil Beispiele für digitale Coaching-Formate, bevor im vierten Teil die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Coaching-Prozess diskutiert werden.

Digitale Medien halten in verschiedenen Formen Einzug in das klassische Coaching. Noch ist alles am Anfang. Sowohl bei den Firmen als auch bei den Coaches selbst. Doch wie immer gibt es Menschen, die eine besonders hohe Offenheit für Neues haben. Sie sehen die Entwicklung als Trend, den es nicht zu verschlafen gilt.

Und so haben einige AnbieterInnen neue Formate, Produkte und Dienstleistungen kreiert, von denen auch in diesem Buch die Rede ist. Die Versuchung ist groß, mit Marketing-Parolen den Markt als InnovatorIn für sich zu erobern. Doch Produktentwicklung braucht Zeit. Und nicht alles setzt sich am Ende durch. In der Industrie ist bekannt, dass 60–80% aller Neueinführungen ein Jahr später wieder verschwunden sind. Neue Ideen und Konzepte gilt es auf Herz und Nieren zu testen. Nur dann wird sichtbar, ob sie funktionieren.

Insofern wollen wir Sie anregen, die neuen Entwicklungen bewusst unter die Lupe zu nehmen und auch alle EntwicklerInnen ermutigen, sich dem Feedback, Praxistests und der Diskussion zu stellen. Denn nur so kommt am Ende das Beste für die KundInnen heraus. Wir wünschen uns hierzu eine konstruktive Auseinandersetzung, gegenseitige Bereicherung und immer auch den Schulterschluss zwischen Wissenschaft und Praxis.

Vor diesem Hintergrund finden Sie in diesem Buch auch ganz bewusst verschiedene Perspektiven. Sie lesen Beiträge von AutorInnen, die bei neuen Angeboten und Produkten ganz vorne mit dabei sind und naturgemäß positiv gestimmt und guten Mutes angesichts dieser Entwicklungen sind. Interessant sind hierbei insbesondere auch die Produkte des englischsprachigen Marktes, die Sie in diesem Buch in englischer Sprache finden. Demgegenüber sind die AutorInnen, die mit kritischer Distanz und Skepsis dem ganzen Treiben gegenüberstehen. Aber auch die wissenschaftlich differenzierte Sicht kommt nicht zu kurz.

Ausgangspunkt für diesen Band ist die jährlich stattfindende Kongress-Reihe „Coaching heute“. Seit 2014 findet der Kongress als erster Fachkongress einer deutschen Hochschule zum Thema Coaching jährlich in Erding statt und widmet sich jedem Jahr wechselnden inhaltlichen Schwerpunkten. Die AutorInnen dieses Bandes waren überwiegend bereits KongressbeiträgerInnen des Coaching-Kongresses, so dass aus dem gemeinsamen fachlichen Austausch die Inhaltsstruktur dieses Herausgeberbandes entstand. Uns als HerausgeberInnen ist bewusst, dass das Feld der Digitalisierung im Coaching noch viele weitere interessante Aspekte zulässt; daher erhebt dieser

Band auch nicht den Anspruch an Vollständigkeit, sondern soll Anregungen und Ideen zur Vertiefung einzelner Themen geben.

Im ersten Teil dieses Buches „Coaching mit modernen Medien“ finden Sie Beiträge von Claas Triebel und Harald Geißler mit einem generellen Überblick über das aktuelle Feld digitaler Angebote im Coaching-Bereich.

Für den zweiten Teil „Beispiele für Coaching-Online-Plattformen“ konnten wir verschiedene AutorInnen mit weitreichenden Erfahrungen zu Online-Plattformen gewinnen. Die Beiträge mit vertiefenden Informationen zu verschiedenen Modellen schreiben Klaus Haasis, Stephan Daniel Richter und Wolfgang Schindler, John Larson, Gerda Venter, Lucinda Arnett, Harald Geißler, Elke Berninger-Schäfer, Heidi Kupke und Ralf Wahl, Susanne Krause und Tammy Tawadros, David Tinker und Andrew Jackson.

Im dritten Teil „Beispiele für digitale Coaching-Formate“ präsentieren wir Ihnen vier Anwendungsfelder im Rahmen agiler Führungskultur, im Gruppen- und Organisationscoaching, im E-Learning-Kontext sowie im Rahmen einer Kompetenzberatung. Die Beiträge stammen von Melanie Hasenbein, Bernhard Hauser und Stefan Kanther, Simon Hahnzog sowie Gabriela Westebbe und Peter Westebbe.

Vieles ist möglich, doch alles hat spezifische „Auswirkungen auf den Coaching-Prozess“. Daher finden Sie im vierten Teil kritische Anmerkungen von Karl Kreuser zum Thema Empathie im Kontext von Digitalem sowie von Jürgen Bache eine Abwägung von Chancen und Risiken digitaler Medien im Coaching. Auch die Kalkulation für AnbieterInnen und NutzerInnen von digitalem Coaching sollte aufgrund der Ausführung von Ulrich Lenz neu geprüft werden.

Mögen Sie aus all diesen Impulsen den richtigen Mix für sich selbst destillieren, um für den digitalen Wandel gewappnet zu sein. Denn eines ist klar: Für uns alle bedeutet dies einen Umbruch. Und folglich lassen sich auch bei diesem Thema die aus dem Change Management bekannten Emotionen und Reaktionen beobachten – seien es Aufbruch, Abwarten, Desinteresse, genervtes Abwinken oder Unruhe.

Ein großer Dank geht an dieser Stelle an Professor Geißler, der die englischsprachigen KollegInnen für dieses Buchprojekt gewinnen konnte. Ebenso danken wir herzlich Heiko Sawczuk, der uns bei der Planung des gesamten Buchprojekts begleitet hat sowie Judith Danziger, Verantwortliche für das Projektmanagement. Ebenso hat das detaillierte und sensible Lektorat von Dr. Marion Sonnenmoser viel zu diesem Band beigetragen. Auch dafür unser herzlicher Dank.

Im Buch wird eine Vielfalt der weiblichen und männlichen Schreibweise entsprechend der Präferenz der AutorInnen genutzt. Falls nur ein Geschlecht explizit dargestellt ist, ist selbstverständlich das andere Geschlecht mitgemeint. Den HerausgeberInnen ist es jedoch ein zentrales Anliegen, dass auch Frauen explizit genannt und nicht nur mitgemeint werden.

Jutta Heller und Axel Koch

Im Herbst 2017

Digitale Medien im Coaching

Grundlagen und Praxiswissen zu Coaching-Plattformen
und digitalen Coaching-Formaten

Heller, J.; Triebel, C.; Hauser, B.; Koch, A. (Hrsg.)

2018, XXI, 227 S. 81 Abb., 49 Abb. in Farbe. Book +
eBook., Softcover

ISBN: 978-3-662-54268-2