



FACHVEREIN PSYCHOLOGIE
UNIVERSITÄT ZÜRICH

AFTERSTUDY GASTVORTRAG 'COACHING'

CRISTA HENGGELER
Zürich, den 30. Oktober 2013

CRISTA HENGGELER

MSc UZH, Associate Certified Coach

- 2005** Abschluss Arbeits- und Organisationspsychologie und BWL
Universität Zürich/ETH Zürich
-
- 2005-2007** Head Human Resources Detecon (Schweiz) AG
Aufbau HR-Bereich, Prozessgestaltung, erste Führungsaufgaben
-
- 2007-2012** European Operations Specialist McKinsey&Company
Verschiedene HR-Themen europaweit und globale Projekte
Mini-MBA in Harvard/MIT, stationiert in CH, UK, USA
-
- 2010-2012** Gründung des ETH-Spin-off Hirschfactor AG
Rekrutierung über soziale Netzwerke, Kommunikationsforschung
-
- 2011-dato** Crista Henggeler Professional Coaching
Ausbildung zum Associate Certified Coach (CTI, USA), 650+h
Individual- und Teamcoaching in massgeschneiderten Formaten
-

STETIG WACHSENDE NACHFRAGE NACH COACHING

Studie zur 'Coaching Effectiveness' (PwC 2012)

Coaching ist ein zum Nachdenken anregender und kreativer Prozess, der Klienten dazu inspirieren soll, deren persönliches und professionelles Potenzial zu maximieren.

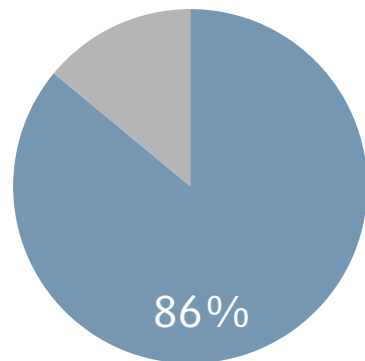
- Globale Studie, n = 12'000 Coaches aus 117 Ländern (PwC)
- 2012: Geschätzte 47'500 professionelle Coaches weltweit
- 2007: Geschätzte 30'000 professionelle Coaches weltweit
- Wachstum bestätigt die Nachfrage und Wirksamkeit von Coaching
- Verbände versuchen Qualität zu regulieren (mit Ethikkodex, unabhängigen Zertifizierungen und globalem Netzwerk aus Coaches)

COACHING-KLIENTEN BESTÄTIGEN DIE WIRKSAMKEIT

Studie zur 'Coaching Effectiveness' (PwC 2012)

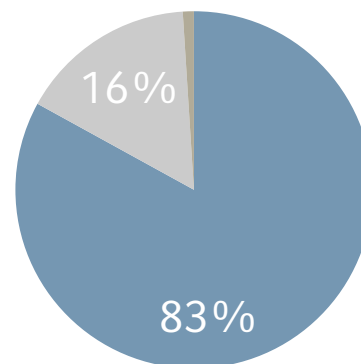
Mehrzahl der Firmen bestätigt, dass sich Investition gelohnt hat: 99% Kundenzufriedenheit, 96% würden die Erfahrung wiederholen

Nutzen auf Investment



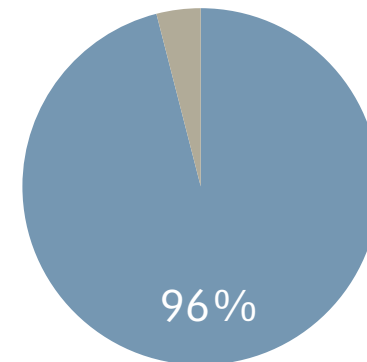
86% bestätigen, dass Investment sich gelohnt hat

Zufriedenheit



83% sind sehr zufrieden, 16% sind ziemlich zufrieden

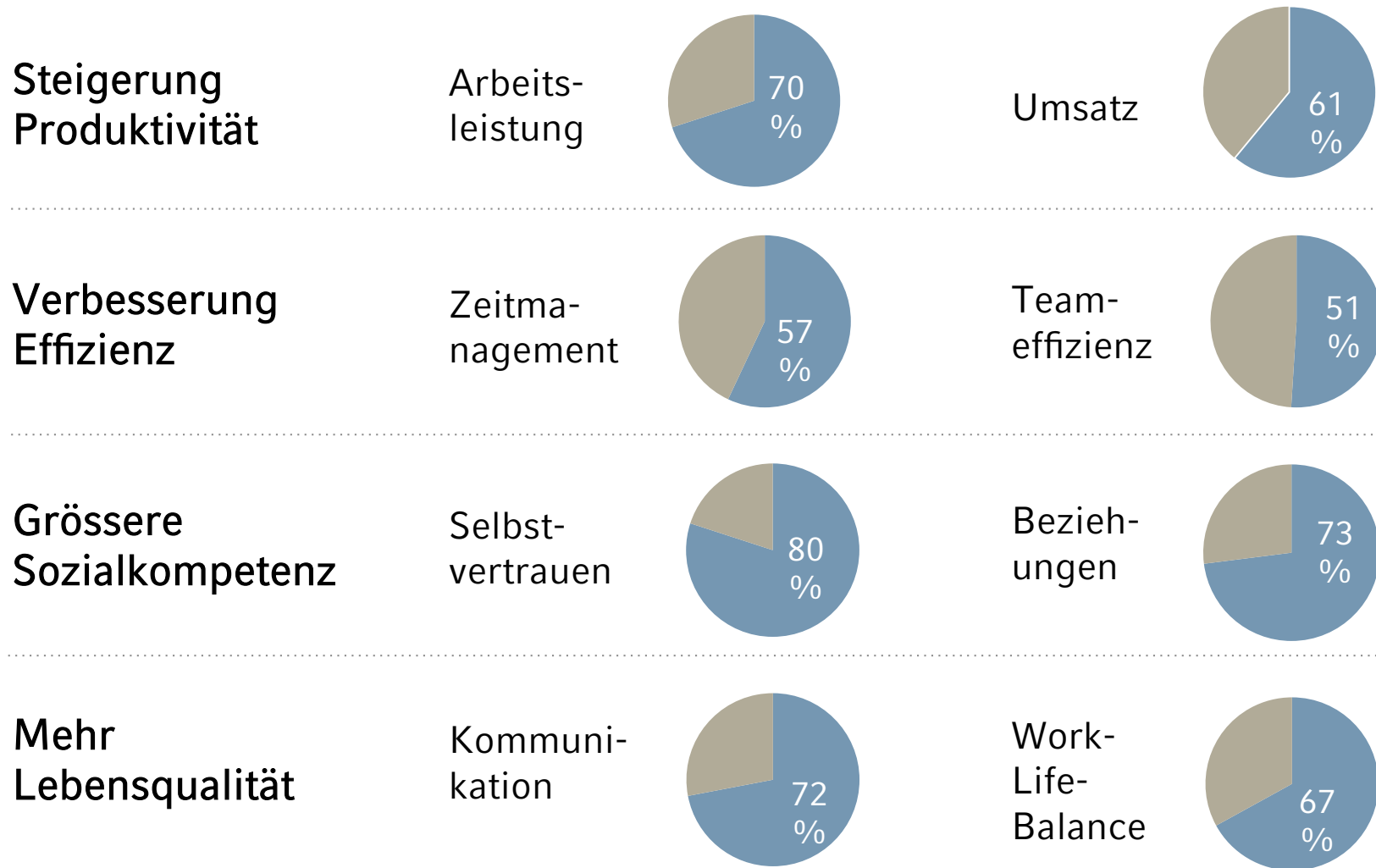
Erfahrung wiederholen



96% würden die Coaching-Erfahrung wiederholen

BESONDERS GUT 'COACHBARE' THEMENBEREICHE

Studie zur 'Coaching Effectiveness' (PwC 2012)



ES GEHT MEIST UM DIE PERSÖNLICHE ENTWICKLUNG

Gemäss International Coach Federation (ICF)

- 38% persönliche Entwicklung
- 32% Zwischenmenschliche Beziehungen
- 28% Selbstvertrauen
- 26% Kommunikation
- 26% Teameffektivität und -effizienz
- 25% Work-Life-Balance
- 23% Strategie
- 16% Karriereentwicklung und Job/Berufswechsel
- 15% Unternehmenskultur
- 14% Umsatzsteigerung
- 6% Gesundheit und Wohlbefinden

WIRKSAMKEITSGRAD VON COACHING

Julie-Anne Tooth, Sharon Nielsen, Hilary Armstrong (Jun 13)

- Markt verlangt stetig mehr Nachweisbarkeit des Effekts, ergo immer mehr Instrumente verfügbar
- Eignung dieser und Reliabilität der Instrumente müssen jedoch kritisch hinterfragt werden
- Gemessene Konstrukte belaufen sich auf Fortschritte in intrapersonellen und interpersonellen Bereiche sowie in Selbstwirksamkeit
- Erinnerung, dass kein Instrument die menschliche Erfahrung des Coaching vollends erfassen kann („das Unmessbare“), jedoch sind solche Instrumente ein guter Anfang, um Anhaltspunkte für den Erfolg von Coaching zu haben

An International Journal of Theory, Research & Practice, 11 June 2013. „Coaching effectiveness survey instruments: taking stock of measuring the immeasurable

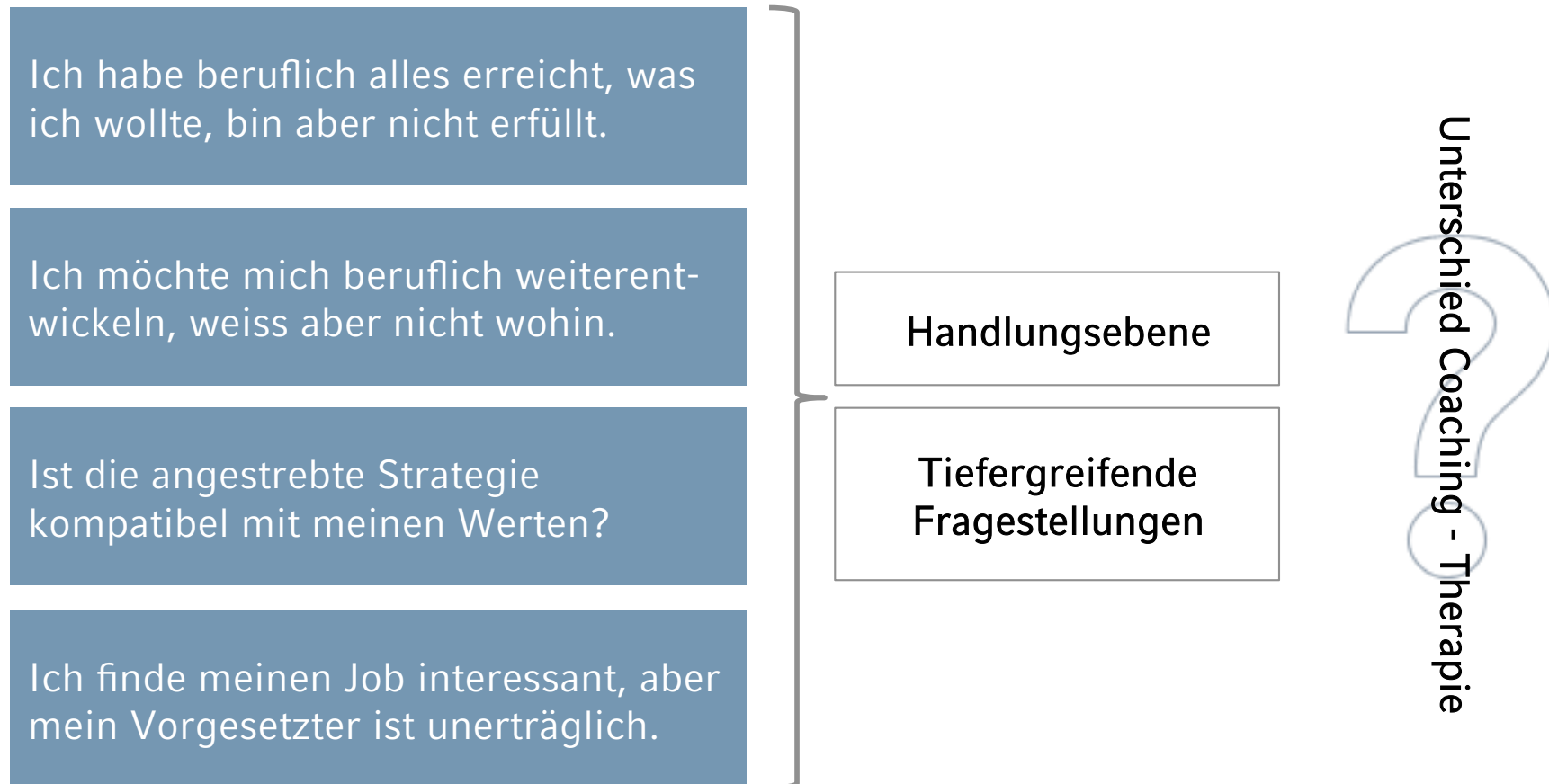
ICH BIETE DIENSTLEISTUNGEN AUF 3 EBENEN

Erfolge müssen messbar sein



HÄUFIGSTE FRAGESTELLUNGEN IM INDIVIDUALCOACHING

Unterschied zwischen Coaching und Therapie



TYPISCHER ABLAUF DES COACHING

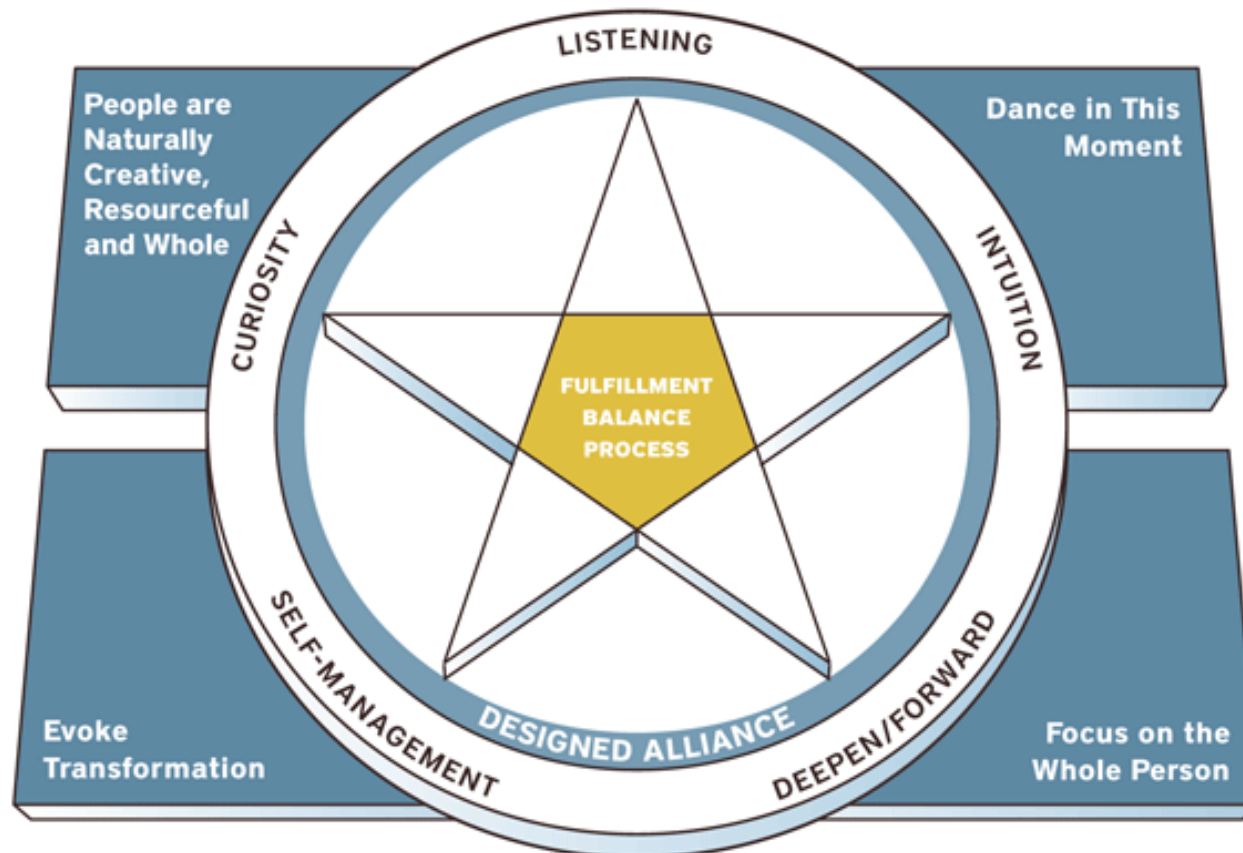
Ablauf des Coaching und Wichtigkeit der Beziehung

| Ablauf | Komponenten | Beziehungsqualität = Erfolgsfaktor |
|--|---|------------------------------------|
| 1 Umfassende Analyse | Interviews/Standortbestimmungen mit relevanten Partnern unter Berücksichtigung bisheriger Methoden/Erfolge | |
| 2 Definition klar messbarer Themen | Zielvereinbarungen mit Ansprechpartnern mit klarer Messbarkeit | |
| 3 Massgeschneiderte Methodik | Rückgriff auf bewährte Toolbox mit Coaching-Übungen (Wertebestimmungen, Visualisierungsübungen, Fragetechniken) | |
| 4 Ethik/Vertraulichkeit/Kontrolle/Supervision | Ganzer Prozess unterliegt steter Qualitätskontrolle durch Klientenfeedback und anonymisierter Supervision | |

METHODIK BAUT AUF LEITSÄTZEN DES CO-ACTIVE MODELLS

Coaching-Prinzipien der weltweit grössten Coaching-Institution

Basismodel 'The Coaches Institute'



MASSGESCHNEIDERTE LÖSUNGEN SIND EIN MUSS

Beispiele von Teamentwicklungen und Organisationsberatungen

AMAG Automobil und Motoren AG – Teamentwicklung



- Inhalt: Workshop 'Teamspirit', Januar 2013
 - Umfang: 15 Monate, 12 Teammitglieder, Folgeworkshop in Konzeption
 - Meilensteine: Massgeschneidertes Format aufgrund umfassender Analyse, schnelle Beseitigung lang ungelöster operativer Themen
-

Leonteq AG (EFG Financial Services) – Schnittstelle



- Inhalt: Staff Engagement Initiative
 - Umfang: Konzeption abgeschlossen, Kick-off im November
 - Meilensteine: Tbc
-

Transtrade GmbH – Organisationsberatung



- Inhalt: Personalentwicklungskonzept/Organisationsentwicklung
 - Umfang: 6 Monate, 10 Mitarbeiter
 - Meilensteine: Innovation steigerte Mitarbeiterzufriedenheit nachweisbar
-

WIE WERDE ICH COACH? (1/2)

Ausbildung, Anerkennung, Alter, Spezialisierung

- **Psychologiestudium** ist eine sehr glaubwürdige Basis!
- **Coaching-Weiterbildung** ist m.E. zwingend, auch wenn Klienten kaum danach fragen (typischerweise 12 Monate, berufsbegleitend)
- **Verband (ICF, BSO)** sollten Weiterbildungsinstitut anerkannt haben
- **Berufserfahrung** ist m.E. zwingend notwendig, weil sich dadurch Klienten mit Coach identifizieren können (z.B. McKinsey)
- **Alter** sekundär, auch wenn in CH sehr 'executive-driven market', aber Selbstvertrauen ist unabdingbar
- **Spezialisierungsmöglichkeiten** vielfältig, häufige Formen sind Karrierecoaching, Gesundheitscoaching, Life Coaching, etc.
- **Nischen** sind m.E. nicht zwingend

WIE WERDE ICH COACH? (2/2)

Aufbau der eigenen Firma

- **Individualklienten** entscheiden sich für Coach nach Berufserfahrung und eingeschätzter Beziehungsfähigkeit
- **Firmen** wählen Coach nach Credentials, Erfahrung in Industrie/Funktion
- **Netzwerken** ist ein absolutes Muss
- **Visibilität** ist wichtig (pull or push)
- **Klare Abgrenzung** zu unqualifizierten Coaches
- **Graduelle Entwicklung** ins Thema (z.B. HR-Positionen mit Coaching-Schnittstellen)
- **Gradueller Aufbau** der eigenen Firma (Teilzeit, 'practice clients')
- **Limitierung** durch eigene Stärken und Schwächen
- **Richtige, komplementäre Partner** hinzuziehen

WICHTIGE BERUFSVERBÄNDE FÜR COACHING

ICF und BSO

- Weltweit grösster Verband professioneller Coachs
- Mehr als 23'000 Mitglieder weltweit (CH: 300)
- Zertifizierungsprogramm seit 12 Jahren
- Qualitätsstandards, Ethikkodex und definierte Schlüsselkompetenzen



-
- Ethischer Kodex
 - Verbindliche Vereinbarungen
 - Systematisches Vorgehen
 - Regelmässige Evaluationen
 - Überprüfbare Ergebnisse



AUSBLICK AUF EINE STARK WACHSENDE BRANCHE

Eigene Einschätzungen

- **Anforderungen an Coaches** werden komplexer
- **Holistische Ansätze** werden gefragter (z.B. Wissen zu Schnittstellen mit physiologischen Mustern, Gesundheitscoaching)
- **Regulation** im Markt wird stärker, mehr Konkurrenz
- **Medien** werden mehr ortsungebunden (Coaching via Telefon, Skype)
- **Nutzung** wird sich mehr zeitungebunden entwickeln (Coaching online und immer abrufbar)

Q&A

