



Begleitungs- konzept

Begleitungskonzept von Kurt Kammermann

Eingereicht bei Swiss Coaching Association

Ausbildungsinstitut: Coachingplus GmbH

April 2016

Betrieblicher Mentor FA: Kurt Kammermann
Eingereicht bei: Swiss Coaching Association
Ausbildungsinstitut: Coachingplus GmbH, Kloten

1. Einleitung

Leitsatz: Entwickle Dein Leben und schöpfe Dein Potential aus.

Seit einigen Jahren begleite ich Menschen auf ihrem Weg zum persönlichen Wachstum. Mit der Ausbildung zum Betrieblichen Mentor FA will ich diese Arbeit weiter professionalisieren.

Mein Arbeitgeber der Verein Quelle, bietet mir die Möglichkeit, mich im Rahmen der anfallenden Situationen bereits als betrieblicher Mentor zu engagieren. Das hilft mir, meine berufsbegleitende Ausbildung in die Praxis umzusetzen.

Das Begleitungskonzept beschreibt die Grundlagen und das Vorgehen bei der Begleitung von Einzelpersonen in deren Arbeits- und Berufsfeld sowie bei deren Lern-, Veränderungs- und Entwicklungsprozessen.

2. Grundlagen der Begleitung

2. 1. Begleitungsverständnis

Menschen begleiten

Sich über eine begrenzte Zeit begleiten zu lassen, ist eine von vielen Möglichkeiten, um in speziellen Lebenssituationen weiter zu kommen. Damit dies erfolgreich geschieht, ist eine gute und beidseitig gewünschte Zusammenarbeit notwendig.

Im Begleitprozess haben Kundinnen und Kunden die Möglichkeit Muster und antrainierte Gewohnheiten, die sich im persönlichen oder beruflichen Alltag nicht bewähren, durch Reflexion und gezielte Arbeit zur angestrebten Veränderung zu korrigieren.

Begleiten zielt immer auf eine (auch präventive) Förderung von Selbstreflexion und Selbstwahrnehmung, von Bewusstsein und Verantwortung, um so Hilfe zur Selbsthilfe zu geben.¹

Die Freiwilligkeit der Kundinnen und Kunden ist bei allen Begleitungen eine Voraussetzung. Die Begleitung kann und will immer nur soweit gehen, wie es die Kundinnen und Kunden wünschen. Die Kundinnen und Kunden haben jederzeit die Möglichkeit, durch schriftliche oder mündliche Bekanntgabe die Begleitung zu beenden. Eine Begründung ist nicht notwendig.

Bei der Begleitung hat die Individualität des Menschen vorrangige Bedeutung. Es ist wichtig sie in allen Phasen des Begleitprozesses zu respektieren und zu fördern.

Ermutigte Menschen ermutigen Menschen. Dieser Grundsatz ist für die Arbeit als betrieblicher Mentor wichtig.

Psychohygiene

Der Grundsatz „keine Begleitung ohne auch selber begleitet zu werden“, gehört zum Selbstverständnis des betrieblichen Mentors. Wer den Kundinnen und Kunden den Begleitungsprozess zumutet, muss sich dies auch selber zumuten wollen. Die Mitarbeit in einer Interventionsgruppe ist fester Bestandteil einer erfolgreichen Umsetzung der fachlichen Kompetenz.

Grenzen und Abgrenzung in der Begleitung

Die Begleitung wird problematisch oder gar unmöglich falls:

- bei Kundinnen und Kunden die soziale Gleichwertigkeit nicht hergestellt werden kann.

¹ Rauen (2005) (ICF International Coach Federation, 2016) S. 26

- Kundinnen und Kunden nicht in der Lage oder nicht bereit sind die Lösung in sich selbst zu suchen.
- die Kundinnen und Kunden nicht bereit sind sich durch Fragen führen zu lassen.
- Kundinnen und Kunden psychisch nicht gesund sind.
(Sollte sich jedoch herausstellen, dass eine ärztliche Begleitung angezeigt ist, wird die Suche nach einem geeigneten Arzt oder Therapeuten unterstützt).
- bei Kundinnen und Kunden aus dem privatem Umfeld. Ausnahmen sind möglich.
- Beratungsformen die sich ausserhalb des systemischen Ansatzes positionieren, lasse ich stehen (Seelsorge, Psychotherapie, etc.) sind aber für meine Begleitung nicht relevant.

2. 2 Menschenbild

Meine Begleitung von Menschen richtet sich an christlichen Grundwerten aus (Respekt, Wertschätzung, Ehrlichkeit, ...). Sie sind lebensbejahend und geeignet eine solide und gesunde Basis im Leben aufzubauen. Kundinnen und Kunden sollen diese Grundeinstellung kennen, sie brauchen jedoch diese Sichtweise nicht zu teilen. Die Begleitung schliesst eine strikte Neutralität in Glaubensüberzeugungen mit ein.

Die Arbeit als betrieblicher Mentor basiert weiter auf der individualpsychologischen Betrachtungsweise des Menschen nach Alfred Adler.² Danach ist der Mensch ein „unteilbares Ganzes, schöpferisch, einzigartig, in untrennbarer Beziehung zu anderen, ein zielgerichtetes und Entscheidungen treffendes, selbstverantwortliches Einzelwesen.“³ Die weitgehend unbewusste Aneignung von persönlichen Einstellungen, Glaubenssätzen und Verhaltensmustern im Umgang mit seiner Umwelt (nach Adler: Lebensstil) verfolgt das Ziel, das Leben als aktiven Prozess in eigener Verantwortung zu meistern.

2. 3. Fachliche, theoretische und zielgruppenspezifische Schwerpunkte

Zielgruppen

- Einzelpersonen, die mehr aus ihrem Leben machen möchten.
- Teams aus Berufsleuten und Kaderleuten der Wirtschaft, sowie aus Kirchen und anderen Non-Profit Organisationen.

Themen in der Begleitung

Ermutigung: Mut machen gehört zu den wichtigsten Inhalten meines Begleitprozesses. Ermutigte Menschen ermutigen wieder weitere Menschen.

Lebensstil: Durch die Selbstanalyse des Lebensstils, werden Mut machende Verhaltensweisen erkannt und bewusster umgesetzt.

Wahrnehmung: Das Schärfen der Wahrnehmung durch Reflexion erleichtert es, den eigenen Standpunkt zu finden.

Finalität: Das ureigene Verlangen ein Ziel zu haben, wird verstärkt.

Gemeinschaftsgefühl: Begleiten hat das Ziel, Gemeinschaft als wirkungsvolle Ergänzung zu sehen.

Minderwertigkeit: Gleichwertigkeit führt zu einem balancierten Leben.

Begleiten als zielführender Prozess

Aus der Sicht der Individualpsychologie bestimmt das Ziel das Verhalten des Menschen. Rudolf Dreikurs schreibt: „Die Freiheit seine Einstellung selbst zu bestimmen, ist die Voraussetzung für die Setzung seiner Ziele. Der Mensch ist ein selbstbestimmter Organismus. Die Frage ist nur, wofür er sich bestimmt.“⁴ Anhand eines Beispiels erklärt der gleiche Autor in seinem Buch: „Wenn sie ein Glas Wasser haben wollen, müssen sie hinausgehen.“⁵ Es ist also klar, dass nur das Ziel das Benehmen wirklich erklärt.

² Adler, Praxis und Theorie der Individualpsychologie epub, 2012; Adler, Menschenkenntnis, epub Anaconda 2008

³ Blaser J. (2012) Notizen, Studiengang für angewandtes Coaching, Coachingplus GmbH

⁴ Dreikurs (2013) S. 49

⁵ Dreikurs (2013) S. 54

Das wichtigste Ziel der Begleitung ist, Kundinnen und Kunden zu ihrer gewünschten Bestimmung zu führen. Mangelndes Selbstwertgefühl (z.B. durch Vergleichen mit anderen) kann diesen Prozess erschweren. Im Begleitprozess suche ich „das Original“ und nicht „die Kopie“.

Das Begleiten ist dort zielführend, wo der Mensch sich aus seinen antrainierten moralischen - oder anderen fehlgeleiteten Konzepten trennen will und diese Veränderung in der Persönlichkeitsentwicklung eigenverantwortlich umsetzen kann.

Systemisch

Das Begleiten konzentriert sich auf die Selbstwahrnehmung des Kunden und sucht beim Menschen den kognitiven – das heisst auf Selbsterkenntnis beruhenden Ansatz. Mit anderen Worten, die Kunden und Kundinnen sind die Experten ihres eigenen Systems. Die Lösung der Probleme liegt darum auch in ihrer eigenen Kompetenz. Die Begleitung hilft ihnen durch Selbstreflexion ihr **System** besser zu verstehen.

Ausserdem stehen Fühlen, Denken und Handeln in einem direkten Zusammenhang. Letztlich bestimmt das Fühlen mein Denken und das Denken anschliessend mein Verhalten. Darum spielt im Begleiten eines Menschen diese Ganzheitlichkeit eine wesentliche Rolle.

Methodenvielfalt (einige Beispiele)

Verschiedene Hilfsmittel oder qualifizierte Übungen helfen die Zielsetzung zu verdeutlichen, Ganzheitlichkeit zu prüfen und eine ausgewogene Sicht der Dinge zu bekommen. Dadurch sollen sich die Kundinnen und Kunden persönlich einbringen können.

Emotion Cards zur Standortbestimmung: Fotokarten liegen auf dem Tisch. Der Kunde kann zu folgenden Fragen eine Karte bestimmen: Wo stehe ich oder was fühle ich heute? Wo möchte ich sein, oder wohin möchte ich gehen? Was hindert mich? Was brauche ich zum Überwinden?

Wertesystem erarbeiten: Welche Werte sind meine engsten Begleiter / Berater auf dem Weg zum Ziel? Die persönliche Werteordnung ist eine wichtige Entscheidungshilfe im zielorientierten Fühlen, Denken und Handeln.

Lebensstil bewusst machen: „Jeder Mensch entwickelt ungefähr bis zu seinem 4.-6. Lebensjahr seinen bestimmten Charakter, der sich in seinen Grundzügen kaum mehr ändert, wenigstens nicht ohne Unterstützung eines Aussenstehenden, der ihm hilft, seine selbstgesetzten Ziele zu erkennen und deshalb zu ändern.“⁶ Als Aussenstehender ist es mein Anliegen, den Lebensstil meines Kunden zu thematisieren und auf seine Tauglichkeit und Anpassungsnotwendigkeit im Alltag zu überprüfen.

Onlinetests und Fragebögen: Der GPI® Fragebogen (Onlinetest)⁷ hat zum Ziel, den Kunden auf seine individuellen Anteile von vier Grundrichtungen der Persönlichkeit (geschäftig, konsequent, freundlich, gemütlich) aufmerksam zu machen und eine grafische Auswertung dazu zu erhalten. Der Test wird mit Begleitung des GPI® Workbooks reflektiert.⁸

Für gezielte Laufbahnbegleitungen stehen beim Institut für angewandte Psychologie Zürich entsprechende Onlinefragebögen zur Verfügung⁹. Besonders erwähnen möchte ich das Angebot der Befragung bezüglich Laufbahnressourcen und den Karriereanker von Edgar H. Schein.

Visualisierung: Mit der Visualisierung werden Arbeitsschritte, Gedanken, Äusserungen, Prozesse, etc. auf nachvollziehbare Weise sichtbar gemacht. Die begleitete Person darf am Schluss ein eigens für sie gestaltetes „Arbeitsprotokoll“ mit nach Hause nehmen.

Für die Begleitdokumentation werden die Visualisierungen fotografiert und dem Dossier beigelegt. Auf Wunsch der Kundinnen und Kunden werden die Fotografien zur permanenten Reflexion zugestellt.

Voraussetzungen zum Gelingen und Abgrenzung

- Begleiten vermittelt dem Kunden in seiner Situation permanente Wertschätzung.

⁶ Dreikurs (2013) S. 58

⁷ Bärtschi (2015) GPI Onlinetest

⁸ Bärtschi, Workbook

⁹ IAP Institut für angewandte Psychologie der Uni Zürich (2016)

- Begleiten heisst Zuhören und aktiv Wahrnehmen.
- Begleiter halten sich in der Vermittlung eigener Meinungen konsequent zurück. Interpretieren ist erlaubt, soll aber gemeinsam mit dem Kunden überprüft werden.
- Begleiter sind in der Fragestellung so kreativ wie nur möglich (kein Smalltalk).
- Begleiter sind fähig, die Reflexion im Kopf und auf dem Papier festzuhalten (Visualisierung).

Wirkung

Die gemeinsame Arbeit in der Begleitung bewirkt je nach Fragestellung Veränderungen:

- Einfluss und Selbstbestimmung bezüglich den alltäglichen Anforderungen und Konflikten nehmen beim Kunden zu.
- Die Selbstkompetenz wird gesteigert und bewusster wahrgenommen.
- Behindernde Muster werden hinterfragt und Neue erlernt.
- Motivation und Freude zur Veränderung werden freigesetzt.
- Zugeschüttetes oder kaum erkanntes Potential wird neu erkannt und zielgerichtet eingesetzt.
- Übergangssituationen sind keine Endlosschleifen mehr, sondern Möglichkeiten Neues zu entdecken.
- Konventionelles Verhalten wird hinterfragt und unkonventionelle Möglichkeiten werden attraktiv.

3. Methodik

3. 1 Vorbereitung

1. Gespräch, unentgeltlich

Das 1. Gespräch dient der Vorbereitung und Klärung der Begleitung (Basics). Vorgehen:

- Auftrag entgegennehmen oder Bedürfnisse und Erwartungen klären.
- Ziele formulieren und Grenzen aufzeigen. Der Zeithorizont wird durch den Auftrag bestimmt.
- Kurzes Beispiel einer Begleitungssitzung durchführen. Es soll Anwendung und Praxis zeigen, damit die Arbeitstechnik beim Begleiten ersichtlich wird und soll zeigen, ob eine Zusammenarbeit auf der Basis der sozialen Gleichwertigkeit möglich ist.
- Preiskonditionen werden erläutert und ein Begleitvertrag vorbereitet und von beiden Parteien unterschrieben.

3. 2 Durchführung

Ab 2. Gespräch

- Auftrag für das folgende Gespräch festlegen.
- Realistisches Ziel für das folgende Gespräch formulieren.
- Stärken als wichtigsten Motivationsfaktor berücksichtigen.
- Umfeld im Blick auf die Zielsetzung einbeziehen.
- Ziel: Stärken und Fähigkeiten als Chance sehen (positive Sicht der Dinge) sowie Erwartung in eine erfolgreiche Zukunft sicherstellen.

Ab 3. Gespräch

- Reflexion und Rückblick der gelungenen Schritte.
- Vertiefendes Verständnis für den neuen Weg stärken.
- Mut zur Fortsetzung des Veränderungsprozesses schaffen.
- Selbstvertrauen und Mut in den Vordergrund bringen.
- Grundrichtungen der Persönlichkeit entdecken.

- Wertesystem sichtbar machen.
- Ziel: Vertrauen in die Veränderung gewinnen, eigenes Potential entdecken und umsetzen. Umsetzen von neu gewonnenen Überzeugungen. Vertrauen in die gesetzten Ziele festigen.

Ab 5. Gespräch

- Blick auf Handeln und Nicht-Handeln schärfen.
- Mut zur Eigenverantwortlichkeit fördern.
- Lebensstil, Lebensmuster und GPI Verständnis nachbessern.
- Erwartungen und Ziele reflektieren und darin den Standort bestimmen.
- Ziel: Eigenverantwortung als Ressource stärken; beim Scheitern und Rückfall in alte Muster die Orientierung behalten.

3. 3 Abschluss

Abschlussgespräch

- Selbstkompetenz steigern und Begleitprozess zusammenfassen.
- Erwartungen und Ziele reflektieren und darin den Standort bestimmen.
- Eigene Bedürfnisse erkennen, formulieren und akzeptieren können.
- Selbständige Auswertung bezüglich der gewonnen Lebensqualität.
- Ziel: Lebensfreude und Zufriedenheit steigern.
- Nächste Schritte planen - wenn nötig.
- Feedback einholen und Gespräche auswerten.

3. 4 Dossierführung

Folgende Dokumente gehören ins Dossier

- Kundenblatt: Name, Adresse, Telefon, Auftraggeber und Beginn der Begleitung.
- Unterzeichneter Begleitvertrag (Vertragspartner, Rahmenbedingungen, Teilnehmende, Ziele und Inhalte).
- Protokolle mit Notizen, fotografierte Flipcharts und andere Visualisierungen.
- Berichte zuhanden des Auftraggebers.
- Fragebogen zum Erfassen der Kundenzufriedenheit.

Datenschutz

Alle gesammelten Dokumente werden entsprechend den allgemeinen Datenschutzrichtlinien aufbewahrt.

Ohne ausdrückliche Erlaubnis des Klienten dürfen keine persönlichen Informationen gesammelt oder gespeichert werden.

Der betriebliche Mentor verpflichtet sich zu absoluter Verschwiegenheit.

Berichte zuhanden des Auftraggebers dürfen erst dann übermittelt werden, wenn sie von den Kundinnen oder Kunden visiert worden sind.

Das Dossier gehört immer dem Kunden. Er hat das Recht, die Unterlagen jederzeit anzufordern resp. einzusehen.

Die Dossiers werden verschlossen aufbewahrt und nach Abschluss für 5 Jahre archiviert.

3. 5. Marketing und Kommunikation

Das externe Marketing umfasst eine kurze Darstellung aller wichtigen Inhalte auf der bereits existierenden Homepage¹⁰. Kundinnen und Kunden können sich mit wenigen Klicks im bestehenden Angebot informieren. Ein Kontaktformular ermöglicht eine sofortige Kontaktaufnahme. Öffentliche Kurse sowie die Preisstruktur sind aktuell und werden laufend publiziert.

¹⁰ Kammermann (2015)

Seit dem Jahr 2014 besteht eine aktive Mitgliedschaft bei ICF¹¹ und Coachingplus als GPI Teamcoach. Das Angebot der Weiterbildung dieser beiden Organisationen ist ein Bestandteil meiner beruflichen Weiterentwicklung.

Die Begleitung positioniert sich für Einzelpersonen (Lebensbegleitung), Teams, Kaderpersonen, Laufbahnbegleitung und Mitarbeitende von Non-Profit Organisationen.

Der Kodex bezüglich meiner Begleit-Qualität ist in den ICF-Kernkompetenzen publik gemacht¹². Im Weiteren können sich Kundinnen und Kunden über veröffentlichte Referenzen ein Bild über die Qualität meiner Begleitung machen.

Das interne Marketing hat das Ziel die Kundenzufriedenheit zu ermitteln und zu verbessern. Aus diesem Grund wird die Zeit- und Terminplanung mit den Kundinnen und Kunden überwacht, werden die Gesprächsprotokolle systematisch und sicher abgelegt sowie die Budgets ständig kontrolliert und angepasst.

Mit einem Onlinefragebogen wird die Kundenzufriedenheit und Qualität meiner Begleitung ermittelt und ausgewertet. Entsprechend werden Verbesserungen eingeleitet.

Durch ein Budget wird ein Kostendach erstellt. Das Honorar der Sitzungen ist auf der Homepage ersichtlich und orientiert sich am marktüblichen Ansatz für Begleitungen. Sollte eine Kundin oder Kunde die nötigen finanziellen Mittel nicht aufbringen können, suchen wir gemeinsam nach der bestmöglichen Lösung. Es werden keine kostenlosen Begleitungen angeboten.

Bei Non-Profit-Organisationen, Studenten und Lehrlingen verwende ich einen reduzierten Tarif, der im ersten Gespräch individuell festgelegt wird.

4. Literaturverzeichnis

Adler, A. (2008). *Menschenkenntnis*. Köln: Anaconda Verlag GmbH.

Adler, A. (2016). *Praxis und Theorie der Individualpsychologie*. Berlin: Heptagon.

Bärtschi, U. (2013). *GPI Workbook Selbstkompetenz und Selbstsabotage*. (C. GmbH, Hrsg.) Kloten.

Bärtschi, U. (2015). *GPI Coachingplus*. Abgerufen am 23. Februar 2015 von <http://coachingplus.ch/testverfahren-grundrichtung-der-persoenlichkeit>

Blaser, J. (2012). Notizen. *Aussage über Studiengang für angewandte Coaching*. Kloten: Coachingplus GmbH Kloten.

Dreikurs, R. (1969). *Grundbegriffe der Individualpsychologie* (13. Ausg.). Stuttgart: Klett-Cotta Verlag.

ICF International Coach Federation. (04. April 2016). *Die ICF-Kernkompetenzen für das Coaching*. Von <http://www.coachfederation.ch/de/coaching/kernkompetenzen.html> abgerufen

ICF International Coach Federation. (04. April 2016). *ICF Switzerland*. Von <http://www.coachfederation.ch/de.html> abgerufen

Institut für Angewandte Psychologie IAP. (04. 04 2016). *Fragebogen Laufbahndiagnostik*. Von <https://www.laufbahndiagnostik.ch/fragebogen> abgerufen

Kammermann, K. (04. April 2016). *Coach und Trainer*. Von coachundtrainer: <https://coachundtrainer.wordpress.com/> abgerufen

Rauen, C. (2005). *Handbuch Coaching* (3. Ausg.). Göttingen: Hogrefe Verlag GmbH & CO.

¹¹ ICF International Coach Federation (2016) Mitgliedschaft Schweiz

¹² ICF International Coach Federation (2016) Kernkompetenzen