

## Neuer Master mit Coaching-Modul bei Schulleitern

Die private Hochschule International School of Management (ISM) bietet ab dem Wintersemester 2012/13 erstmals den Master-Studiengang „Psychology & Management“ am Campus Dortmund an.

Der dreisemestrige Studiengang vermittelt praxisbezogenes psychologisches Wissen im betriebswirtschaftlichen Zusammenhang und bildet Führungskräfte für die Hauptberufstätiger der Wirtschaftspraxis (Marketing, Consulting und Personal) aus. Auf dem Lehrplan stehen neben Medien-, Finanz-, Entwicklungs- und Umweltpsychologie auch Methoden der Markt- und Meinungsforschung sowie angewandte Psychologie im Betrieb.

Im zweiten Semester spezialisieren sich die Studenten auf zwei der drei großen Berufsfelder für Wirtschaftspsychologen. Zur Wahl stehen die Module:

- » „Psychology of Marketing“
- » „Psychology of Consulting & Coaching“ sowie
- » „Psychology of Human Resources and Health Management“.

Je nach gewähltem Modul beschäftigen sich die Studenten mit Marketing-Strategien, Beratungs- und Coaching-Projekten für Unternehmen oder der betrieblichen Gesundheitsförderung. Die Lehrveranstaltungen finden in deutscher und englischer Sprache statt.

Im dritten Semester wechseln die Studenten an eine ausländische Partneruniversität; im vierten Semester besteht die Möglichkeit, eine „Master-Thesis im Beruf“ zu verfassen. Zulassungsvoraussetzung für das Master-Programm (120 ECCTS) ist ein erfolgreich abgeschlossenes Studium der Psychologie oder Wirtschaftspsychologie, Sozial- oder Wirtschaftswissenschaft. Außerdem müssen alle Studienbewerber das Aufnahmeverfahren an der ISM erfolgreich bestehen. (lv)

[www.ism.de/de/psychologie-und-management-master.php](http://www.ism.de/de/psychologie-und-management-master.php)

den mit den jeweiligen Teilnehmern des Programms und Workshops mit den empfohlenen Coaches. Zusätzlich dazu wurde der Erfolg des Programms im jährlich stattfindenden Erfahrungsaustausch neu ernannter Schulleiter thematisiert und ausgewertet. Bisher stufte das Kultusministerium die Rückmeldungen als durchgängig positiv ein. (ft)

[www.kultusministerium.hessen.de](http://www.kultusministerium.hessen.de)

## Teilnehmer für die weltweit größte Coaching-Studie gesucht

Eine Studie unter der Leitung von Professor Dr. Erik de Haan vom Ashridge Centre for Coaching in Kooperation mit der Ashridge Business School (UK), der Vrije Universiteit Amsterdam (NL) und der University of Sydney (AUS) mit bereits mehr als 1.600 Teilnehmern ist dabei, die größte quantitative Studie zum Thema Coaching-Outcomes aller Zeiten zu werden.

In den letzten Jahren konnte die Fachwelt eine wachsende Anzahl von Studien, die sich mit dem Thema „Wie wirkt Coaching?“ auseinandersetzen, verzeichnen. Leider sind etliche Studien nicht von der qualitativen Güte, um die Frage nach Wirkfaktoren und messbaren Erfolgen im Coaching umfassend zu beantworten. Vor dem Hintergrund einer stark wachsenden Zahl von Coaching-Anbietern und hohen Stundensätzen wird der Mangel an verlässlichen Daten immer offener.

Die Forschungs Kooperation zwischen dem Ashridge Center for Coaching (Ashridge Business School), dem Department of Management and Organisation (VU Amsterdam) und der Coaching Psychology Unit (University of Sydney) will diesen Mangel mit einer quantitativen Studie bisher nicht da gewesener Größe beheben. Zum jetzigen Zeitpunkt haben bereits mehr als 1.050 Klienten und 550 Coaches teilgenommen. Weitere Teilnehmer sind eingeladen, sich bis zum Jahresende 2012 zu beteiligen.

Das Angebot existiert bereits seit 2007 und etwa 300 Schulleiter haben seitdem an dem Programm teilgenommen. In den vergangenen drei Haushaltsjahren wurden dafür rund 100.000 Euro pro Jahr investiert. Evaluiert wurde das Programm bisher in Einzelgesprächen mit den Teilnehmern.

Das Projekt verfolgt auch einen neuen Ansatz. Anstatt die Frage zu stellen „Wirkt Coaching?“ wird bereits – basierend auf einer Vielzahl von Studien aus Beratung und Psychotherapie – davon ausgegangen, dass Coaching wirkt. Die Forschungsfrage lautet daher: „Warum wirkt Coaching? Und wie wirkt es?“ Mit einer innovativen Methodik werden alle Schlüsselpersonen im Coaching-Prozess (Coach, Klient und Sponsoren) angesprochen und einbezogen, indem sie kurze spezielle Online-Fragebögen ausfüllen. Die Daten dieser Fragebögen werden hoffentlich neue Einblicke in die Coaching-Beziehung aus drei verschiedenen Perspektiven bieten (s. Abb.).

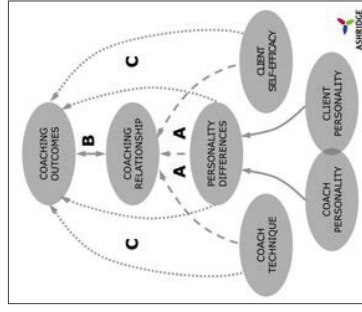


Abb.: Forschungsdesign

Um an der Studie teilzunehmen, sendet der Coach seinem Klienten eine Nachricht mit einem Link zum Fragebogen. Entscheidet sich der Klient zur Teilnahme und füllt den Fragebogen aus, wird daraufhin ein Fragebogen an den Coach gesandt, der diesen dann ebenfalls ausfüllt. Auch der Sponsor – sollte es einen solchen im Unternehmen oder Organisation geben – bekommt eine Nachricht mit der Bitte um Teilnahme. Die Daten aller Teilnehmer bleiben weitgehend anonym. Der Coach bekommt als kleinen Benefit nach einer gewissen Teilnehmerzahl eine persönliche Auswertung seiner Coaching-Stärken.

Die Fragebögen konzentrieren sich auf Persönlichkeitsunterschiede von Coach und Klient, die Selbstwirksamkeitserwartung und weitere

geraten auch immer mehr Spezialanwendungen in den Fokus. Dr. Regina Jankowitsch (A) eröffnete ihren Zuhörern in einem brillanten Vortrag die Besonderheiten des Coachings von Politikern. Margaret Moore von der Harvard Medical School (USA) führte ins boomende Thema des Gesundheits-Coachings ein. Und Dr. Alison Carter (UK) zeigte, welche große Spannbreite an Coaching-Studien existiert und dass oft immer noch unklar bleibt, was Coaching genau ist oder wie es sich von anderen Beratungsansätzen unterscheidet. Ihr Fazit: Die Forschungslage ist unbefriedigend.

Diesen Eindruck bestätigte auch die Podiumsdiskussion am späten Nachmittag des ersten Kongresstags. Es diskutierten Unternehmens- und Hochschulvertreter über den Stand der Etablierung von Coaching in Unternehmen und die Rolle der Wissenschaft. Dabei zeigt sich große Übereinstimmung unter den Unternehmen bei der Implementierung von Coaching-Programmen. Externe als auch interne Coaching-Pools und deren „Bewirtschaftung“ mit gestuften Verfahren der Coach-Auswahl sind in den Großunternehmen längst State of the Art. Die Verbandsmitgliedschaft oder gar eine Verbandszertifizierung eines Coachs ist hierbei ein, zumeist aber auch lediglich ein Add-on-Kriterium. Die Unternehmen haben schon lange eigene Kriterienkataloge und Auswahlprozesse implementiert und lassen sich Dienstleistern nicht aus der Hand nehmen. Gleichfalls tauscht man sich zudem in branchenübergreifenden Netzwerken aus.

Doch die Zusammenarbeit der Unternehmen mit Hochschulen verläuft bislang eher spärlich. Wenn man auch gerne auf die Absolventen als Praktikanten zurückgreift, eine systematische Forschungskooperation ist nirgends in Sicht. Dabei erweist sich auch das Thema Evaluation nicht als Ausnahme. Es wird zwar vonseiten der Unternehmen immer wieder Bedarf signalisiert, zugleich werden aber Schwierigkeiten berichtet. Etliche Evaluationsprojekte scheitern geschleiert zu sein, weil sich zu wenige Teilnehmer dafür bereitfinden und so die Anonymität gefährdet war. Evaluation ist ein hoch sensibles Thema, hatte Professor Dr.

re Konstrukte, die bei der Identifikation der wirksamen Bestandteile von Coaching helfen können. Die Forscher glauben, dass diese groß angelegte Studie das Potenzial hat, Antworten auf die wichtigsten Fragen der Coaching-Forschung zu geben und der Coaching-Profession eine stärkere, fundierte, wissenschaftliche Basis zu geben.

Der Coach sendet seinem Klienten den Link [www.ashridge.org.uk/client](http://www.ashridge.org.uk/client) und startet damit den weiteren Prozess. Die Forscher danken für die Teilnahme und freuen sich auf die Ergebnisse der bereits jetzt größten quantitativen Studie zum Thema Executive-Coaching. (Erik de Haan & Frank Tzoger)

[www.ashridge.org.uk/client](http://www.ashridge.org.uk/client)

[www.ashridge.org.uk/centreforcoaching](http://www.ashridge.org.uk/centreforcoaching)

## Coaching meets Research 2012

Der 2. Internationale Coaching-Forschungskongress im deutschsprachigen Raum im Juni in Basel hatte Praxisfelder im Fokus.

Etwa 220 Teilnehmer besuchten die zweite Auflage des Kongresses „Coaching meets Research“ Anfang Juni, doppelt so viele wie im Jahr 2010. Die Veranstalter von der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) in Olten drangen nach Basel auszuweichen.

Das Kongressmotto „Praxisfelder“ lenkte den Blick auf die Diversität an Themen und Anwendungsformen des Coachings, was in etlichen Keynotes aufgegriffen wurde. Professor Dr. Harald Geißler (D) gab mittels eines Portfolio-Ansatzes einen Überblick über die Erschließung neuer Praxisfelder. Wir sind demnach inzwischen in der vierten Phase angekommen: Coaching löst sich zunehmend vom klassischen 1:1-Setting und wird immer häufiger in einer hybriden Lernarchitektur (Methodenmix oder neudeutsch: Blended Coaching) realisiert, internetbasierte Selbst-Coaching-Programme etablieren sich. Aber es