

Prozessbegleitung von Unternehmen hin zu Wachstum und Expansion

ein Fallbeispiel aus der Praxis

Persönlicher Hintergrund



Diplom-Psychologe und
Approbation als Psychotherapeut
in eigener Praxis tätig seit 1991



Weiterbildungen zum Business Innovation Manager
bei der Europäischen Wirtschaftsakademie
(www.ewa-site.com) und zum Coach bei der



Internationalen Akademie an der Freien Universität Berlin (www.ina.fu-berlin.de)



Geschäftsführer des Institut für Psychologische Psychotherapie
und Beratung Berlin e. V. (*ppt*) von 2000 - 2008
(www.institut-fuer-ppt.de)



Akkreditiert bei der KfW Bankengruppe als Berater
für das Gründercoaching Deutschland
(www.beraterboerse.kfw.de/Beraterboerse/jsp/DlgBeraterboerse.do)

- Prozessbegleitung?
 - Coaching
 - Unternehmensberatung
 - Change-Management
 - Facilitating

• Coaching

- Sammelbegriff für individuelle Formen personenzentrierter Beratung und Betreuung
- Optimierungsorientierte Maßnahme zur Förderung von Kompetenz (Fähigkeiten, Wissen), Performanz (Können, Handeln Fertigkeiten) und Ressourcenlage
- Prozessuale Beratung von Führungskräften in ihren Positionen, Rollenkonfigurationen, Funktionen und Kontexten

- Unternehmensberatung
 - Rat und Mithilfe bei der Erarbeitung und Umsetzung von Problemlösungen in allen unternehmerischen, betriebswirtschaftlichen und technischen Fragen
 - Strategie
 - Organisation
 - IT - Beratung und – Services
 - Personalberatung

• Change-Management

- Umfassende Vorbereitung, Planung, Umsetzung und Begleitung von betrieblichen Veränderungen auf allen Ebenen
 - Geschlossener Prozess (Einführung bestimmter Massnahmen)

vs.

- Offener Prozess (von unbefriedigendem Zustand hin zu wünschenswertem Zielzustand)

• Facilitating

- Initiierung, Anleitung, Unterstützung und Förderung von Veränderungen
- Leitbild: das System weiß, was die anstehende Veränderung braucht und für die Beteiligten bedeutet
 - Unbewusstes kollektives Wissen
 - Strukturelle Grenzen werden ernst genommen und in die Veränderung einbezogen

• Prozessbegleitung?

Mein Selbstverständnis:

- Im wesentlichen Coaching
- Aspekte von Unternehmensberatung
- Change-Management findet eher in „reiferen“ Unternehmen statt
- Facilitating hier ohne Bedeutung

- Zielgruppe/Fokus Prozessbegleitung
 - Kleine und Kleinstunternehmen
 - Jungunternehmer/junge Unternehmen
 - Existenzgründer

- Hintergrund/Einordnung der Zielgruppe
 - Anstieg der Arbeitslosigkeit
 - Ich-AG
 - Gründungsförderung
 - Weiterbildungsmaßnahmen/Projekte
 - Gründercoaching Deutschland

- Hintergrund/Einordnung der Zielgruppe
 - Das Projekt Stattkapital
 - „Schnuppe“ trifft „Engel“

- Praxisbeispiel

die Firma (zu Beginn der Begleitung):

- Gründung 2003
- Agentur
- GmbH
- 2 GF + 1FA + Freelancer (nach Bedarf)
- Umsatz: max. 120 T€uro

- Aufgabe/Auftrag/Problemstellung
 - Personal/ -entwicklung
 - Strukturentwicklung/Hierarchisierung
 - Vision/Strategieentwicklung
 - Einkommenssteigerung
 - Existenzfestigung

- Methoden/ „tools“
 - Zukunftswerkstatt
 - Positionierungscoaching

neben „selbstverständlichem“ wie:

prof. Gesprächsführung, Rollenspiel, systemischem Ansatz, Konfliktklärung, Kreativitätstechniken u. ä.

- Methoden/ „tools“: Zukunftswerkstatt
(wo möchte die Firma hin?)
 - Geht zurück auf die Zukunftsforscher Jungk, Lutz und Müller
 - Ablauf in 3 Phasen, die wiederholt werden (sollen)
 - Phase 1: Kritik/Beschwerde
 - Phase 2: Fantasie/Utopie
 - Phase 3: Praxis/Verwirklichung

- Methoden/ „tools“: Positionierungscoaching
(wie soll die Firma sein?)

Hierarchische Untersuchung der Organisation nach

- Selbstbeschreibung
- Identität
- Ziele/Strategie
- Prozesse
- Kommunikation
- Tägl. Verhalten

- Ablauf Prozessbegleitung
(was ist passiert)
- Die Prozesse laufen parallel und überlagern sich
- Künstliche Trennung zur besseren Darstellbarkeit
- Einfluss des Tagesgeschäfts
- Zusammenarbeit über einen Zeitraum von 8 Monaten

• Die Zukunftswerkstatt

Ablauf

- Vorstellung des Themas
- Vorbereitung Arbeitsphase (Imaginationsübung)
- Vorstellung Methode 6 – 3 – 5 /Durchführung
- Auswertung
- Zusammenführen/“Destillieren“
- Schluss/Ausblick

- Die Zukunftswerkstatt

Ergebnisse

- Deutliche Cluster, ergiebige Ideen (Ideeninflation)
- Konkrete Projektideen
- Aufbruchstimmung

• Positionierungscoaching

Ablauf

- Vorstellung des Modells
- Erarbeitung der „Zwiebelschalen“
- Besprechung
- Umsetzung/Auswertung (im Regelkreis)

- Positionierungscoaching

Ergebnis (SB/Identität)

Trends setzen	Jung, modern, flexibel und schlagkräftig
Hochw. Produkte für interessante Kunden	Selbstkonzipierte und umgesetzte Plattformen
Eigenregie, Ideen generieren	Gewinnorientiert
Zwischen Studenten mit Flausen und gr. Agentur	Später: als Berater die Erfahrung weitergeben

- Positionierungscoaching

Ergebnis (Strategie/Ziel)

Ideen generieren, professionell verwirklichen	Weg vom Programmieren hin zu GF
Weniger ist mehr	Anwendung und Erweiterung des Firmen-knowhow
Organisch wachsen	Neue Kontakte knüpfen

- Positionierungscoaching

Ergebnis (Prozesse/Kommunikation/Ablauf)

- Regelmäßige Mitarbeitergespräche
- Einstellung weiterer Mitarbeiter
- Klärung Gesellschafterstruktur
- Regelmäßige workshops
- Einführung Projekt-/Zeitmanagement
- „give me five“ / Ideenboard

- Praxisbeispiel

die Firma (am Ende der Begleitung):

- 2 GF + 2FA + 1 Praktikant +
Freelancer (nach Bedarf)
- Umsatz 2009: 160 – 180 T€uro*

* erwartet

- Reflektion

Verwandte/ähnliche Prozesse in Psychotherapie und Coaching:

- Übertragung
- Regression
- Widerstand

- Reflektion

Fähigkeiten/Techniken/Erfahrungen aus der Psychotherapie wichtig im Coaching:

- Rapport herstellen können/Gesprächsführung
- Geschulte Wahrnehmung
- Div. Techniken: PMR/AT, Imaginationsübungen, Gestaltmethoden, Familientherapie und systemische Techniken (z. B. zirkuläres Fragen, Organisationsaufstellung), Mediation

Vielen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit

