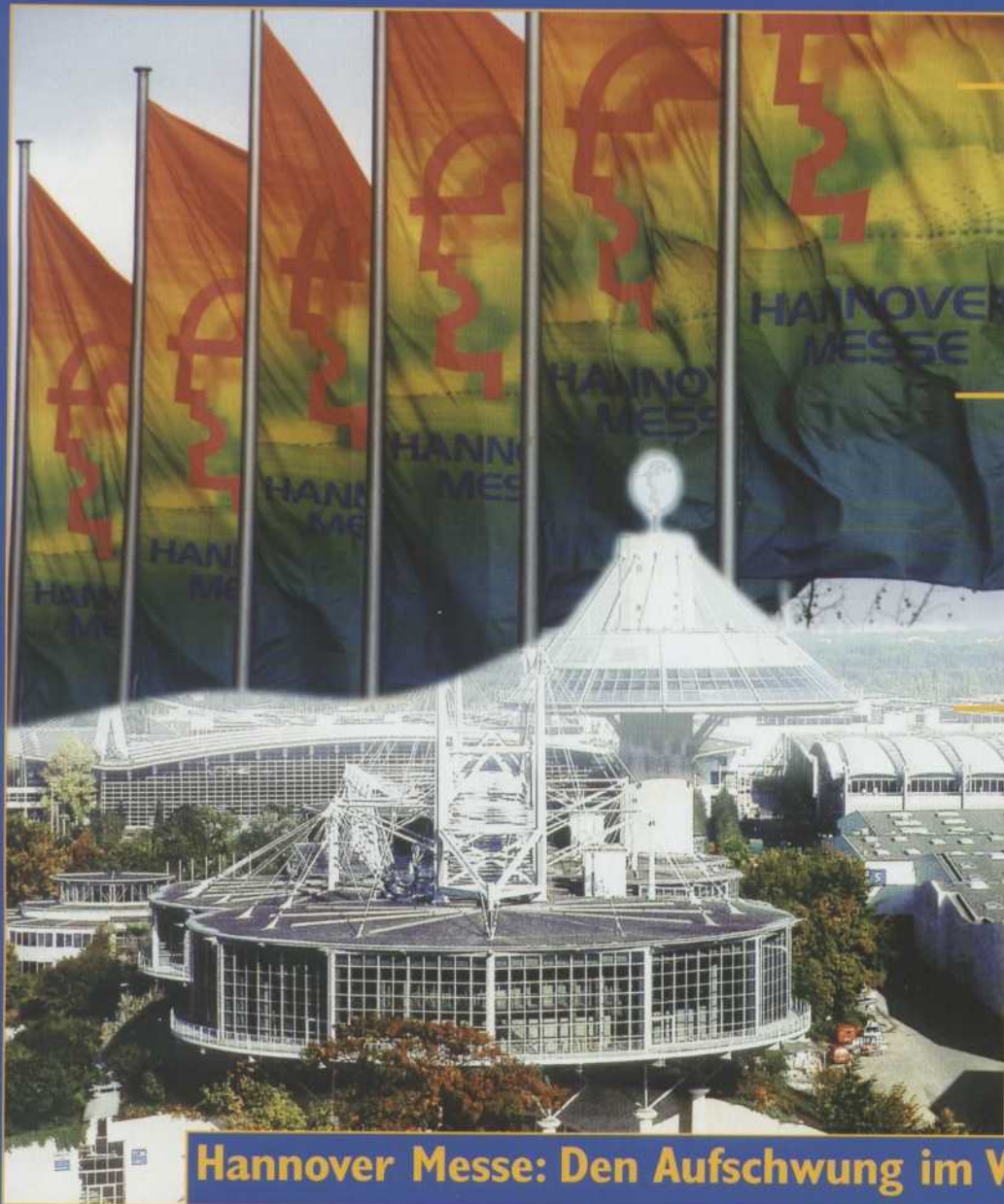


INDUSTRIE

ANZEIGER

ERFOLG IM
INDUSTRIELLEN
MITTELSTAND



Cemat

Die wichtigsten Neuheiten bei Flurförderzeugen sowie Trends der inner- und außerbetrieblichen Logistik
Seite 34

Factory Automation

Internet und Ethernet sorgen für Datenfluss im Fabriknetz. Verteilt zu automatisieren statt zentral zu steuern, ist das Megathema
Seite 62

Technologietransfer

Praxisnahe Forscher und Entwickler zeigen die Vorläufer neuer industrieller Lösungen
Seite 132

Hannover Messe: Den Aufschwung im Visier



Finanzierung

Viele Banken gehen wegen Basel II auf Distanz zum Mittelstand, beobachtet Dr. Josef Trischler vom VDMA
Seite 28

Seite 28

Coaching: Hilfe zur Selbsthilfe liegt im Trend

Für jeden Chef einen eigenen Trainer

Im Sport ist es selbstverständlich, in Unternehmen nicht. Schon gar nicht in mittelständischen Firmen. Coaching – die kritische Wegbegleitung durch einen Profi – leisten sich meist nur Topmanager in Großunternehmen. Für Chefs von mittelständischen Firmen war das Thema tabu. Das soll sich ändern.



„Zwischen Coach und Klient muss ein absolutes Vertrauensverhältnis bestehen“, so die Forderung von Coach Dr. Georg Kraus

Alle paar Monate bekommt die Raumtechnik Fellbach GmbH Innovative Systeme in Fellbach Besuch von Dr. Georg Kraus. Mal trifft sich Kraus mit dem Firmenchef, mal mit den Mitarbeitern, öfter auch mit beiden Parteien gemeinsam. Doch Kraus ist weder Unternehmens- noch Steuer- oder Vertriebsberater. Er ist Coach. Und kennt sich aus mit möglichen Problemen von Unternehmen und Beschäftigten. Er dient nicht nur bei Konzernen wie der Telekom AG oder der Daimler-Chrysler AG als Sparringspartner für Entscheider, sondern auch bei vielen Vorständen und Geschäftsführern von

mittelständischen Unternehmen. Kraus weiß: „Coachingaufträge im Mittelstand entwickeln sich oft aus anderen Beratungsaufträgen heraus. Denn der Kunde muss erst Vertrauen zu dem Berater bekommen.“ Da wird dann meist zunächst die klassische Beraterriege konsultiert. Der direkte Weg zu einem Coach ist hier eher ungewöhnlich. „So beklagt sich dann der Firmeninhaber bei seinem Steuerberater darüber, dass er Probleme bei der Integration seines Sohnes in die Firma hat und nicht mehr weiter weiß“, nennt Kraus, Inhaber der Firma Dr. Kraus & Partner Consulting aus Bruchsal ein typisches Beispiel. Doch viele Führungskräfte merken auch im Alltag, dass sie mit ihrem bislang bewährten Vorgehen nicht oder nicht immer weiter kommen. Sie suchen nach Gesprächspartnern, um ihre Situation zu reflektieren. Damit ändert sich auch der Begriff und das Image von Coaching. Wo noch vor ein paar Jahren das Coaching einen Touch von Psycho-Couch hatte, geht der Trend heute in Richtung ganzheitlicher Betrachtung der Situation des Klienten. „Der Coach hilft dem Klienten, seine Gedanken neu zu fokussieren“, nennt Kraus diese Entwicklung.

Nach wie vor tun sich aber Führungskräfte oft genug schwer damit, zuzugeben, dass sie etwas nicht wissen oder nicht können. Zu sehr ist das Bild vom Chef gekoppelt mit allumfassender fachlicher Autorität. Anders bei Werner Förster, dem Geschäftsführenden Gesellschafter der Firma Raumtechnik Fellbach. Nach einem

Management-Buy-out vor rund drei Jahren hat sich die Firma, Spezialist für Doppelbodensysteme, die in der High-Tech-Industrie eingesetzt werden, auf konsequenten Erfolgskurs begeben. Nicht nur die Umsätze der Schwaben sind jährlich in zweistelligen Prozentsätzen gestiegen. Auch das Management ist ein anderes geworden. „Ich glaube, ich absolviere von allen Mitarbei-

tern im Unternehmen hier fast die meisten Fortbildungen“, sagt Firmenchef Förster, der kein Verständnis dafür hat, wenn sich Führungskräfte nicht auch einmal zum „Nichtwissen“ bekennen. Förster selbst hat deshalb auch keinerlei Schwierigkeiten im Umgang mit dem Thema Coaching. „Es hilft, neue Ideen zu entwickeln, die Dinge mit anderen Augen zu betrachten und neue Zusammenhänge zu erkennen“, so seine Überzeugung.

Auch wenn es noch viele Vorbehalte gibt: Der Trend zum Coaching ist da. Immer mehr Manager und Führungskräfte müssen sich auch mit Themen beschäftigen, die weit über die normalen Betriebsabläufe hinaus gehen. Dazu zählt Mobbing ebenso wie das Burn-out-Syndrom oder Konflikte

Ein Coach hilft, die festgefahrenen Gleise zu verlassen

mit Mitarbeitern. Dass sich an der Frage der Unternehmensnachfolge auch häufig Familienkonflikte entzünden, gehört zu den typischen Mittelstandsproblemen. Während das Thema Coaching für Entscheider zwischen Tabuthema und Modeerscheinung hin und her pendelt, machen sich inzwischen Heerscharen von Coaches, Trainern und Beratern daran, den lukrativen Markt zu beackern. So mancher selbst ernannte Guru ohne fachliche Qualifikation verspricht mit fragwürdigen Methoden rasche Erfolge. Ein Geschäft, das blüht, so lange der Begriff nicht geschützt und keine geregelte Berufsausbildung vorhanden ist.

So bieten vom Diplompsychologen bis zum ehemaligen Strukturvertriebler viele Trainer ihre Dienstleistungen als Coach auf dem Markt an. Und der Kunde hat die Qual der Wahl. Besonders ins Visier genommen haben die Berater dabei die Ziel-

Interessante Links:

www.coaching-report.de: Hier findet sich die umfassendste Sammlung von Informationen rund um das Thema Coaching, die das Web zu bieten hat.

www.ig-coaching.de: Die Interessengemeinschaft Coaching will qualitative Richtlinien erarbeiten, Aufklärung und Transparenz in der Coaching-Branche schaffen.

Websites von Coaches für Führungskräfte:

www.medienakademie-koeln.de

www.adp-methode.de

www.koenigscoaching.de

www.dorotheeochter.de

www.schreyoegg.de

www.coaching-web.de

www.kraus-und-partner.de

gruppe Management und Themen rund um berufliche Orientierung, Karriere, Führung und Verantwortung.

Ganz andere Wege geht die Medienakademie Köln, eine Tochter der Bertelsmann-Stiftung mit ihrem Coaching für mittelständische Firmenchefs. Akademie-Chef Ekkehard Gerlach hat sich das ausdrückliche Ziel gesetzt, „Lernen auch bei Entscheidungsträgern salonfähig zu machen“. Mit Beharrlichkeit und Aufklärung will Gerlach die Botschaft vermitteln, dass selbst Experten ständig lernen müssen, um der Wissensexplosion standhalten zu können. „Wir wollen die Weiterbildung als konstante Facette des Berufslebens eta-

blieren“, so Gerlach. Dazu hat er sich ein heikles Thema und eine schwierige Zielgruppe ausgesucht. Denn wenn überhaupt, sind Inhouse-Seminare mit verschämten Einzeltrainings für die Führungsetagen gefragt. Aber ein Coaching? Doch Gerlach hat es geschafft, mit seiner Kampagne die Theorie vom weiterbildungsresistenten Boss zu widerlegen.

Diskussion, nicht Vortrag und konkrete Problemlösung statt allgemeiner Information lautet die Devise – und zwar genau zugeschnitten auf den einzelnen Kunden. Wie es scheint, trifft die Medienakademie damit ein Bedürfnis vieler Chefs.

Gabriele Müller ist Journalistin in Wuppertal

NACHGEFRAGT

„Qualität nachvollziehbar machen“



Christopher Rauen, Coach, Diplom-Psychologe und Fachbuchautor, hat die Interessengemeinschaft Coaching (www.ig-coaching.de) gegründet

Coaching scheint im Trend zu liegen. Werden hier endlich alte Vorurteile abgebaut?

Coaching war am Anfang eigentlich nur etwas für Top-Manager. Da war die Notwendigkeit einer Beratung noch mit dem Stigma des Versagens behaftet. Inzwischen ist Beratung akzeptierter und auch der Druck der Wirtschaft auf Entscheider nimmt zu.

Tun sich Chefs aus kleinen Betrieben schwerer als Manager aus Großfirmen? Hat das etwas mit alter Denke zu tun?

Nein, das sehe ich eher als individuelles Problem – unabhängig von der Größe eines Unternehmens. Betonköpfe kann es überall geben. Der Unterschied zu Konzernen ist, dass sich kleinere Unternehmen einen durchhängenden Chef nicht leisten können, ohne dass es existenzielle Probleme gibt.

Wie findet ein Interessent den richtigen Coach?

Das ist die eigentlich Frage: Er sollte in jedem Fall nach fachlicher, beruflicher und menschlicher Qualifikation fragen und Referenzen verlangen. Psychologische und/oder wirtschaftliche Kompetenzen, im besten Fall eigene Führungserfahrung sollten vorhanden sein. Ein seriöser Berater nennt außerdem klar die Rahmenbedingungen und hält diese auch vertraglich fest.

Sie haben die Interessengemeinschaft Coaching gegründet. Zu welchem Zweck?

Wir wollen vor allem aufklären, informieren und dadurch die Qualität von Coaching sichern und verbessern. Auf keinen Fall wollen wir Methoden standardisieren, denn jeder Coach hat seine eigene Vorgehensweise.

Wie hoch sind in der Regel die Kosten?

Das ist immer eine sehr individuelle Vereinbarung, je nach Qualifikation des Coachs und Aufwand. In der Regel liegen die Kosten für eine Sitzung zwischen 100 und 500 Euro. Es gibt aber auch die Alternative, Pauschalsummen für eine bestimmte Dauer des Coachings zu vereinbaren.



Sicher geschützt?

Ja! Mit innovativen
**Polyurethan
Elektrogiessharzen**
nach Mass.



EIN UNTERNEHMEN DER RAMPF-GRUPPE

RAMPF Elektrogiessharze bieten höchste Qualität durch:

- Verlässliche Isolierung und Fixierung empfindlicher elektrischer Bauteile
- Kostengünstiger Ersatz von Epoxidharzen
- UL-Listung (Hoher Flammschutz)
- Variable Verarbeitungsmöglichkeiten
- Hohe thermische und mechanische Festigkeit

**Fragen Sie uns -
RAMPF hat die Lösung.**

www.rampf-giessharze.de

RAMPF Giessharze GmbH & Co. KG
Tel.: 0 71 23/ 93 42-1443 · Fax: 0 71 23/ 93 42-1444