

Titel: **Business-Coaching**
Der Coach als Mountain Guide und Hofnarr

Herausgeber: **Walter Schwertl**
Verlag: **VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2009**
Umfang: **200 Seiten**
ISBN-Nr.: **978-3-531-15626-2**
Preis: **39,95 €**

Rezensentin: © **Elizabeth Kandziora**, Hannover
Systemische Beraterin, Diplom-Supervisorin (DGSv)

„Unterscheide zwischen Anliegen und Auftrag.
Beratungskommunikation beginnt mit dem ersten Kontakt.
Aufträge sind das Ergebnis von Co-Produktion.
Die Prozessstrecke vom Anliegen zum Auftrag ist voller kommunikativer Tücken und bedarf intensiver Reflexion.
Unterscheide zwischen dem, was jemand mitbringt und dem, was ausgehandelt wurde.
Lauf vor keinem sichtbaren Dissens weg, denn er ist schneller als du.
Schlechte Aufträge kosten Zeit und Geld.“ (S. 113)

Solcherart ‚Markierungen‘ genannte Zusammenfassungen (hier im Kapitel: Von Anliegen und Aufträgen) würzen das in jeder Hinsicht beeindruckende Buch von Dr. Walter Schwertl.

Viele Jahre Erfahrung fließen ein in dieses Buch. Es ist anregend, kompakt (nur 200 Seiten incl. Literaturliste), zugespitzt formuliert, voller souveräner Klugheit, ein Lesegenuss für theorie-affine PraktikerInnen. Keine Zweifel lässt Schwertl an seinen Grundsätzen. Beratung benötige einen soliden theoretischen Hintergrund(S. 24) und „ Gute Theorie muss praktisch sein!“ (S.25)

Diesen Background als Orientierung in der Beratungskommunikation, gilt es „...nicht als Vorgabe eines richtigen Weges, sondern als Angebot eines Korridors an Möglichkeiten zu denken.“ (S. 26).

Aufgabe des Hofnarren ist es, Festgefühtes in Zweifel zu ziehen und den Kunden einzuladen, bisher Unbekanntes, Unsichtbares, Unmöglich erscheinendes zu entdecken. Dies kann nur auf der Grundlage von Vertrauen geschehen.

Der Mountain-Guide ermöglicht seinem Kunden, bisher unbekanntes Gelände zu erkunden und zu durchqueren, was er alleine nicht oder noch nicht beherrscht. Doch der Guide begleitet nicht nur, er trägt auch professionelle Verantwortung: „Im Gebirge ist oft nicht die Zeit abzuwarten, bis der Kunde von selbst gelernt hat“ (S. 14).

Vertrauen und Zuversicht können über schwierige Phasen in einem Coaching-Prozess hinweghelfen. Dies zu ermöglichen und das geschenkte Vertrauen zu verdienen ist die anspruchsvolle Aufgabe eines Coaches. Walter Schwertls Buch lässt keinen Zweifel an dieser Anforderung: „ Der Coach selbst wird als Aktant zum Nadelöhr von Kommunikation und kommt nicht umhin, sich im Kontext seines Handelns selbst zu positionieren und zu verantworten“, Maria L. Staubach in ihrem Gastbeitrag, (S. 90).

„Möge das Buch seinen Weg zu den Lesenden finden“, schreibt Günther Emlein im Vorwort.

Eine gute Empfehlung. Es ist ein Lesegenuß!

Hannover, den 23.12.2009

veröffentlicht in der Zeitschrift OE, OrganisationsEntwicklung, Heft 3, 2010