

Bericht



Whiteboard Bericht
Management

**Auf dem Green die
Führungsqualitäten
optimieren**

www.kmuswiss.ch

Verfasserin

Romi Staub
Inhaberin ROMI STAUB COACHING
8442 Hettlingen und 7050 Arosa

Danke

Frau Romi Staub, Firma ROMI STAUB COACHING, danken wir für das Schreiben des vorliegenden Berichts.

Ein spezieller Dank gilt allen Sponsoren der Plattform **KMU SWISS EVENT** im Jahr 2006, welche die Durchführung aller Aktivitäten ermöglichen.

Exklusiv-Sponsoren:



Haupt-Sponsoren:



Patronat:



Medienpartner:



Verbandspartner:



Co-Sponsoren:

AVISTA – AZ Direct AG – Gebrüder Weiss AG – Geissmann Kuhn Kern – Genevoise – Intertime AG – Océ Schweiz – Kenny's Autocenter – Kultur- und Kongresszentrum TRAFÖ – Nexell GmbH – Orange Communications AG – Rent a Person – Schmocker AG – Swisscom Directories AG – SWICA – Telag Communications AG

Whiteboard Bericht

Wie Golfen die Führungsqualitäten erhöht

Autorin:



Romi Staub

Geboren 1952 in Arosa (CH), ist Inhaberin der Firma Romi Staub Coaching und begleitet Führungskräfte durch herausfordernde Prozesse hindurch. Die ehemalige Kriminalbeamtin und Personalfachfrau hat zahlreiche Fachberichte und Dossiers zum Thema Coaching veröffentlicht. Unter anderem das HRM-Dossier „Coaching – und Veränderungen gehen viel einfacher“, SPEKTRAMedia, Zürich, ISBN 3-908244-30-7. Romi Staub betreut ihre namhaften Klienten aus dem oberen Kader nicht nur klassisch, sondern erfolgreich mit innovativen Formen wie

dem «Golf und Leadership» auf dem Green, beim «Wandercoaching, dem beschaulichen Reflexions-Spaziergang» oder mittels Telefon- und eMail-Coaching.

Firma:

ROMI STAUB COACHING

Dammstrasse 11, Postfach, 8442 Hettlingen
und Haus Altamira, 7050 Arosa
Telefon 052 316 1611, Mobile 079 430 6509
eMail: info@romistaubcoaching.ch
www.romistaubcoaching.ch

Datum:

25.07.2006



Inhaltsverzeichnis

1. Zusammenfassung (Management Summary)	4
2. Golf als elegantes Transportmittel	5
2.1 Die Zielsetzung	5
2.2 Die Strategie	6
2.3 Die Taktik.....	6
2.4 Der Perspektivenwechsel	7
3. Glossar	7
4. Checkliste: Und so gehts	8
5. Literaturtipps	8

1. Zusammenfassung (Management Summary)

Eine neue Form des Führungs-Coachings hält auf den Schweizer Golfplätzen Einzug. Unerwartete Fragen beleuchten Strategie und Taktik beim Golf aus einer vollkommen anderen Perspektive. Die Golfspielenden gewinnen überraschende Erkenntnisse über ihre Führungsqualitäten. In entspannter Atmosphäre und inspirierender Umgebung werden positive Weiterentwicklungen ausgelöst.

2. Golf als elegantes Transportmittel

Die Aufgabe eines Golf-Coachs ist es, seinen Klienten zu zeigen, wie sie besser Golf spielen können. Die Aufgabe eines Führungs-Coachs ist es, seinen Klienten zu zeigen, wie sie Führungsqualitäten erhöhen können. Das Konzept „Golf & Leadership“ nutzt die Entspannung, Reflektionsbereitschaft und Aufnahmefähigkeit von Führungspersonen während dem Golfspiel für effizientes Coaching. Dabei nimmt der Coach die Rolle eines Hofnarren ein und zeigt dem Klienten ungeschminkt, wie sich das, was er tut, in seinem Führungsalltag auswirkt. Er hält ihm also den Spiegel vor und nennt auch scheinbare Nebensächlichkeiten klar beim Namen. Das Golfspiel erweist sich dabei als elegantes Transportmittel; metaphorische Bildvergleiche vereinfachen und verstärken den Lerneffekt erheblich. Während des Coachings wird ganz konkret aufgezeigt, wie nachhaltig dieser Lerneffekt ausgelöst wird.

2.1 Die Zielsetzung

„Was möchten Sie auf dieser speziellen Golfrunde heute entdecken, um in Ihrem Führungsverhalten weiterzukommen?“ Mit dieser Frage beginnt das Coachinggespräch auf dem Golfplatz. Der Coach versucht von seinem Klienten möglichst viele Details darüber zu erfahren, was dieser im Unternehmen alles anders anpacken wird, wenn dieses Ziel heute auf dem Golfplatz erreicht ist. Wie sich das veränderte Verhalten auf das Unternehmen auswirken wird und woran als Erstes zu erkennen ist, dass er sich seinem Ziel annähert. Klassisch beginnt der Klient zuerst vage und konkretisiert erst später: „Ich möchte einige Lösungsansätze finden, die ich später weiter entwickeln kann. Konkret beschäftigt mich die Frage, wie ich meinen Mitarbeitenden mehr Freiraum gewähren kann, damit diese kreativ und selbstständig arbeiten können, ohne dass ich mich ständig einmische.“ Und weiter: „Wenn ich so einen Lösungsansatz gefunden habe, dann fühle ich es in meinem Bauch.“ Dieses Gespräch findet in lockerer Atmosphäre statt, während Coach und Klient gemütlich zum ersten Abschlag wandern.



Schon bei der Zielsetzung versucht der Coach von seinem Klienten möglichst viele Details darüber zu erfahren, was dieser im Unternehmen alles anders anpacken wird, wenn dieses Ziel auf dem Golfplatz erreicht ist.

2.2 Die Strategie

Beim Abschlag angekommen, lauten die Fragen: „Welche Strategie verfolgen Sie hier? Was wollen Sie ganz konkret erreichen?“ Die Antwort lautet wiederum erst vage: „Ich will den Ball irgendwo auf das Green bringen.“ Der Coach lässt nicht locker: „Und wie sieht das aus? Schildern Sie mir Ihr Bild, das Sie vor dem inneren Auge haben, so genau wie möglich.“ – „Der Ball fliegt in einem weiten und doch hohen Bogen und prallt etwa so (lässt einen Golfball auf dem Boden aufprallen) auf dem Boden auf.“ – „Wie tönt das, wenn der Ball dann in genau diesem Winkel auf das Green fällt?“ – „Das tönt wie ein Klack, etwas dumpfer.“ Die Vertiefungsfrage „Reicht es Ihnen, wenn der Ball einfach irgendwo auf das Green fällt?“ löst die für eine Führungsperson vollkommen überraschende Antwort „Ja, schon, alles andere ist völlig unrealistisch“ aus. Sofort hakt der Coach nach: „Ist das Ziel eines Abschlages, den Ball ins Green zu bringen oder ins Loch zu versenken?“ – „Schon, ins Loch zu versenken. Aber das ist unrealistisch.“ Hier folgt ein längerer Diskurs in dessen Verlauf der Klient erkennt, dass er sein Ziel zwar klar benennt, dann aber wie mit einem feuchten Lappen alle klaren Linien wieder verwischt. Und plötzlich die Einsicht: Er will ja gar nicht den Ball beim ersten Abschlag gleich ins Loch versenken, das wäre ihm viel zu langweilig. Vielmehr freut er sich darüber, wenn er dann noch zwei-, drei- oder auch viermal putten kann, bis der Ball schliesslich im Loch landet. „Diesen Kick brauche ich, damit mir das Golfen Freude macht!“, beschreibt er die Motivation.

2.3 Die Taktik

Nun bereitet sich der Klient auf seinen Abschlag vor. Konzentriert simuliert er zwei Abschläge. Dann setzt er den Ball und katapultiert diesen mit einem schön runden, harmonischen Schwung ins Green. Besonders beeindruckend ist die Konzentration, mit der er den Schwung zu Ende bringt, bevor er seine Körperhaltung verändert, um dem Ball nachzuschauen. „Der Ball ist jetzt hinter den Bunker zu liegen gekommen. Eine interessante Ausgangslage“, kommentiert der Klient seinen Abschlag. Sofort hakt der Coach nach: „Können Sie mir sagen, worauf bei diesem Abschlag Ihre Aufmerksamkeit gerichtet war?“ Diese Frage bringt den Klienten total aus dem Konzept: „Auf den Ball? Das Green? Oder das Holz? Nein, auf die Hand. Nein, doch nicht, ich glaube ... Das ist ja DIE zentrale Frage! Genau. Worauf habe ich denn wirklich meine Aufmerksamkeit gerichtet?“ Sein Gesicht verrät zusätzlich etwas von dieser tiefen Erkenntnis, die jetzt über ihn gekommen ist.



Beim Abschlag ist die Konzentration, mit welcher der Klient den Schwung zu Ende bringt, besonders beeindruckend.

Coach und Klient wandern zum Ball. Unterwegs diskutieren sie über das, was Aufmerksamkeit alles bewirken kann und wie sich das auch im Führungsalltag auswirkt. Der Klient peilt zielsicher seinen Ball an, worüber der Coach sein Erstaunen ausdrückt. Der Klient lacht: „Ja, eigentlich staune ich auch. In meinem Kollegenkreis bin ich bekannt dafür, dass ich meine Bälle stets lange und intensiv suchen muss.“ – „Aha. Und was haben Sie denn jetzt Besonderes gemacht, dass Sie den Ball auf Anhieb gefunden haben?“ Nach längerem Nachdenken: „Ich habe den Schwung beim Abschlag fertig gemacht, ihm Zeit gegeben. Da war auch meine ganze Aufmerksamkeit, im Schwung. Dabei habe ich den Kopf immer unten gehalten. Erst als der Schwung fertig war, habe ich auch den Kopf gehoben und dem Ball nachgeschaut. Und habe genau gesehen, wo er aufgeprallt ist.“ Weiterhin in Gedanken versunken, fast mehr zu sich selbst als zum Coach, ergänzt er: „Also gibt es eine Zeit des Golf-Spiels und eine Zeit des Nach-Schauens.“

2.4 Der Perspektivenwechsel

Der Coach beginnt, die neuen Erkenntnisse in die Führung zu übertragen: „Sehen Sie da einen Zusammenhang zu Ihrem Anliegen, wie Sie Ihren Mitarbeitenden mehr Freiraum für kreatives, selbstständiges Arbeiten lassen können, ohne sich ständig einmischen zu wollen?“ Nach längerem Überlegen findet der Klient die für ihn goldrichtige Antwort: „Es gibt eine Zeit der Auftragserteilung und des Arbeitenlassens – Ja, genau LASSEN! Und es gibt eine Zeit der Kontrolle, der Kurskorrektur!“ – „Ist da jetzt etwas auf dem Weg in Ihren Bauch?“, hakt der Coach nach. „Ja, wunderbar! Ich habe alles herausgefunden, was ich heute herausfinden wollte.“ Die Freude über die neuen Erkenntnisse ist dem Klienten ins Gesicht geschrieben.

Auf dem Rückweg zum Clubhaus skizziert der Klient bereits, wie er diese Erkenntnisse konkret im Alltag umsetzen kann und wie sich das dann auf seine Firma auswirken wird. Zur Sicherheit, ob die Ziele tatsächlich näher gekommen sind, stellt der Coach als Abschluss eine Skalierungsfrage: „Wenn wir auf einer Fortschritts-Skala messen, wie nahe Sie Ihrem für heute gesetzten Ziel gekommen sind, wo steht für Sie dann dieser Fortschritt jetzt genau, wenn 10 bedeutet: Ihr Ziel ist erreicht und 1 bedeutet: es hat sich nichts bewegt?“ Der Klient antwortet wie aus der Pistole geschossen: „Es ist eine volle 10. Und das hätte ich nicht erwartet.“

3. Glossar

Abschlag	Der Beginn jeder einzelnen Spielbahn; gekennzeichnet durch verschiedenfarbige Abschlagmarkierungen
Bunker	Sandhindernis auf dem Golfplatz, meist vertieft angelegt
Green	Die besonders kurz gemähte Fläche rund um das Zielloch herum
Hole-in-one	Mit nur einem Schlag wird der Ball ins Loch gespielt
Holz	Schläger mit grossem rundem Kopf für die weiten Schläge
Putten	Die Schlagtechnik, die auf dem Green angewendet wird
Schwung	Bestehend aus dem Rückschwung, höchstem Punkt, Durch- oder Abschwung und Finish

4. Checkliste: Und so gehts

1. Ein Ziel definieren. Die Frage klären, was während dem Golfspiel konkret herausgefunden werden soll.
2. Sich ein Bild machen. Sich ganz konkret vorstellen, wie es sein wird, wenn dieses Ziel erreicht ist, welche Auswirkungen das hat.
3. Visualisieren. Das innere Bild farbig und lebendig werden lassen; wie tönt das, wie riecht das, wie fühlt sich das an?
4. Spielen. Alles vergessen und einfach Golf spielen.
5. Fragen an sich selber. Zum Beispiel „Worauf war meine Aufmerksamkeit gerichtet, beim Abschlag oder beim Putten?“ oder „Wie hat sich das angefühlt?“
6. Beobachten. Was geschieht (körperlich, gedanklich), während man diese Fragen beantwortet?
7. Erinnern. Den inneren Film über eine Spielphase oder einen Spielprozess ablaufen lassen. „Wie habe ich das genau gemacht?“, „Was genau habe ich da gemacht?“
8. Brücke bauen. Mutig und unvoreingenommen die Brücke schlagen zum Führungsanliegen (Pos. 1 der Checkliste). „Angenommen, da gibt es einen Zusammenhang zu meiner beruflichen Fragestellung, was fällt mir als Erstes dazu ein?“
9. Die neugewonnen Erkenntnisse geniessen.
10. Herzliche Gratulation allen, denen der Transfer gelungen ist und viel Freude beim Umsetzen der Erkenntnisse in den Führungsalltag!

5. Literaturtipps

- Gallwey, W. Tim: The Inner Game of Golf (Englisch), Verlag Random House, ISBN 0-679-45760-7
- Parent, Joseph: Zen-Golf, Verlag Goldmann, ISBN 3-442-33730-5
- Schwarz M., Wulfestieg J.: Drive. Die Golf- Strategie für Manager. Was Führungskräfte von Golfern lernen können, Verlag Eichborn, ISBN 3-8218-5571-1