

VIRTUELLES COACHING

ERGEBNISSE DER DURCHGEFÜHRTEN UMFRAGE

Algar Rother
Coaches & Consultants

BEGEISTERUNG ODER ABLEHNUNG?

**VIRTUELLES COACHING
IST EIN FORMAT FÜR DIE ZUKUNFT!**

ZENTRALE ERGEBNISSE

- auch ältere Generationen sind bereit sich mit der Technik auseinanderzusetzen
- virtuelles Coaching (Coach, Methoden und Lernerfolg) wurde von den Teilnehmenden sehr gut bewertet
- die technische Ausstattung trägt maßgeblich zum Erfolg des virtuellen Coachings bei
- virtuelles Coaching ist wirksam und kann die Arbeitszufriedenheit steigern
- potenzielle Coachees müssen zunächst an virtuelle Formate herangeführt und dafür begeistert werden, um anfängliche Skepsis aufzulösen
- besonders Menschen ohne Führungsverantwortung haben mehr Angst vor Neuem und müssen daher intensiver begleitet werden; im Führungskräftecoaching können neue Methoden getestet und etabliert werden

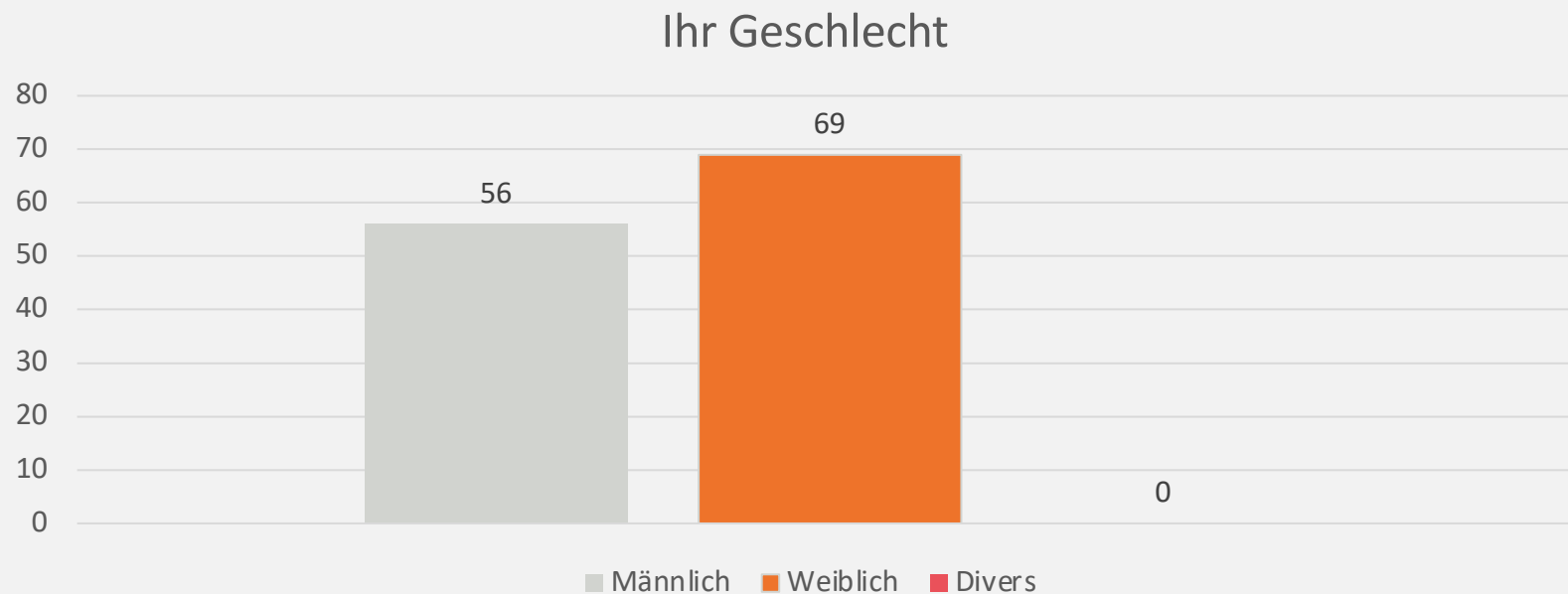
GLIEDERUNG

1. Allgemeine Informationen
2. Personenbezogene Angaben
3. Unternehmensbezogene Angaben
4. Angaben zum letzten Coaching
5. Hypothesen → Annahmen
6. Ergebnisse (detailliert)
7. Weiterer Forschungsbedarf

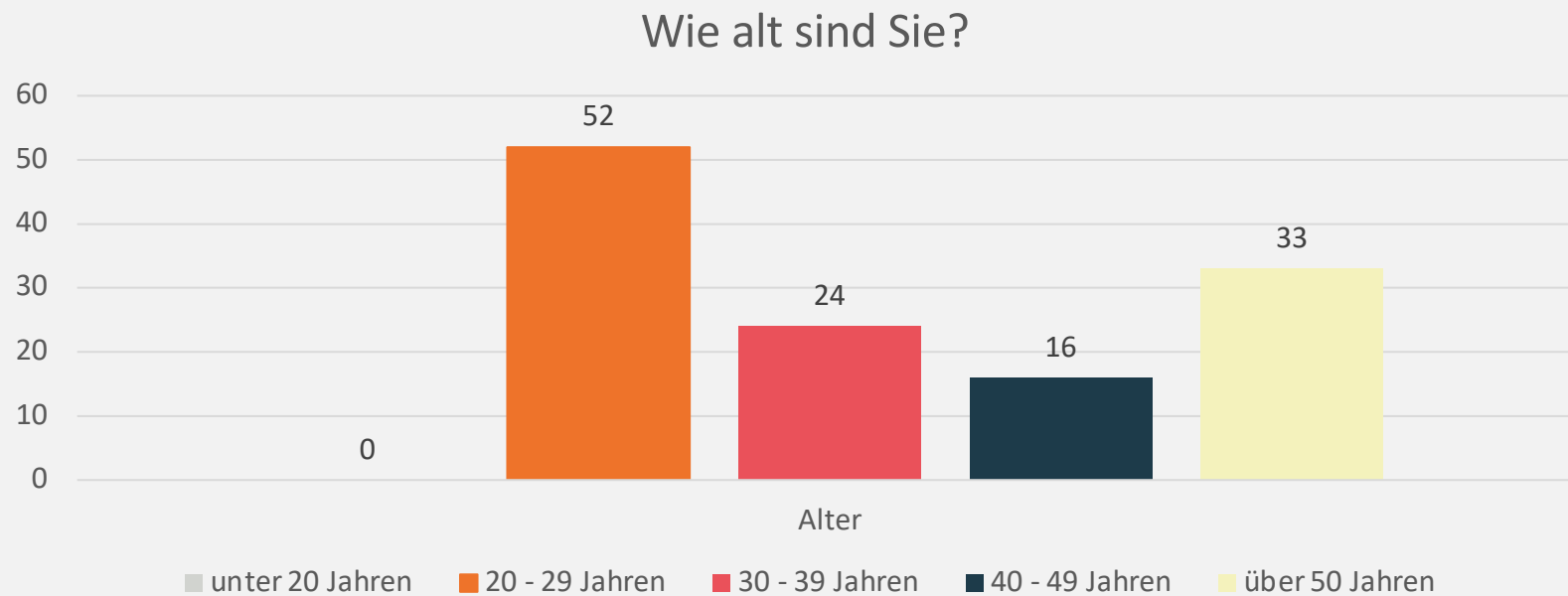
1. ALLGEMEINE INFORMATIONEN

- Start der Umfrage: 04.03.2021
- Ende der Umfrage: 04.04.2021
- Anzahl der Teilnehmenden: 125 Teilnehmer*innen

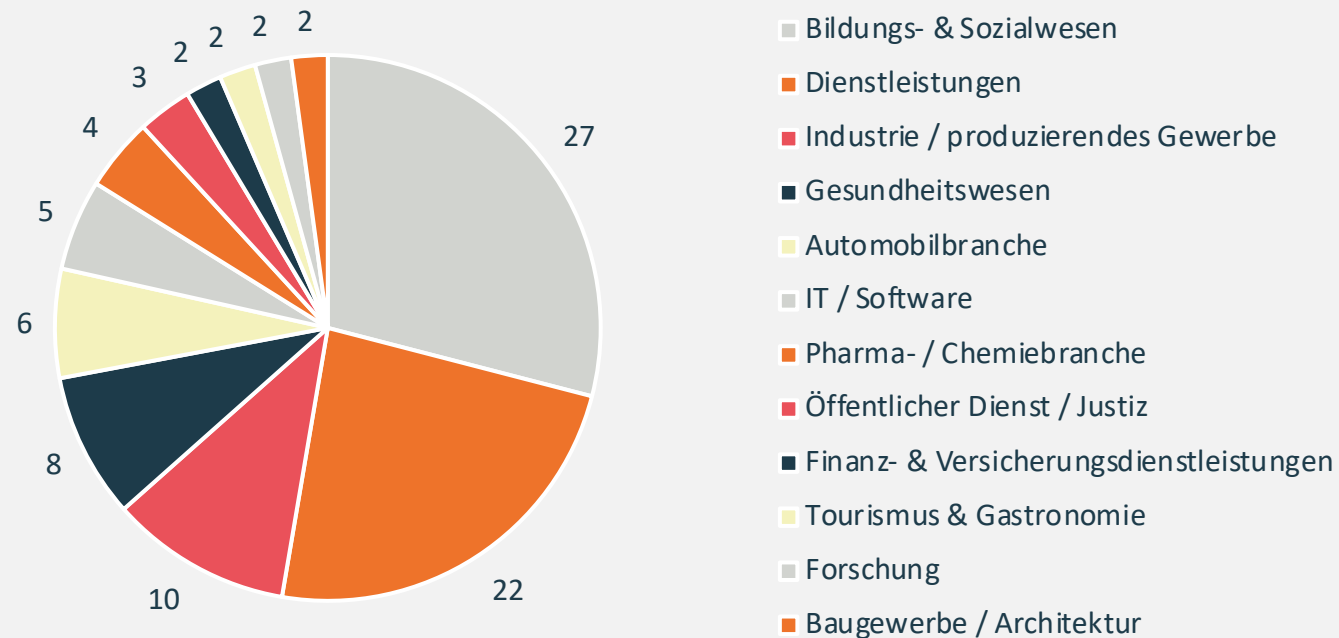
2. PERSONENBEZOGENE ANGABEN GESCHLECHT



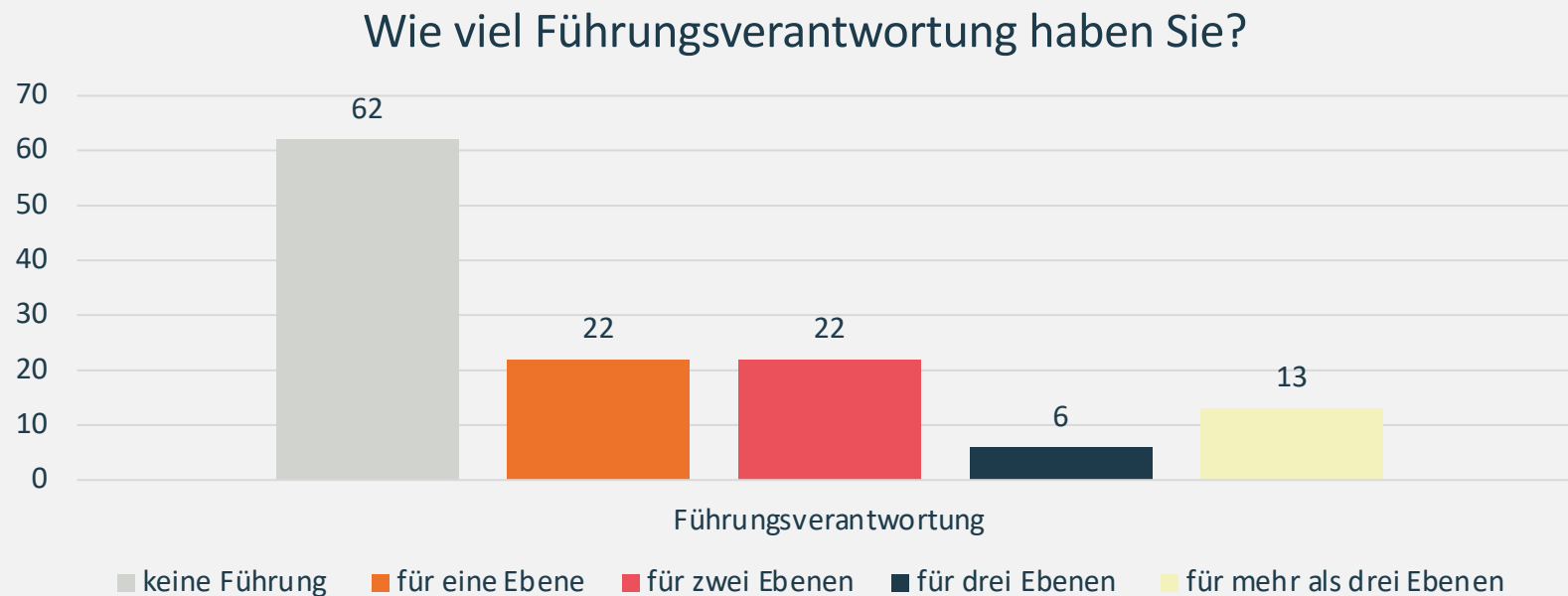
2. PERSONENBEZOGENE ANGABEN ALTER



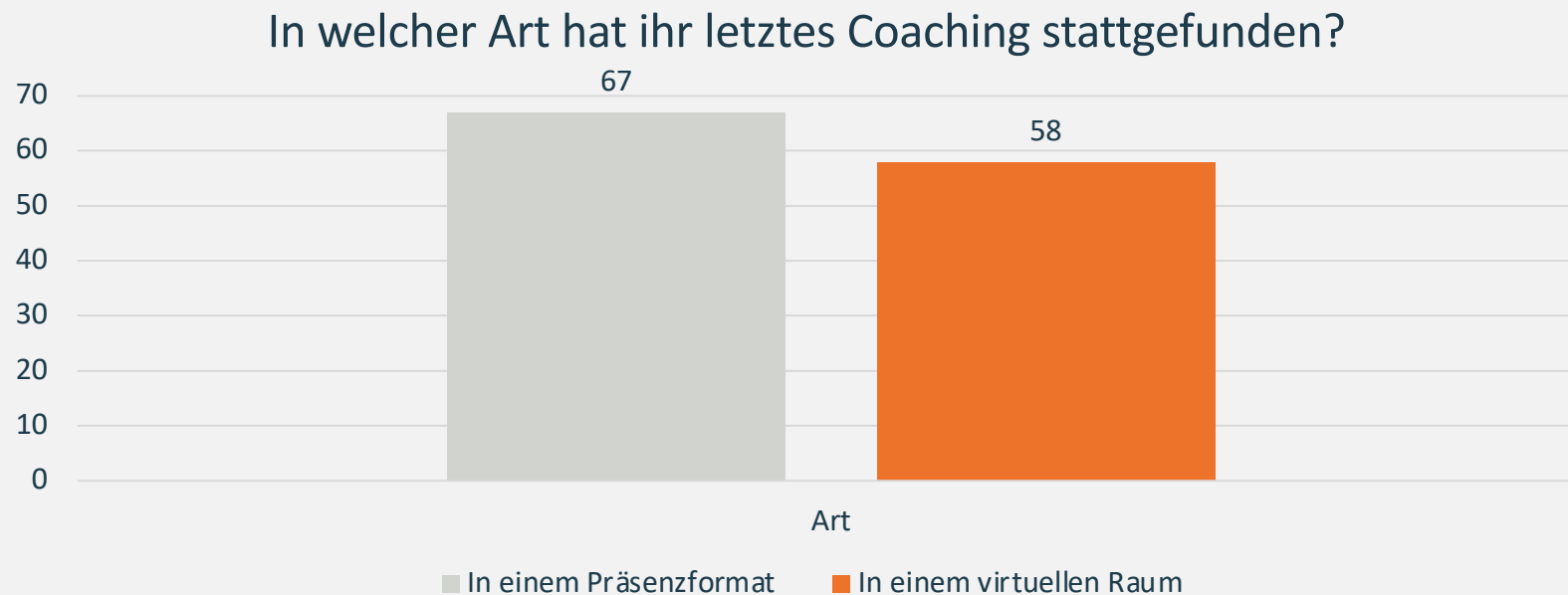
3. UNTERNEHMENSBEZOGENE ANGABEN UNTERNEHMENSBRANCHE



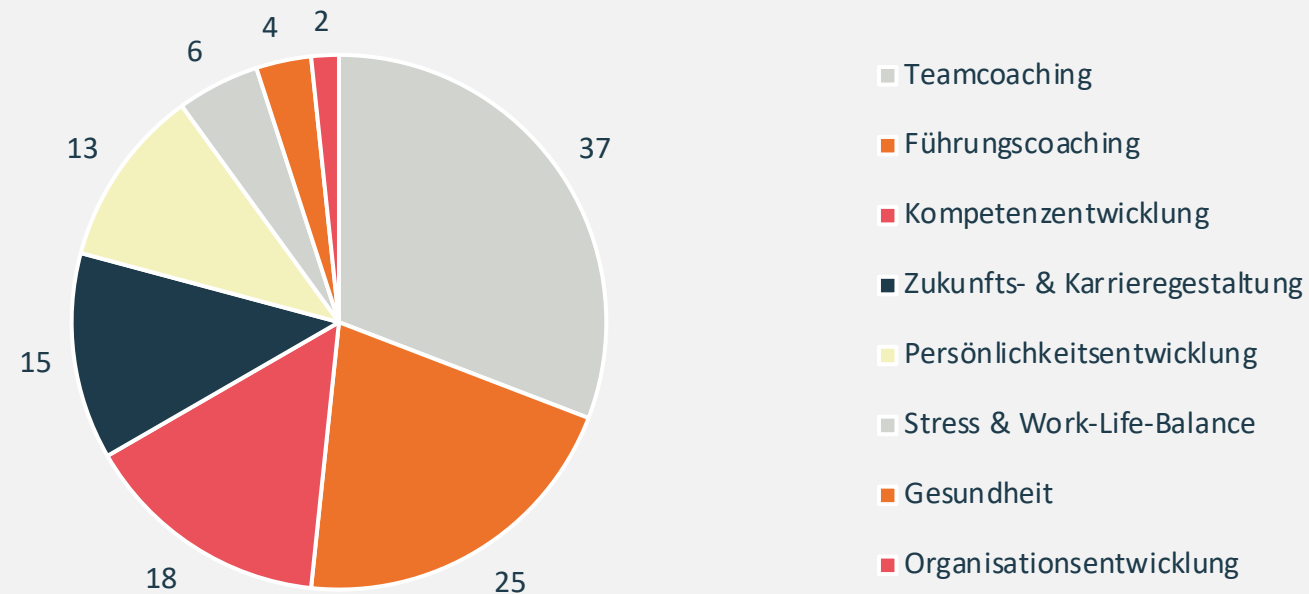
3. UNTERNEHMENSBEZOGENE ANGABEN FÜHRUNGSVERANTWORTUNG



4. ANGABEN ZUM LETZTEN COACHING ART



4. ANGABEN ZUM LETZTEN COACHING THEMA



5. HYPOTHESEN → ANNAHMEN

1. Alter & Technikbereitschaft

→ mit zunehmendem Alter sinkt die Technikbereitschaft

2. Art & Evaluation

→ Unterschied zwischen der Bewertung von Präsenzcoaching und Coaching in virtuellen Räumen

3. Technische Ausstattung & virtuelle Evaluation

→ virtuelles Coaching wird mit zunehmender technischer Ausstattung besser evaluiert

4. Virtuelle Evaluation & Arbeitszufriedenheit

→ bei besserer Evaluation des virtuellen Coachings steigt die Arbeitszufriedenheit

5. Art & Digitalisierung des Coachings

→ Unterschied zwischen der Art des letzten Coachings und der Einstellung zur Digitalisierung des Coachings

6. Führungsverantwortung & Furcht vor Misserfolg

→ mit zunehmender Führungsverantwortung sinkt die Furcht vor Misserfolg

= widerlegt

= teilweise belegt

= belegt

6. ERGEBNISSE

1. Virtuelle Formate sind nicht nur für jüngere Personen oder Arbeitnehmer*innen geeignet. Es sind durchaus auch ältere Menschen bereit, sich mit technischen Aspekten auseinanderzusetzen.

I. Alter & Technikbereitschaft

→ mit zunehmendem Alter sinkt die Technikbereitschaft

6. ERGEBNISSE

2. Sowohl das Präsenzformat als auch das Coaching in virtuellen Räumen wurde hinsichtlich des Coaches, der eingesetzten Methoden und des Lernerfolgs sehr gut bewertet. Dies führt dazu, dass auch das virtuelle Format für die Klient*innen gewinnbringend ist.

2. Art & Evaluation

→ Unterschied zwischen der Bewertung von Präsenzcoaching und Coaching in virtuellen Räumen

6. ERGEBNISSE

3. Die technische Ausstattung der Teilnehmenden in einem virtuellen Coaching ist sehr wichtig, um besser in Kontakt mit dem Coach zu treten, an Methoden aktiv teilzunehmen und einen Lernerfolg zu erzielen. Außerdem können stabile Internetverbindungen und ausreichend Endgeräte mit Zubehör Unterbrechungen vermeiden und ermöglichen, dass sich Coach und Coachee mehr auf den Coaching-Prozess konzentrieren. Daher ist es besonders wichtig, dass Unternehmen, welche Coaching in virtuellen Räumen in Anspruch nehmen möchten, ihre Mitarbeitenden ausreichend technisch ausstatten und somit die Chance zu einer gewinnbringenden Teilhabe bieten.

3. Technische Ausstattung & virtuelle Evaluation

→ virtuelles Coaching wird mit zunehmender technischer Ausstattung besser evaluiert

6. ERGEBNISSE

4. Die Wirksamkeit von Coaching in virtuellen Räumen konnte bestätigt werden. Proband*innen, welche die Methoden und den Lernerfolg in einem virtuellen Rahmen besser evaluiert haben, zeigten zudem eine höhere Arbeitszufriedenheit. Daraus folgt, dass gut bewertete Methoden besser in die praktische Arbeit eingebaut werden und sich durch den Lernerfolg Verhaltensänderungen ergeben können.

4. Virtuelle Evaluation & Arbeitszufriedenheit

→ bei besserer Evaluation des virtuellen Coachings steigt die Arbeitszufriedenheit

6. ERGEBNISSE

5. Erste Erfahrungen mit dem virtuellen Format können dabei helfen, eine anfängliche Skepsis der Coachees aufzulösen. Besonders in Bezug auf einige Werte, dass virtuelles Coaching persönlich, vertraulich oder emotional sein kann, ist es wichtig Klient*innen an das neue Format heranzuführen und mitzuteilen, welche Möglichkeiten dieses bietet. Denn die Vorteile, wie die Ersparnisse von Kosten und räumliche oder zeitliche Flexibilität, wurden von allen Coachees ähnlich eingeschätzt.

5. Art & Digitalisierung des Coachings

→ Unterschied zwischen der Art des letzten Coachings und der Einstellung zur Digitalisierung des Coachings

6. ERGEBNISSE

6. Alle möglichen Klient*innen des virtuellen Coachings müssen miteinbezogen werden. Da Coaching in virtuellen Räumen die Coachees immer auch vor Herausforderungen und neue Aufgaben stellt, sollten sowohl Unternehmen als auch Coachingfirmen besonders auf Menschen achten, welche keine oder nur wenig Führungsverantwortung und mehr Furcht vor Misserfolg haben.

6. Führungsverantwortung & Furcht vor Misserfolg

→ mit zunehmender
Führungsverantwortung sinkt die
Furcht vor Misserfolg

6. ERGEBNISSE

- Im virtuellen Raum sollte einiges beachtet werden. Jedoch wird durch den Vergleich des Präsenz- und des virtuellen Formates erkennbar, dass Coaching in virtuellen Räumen bereits sehr gut von den Coachees bewertet wird. Hierdurch kann darauf geschlossen werden, dass Coaching in virtuellen Räumen große Zukunftschancen hat und künftig noch besser und gewinnbringender werden kann.

Fazit

7. WEITERER FORSCHUNGSBEDARF

- Kann ein Längsschnittdesign, z.B. die Erhebung vor und nach einem (virtuellen) Coaching, zu neuen Erkenntnissen führen?
- Inwieweit können weitere Rahmenbedingungen, wie die Dauer von Sitzungen oder die Anzahl der Coachees, einen Einfluss auf die Wirksamkeit und den Gewinn von virtuellem Coaching nehmen?
- Wo bestehen möglicherweise Zusammenhänge mit der Aufmerksamkeit und der Konzentration der Coachees in virtuellen Räumen?
- Inwieweit kann eine persönliche und emotionale Coach-Klient*innen-Beziehung in virtuellen Räumen entstehen?
- Welche Themen eignen sich für das Präsenzformat besser als für das virtuelle Coaching?