



Dr. Petra Kalendruschat

Themenlab, 17. Juni 2014

Strategische Relevanz von Business-Coaching in Organisationen

Business-Coaching trägt als unterstützendes Instrument im Strategischen Management zur Rentabilität einer Organisation bei. Dazu muss das Instrument an die Unternehmens- bzw. Personalstrategie geknüpft und in die Unternehmenskultur integriert werden.

Basis für diese Behauptung ist eine empirische Untersuchung und eine Literaturrecherche die im Rahmen meiner Dissertation vorgenommen wurde (Kalendruschat, 2012).

Untersuchungs-Design:

- Erstellung eines Interview-Leitfadens anhand Literaturrecherche und eigener Implementierungserfahrung (95 offene Fragen)
- Durchführung von 22 qualitativen Experten-Interviews (Dauer ca. 2 ½ Std.)
- Ansprechpartner: Prozessverantwortliche (PV) aus 18 großen deutschen Unternehmen
- Auswertung der Experten-Interviews anhand der qualitativen Inhaltsanalyse
- Interpretation der Daten und Ableitung von Handlungsempfehlungen für eine professionelle (systematische und strategische) Implementierung von Business-Coaching

Die empirische Untersuchung zeigt den Status quo im Umgang mit Coaching auf und macht deutlich, dass noch erheblicher Bedarf für eine professionelle Implementierung von Business-Coaching in Organisationen besteht. Anhand der empirischen Daten ist kein theoretisches Rahmenmodell überprüft worden, es sollte lediglich einen Beitrag zur empirischen Beschreibung und Fundierung von Coaching geleistet werden.

Literatur

- Bea, F.X., Haas, J. (2005): Strategisches Management. 4. neu bearbeitete Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Bresser, F. (2013): Coaching in Unternehmen systematisch und strategisch nutzen., S. 427-435. In: Wegener, R., Fritze, A., & Loebbert, M. (2013). Coaching-Praxisfelder, Forschung und Praxis im Dialog. Online-Teil. Wiesbaden: Springer VS. www.springer.com
- Grant R.M., Nippa M. (2006): Strategisches Management. Analyse, Entwicklung und Implementierung von Unternehmensstrategien. 5. aktualisierte Auflage. München, Boston etc. ein Imprint von Pearson Education.
- Gross P.-P. (2013): Coaching zur Stärkung der Innovations- und Wandlungsfähigkeit von Unternehmen., Seiten 450-458, Hrsg.: Wegener, R., Fritze, A., & Loebbert, M. (2013).



Coaching-Praxisfelder. Forschung und Praxis im Dialog. Online-Teil. Wiesbaden: Springer VS.
www.springer.com

Kalendruschat, P. (2012): Business-Coaching als unterstützendes Instrument im Strategischen Management. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag für Wissenschaften.

Tonhäuser, C. (2010): Implementierung von Coaching als Instrument der Personalentwicklung in deutschen Großunternehmen. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag. Internationaler Verlag der Wissenschaften.

Angaben zur Person

Dr. Petra Kalendruschat, geboren 1964, studierte Psychologie, Pädagogik, Philosophie und Sportwissenschaften. Ihren Abschluss machte die Dipl.-Psychologin 1993 in Bonn. Anschließend arbeitet sie als Personalleiterin und -entwicklerin, sowie als wirtschaftspsychologische Beraterin in diversen nationalen wie auch internationalen Unternehmen.

E-Mail: petra.kalendruschat@gmail.com