

BEGLEITUNGSKONZEPT

„Schritt für Schritt zum persönlichen Erfolg“



Titelbild – privates Bild - 2021

„Man kann einem Menschen nichts lehren. Man kann ihm nur helfen, es in sich selbst zu entdecken.“ Galileo Galilei

Jonas Botta

Januar 2022

Inhaltsverzeichnis

I Kurzportrait	3
II Mein Begleitungsverständnis	4
III Menschenbild	5
IV Theoriebezug.....	6
V Methodische Aspekte.....	7
VI Marketing und Kommunikation.....	8

I Kurzportrait

Mein Name ist Jonas Botta. Geboren am 26. Juni 1985 gegen Mittag in Zürich – gerade pünktlich zum Mittagessen.

Im Vorschulalter bin ich zusammen mit meiner Mutter einige Male umgezogen, bis wir zum Schluss – zum Start der Sekundarschule - in der wunderschönen Barockstadt Solothurn gelandet sind.

Nach drei Jahren Bezirksschule und dem freiwilligen zehnten Schuljahr, verbrachte ich das ganze Jahr 2003 in Sydney, Australien.

Mit vielen Erlebnissen in meiner Erinnerung, neuen Freunden am anderen Ende der Welt und sehr guten Englischkenntnissen, startete ich im Januar 2004 mein Studium zum Fachmann für medizinisch technische Radiologie, in Bern.

Mit dem eidgenössischen Diplom in der Tasche ging es für sechs Monate nach Chur und wieder zurück nach Solothurn.

Nach einigen Jahren in der Radiologie, folgte Mitte 2012 der Wechsel in die Medizininformatik. Meine berufliche Laufbahn führte mich vom Applikationsbetreuer, zum Projektleiter, weiter zum COO und Scrum Master, nun Leiter des Kundenmanagements bei einem ICT Dienstleister im Gesundheitswesen.

Mit dem Ziel, meine Führungsfähigkeit auszubauen und Mitarbeiter besser fördern zu lernen, begann ich im Jahr 2018 die Ausbildung zum Dipl. Coach SCA/Betrieblicher Mentor FA, bei der Coaching Plus GmbH in Kloten.

Im Februar 2019 startete ich mit Beratungen in Medizininformatik-Umfeld zum einen, sowie einem Coachingangebot zum andern, mit meiner Einzelfirma „jonasbotta.ch“.

Seit 2010 bin ich glücklich verheiratet mit meiner Frau Manuela und wir haben vier gemeinsame Kinder.

II Mein Begleitungsverständnis

Ich sehe mich als Partner, als Fragesteller und als MRT-Spiegelbrille. Wieso denn «als MRT-Spiegelbrille?» mag sich nun der oder die Eine fragen – zu Recht – sind doch nicht alle Leser und Leserinnen ausgebildete Radiologiefachpersonen.

Wenn jemand zur MRT (Magnetresonanztomographie) kommt mit Platzangst (nicht «die Angst zu platzen» sondern Klaustrophobie), wird, wenn die Untersuchung nicht am Kopf oder im Gesicht durchgeführt werden muss, der Person eine Spiegelbrille aufgesetzt. Damit entgeht man der Tatsache des MRT Gehäuse, welches 20cm vor der Nase liegt, und richtet stattdessen den Blick aus der Röhre zu den Füßen, nach draussen. Genau als eine solche Spiegelbrille verstehe ich mich als Coach.

In diversen Lebenslagen können wir Menschen zum Teil den Blick nicht selbständig von dem Hindernis bzw. dem MRT-Gehäuse lösen und kriegen nach und nach Panik. Oft braucht es nur wenig, um den Blick umzulenken – eine geschickte Frage, ein passendes Tool und echtes Interesse am Gegenüber und schon kommt der Stein ins Rollen.

Trotz der mannigfaltigen Herausforderungen mit denen wir Menschen immer mal wieder zu ringen scheinen, häufte sich bei mir das Thema der beruflichen (Neu-)Orientierung.

Die persönliche Weiterentwicklung, welche häufig der fraglichen beruflichen Veränderung vorangeht, verschmilzt oft zu einem Ganzen. Als Coach versuche ich meinen Kunden* mit offenen Fragen neue Perspektiven zu eröffnen, den Blick zu schwenken und mutig antworten zu dürfen. Als Berater versuche ich jeweils auf gewisse Fragen meiner Kunden, eine sinnvolle Antwort zu liefern und biete Entscheidungsmöglichkeiten – grenze mich aber ab, wo dies zu sehr in die Berufsberatung abdriftet.

«Die Frage ist nicht, was passiert wäre, wenn Kolumbus Amerika nicht entdeckt hätte. Die Frage ist, was Kolumbus alles entdeckt hätte, wäre ihm Amerika nicht im Wege gestanden.»

—Stanislaw Jerzy Lec

«Was wäre wenn...» oder auch die Wunderfrage, ist eine meiner Lieblingsfragen – der Kunde antwortet komplett uneingeschränkt und häufig kreativ, was jeweils interessante Effekte zu Tage treten lässt. Auch das Zukunftsinterview wende ich als Coaching Tool sehr gerne an, wie auch den Entscheidungsstrahl.

Als Basis ganz vieler meiner Coachings, verwende ich zu Anfang oft Elemente vom GPI (Grundrichtung der Persönlichkeit) Test, damit mein Kunde für mich greifbarer wird, sowie beim Kunden oft selber auch zu ersten „Aha-Ergebnissen“ führt.

In meinem Begleitungsverständnis liegt die Lösung stets beim Kunden – nur wenn mein Kunde selber die Antworten zu den Fragen findet die er hat, werden diese danach erfolgreich in Handlungen umgesetzt. Diese Verantwortung mache ich dem Kunden stets bewusst und kommuniziere dies jeweils zu Anfang eines Coaching-Prozesses.

Wichtig ist auch, dass wir als Gesprächspartner uns auf Augenhöhe begegnen – nur so ist meiner Meinung nach, die Basis gegeben für eine erfolgreiche und wertschätzende Zusammenarbeit.

*Zur besseren Lesbarkeit von Personenbezeichnungen und personenbezogenen Wörtern wird die männliche Form genutzt. Diese Begriffe gelten für alle Geschlechter.

III Menschenbild

Verschiedene Menschen nehmen die gleiche Umgebung, das selbe Gespräch, sogar eine identische Bemerkung, unterschiedlich wahr. Jeder Mensch mischt eigene Erfahrungen zu Situationen hinzu, kommt dadurch mit vergangenen Gefühlen wieder in Kontakt und ordnet so eine Gegebenheit individuell ein. Sich dem bewusst zu sein, ist als Coach meiner Meinung nach eine wichtige Voraussetzung – nicht alles funktioniert bei Jedem und schon gar nicht immer gleich. Menschen sind fühlende Wesen und reagieren teilweise sogar für sich selbst überraschend.

Ein Mensch der sich reflektiert und bereit ist, an sich zu arbeiten, sehe ich als potenziellen Coaching Kunden. Die Bereitschaft etwas verändern zu wollen muss für ein Coaching gegeben sein – ein Coachee muss gecoacht werden wollen, damit ein Coaching erfolgreich sein kann – der Prozess muss zusammen durchlaufen werden und dafür braucht es ein gemeinsames «Ja».

Herausforderungen im Leben oder sogar gewisse Probleme, geben teils ebenfalls den Anstoss zum Handeln und führen die Kunden teilweise zu einem Coach. Aus solchen, auf den ersten Blick negativen Situationen, entstehen häufig sehr interessante Gespräche. Rückblickend wird diese schwierigen Ausgangslage teils sogar als Segen oder Glück bezeichnet, denn dadurch konnte etwas angestossen werden, was in der Komfortzone schön gemütlich unentdeckt liegen geblieben wäre.

Jeder Mensch trägt gewisse Themen in sich, mit denen es sich auseinander zu setzen lohnt – sogar der selbstsichere junge Mann, dem alles zu gelingen scheint, hadert manchmal mit dem Druck der damit kommt, dass einem alles zu gelingen scheint. Bei anderen Menschen und Typen, liegt die Thematik offener vor. Dabei hat jeder Typ Ressourcen die es im Coaching zu aktivieren gilt – Edelsteine die gefunden werden müssen – Stärken und Fähigkeiten, die zu entdecken sind.

Vergleiche anzustellen zu anderen Menschen ist destruktiv – viele Menschen sehen in dem Andern etwas das sie selber nicht besitzen, jedoch auch gerne hätten und übersehen dabei ihre eigenen Stärken und Fähigkeiten.

Die meisten Menschen machen sich schnell ein Bild von anderen Menschen und kategorisieren, haben Vorurteile und sind befangen. Dabei sehe ich das Potenzial im «bei sich bleiben»; die Fähigkeit den Andern einfach so zu nehmen wie er ist – oder auch eine Situation nicht zum eigenen Gefühlszustand zu machen, sondern «bei sich bleiben» und den anderen Menschen, die Situation und die Umstände so anzunehmen wie diese gerade sind, ohne sich darüber aufzuregen und sich damit zu identifizieren.

Eckhart Tolle inspiriert mich in dieser Hinsicht mit seinen Lehren, welche wie auch die Bibel und die Person Jesus, mein Menschenbild prägen und formen.

In meiner Rolle als Coach fließen die Einflüsse der Individualpsychologie nach Alfred Adler, die die Grundlage meiner Coaching Ausbildung bei Urs R. Bärtschi bilden, mit den Lehren von Eckhart Tolle und die Einflüsse des christlichen Glaubens, mit meinen eigenen Erfahrungen und Feststellungen zusammen – was mich in einer breite zuhören lässt, die mir Ruhe gibt und meinem Gegenüber den eigenen Blick, durch meine Fragen erweitern kann. Jedoch geht es mir in den Coachings nicht darum, einen dieser Einflüsse meinem Kunden als gut verkaufen zu wollen – mein Kunde steht im Zentrum und meine Basis, sind die eben genannten Einflüsse, die mir die Möglichkeit geben, eine gute Beratung mit stabilem Fundament bieten zu können, ohne dass dies vom Gegenüber im Detail identifiziert werden kann.

IV Theoriebezug

Die Einstellung «*Ich bin der weiseste Mensch, da ich als Einziger weiss, dass ich nichts weiss*» (Sokrates), bildet für mich eine hervorragende Grundeinstellung für ein Coaching. Damit kann ich mein Gegenüber offen und unbefangen dort abholen wo er oder sie gerade ist, ohne schon Fragen - oder noch ungünstiger Antworten - bereit halten zu wollen. In meiner Rolle als Coach (fragender Prozessberater), sehe ich mich eben nicht in jener des Trainers (der Gruppen ausbildet und trainiert – häufig mit Fachwissen) und nur gezielt in der, des Mentors (Fachwissen an Einzelperson). Durch das Bewusstsein dieser Rollen, kann ich jedoch in den Coaching-Gesprächen, gezielt gewisse Aspekte dieser verschiedenen Rollen in das Gespräch einfließen lassen und so, mein Gegenüber teils auch fordern. Gleichwertigkeit und ein Gespräch auf Augenhöhe sind die Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Coaching.

Alfred Adler, Eckhart Tolle, Reinhard Hirtler und Urs R. Bärtschi sind wichtige Namen für den Theoriebezug meines Coachings – von Individualpsychologie, über die Kraft des Jetzt und die Bibel, setzt sich meine sehr praxisnahe Art des Coachings zusammen.

Jeder Mensch verfolgt, nach der Individualpsychologie stets ein Ziel mit seinem Verhalten und seinen Taten. Solche, teils unbewussten Ziele, gilt es zu identifizieren und gegebenenfalls anzupassen. Aus solchen Zielen und sogenannten Glaubenssätzen entsteht dann auch ein Lebensstil (Finalität). Diesen anzupassen, ist ein Prozess, welcher nicht in sechs Sitzungen erledigt ist, sondern bedarf ein teils jahrelanges «Dranbleiben» des Kunden.

Um einen Kunden initial etwas kennenzulernen, ist mit das GPI-Modell schon oft eine grosse Hilfe gewesen und ist es auch heute noch. Mit 28 gut verständlichen und einfachen Fragen, können die Grundrichtungen einer Person wunderbar eruiert werden – was mir als Coach sehr hilft, beim Verstehen der Antreiber dieses Menschen.

Coaching-Tools brauche ich gerne und gezielt – Das Gespräch bzw. die Frage ist in meinen Coachings das wichtigste Gut, dennoch kann ich aufgrund von gut eingesetzten Tools, sehr viele Informationen und Anregungen in einem Fluss abholen bzw. schaffen.

Ich arbeite gerne mit dem Entscheidungsstrahl, Lebensrad, wie auch dem Zukunfts-Interview mit teils zirkulären Fragen und erstelle gerne auf verschiedene Arten eine Wertehierarchie mit meinem Kunden.

Diese Tools ermöglichen ein Denken dass Grenzen sprengt und dem Kunden schnell vor Augen führt, wohin der Weg ihn oder sie führen könnte, was noch nicht bewusst entdeckt wurde und was der nächste Schritt sein kann – und auch als Bonus zu enthüllen, was einem wirklich wichtig ist.

In vielen Coaching Gesprächen referenziere ich auch auf das «Vier Ohren Modell nach Schulz von Thun», da gerade wenn Konfliktsituationen geschildert werden, sehr gut auf verschiedene Verhaltensweisen anhand dieses Modells, eingegangen werden kann.

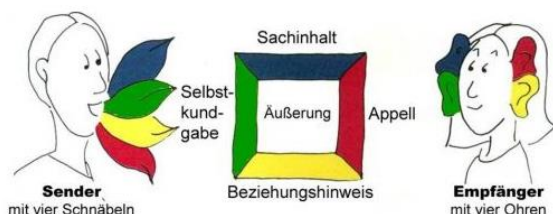


Abb. 1 – Das Kommunikationsquadrat

(Quelle <https://www.schulz-von-thun.de/die-modelle/das-kommunikationsquadrat> - Stand 16.03.2022)

V Methodische Aspekte

Eine Einzelcoaching Sitzung dauert in der Regel 75 Minuten.

In Zusammenarbeit mit dem Kunden werden Schlüsselpunkte jeweils notiert oder visualisiert – je nachdem auf einem Whiteboard oder dann auf eine A3 – Block mit Buntstiften.

Dies ergibt eine gute Zusammenfassung und hilft, gewisse Feststellungen zu erkennen und unterstreichen.

Bei Erstkontakt durch einen potenziellen Kunden bitte ich jeweils um eine schriftliche Schilderung des Themas. Wenn ich mich als geeignete Begleitperson für das geschilderte Anliegen sehe, nehme ich meist telefonisch Kontakt zum Kunden auf und erkläre kurz, wie ich mir die Begleitung in etwa vorstellen würde und erkläre dem Kunden in meinen Worten, wie ich sein Anliegen verstanden habe.

Sind wir uns nach diesem telefonischen Austausch einig, dass dieser Prozess zusammen gestartet werden soll, stelle ich dem Kunden eine kurze Übersicht der Dienstleistung inkl. Pricing zu – darin ist ebenfalls die Bestätigung der Schweigepflicht festgehalten.

Bei beruflichen Themen verlange ich jeweils den Lebenslauf des Kunden zur Vorbereitung.

Im Erstgespräch liegt der Fokus stets darauf den Kunden und sein Anliegen zu verstehen und kennenzulernen. Dabei verwende ich häufig den GPI-Test zur Unterstützung. Gleich zu Beginn eine Indikation zu erhalten ob man einer geschäftigen, gemütlichen, konsequenten oder freundlichen Person gegenüber sitzt, hilft von Anfang an gewisse Verhaltensweisen des Kunden zu verstehen und bietet sogleich die Möglichkeit dies in den Prozess einfließen zu lassen.

Nach dem ersten Gespräch gebe ich dem Kunden meist eine kleine Aufgabe mit nach Hause, welche wir im zweiten Gespräch besprechen – so bleibt der Kunde auch in der Zeit zwischen den Termine am Ball. Zwischen den Gesprächen, vergehen meist zwischen zwei und drei Wochen. In der Regel erhält mein Kunde nach jedem durchgeführten Gespräch eine solche kleine Aufgabe um am aktiv am Thema dran zu bleiben.

Mit der kleinen Aufgabe für zu Hause, möchte ich die Ressourcen meines Kunden aktivieren und diesen ggf. auch etwas fordern. Dies ermöglicht dem Kunden bereits nach dem ersten Gespräch, kleine neue Erfolge im Alltag zu feiern.

Zu Beginn der folgenden Gespräche, besprechen wir immer die mitgegebene Aufgabe und machen einen kurzen Rückblick auf das vergangene Gespräch und wie sich die gewonnene Erkenntnis, in der Zeit dazwischen nun bemerkbar macht. Es ist meiner Meinung nach wichtig, dass auf der Basis des letzten Gesprächs aufgebaut wird – dies hilft auch dem Kunden wieder in das aktuelle Thema einzutauchen.

Die persönliche Logik, den Lebensstil, Glaubenssätze und die «Kosten-Nutzen-Analyse» des eigenen Verhaltens zu analysieren, gliedere ich hier bei den methodischen Aspekten mit ein, sind es doch in der Regel zumindest teilweise elementare Bestandteile meiner Coachings.

Genau so wichtig wie ein guter Einstieg und ein schlüssiger, aufbauender Verlauf eines Coachings, ist auch der Abschluss eines Solchen. Ich starte jeweils schon im zweit- teils sogar im drittletzten Gespräch mit diesem Landeanflug. Mein Kunde soll sich geführt fühlen in diesem Prozess, ohne jedoch einzuengen oder Möglichkeiten auszuschlagen.

Es ist jedoch angenehmer für den Kunden, wenn der Abschluss gut zusammen angegangen werden kann und nicht überraschend kommt. Häufig beobachte ich gerade in der Phase des Zusammenfassens, gegen Ende, wie mein Gegenüber nochmals diverse «Aha-Erlebnisse» feiern kann – aus der neuen Perspektive mit dem Rückblick auf diesen fruchtbaren Prozess. Genau für diesen wichtigen Schritt, lohnt es sich allemal genug Zeit einzuplanen.

Im Sinne meiner eigenen Qualitätssicherung, tausche ich mich regelmässig mit anderen Coaches aus und erhalte mir so die Aussensicht auf meine Arbeit. An kleinen Fallbeispielen

führen wir auch gegenseitige Supervisionen durch.

Dieser fachliche Austausch, erweitert stets den Blick auf meine Arbeit als Coach und ermutigt mich, immer wieder neue Vorgehensweisen und Tools auszuprobieren und bewahrt mich davor, zu stark in meinen eigenen Methoden zu verweilen.

VI Marketing und Kommunikation

Ich betreibe bereits seit einigen Jahren, die Website coaching.jonasbotta.ch, auf welcher die relevantesten Informationen über mein Coaching-Angebot ersichtlich sind. Diese hilft vor allem dann, wenn ich mit jemandem spontan ins Gespräch komme und sich die Person für eine allfällige Begleitung interessieren würde. Ich kann in diesem Fall via meiner Visitenkarte, auf einfache Art und Weise, einen guten Überblick über mein Angebot bieten. Die Webseite hilft natürlich auch dabei, von Personen im Internet gefunden zu werden, die grundsätzlich nach einem Angebot suchen bzw. «googeln».

Des Weiteren händige ich meinen Kunden jeweils am Ende einer Coaching-Serie einen Weiterempfehlungsbogen aus, mit der Bitte potentiell interessierte Personen aufzulisten, welche für ein Coaching in Frage kämen.

Mund zu Mund Empfehlung ist die häufigste Form meiner Kundengewinnung.

Zusätzlich habe ich im beruflichen Umfeld die Rolle als betrieblicher Mentors inne, welche mir erlaubt mit dem Team als Coach unterwegs zu sein, um Team- und Einzelcoachings durchzuführen, oder auch in Konfliktsituationen zu vermitteln.

In meiner Rolle als Scrum Master, habe ich ebenfalls eine zusätzliche coachingnahe Funktion in meine tägliche Arbeit integriert, die es mir erlaubt, befähigend und klärend auf Projektprozesse einzuwirken.

Da ich meine nicht beruflichen Coachings als Nebentätigkeit durchführe und daher ein limitiertes Zeitbudget zur Verfügung habe, entschied ich mich, keine weiteren Kanäle für mein Marketing zu nutzen – wie z.B. Instagram, Facebook etc.

«Weniger ist mehr» ist dabei meine Überzeugung; ein sauberer Auftritt ist mehr wert, anstelle von vielen, aber ungepflegten Kanälen.

Meine Kundendokumentationen, Toolvorlagen und meine Buchhaltung, pflege ich elektronisch auf einer privaten Cloud-Ablage inkl. Backup.

Ich versuche möglichst keine Dokumente physisch abzulegen und scanne/fotografiere die jeweilig erarbeiteten Notizen und Visualisierungen aus den Gesprächen und lege diese elektronisch ab. Die physischen Dokumente vernichte ich im Anschluss. Gleiches gilt für administrative Dokumente.

Die Einzelfirma «jonasbotta.ch» ist offiziell registriert unter der Nummer CHE-174.476.011 und ich erstelle eine einfache Buchhaltung.