

COACHING FÜR AUFSICHTS- UND BEIRÄTE

Dieses Dienstleistungs-Paket stellt eine Sonderform des Senior Executive Coaching dar.

Durch Coaching für Aufsichts- und Beiräte unterstützen wir Eigentümer, Führungskräfte, und Top Manager, die sich auf Mandate in Aufsichtsgremien vorbereiten und sich mit Fragen des Verhältnisses zwischen Anteilseignern und Management sowie Corporate Governance in der Mandatsausübung befassen wollen.

Als Coaches der Change Partnership sind wir darauf spezialisiert, Sie beim Rollenwechsel und bei dem hierfür notwendigen Ändern von Führungs-, Kommunikations- und Verhaltensmustern effektiv, pragmatisch und vertrauensvoll zu unterstützen.

Unser Angebot

Im Rahmen unseres Programms Coaching für Aufsichts- und Beiräte bieten wir Ihnen 100% auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene Dienstleistungen an:

- ü Passgenauigkeit: Nach einem Chemistry-Meeting wählen wir gemeinsam mit Ihnen einen für Sie passenden Coach aus;
- ü Ergebnisorientierung: im ersten Treffen mit Ihrem Coach legen Sie Ihre Bedürfnisse und Zielvorgaben für die gemeinsame Arbeit fest;
- ü Flexibilität: ein Coaching Programm wird in der Regel für einen Zeitraum von sechs Monaten vereinbart, wobei die Treffen wenigstens zweiwöchentlich stattfinden. Coaching Termine können in unseren Geschäftsräumen am Kurfürstendamm oder an anderen Orten, die wir gemeinsam festlegen und die sich auch für ein Coaching eignen, durchgeführt werden. Bei Bedarf können wir Sie auch in Ihren beruflichen Alltag begleiten;
- ü Leistungsgarantie: als Zeichen unserer Qualität bieten wir Ihnen an, das Coaching Programm nach drei Monaten oder sechs Treffen ohne Honorarzahlung abubrechen, falls die Inhalte oder Ihr Fortschritt nicht Ihren Vorstellungen entsprechen;
- ü Rundum-Begleitung: Für die gesamte Dauer des Coaching Programms erhalten Sie uneingeschränkte telefonische bzw. e-mail Verfügbarkeit des Coaches.

COACHING FÜR AUFSICHTS- UND BEIRÄTE

PACKAGE INFO

Ein typisches Coaching Programm für Aufsichts- und Beiräte mit 12 Sitzungen à 90 Minuten gliedert sich nach Verlauf und Inhalt etwa wie folgt:

1. Chemistry Meeting 1 x 90 Min.
2. Grundlagen schaffen 3 x 90 Min.
 - v Persönlicher und beruflicher Hintergrund (Fragebogen)
 - v Bedarfsermittlung, Programmdefinition und Meilensteine
3. Vom Entscheidungsträger zum Ratgeber 2 x 90 Min.
 - v Die Unterschiede zwischen direkter und indirekter Verantwortung – Aufsehen statt Ausführen
 - v Zuhören und Rat geben
 - v Effekte Kontrolle und Einflussnahme
4. Funktionierende Netzwerke für neue Kommunikationsmuster nutzen 1 x 90 Min.
 - v Bestehende Kommunikationsnetzwerke untersuchen und bewerten
 - v Neue Kommunikationspartner akquirieren
 - v Neue Kommunikationsformen und –wege entwickeln
 - v Im Aufsichts- oder Beirat kommunizieren
 - v Mit den Exekutivorganen kommunizieren
5. Arbeitsbeziehungen aufbauen und unterhalten 2 x 90 Min.
 - v Arbeitsverteilung und Arbeitsweise des Gremiums
 - v Die Arbeitsweise des Vorsitzenden (alternativ: Zusammenarbeit mit dem Vorsitzenden)
 - v Die Zusammenarbeit mit den Exekutivorganen
8. Der 100-Tage-Check 1 x 90 Min.
 - v Diskussion und kritische Überprüfung der „ersten 100 Tage“
 - v Vergleich zwischen Konzepten, Programmen und Vorsätzen mit tatsächlicher Entwicklung
6. Leistungsbilanz und Leistungssteigerung 1 x 90 Min.
 - v Untersuchung und Diskussion der individuellen Gremien-Mitglieder
 - v Untersuchung und Diskussion des Gremiums insgesamt
 - v Die Zusammenarbeit im Aufsichtsgremium

COACHING FÜR AUFSICHTS- UND BEIRÄTE

- v Die Zusammenarbeit mit der Geschäftsleitung
- v Eigenbild, Fremdbild und „objektive Perspektive“ auf Gremien-Mitglieder und das Gesamtgremium

7. Kontrollmechanismen wirksam einführen 1 x 90 Min.

- v Arbeitsmodelle und Prozesse für das Gremium entwickeln
- v Kontrollmechanismen entwickeln und einführen
- v Fortführung des Coaching Programms besprechen

= 12 x 90 Min

Praxisbeispiel

Ein Investmentbanker einer deutschen Großbank wird mit Anfang 40 nach einer Bilderbuchkarriere in den Aufsichtsrat eines Medienunternehmens berufen. Er ist ein ausgewiesener Fachmann in seinem Bereich und im wahrsten Sinne des Wortes „truly bankable“.

In seiner neuen Funktion trifft er auf erfahrene Medienfachleute, Journalisten, Techniker und Betriebsräte, mit denen er auf seinem bisherigen Berufsweg keine Erfahrungen gesammelt hat. Bereits mit seinem persönlichen Auftreten errichtet er unsichtbare Barrieren für die Zusammenarbeit. Sein in der Bank und Finanzwelt durchaus übliches Kommunikationsverhalten wird in der Medienwelt als arrogant, technokratisch und wirklichkeitsfremd ausgelegt. Seine mangelnde Erfahrung in der Medienwelt und seine bisher kaum vorhandenen Kontakte zu wichtigen Playern in der Medienwirtschaft schwächen gemeinsam mit seinem jungen Lebensalter seine Akzeptanz im Gremium weiter.

Da er vom Hauptaktionär des Medienunternehmens vorgeschlagen worden ist, begegnet ihm der Vorsitzende des Aufsichtsrats höflich aber distanziert. Auch die anderen Kollegen unternehmen keine Anstrengungen ihn in das Gremium zu integrieren und wahren Distanz.

Bereits im Chemistry Meeting arbeitet der neue Aufsichtsrat mit seinem Coach die drei wichtigsten Arbeits- und Entwicklungsbereiche, in denen der Aufsichtsrat rasch tätig werden muss, heraus. Gemeinsam priorisieren sie in den Feldern persönliches Auftreten, Kommunikation und Arbeitsbeziehungen Aktivitäten, Ansprech- und Arbeitspartner, auf die der Aufsichtsrat zugehen und mit denen er einen Neustart wagen möchte.

Der Aufsichtsrat und der Coach entwickeln ein Arbeitsprogramm, im Rahmen dessen der Aufsichtsrat – für ihn untypisch – persönlich Termine mit seinen Kollegen im Gremium und Ansprechpartnern vereinbart. Er wagt es mehr von seiner eigenen Persönlichkeit zu zeigen, bittet offen um Hilfe und Informationen und macht darauf aufmerksam, dass er die für ihn neue Welt der Medien mit Hilfe seiner Kollegen kennen und deren Sprache rasch lernen will.

Durch seine hohe Fachkompetenz und sein hervorragendes Netzwerk in der Bank- und Finanzierungswelt gelingt es ihm, für das Medienunternehmen wertvolle neue Kontakte zu knüpfen und dem Aufsichtsrat sowie dem Vorstand des Unternehmens relevante Informationen zur Verfügung zu stellen, die rasch seine fehlende Medienerfahrung vergessen machen.

Nach wenigen Monaten haben sich seine Rolle im Aufsichtsrat und das Verhalten zum Gros der neuen Kollegen grundlegend geändert. Er wird als neuer Kollege wegen seiner Andersartigkeit geschätzt und nicht mehr deswegen auf Distanz gehalten. Gemeinsam mit seinem Coach arbeitet er engagiert weiter daran, nicht in die geübten Verhaltensmuster des „arroganten Investment Bankers“ zurückzufallen, seine Arbeit im Aufsichtsrat effektiv zu gestalten und neue interessante Arbeits- und Gesprächspartner in der Welt der Medien für sich zu gewinnen.