

Innsbruck – Anita Hußl-Arnold ist selbst Coach und bildet diese auch aus. Sie und ihre Kollegen haben in den vielen Jahren ihrer Tätigkeit immer wieder ein ähnliches Phänomen erlebt: „Da wird ein externer Coach in die Firma geholt, alle sind motiviert, alles läuft gut und alle halten ein, was vereinbart wurde. Und dann, kaum ist der Coach wieder weg, sinkt das Interesse wieder“, sagt Hußl-Arnold.

So entstand die Idee, Menschen in den jeweiligen Firmen, also gleich die eigenen Mitarbeiter, zu internen Coaches auszubilden, erklärt Hußl-Arnold, Ausbildungsleiterin der Coaching-Academy Future. Voraussetzung dafür allerdings sei – und zwar unabhängig von der Unternehmensgröße –, dass es eine enge Abstimmung mit dem Management gibt und Vertrauen.

Als firmeninternen Coach eignet sich, wer als Mitarbeiter in seiner Stammrolle im Unternehmen erfolgreich ist. „Ist das einer, der in seinem Job scheitert, dann wird

er als Coach nicht anerkannt sein“, meint Hußl-Arnold. Ein weiteres wichtiges Kriterium, um als Mitarbeiter auch als interner Coach wirken zu können, ist ein hohes Maß an sozialer Kompetenz. „Die Mitarbeiter spüren das, wie derjenige in der Pause redet. Über die anderen Kollegen zum Beispiel oder über die Firma“, sagt Hußl-Arnold und gibt zu bedenken: „Würde das jemand vom Betriebsrat sein, der unter Umständen die Führung bekämpfen muss, dann wird er als Coach wohl nicht erfolgreich sein, denn dann fühlen sich die Menschen zerrissen.“

Unternehmensinterne Coaches sind meist Menschen, sagt Hußl-Arnold, die jahrelang selbst an der Front gewesen sind, sei es im Verkauf, Management oder Marketing, und sagen, dass sie sich nichts mehr beweisen müssten, aber gerne andere unterstützen würden. Und genau diese seien aus ihrer Sicht wirklich hervorragend dafür geeignet. Außerdem würden solche Mitarbeiter auf diese Weise auch wieder

ein neues Betätigungsfeld in der Firma bekommen.

Das Einsatzgebiet für die unternehmensinternen Coaches ist vielfältig: Es reicht vom Moderieren von Teamsitzungen, um diese effizienter zu gestalten, bis hin zu Einzelcoachings. Sehr oft werden sie eingesetzt, um Unternehmenskultur zu beleben, etwa, wenn neue Mitarbeiter kommen. Diese erhalten etwa nicht nur Schlüssel und das PC-Passwort, sondern auch firmenkulturrelevante Informationen. (maba)



Anita Hußl-Arnold, Future-Master-Trainerin und Coach. Foto: Rafaela Pröll