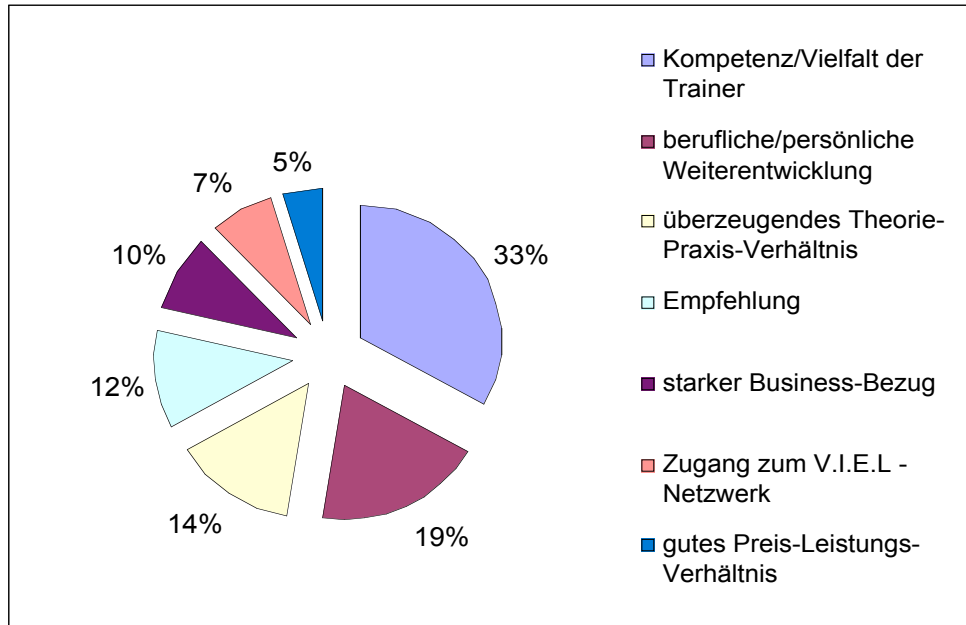


1. Warum haben sich die Teilnehmer für V.I.E.L® entschieden?



Kompetenz / Vielfalt der Trainer	33%	14
berufliche/persönliche Weiterentwicklung	19%	8
überzeugendes Theorie-Praxis-Verhältnis	14%	6
Empfehlung	12%	5
starker Business-Bezug	10%	4
Zugang zum V.I.E.L - Netzwerk	7%	3
gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	5%	2
	100%	42

Die Abbildung zeigt, dass sich mehr als ein Drittel der Teilnehmer aufgrund der Kompetenzen und unterschiedlichen Arbeitsschwerpunkte der Trainer für die Business Coach – Ausbildung bei V.I.E.L® entschieden haben, mit dem Wunsch sich sowohl beruflich als auch persönlich weiterzuentwickeln. Des Weiteren überzeugte 12% der Teilnehmer das ansprechende Theorie – Praxis – Verhältnis der Coaching – Inhalte, die sich durch ihren starken Business – Bezug auszeichnen. 10% der Teilnehmer entschieden sich aufgrund von Empfehlungen für V.I.E.L®, die auf die gute Kundeneinbindung ins V.I.E.L® - Netzwerk zurückgeführt werden können.

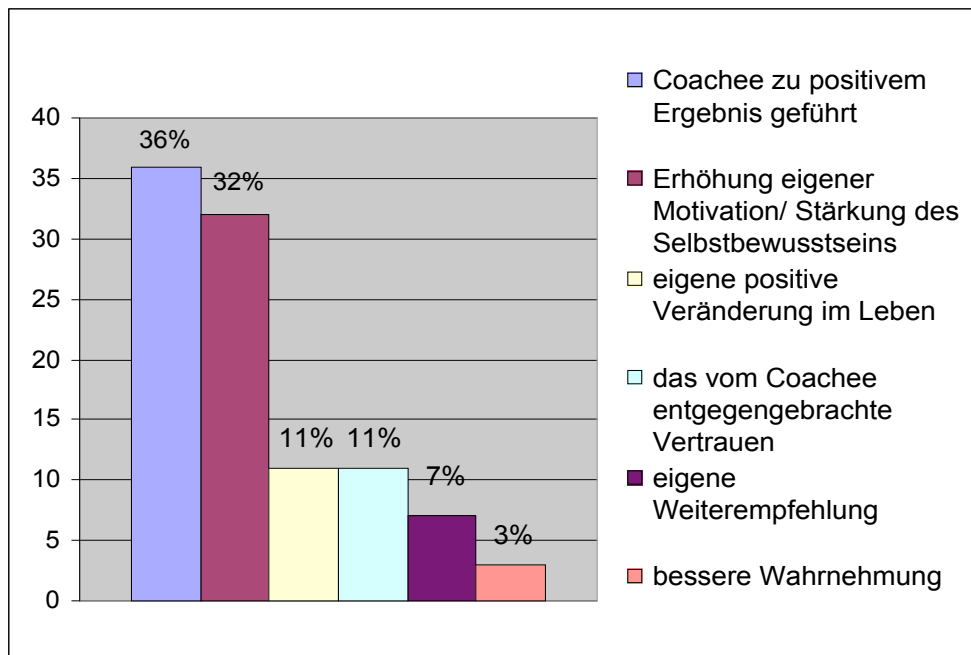
Sabine Langohr:

„Der Infoabend hat mich überzeugt, ich war motiviert und inspiriert. Weitere Ausbilder habe ich mir nicht angeschaut, ich empfand das als nicht notwendig.“

Gaby Solterbeck:

„ ... Mich hat die Unterschiedlichkeit der vier Trainer angesprochen. Zunächst, weil die Seminare dadurch weniger eintönig zu werden drohten...; später, während der Ausbildung, zeigte sich aber, dass vor allem die unterschiedlichen Erfahrungen und beruflichen Ausrichtungen der Trainer die Seminare für mich so spannend und bereichernd machen.“

2. Was war das größte Erfolgserlebnis der Teilnehmer?



Coachee zu positivem Ergebnis geführt	36%	10
Erhöhung eigener Motivation/des Selbstbewusstseins	32%	9
eigene positive Veränderung im Leben	11%	3
das vom Coachee entgegengebrachte Vertrauen	11%	3
eigene Weiterempfehlung	7%	2
bessere Wahrnehmung	3%	1
	100%	28

Anhand der Abbildung wird deutlich, dass alle Teilnehmer gecoacht haben und dies auch erfolgreich. Dies spricht dafür, dass das in der Ausbildung vermittelte Wissen unmittelbar zur Handlung führt. Die dabei erzielten Erfolgserlebnisse bringen zugleich die persönliche Weiterentwicklung voran!

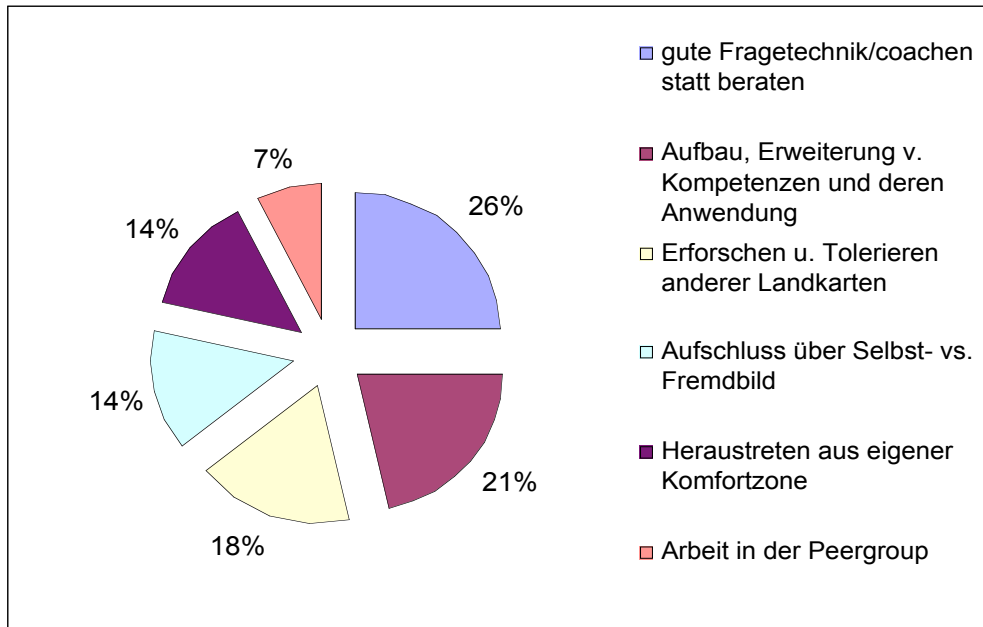
Mario Olles:

„Die Fähigkeiten, die ich vor der Ausbildung bereits hatte, zusammen mit den neuen Erkenntnissen und Werkzeugen, nun während und nach dem Lernprozess effizienter, wirkungsvoller und insgesamt optimal FÜR den Coachee einsetzen zu könne.“

Andreas Bartylak:

„Wenn ich nach der Sitzung das Gefühl habe, eine runde, stimmige Arbeit getan zu haben!“

3. Was war die wichtigste Lernerfahrung der Teilnehmer?



gute Fragetechnik / coachen statt beraten	26%	7
Aufbau, Erweiterung v. Kompetenzen u. deren Anwendung	21%	6
Erforschen u. Tolerieren anderer Landkarten	18%	5
Aufschluss über Selbst- vs. Fremdbild	14%	4
Heraustreten aus eigener Komfortzone	14%	4
Arbeit in der Peergroup	7%	2
	100%	28

Die Ausarbeitung macht deutlich, dass neben dem Aufbau und der Erweiterung von Kompetenzen die effiziente Anwendung dieser als eine sehr wichtige Lernerfahrung genannt wurde. 26 % der Teilnehmer stufen insbesondere die für das Coaching grundlegende Fragetechnik als besonders wertvolle Lernerfahrung ein. Des Weiteren unterstreichen 18% der Teilnehmer für sich gelernt zu haben, wie wichtig es ist, die eigene Landkarte zugunsten der Landkarten anderer Menschen ablegen zu können, um diese objektiv zu erforschen und zu tolerieren. 14 % berichten davon, mit Hilfe der erlernten Feedback – Methoden nicht nur gelernt zu haben, Kritik in konstruktiver, wertschätzender und motivierender Form zu geben, sondern auch Aufschluss über die eigene Wirkung auf andere erlangt zu haben.

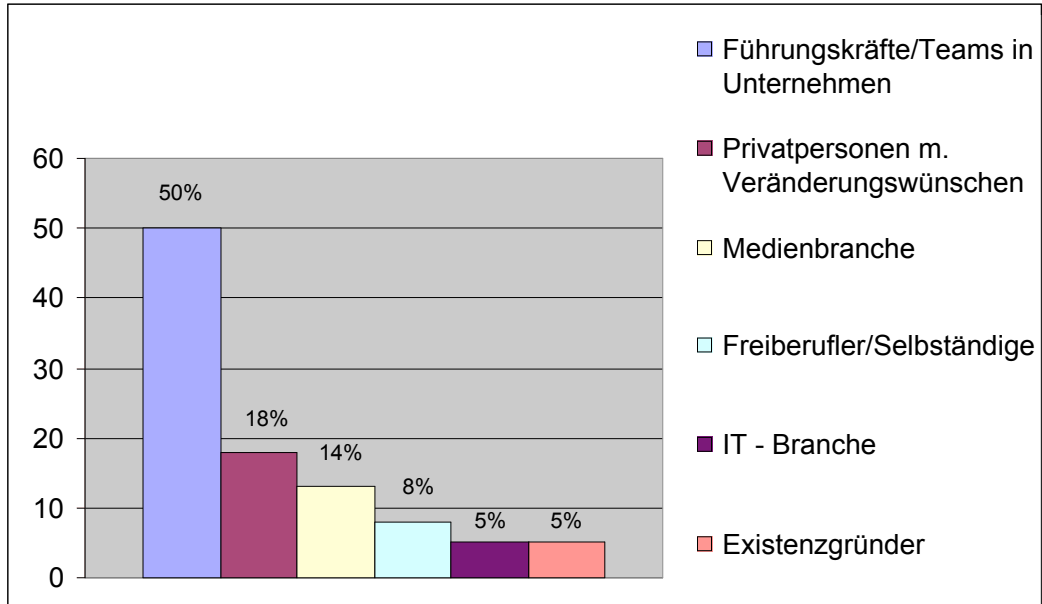
Beate Silkennath:

„Die Feedback-Runden in der Ausbildung haben mir immer wieder gezeigt, wie ich auf andere wirke. Das hatte für mich einen unschätzbaren Wert, weil so ein Feld im JOHARI-Fenster (was andere von mir wissen - was ich nicht von mir weiß) ganz weit für mich geöffnet wurde.“

Norbert Korth:

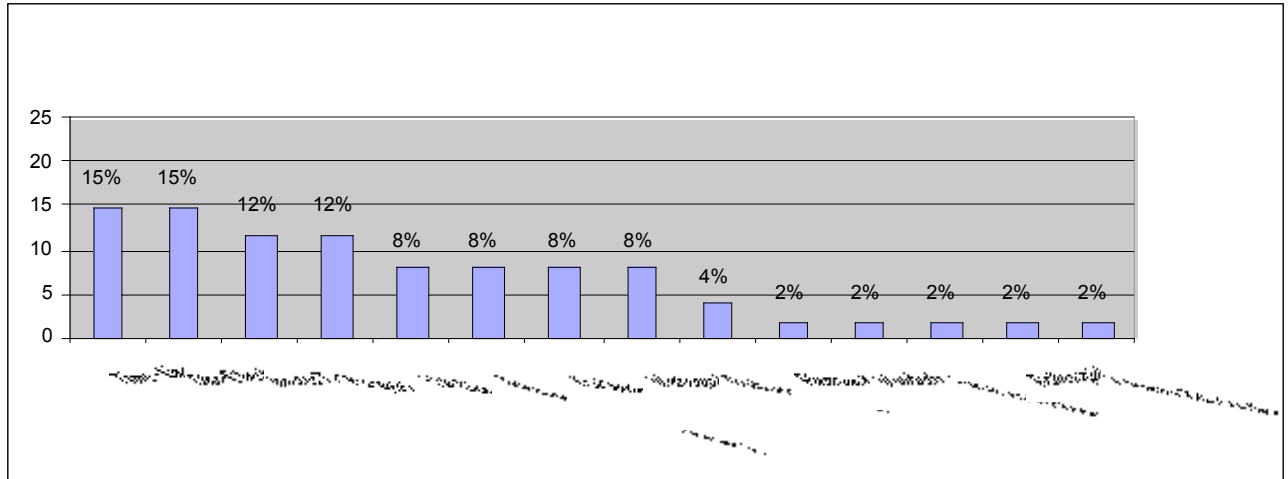
„ ‚Fragen‘ statt ‚sagen‘ (coachen statt beraten) und damit dem Coachee zur Möglichkeit verhelfen, die für ihn beste Lösung selbst zu finden.“

4. Welche Zielgruppen haben die Teilnehmer als Business Coach?



Führungskräfte / Teams in Unternehmen	50%	19
Privatpersonen mit Veränderungswünschen	18%	7
Medienbranche / Kreative	14%	5
Freiberufler / Selbständige	8%	3
IT - Branche	5%	2
Existenzgründer	5%	2
	100%	38

5. Welche Werkzeuge haben die Teilnehmer angewandt?



Time - Line	15%	6
Öko - Check	15%	6
Inneres Team	12%	5
Perspektivenwechsel	12%	5
Walt - Disney - Strategie	8%	3
Ziele m. positiven Glaubenssatz aufladen	8%	3
Konfliktvisualisierung	8%	3
Wertequadrat	8%	3
Glaubenssatz aufweichen	4%	2
Riemann - Kreuz	2%	1
Wunderfrage	2%	1
Sortieren u. Positionieren helfen	2%	1
Rollenspiel	2%	1
Visionen und Ziele Coaching	2%	1
	100%	41

Es wird deutlich, dass die Teilnehmer eine große Bandbreite an Instrumenten eingesetzt haben, die kunden – orientiert und aus verschiedenen methodischen Hintergründen angewandt werden.