9 771866 484006

Praxis erleben | Wissen erweitern

Coaching Magazin

ISSN 1866-4849

Konzeption
Coaching bei MTU Aero Engines | **S 22**

Spotlight
Coaching und künstliche Intelligenz | **S 33**

Philosophie/Ethik
Coaching Erwerbsloser | **S 55**

Was Coaching von Terrorfahndung und Kriminalarbeit lernen kann

Ralf Gasche im Interview | **S 14**

Ausgabe 3|2018
www.coaching-magazin.de
D/A/CH: 19,80 €

Coaching im Zeitalter künstlicher Intelligenz

Ein mögliches Szenario

Von Benno Grams

Viel ist vom Digitalen Wandel, von Automatisierung und von damit einhergehenden Erosionen die Rede. Unternehmen und Märkte werden sich rasant entwickeln. Auch am Coaching wird dies nicht spurlos vorübergehen. Es wird sich einerseits neuen Bedarfen der Klienten widmen müssen, andererseits dürfte es selbst zunehmend digitalisiert werden. Als eine treibende Kraft könnte sich hierbei die fortschreitende Entwicklung künstlicher Intelligenz erweisen. Was ist diese zu leisten im Stande und was nicht? In welche Richtung könnte die Technologie das Coaching verändern?

Thomas kommt am Abend des 1. Februars 2028 um 20:45 Uhr nach einem langen Arbeitstag in seine kleine, neu bezogene Wohnung. Thomas lebt allein. Vor drei Monaten wechselte er seine Arbeitsstelle und hat als neu ernannte Führungskraft in einem aufstrebenden Familienunternehmen vertriebliche Führungsverantwortung übernommen. Den Umzug an den neuen Arbeitsort nahm Thomas in Kauf, da er sich als neu ernannte Führungskraft schon auf dem Karriereweg „nach ganz oben" sah. Aber einen neuen Freundeskreis konnte er sich noch nicht aufbauen, für Privates hat er keine Zeit und beruflich läuft es mit der neuen Aufgabe eher schlecht. Sein neues Team akzeptiert ihn nicht, der Umgang mit den Kunden gestaltet sich sehr schwierig und seiner Geschäftsleitung kann er auch nach den ersten 100 Tagen keinen einzigen Erfolg vorweisen – ganz im Gegenteil: Im heutigen Team-Meeting kam es von einzelnen Vertriebsmitarbeitern zur „offenen Revolte" bezüglich seines unangemessenen Führungsstils und seines fehlenden Sozialverhaltens. Thomas ist niedergeschlagen. Er geht ins Bad. Als er das Licht einschaltet, meldet sich sein virtueller Coach. Thomas hat ihn Ben genannt. Ben wird lebensgroß und hochauflösend in den Badezimmerspiegel projiziert – männlich, 50 Jahre, ein erfahrener Vertriebsingenieur – genau so hat Thomas sich seinen virtuellen Coach vor zwei Jahren konfiguriert.

„Hallo Thomas, wie lief dein Tag?", fragt Ben. „Nicht gut!", antwortet Thomas. Ben: „Oje, das tut mir wirklich leid. Mich interessiert sehr, was heute passiert ist. Erzähl, was los ist!" Dabei „weiß" Ben schon alles, denn Ben führt seit zwei Jahren den Terminkalender von Thomas, wertet fortlaufend die Gesundheitswerte wie Blutdruck und Augeninnendruck aus und scannt zweimal täglich die Pupillen und die Hauttemperatur von Thomas. Ben „weiß", dass Thomas heute Unterstützung braucht.

Es folgt ein professionelles Coaching-Gespräch zwischen Thomas und Ben, bei dem Ben durch geschickte Gesprächsführung die Probleme von Thomas kurz würdigt und Ressourcen für mögliche Problemlösungen aktiviert. Am Ende des Gesprächs hat Thomas ein Ziel für den kommenden Tag definiert und sich gegenüber Ben zu einzelnen Teilschritten verpflichtet. Um 22:30 Uhr beendet Ben das Gespräch mit dem Hinweis, dass Thomas morgen sehr früh raus müsse, einen anstrengenden Tag vor sich und die letzten drei Wochen zu wenig geschlafen habe. Mit dem Ergebnis der Beratung ist der virtuelle Coach fast zufrieden. Er hat gelernt, dass Thomas als Mensch „leider" auch schlafen muss. Ben hätte gerne noch acht Monodramen zur Vorbereitung auf die morgigen Einzelgespräche durchgeführt. Aber in den letzten vier Wochen wurde Ben immer von Katja abgeschaltet, wenn er Thomas keine ausreichende Nachtruhe gönnte. Katja ist ein Mensch mit einer fundierten Coaching-Ausbildung: Sie hat sich auf die *Supervision von virtuellen Coaches* spezialisiert.

So oder auch ähnlich könnte eine Coaching-Session im Jahr 2028 ablaufen. Anhand dieses

Beispiels soll im Folgenden auf verschiedene Aspekte künstlicher Intelligenz im Coaching eingegangen sowie deren Grenzen und Fragen der Ethik diskutiert werden. Der Artikel soll dazu anregen, schon jetzt den Umgang mit dieser neuen Technologie zu diskutieren.

Künstliche Intelligenz

Was ist eigentlich künstliche Intelligenz? Worin unterscheidet sich künstliche Intelligenz von bisherigen Computerprogrammen? Und worin unterscheidet sich künstliche von menschlicher Intelligenz?

Künstliche Intelligenz ist ein revolutionärer Fortschritt gegenüber herkömmlichen Computerprogrammen. Ein Programm hat bisher eine Eingabe nach einem *festgelegten Algorithmus* bearbeitet und das Ergebnis ausgewiesen. Der Rechenalgorithmus ist dabei immer der gleiche und verändert sich nicht. Die Eingabe muss in einer festen *vordefinierten Struktur* erfolgen, damit die Software sie verarbeiten kann. Die gleiche Eingabe führt immer zur gleichen Ausgabe, solange der Programmierer den Algorithmus nicht ändert oder ein Zufallsgenerator eingeschaltet wird. Bei komplexen Programmen ist diese Verarbeitungsweise oft kaum noch zu erkennen, aber das Prinzip lässt sich auf diesen einfachen Nenner reduzieren. Künstliche Intelligenz hingegen unterscheidet sich davon grundsätzlich in drei Punkten (Kelly & Hamm, 2013):

» Künstliche Intelligenz *denkt vernetzt*, indem sie mehrere Eingaben parallel verarbeiten und verstehen kann. Sie kann verschiedene Datenquellen (Eingaben) miteinander in Beziehung setzen und auch unstrukturierte Medien verarbeiten, d.h., die Eingabe muss nicht in einer bestimmten Form erfolgen. So kann künstliche Intelligenz sowohl Textdaten lesen oder vernetzen, als auch Bilder erkennen oder Sprache mit unterschiedlichen Akzenten und Satzstellungen verstehen.
» Künstliche Intelligenz kann „Gründe erkennen“ und Schlussfolgerungen ziehen. Sie *kann hinterfragen*, was dazu geführt hat, dass eine bestimmte Situation so ist, wie sie ist. Das bedeutet, künstliche Intelligenz kann ein *Ergebnis analysieren*, um daraus Rückschlüsse auf die Ursachen zu ziehen – also rückwärts „denken“.
» Künstliche Intelligenz „lernt“ und *optimiert sich* kontinuierlich. Das Lernen erfolgt rund um die Uhr, ohne Ermüdung. Dabei lernt sie aus Feedbackschleifen ihrer Ergebnisse, indem z.B. ein Mensch urteilt, ob eine vollzogene Analyse richtig oder falsch war.

Ein bekanntes Beispiel für eine künstliche Intelligenz ist IBM Watson, der 1996 in einem Schachturnier den Weltmeister Garri Kasparow schlug und im Jahr 2011 gegen die bestqualifizierten Kandidaten im US-amerikanischen Spiele-Quiz „Jeopardy!“ (ähnlich „Wer wird Millionär?“) gewann. 2016 meldete die japanische Tageszeitung „Mainichi“ aus Tokio, dass eine japanische Versicherung mehr als 30 Mitarbeiter durch Watson ersetzt, der nun Daten der Versicherten sowie deren medizinische Vorgeschichte prüft und bewertet.

Künstliche Intelligenz wird schon seit vielen Jahren in Science-Fiction-Romanen beschrieben und in unserem Leben zunehmend realer. Was sind die Gründe für den aktuellen Fortschritt in der Entwicklung dieser Technologie?

Erstens hat die exponentiell wachsende Rechenleistung von Computern der letzten Jahre dazu geführt, dass künstliche Intelligenz der Rechenkapazität des menschlichen Gehirns immer näherkommt: Der Autor Ray Kurzweil prognostizierte 2013 in seinem Buch „The Singularity Is Near“, dass Computer im Jahr 2026 die Rechenkapazität vom menschlichen Gehirn erreichen werden (Kurzweil, 2013).

Zweitens werden seit 2001 sogenannte Quantencomputer entwickelt, die nicht nur mit binären Codes (also 1 oder 0), sondern auch mit Zwischenzuständen operieren und somit mehrere Rechenschritte parallel ausführen können (vernetztes Denken). Und drittens sind die Kosten für Rechenleistungen dramatisch gesunken: Im Jahr 1961 hätte man für eine Rechenleistung von einem Gigaflop (eine Milliarde Rechenoperationen pro Sekunde) ca. 145 Milliarden US Dollar bezahlen müssen. Im Juni 2017 kostete die gleiche Rechenleistung lediglich 0,06 US Dollar (Perez, 2017; Blaauw & Brooks, 1997) und ein Ende des Preisverfalls ist keineswegs in Sicht.

Anwendung im Beratungsfeld schon Realität?

Erste Anfänge des Einsatzes von künstlicher Intelligenz sind zunehmend zu finden: Intelligente „Chat Bots“ kommunizieren mit uns über Textnachrichten und stellen Fragen zu unseren sportlichen Aktivitäten, animieren uns zu mehr Schritten, messen und analysieren unseren Puls und überwachen unseren Schlaf. Im Angebot findet man insbesondere Apps aus dem Gesundheitsbereich und zu sportlichen Aktivitäten – Felder, aus denen sich das Coaching in den 80er Jahren entwickelt hat und seinen Siegeszug antrat.

Um sich ein genaueres Bild davon zu machen, wie der Einsatz künstlicher Intelligenz derzeit aussieht, lohnt der Blick in den Bereich der Gesundheitsversorgung. So hat z.B. die 2016 gegründete Münchner Firma „Ariana Digital Health Solutions“ einen mit künstlicher Intelligenz ausgestatteten und mobilen Chat Bot entwickelt, der eine persönliche Zwei-Wege-Kommunikation mit dem Nutzer führt. Die Anwendung suggeriert durch intelligente Fragen und Nachrichten eine große Empathie und Hilfsbereitschaft, so der Anspruch der Entwickler, und erinnert z.B. an die pünktliche Einnahme von Medikamenten und bevorstehende Arztbesuche. Der Chat Bot beantwortet zudem Fragen zur Gesundheit. Jerca Lieber, die im Business Development des Unternehmens arbeitet, erklärt im Interview mit dem Autor dieses Beitrags, dass die Anwendung eine Lücke in der Patientenbetreuung in den Phasen der Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung während einer ärztlichen Behandlung schließe, indem der virtuelle Ansprechpartner für den Patienten immer da sei – auch dann, wenn Ärzte oder Pflegepersonal nicht verfügbar sind. Die ethischen Grenzen zum Einsatz von künstlicher Intelligenz werden, so Lieber, dadurch berücksichtigt, dass die App keine eigenen Diagnosen oder Entscheidungen treffe. Dies bleibe weiterhin in den Händen der behandelnden Ärzte. Die

Anwendung soll die Betreuung durch Arzt und Pflegepersonal zum Wohle des Patienten ergänzen – *den Menschen aber nicht ersetzen*.

Intelligenzfaktoren: Coach vs. Maschine

Ob virtuelle Coaches intelligenter sein werden als reale, muss differenziert betrachtet werden. Wie oben erwähnt wird künstliche Intelligenz 2026 die Intelligenz eines menschlichen Coachs wohl erreichen (Kurzweil, 2013) – aber das bezieht sich nur auf die „Rechenkapazität". Welche anderen Faktoren spielen noch eine Rolle, wenn wir von Intelligenz sprechen?

Der menschliche Coach wird auch im Jahr 2026 in vielen Bereichen der „intelligentere" Coach im Wettbewerbsvergleich mit seinem virtuellen Kollegen sein. Erstens: Der menschliche Coach wird neben seiner professionellen Ausbildung auch immer seinen „gesunden Menschenverstand" haben. Die menschliche *Intuition und Abstraktionsfähigkeit* werden niemals – auch nicht durch noch so hohe Rechenkapazität – erreicht werden können.

Zweitens: Zu fantasievollen Traumreisen, die im Coaching zu einer Lösung aus einer ausweglosen Situation führen können, wird nur der Mensch fähig sein. Die *Fantasie* spielen zu lassen, ist keine Fähigkeit einer Rechenmaschine, denn der Erfolg der Gedankenreise bleibt am Anfang vollkommen ungewiss. Ein virtueller Coach wird den Weg des Träumens und des damit verbundenen Ausprobierens nicht einschlagen, da er auf Optimierung getrimmt ist und mit Erfolgswahrscheinlichkeiten arbeitet. Der Maschine fehlt schlichtweg die Neugier.

Drittens: Der menschliche *Coach als soziales Wesen* handelt in seinem Leben basierend auf Werten, die auf *Moral* beruhen. Nicht alles, was zum Erfolg führt, ist moralisch vertretbar. Wie kann eine Maschine abwägen, was nicht nur erfolgreich, sondern auch unter Gesichtspunkten von Moral angebracht ist und in den Rahmen menschlicher Werte passt? Im eingangs dargestellten Beispiel möchte der virtuelle Coach die Vorbereitung auf den nächsten Tag mit dem Klienten fortführen, um erfolgreich zu sein. Die Supervisorin Katja traf zuvor aber – auf Basis der Gesamtsituation und Rahmenbedingungen wie z.B. Schlafbedürfnis und bevorstehende private Ereignisse – eine andere Entscheidung und beendete vorangegangene Sessions.

Viertens: Es gibt Situationen, in denen die beste Lösung für den Klienten das Ertragen eines Dilemmas sein kann. Die notwendige Resilienz-Fähigkeit kann durch die *Empathie* eines menschlichen Coachs gestützt werden. Empathie und das Aushalten einer Situation werden für eine Maschine nicht erlernbar sein, da sie nicht mitfühlen kann und nicht auf Stillstand ausgerichtet ist.

Ein virtueller Coach hingegen, der auf Basis künstlicher Intelligenz arbeitet, wird dem menschlichen Coach wohl in den folgenden Intelligenz-Bereichen „überlegen" sein: Die Maschine wird – verglichen mit dem menschlichen Gehirn – über eine immer größer werdende, schier unendlich scheinende *Speicherkapazität* verfügen und trotz Anwachsens der Wissensmenge nie vergessen, d.h., beim Finden des notwendigen Wissens ist der virtuelle Coach eindeutig überlegen. Die Maschine lernt 24 Stunden am Tag und sieben Tage die Woche – ohne zu ermüden. Sie ist ständig erreichbar und immer für den Klienten da, auch dann, wenn kein menschlicher Coach zur Verfügung steht.

Darüber hinaus wird die Maschine beim *analytischen Erkennen* von Mustern im Vergleich zum Menschen stark fehlerreduziert arbeiten. Der menschliche Coach vergisst, lernt nicht immer alles Notwendige hinzu und wird sich manchmal vielleicht nur vage an Erlerntes oder Gehörtes erinnern. Ein Mensch erkennt auch mal Muster, wo gar keine sind. Ein virtueller Coach weist diese menschliche Schwäche nicht auf.

Als letzter Punkt sei hier noch die *Unvoreingenommenheit* der künstlichen Intelligenz aufgeführt. Übertragungen und Gegenübertragungen durch den Menschen können den Coaching-Prozess empfindlich stören – in diesem Fall ein Vorteil für die Maschine. Nachteilig kann sich die gleiche Unvoreingenommenheit jedoch auswirken, indem der virtuelle Coach sein „Programm" vollkommen unvoreingenommen, jedoch ohne jegliche Empathie logisch und analytisch durchzieht.

Wettbewerb oder Partnerschaft?

Steht der menschliche Coach also zukünftig im Wettbewerb mit dem virtuellen Coach oder bildet er eine Partnerschaft, in die jeder seine individuellen Stärken einbringt? Wen wählt der Klient zu welchem Zeitpunkt des Coaching-Prozesses auch unter dem Gesichtspunkt der Verfügbarkeit aus? Erst den virtuellen und danach den menschlichen Coach – oder gleich beide zusammen? Und wie wird die Akzeptanz des Klienten gegenüber virtuellen Coaches überhaupt sein? Vertraue ich als Klient meine intimsten Geheimnisse lieber einer Maschine an, gerade weil es eine Maschine ist und ich mich dann eventuell nicht für etwas Menschliches schämen muss? Ein Ergebnis aus dem Bereich psychotherapeutischer Forschung deutet darauf hin, dass eine tragfähige und von Vertrauen gekennzeichnete Arbeitsbeziehung zwischen Klient und Therapeut auch dann entstehen kann, wenn Letzterer virtuell ist (Barazzone et al., 2012). Dieses Ergebnis lässt sich sicherlich auch auf das Coaching transferieren. Oder bevorzuge ich als Klient – wie im Eingangsbeispiel erwähnt – den virtuellen Coach sogar, weil ich ihn mir genauso konfigurieren kann, wie ich es will?

Auf Basis welcher Kriterien (wie z.B. Kosten, Verfügbarkeit, Akzeptanz und Neugier im Umgang mit elektronischen oder innovativen Medien etc.) suche ich mir als Klient eigentlich einen Coach? Ein Szenario, in dem die künstliche Intelligenz den menschlichen Coach unterstützt, also Mensch und Maschine eine Partnerschaft zum Wohle des Klienten eingehen, wird eine mögliche und wahrscheinlich häufig genutzte Variante sein.

Grenzen, Ethik, Ausblick

Papst Franziskus äußerte sich im Rahmen des World Economic Forums 2018 mit den Wor-

ten: „Künstliche Intelligenz, Robotik und alle anderen Innovationen müssen zum Wohle der Menschheit beitragen." Damit fordert er implizit die Einhaltung klarer ethischer Grenzen beim Einsatz künstlicher Intelligenz.

Wo und durch wen können diese Grenzen im Coaching definiert und gesichert werden? Diese Fragen gilt es, in der Coaching-Branche zu diskutieren und entsprechende Richtlinien zu etablieren, denn künstliche Intelligenz wird in den nächsten Jahren in all unseren Lebensbereichen Einzug halten. Erste Anwendungen sind auf dem Markt und bei neuen Technologien nimmt die Geschwindigkeit der Weiterentwicklung erfahrungsgemäß rasant zu, sobald Kunden erste Akzeptanz zeigen.

Führende Anbieter von künstlicher Intelligenz definieren die Grenzen heute so, dass *finale Entscheidungen* trotz fortschrittlichster Technologie *immer beim Menschen* liegen müssen. Künstliche Intelligenz darf Analysen liefern, darf Ärzten Vorschläge machen, darf Handlungsoptionen abwägen, darf Wahrscheinlichkeiten berechnen, aber der Mensch darf nie aus seiner *Rolle als Verantwortlicher*, der finale Entscheidungen trifft, entlassen werden. In der Realität könnte das zukünftig aussehen, wie im Eingangsbeispiel fantasiert wurde: Der virtuelle Coach wird durch einen menschlichen Supervisor ergänzt und „überwacht". Dem Supervisor obliegt die finale Entscheidung, wann z.B. eine Coaching-Session beendet werden sollte, nicht mehr weiter zum Erfolg führen kann, in eine andere Richtung gelenkt werden sollte, den Coaching-Ethiken widerspricht oder auch andere Faktoren berücksichtigt (z.B. den allgemeinen Zustand des Klienten). Es geht um den *Ansatz der Unterstützung und nicht des Ersatzes des menschlichen Handelns*: Künstliche Intelligenz darf ermuntern, zusprechen, zuhören, informieren oder auch erinnern, aber niemals eine eigene Diagnose erstellen.

Ist Online-Coaching bereits der erste Schritt in die Richtung virtueller Coaches? Wie erlebe ich als Klient den Unterschied zwischen einem Online-Coaching, bei dem lediglich ein elektronisches Bild meines menschlichen Coachs auf meinem Computer erscheint, im Vergleich zu einer Projektion eines virtuellen Coachs? Beides sind – technisch betrachtet – lediglich elektronische Bilder auf dem Computer des Klienten. Dennoch kann bereits das Wissen, dass es sich bei dem elektronischen Bild um einen echten Menschen handelt, für den Klienten sehr hilfreich sein. Tritt das Bewusstsein in den Vordergrund, dass es sich bei dem Bild lediglich um eine Maschine handelt, könnte dies beim Klienten z.B. das Gefühl der Einsamkeit verstärken und ein positives Coaching-Ergebnis gefährden.

Die Einführung künstlicher Intelligenz in die Arbeitswelt wird auch die Sorge um Arbeitsplätze mit sich bringen. Dem oben beschriebenen Beispiel des japanischen Versicherungsunternehmens werden weitere folgen. Schreckensszenarien, dass z.B. 2030 der letzte menschliche Coach die Bühne verlassen wird, erinnern an eine Diskussion, die in den 70er Jahren geführt wurde, als in der Industrie die Automatisierung durch Maschinen erfolgte. Es gingen Arbeitsplätze verloren, aber es wurden auch völlig neue Arbeitsplätze geschaffen. In dem futuristischen Eingangsbeispiel ist es die neue Aufgabe von Katja, sich auf die Supervision von virtuellen Coaches zu spezialisieren. Wer weiß, welche neuen Berufe und Spezialisierungen rund um das Coaching zukünftig noch entstehen werden, wenn künstliche Intelligenz weiter in den Coaching-Markt einziehen wird.

Der Autor

Foto: Dieter Mayr Photography

Benno Grams verfügt über viele Jahre Erfahrung in Führungs- und Vertriebspositionen bei IBM, Siemens und als Offizier der Bundeswehr. Er ist Diplom-Ingenieur Elektrotechnik, Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen, Business-Coach für Führungskräfte im Vertrieb und Mitglied im Deutschen Fachverband Coaching. Im Vertrieb der IBM berät er Kunden zur Einführung von IT-Lösungen mit künstlicher Intelligenz.
www.bennograms.de

Literatur

» **Kurzweil, Ray (2013).** *The Singularity Is Near*. London: Penguin Books.
» **Kelly, John E. & Hamm, Steve (2013).** *Smart Machines: IBM's Watson and the Era of Cognitive Computing*. New York: Columbia Business School Publishing.
» **Barazzone, Natalie; Cavanagh, Kate & Richards, David A. (2012).** Computerized cognitive behavioural therapy and the therapeutic alliance: a qualitative enquiry. *British journal of clinical psychology, 4*, S. 396–417.
» **Perez, Carol E. (2017).** *Building a 50 Teraflops AMD Vega Deep Learning Box for Under $3K*. Abgerufen am 20.04.2018: *www.medium.com/intuitionmachine/building-a-50-teraflops-amd-vega-deep-learning-box-for-under-3k-ebdd60d4a93c*.
» **Blaauw, Gerrit A. & Brooks, Frederick P. (1997).** *Computer Architecture*. Reading: Addison-Wesley.

Impressum

Herausgeber:
Christopher Rauen Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Rosenstraße 21 | 49424 Goldenstedt | Deutschland
Tel.: +49 541 98256-778 | Fax: -779
E-Mail: *coaching-magazin@rauen.de*
Internet: *www.rauen.de*

Vertretungsberechtigter Geschäftsführer:
Dr. Christopher Rauen
Sitz der Gesellschaft: Goldenstedt
Registergericht: Amtsgericht Oldenburg
Registernummer: HRB 112101
USt-IdNr.: DE232403504

Inhaltlich Verantwortlicher i.S.d.P. und gemäß § 5 TMG: Christopher Rauen *(Anschrift wie oben)*

Redaktion:
David Ebermann *(de)* – Chefredakteur
Dr. Christopher Rauen *(cr)*
Alexandra Plath *(ap)*
Dawid Barczynski *(db)*

E-Mail an die Redaktion:
redaktion@coaching-magazin.de

Abonnement: Jahresabo (4 Ausgaben) | Print: 59,80 € inkl. USt. zzgl. Versandkosten (Deutschland 1,50 € pro Ausgabe, EU & Schweiz 4,00 € pro Ausgabe, weltweit 6,00 € pro Ausgabe) | Digital: ab 49,80 € inkl. USt.
www.coaching-magazin.de/abo

Erscheinungsweise: Vierteljährlich

Anzeigenredaktion:
anzeigen@rauen.de | Tel.: +49 541 98256-778 | Fax: -779

Mediadaten & Anzeigenpreise:
www.coaching-magazin.de/mediadaten.htm

Konzeption & Gestaltung: *www.werdewelt.info*
Bild-Quellennachweis: Titelseite © Atstock Productions | S. 4, 22 © Kelly Marken S. 4, 5, 27, 50, 52 © Peshkova | S. 4, 33, 34 © Jirsak S. 5, 38, 41 © Rawpixel.com | S. 5, 55 © amasterphotographer S. 43 © MrWhiskey | S. 47, 48 © PORTRAIT IMAGES ASIA BY NONWARIT | S. 57 © Nong Mars
Benutzung unter Lizenz von Shutterstock.com

Druck: Steinbacher Druck GmbH |
Anton-Storch-Straße 15 | 49080 Osnabrück
email@steinbacher.de | *www.steinbacher.de*

Hinweise:
Das Coaching-Magazin und alle enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Die Übernahme und Nutzung der Daten bedarf der schriftlichen Zustimmung der Christopher Rauen GmbH. Alle Angaben erfolgen nach bestem Wissen, sind jedoch unverbindlich und ohne Gewähr; eine Haftung wird – soweit rechtlich möglich – ausgeschlossen. Verwendete Bezeichnungen, Markennamen und Abbildungen unterliegen im Allgemeinen einem Warenzeichen-, marken- und/oder patentrechtlichem Schutz der jeweiligen Besitzer. Eine Wiedergabe entsprechender Begriffe oder Abbildungen berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass diese Begriffe oder Abbildungen von jedermann frei nutzbar sind.
Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Bildmaterial, Datenträger und Informationen sonstiger Art übernimmt die Coaching-Magazin-Redaktion keine Gewähr. Die Redaktion behält sich vor, Leserbriefe / E-Mails – mit vollständigem Namen, Anschrift und E-Mail-Adresse – auch gekürzt zu veröffentlichen. Bitte teilen Sie uns mit, wenn Sie mit einer Veröffentlichung nicht einverstanden sind.

ISSN: 1866-4849

Das Letzte

EBERMANN: In dieser Ausgabe wird das Thema Coaching und Künstliche Intelligenz behandelt. Dem Einsatz entsprechender Algorithmen werden u.a. auch im Recruiting Chancen zugeschrieben, so z.B. die vorurteilsfreie Beurteilung der Bewerber. Ist das für den Analyseprozess im Coaching ein Zukunftsmodell?

RAUEN: Künstliche Intelligenzen sind bisher meist Werkzeuge zur Mustererkennung. Für Analyseprozesse kann das durchaus Sinn machen, so etwas einzusetzen. Eine automatisierte Beurteilung scheint mir jedoch schwierig zu sein.

EBERMANN: Ist Coaching hierfür zu sehr auf Reflexion ausgelegt, deren Wirksamkeit wiederum zu stark von Beziehungsqualität abhängt?

RAUEN: Das ist nur ein Problem. Es kommt bei den meisten Beurteilungssystemen hinzu, dass es sich um Selbstauskunftsverfahren handelt. Wenn man dort Unsinn angibt, kommt auch Unsinn heraus. Gleichzeitig sind solche Verfahren manipulierbar. Wenn man einen bestimmten Eindruck von sich vermitteln möchte, ist dies via Selbstauskunft vergleichsweise leicht möglich. Wer überprüft das, wenn das Verfahren automatisch verläuft?

EBERMANN: Vereinfacht gesprochen: Der Maschine fehlt die Menschenkenntnis. Noch, denn erste Anwendungen sind dazu in der Lage, auch non-verbale Kommunikation zu erkennen …

RAUEN: … was für gute Schauspieler und Selbstdarsteller aber auch kein Problem sein sollte …

EBERMANN: … dabei könnten vermutlich gerade viele dieser Personen ein gutes Coaching gebrauchen und von ihm profitieren. Was lernen wir daraus – je digitaler das Coaching, desto größer die Eigenverantwortung des Klienten?

RAUEN: Das wäre die wohlwollende Schlussfolgerung. Es wäre auch anders denkbar, eben in der Form, dass immer mehr Verantwortung abgegeben wird. Getreu dem Motto: Warum lernen, was man Siri und Alexa fragen kann? Bevor wir künstliche Intelligenzen schaffen, sollten wir vielleicht noch unsere eigene kultivieren …

Das Coaching Magazin im Abo

Praxis erleben | Wissen erweitern

Das Coaching-Magazin wendet sich an Coaches, Personalentwickler und Einkäufer in Unternehmen, an Ausbildungsinstitute und potenzielle Coaching-Klienten. Das redaktionelle Ziel ist es, dem Leser eine hochwertige Mixtur aus Szene-Informationen, Hintergründen, Konzepten, Portraits, Praxiserfahrungen, handfesten Tools und einem Schuss Humor anzubieten. Dabei ist der Redaktion wichtig, inhaltlich wirklich auf das Coaching als professionelle Dienstleistung fokussiert zu sein und nicht schon jedes kleine Kunststückchen aus dem Kommunikationstraining in Verbindung mit modischen Lifestyle-Themen zum Coaching hochzustilisieren.

– Heftpreis –

Das Einzelheft kostet 19,80 €
inkl. 7% USt., zzgl. Versandkosten.

Jetzt das Einzelheft bestellen
www.coaching-magazin.de/abo/einzelheft

– Abonnement –

Die Abonnement-Laufzeit beträgt 12 Monate bzw. 4 Ausgaben. Unsere Digital-Modelle schließen unbegrenzten Zugriff auf *www.coaching-magazin.de* ein.

Print-Abonnement: 59,80 € zzgl. Versandkosten
Digital-Abonnement: ab 49,80 €
Kombi-Abonnement Print & Digital: ab 69,80 € zzgl. Versandkosten

Versandkosten:
Innerhalb Deutschlands: 1,50 € pro Ausgabe;
EU & Schweiz: 4,00 € pro Ausgabe;
weltweit: 6,00 € pro Ausgabe

Attraktive Studierendentarife

Jetzt das Abo online bestellen
www.coaching-magazin.de/abo

Mediadaten: *www.coaching-magazin.de/mediadaten*