

Kandidaten-Fragebogen für Vorstandswahl

Name/Vorname

Bunting / Andrew

Mitglied ICF Deutschland

ICF-Zertifizierung? Antrag in Vorbereitung

Beweggründe für Ihr Engagement im ICF-D-Vorstand:

Uwe hat mich gefragt ob ich evt. von ihm den Finanzvorstandspost übernehme. Um ein guter Übergang zu gewährleisten ist es sinnvoll mich jetzt zu Engagieren. Mittlerweile kann ich mich auch als zukünftiger Bewerber für den Präsidenten Post sehen, falls es beruflich noch vereinbar ist.

Ich schätze den jetzigen Vorstand professionell und persönlich, und finde es eine Bereicherung mit Euch zu arbeiten. Es wird mir persönlich und professionell auch was bringen im Team wieder zu arbeiten.

Ein Verein lebt oder stirbt durch das Engagement seiner Mitglieder – ich möchte (in Rahmen meiner Möglichkeiten) mein Beitrag dazu leisten. Ins besonders möchte ich Wege finden mehr Mitglieder zu inspirieren mit wenig Einsatz mehr Außenarbeit für den Verband zu leisten.

Kurze Zusammenfassung Ihrer Vision und Pläne für die Vorstandsarbeit:

- Bewusstsein der Mitglieder erhöhen für die ICF Themen Qualität im Coaching, Professionalität in der Industrie und Unterstützung für Mitglieder
- die ICF Themen auch präsenter in der Deutschsprachiger Coaching Welt zu machen
- ICF soll die erste Anlaufstelle für Coaches und Coaching-Interessenten sein
- übergreifende Marketingprogramme (Frameworks) für die Chapter/Mitglieder zu nutzen.
- etwas für die Internationale (nicht Deutsch Muttersprache) Mitglieder an zu bieten

Welchen Hintergrund als Coach (Ausbildung, Dauer Tätigkeit und Erfahrung als Coach) haben Sie?

- zertifiziert Business Coach (2014) Ausbildung bei der IHK Akademie Westerham
- rund 180 Stunden Coaching
- zertifiziert PCM Coach (2016) und Trainer (2018)
- accreditiert durch Business Athlete Ltd (UK) (2015)
- zertifiziert Ernährungscoach (Precision Nutrition) (L1 2016, L2 2018)
- Conversational Intelligence for coaches: Enhanced Skills Practitioner (2017)
- co-Host München seit Januar 2017

Welche Fähigkeiten, inkl. Berufserfahrung, bringen Sie in die Vorstandsarbeit mit ein?

- Internationalität (gebürtiger Brite), Pragmatismus und Belastbarkeit
- Marketing Strategie, OpX, KPIs, uvm
- Humor
- 17 Jahre International mit Intel unterwegs (siehe LinkedIn Profil, gerne akzeptiere ich auch Kontaktforderungen)
- 3 Jahre klein Unternehmen in der Lebensmittelindustrie
- 3 Jahre Gesundheit bedingte Auszeit

- 7 Jahre zu Hause bleibende Vater, mit wieder wachsende berufliche Tätigkeit als Coach seit 4 Jahren
- co-Host in der Münchner Chapter seit Januar 2017

Welche Führungserfahrungen bringen Sie mit?

- 10 Jahre Management bei Intel
- 2 Jahre selbstständig (2 Mitarbeiter, ein Subcontractor)

Was spräche gegen Ihre Kandidatur?

- Unerfahren in Vereinsarbeit
- Schriftliches Deutsch ist nicht von professionellem Standard
- Brexit bedingte Ungewissheit
- Sonst nichts bewusst

Lässt Ihre geschäftlich/private Situation realistischweise den unten beschriebenen Zeiteinsatz zu?

Ja

Die Rahmenbedingungen:

Zeitbedarf: bis ca. 10 Stunden pro Woche, dazu zwei Live-Treffen pro Jahr und verstärkter Einsatz in Konferenzvorbereitungszeiten

Interesse an Ressorts/Aufgaben im ICF-Vorstand:

Kurz-Mittelfristig: Finanzen, Mitglieder, Chapter, Marketing und Klienten-landschaft
Längerfristig auch Präsident-Elect

Was mich reizt ist die Marke ICF als Qualitätsmarke in Deutschland mehr bekannt und relevant zu machen. Wenn die Marke stärker ist, gibt es mehr Anreiz Mitglied zu werden... was wiederum die Marke verstärkt.

Momentan haben wir ein starkes Portfolio von Mitglieder Vorteile, allerdings von den meisten Mitglieder höre ich das der Hauptgrund Mitglied zu sein ist die Marke und die Zertifizierung - was in sich gut ist, weil das der Kern Ziel ist - die Qualität in Coaching zu stärken.

Nun, die Marke hat nur das Gewicht die die Mitglieder ihn geben. Daher brauchen wir verschärfte Beweggründe für die Mitglieder ihn auszutragen.

Wenn jedes Mitglied ein kleines bisschen "Außenarbeit" macht, hätten wir viel mehr insgesamt.

So, statt auf die Vorteile zu konzentrieren schlage ich vor den Kommunikation verstärkt auf die Zielgruppen zu zielen (zB. zertifiziert, nicht zertifiziert, nicht Mitglied, HR usw., nicht Deutschsprachig), und Hilfe zu leisten wie die Mitglieder und Chapter das ausarbeiten und austragen - uA. Struktur, sozial Media, best practices, Tool Kits, typische Marketing Maßnahmen, finanzielle Unterstützung.

Zum Teil passiert schon einiges, ist aber durch Mangel an Vorstände, eher zufällig und kann mit mehr Fokus besser koordiniert und kommuniziert werden.