

**Im FOKUS:
Wie werde
ich Coach?**



**MIT MARKTÜBERSICHT:
30 Angebote im Vergleich**

- * Didaktik
- * Inhalte
- * Coaching-Glossar
- * Zertifizierung
- * Überblick Ausbildungsmärkte im deutschsprachigen Raum

**SONDERTEIL:
Sport &
Coaching**



- * Wie fördern Sportcoachs Leistungsmotivation? Und was bringt das denen, die nicht beruflich sporteln?
- * Wie funktioniert Fitness-Coaching?
- * Führungskräfte auf dem Golfplatz: Mit dem richtigen Hüftschwung zum Erfolg.

IM GESPRÄCH MIT
Frank Farrelly, Begründer
der Provokativen
Therapie.



NACHRUF

Er sah eine andere Wirklichkeit.
Er war ein Pionier. Nun ist er tot:
Paul Watzlawick. Ein Leben für
die Welt im Kopf.



Coaching-Ausbildungen im Fokus: Auf dem steinigen Weg zum passenden Mentor ...

Station 1

Mein Leben. Kurswechsel oder Ausbau. Der Beginn.

Björn Migge denkt nach. Es waren diese vielen Nächte als Notaufnahmearzt im Krankenhaus. Er war „total übermüdet und musste trotzdem funktionieren“. Später wurde er Radiologe. „Zuerst am Unispital Zürich, dann in eigener Praxis. Mit einem Garantieschein auf ein Millionenvermögen“, scherzt er. Aber die immer gleiche Arbeit, die langen Nächte, die Bürokratie, das Arbeiten im Akkord – „alles“ erschien endlos. Heute ist er Coach und Inhaber des Weiterbildungsinstitutes Westfalen Lippe (Dr. Migge-Seminare). Er balanciert zwischen Arbeit und Familie und bildet Coaches aus: „Nun bin ich in meinem Element. So kann das gerne weitergehen“, spaßt der gebürtige Hamburger. In seinen Ausbildungen helfe er Menschen, sich so zu wandeln, damit sie andere coachen können.

Von seinen Teilnehmern weiß Migge, dass viele an einem anderen Punkt starten. Sie würden anfangs nur einen Teil der Motive kennen, die sie zur Coachausbildung führen: „Offiziell heißt es: Ich möchte im Beruf vorwärtskommen oder ich möchte anderen helfen.“ Ein Großteil der Kandidaten wolle jedoch vor allem sich selbst erkunden und suche nach ergreifenden, echten Erlebnissen.

Und gerade das zieht in der Gesellschaft allgemein an, sagen verschiedene Coaching-Anbieter. Weil sich beispielsweise Beziehungsformen wie die Familie auflösen, welche dem Einzelnen Halt und Schutz gaben. Durch die derart verursachte Isolierung und Einsamkeit suchten viele Menschen nach Lösungswegen für ihre täglichen Probleme und stießen so oft auf Coaching.

Dazu kämen all die Manager und Berater, die einen neuen Umgang mit Menschen leben wollten – einen, den man sich nicht im Alltag bei anderen abschauen kann, weil er noch zu wenig in der Gesellschaft verankert ist. Es gehe darum, dass Menschen sich durch Fragen unterstützen und so Fortschritte machen, statt sich durch Vorschriften, vermeintlich weise Ratschläge und Machtkämpfe voranzutreiben. Außerdem erwarteten viele Unternehmen, dass Führungskräfte sich wie Coaches verhalten.

Doch so einfach gelingt die Veränderung oft nicht. Alte Muster sitzen tief, weiß Björn Migge. Eine gute Coach-Ausbildung, die Selbsterfahrung nicht ausspart, könne zwar nachhaltige

Grundlagen und einen Startpunkt schaffen. Aber sie mache noch keinen Meister. Es ist also viel Arbeit, die auf den Veränderungsbereiten zukommt.

Und die Kandidaten müssten wissen, wofür sie sich konkret rüsten wollen, so Klaus Eidschink, Ausbilder in seiner Firma Hephaistos in München, Managementtrainer und Organisationsberater. Denn Coaching sei ein weites Feld und dementsprechend gibt es auch sehr unterschiedliche Ausbildungen.

Professionelle Anbieter geben daher genau an, wofür sie ausbilden – wenn sie seriös sind. Ulrich Tormin, Marketing- und PR-Beauftragter bei V.i.e.I Coaching + Training, erzählt beispielsweise: „Wir konzentrieren uns auf unternehmensrelevantes Coaching. Es geht unter anderem um Karriere und Führung. Daher lautet der Ausbildungstitel auch Business-Coaching.“

Wer also in der Firma sein Wissen anbringen will, sollte nicht gerade einen Kurs machen, wo Personalberater lernen, Arbeitslose zu coachen. Der Stoff ist eventuell derselbe, nicht aber die Anwendung. Das fällt dann ins

Gewicht, wenn der frisch gebackene Coach loslegen will, wohlmöglich noch als Selbständiger. Denn Kunden schauen sich genau an, aus welchem Stall er stammt und was er wie kann.

Fazit: Niemand entscheidet also mal eben, dass er in drei Wochen einen Kurs anfängt, um sein Leben und seinen Job voranzutreiben. Getreu dem Motto: „Der Rest ergibt sich dann – ein Hoch auf meinen Tatendrang.“ Immerhin kann eine Coach-Ausbildung einen neuen Menschen aus jemandem machen. Zumal nicht gilt: ein wenig was auswendig lernen – fertig ist der Coach. Die Ausbildung kostet Zeit, Mühe und manchmal Nerven, wie viele Ausbilder berichten.

Daher listen Ratgeber so einige Fähigkeiten auf, die ein angehender Coach haben oder ausbilden sollte: zum Beispiel psychologische Kompetenzen, Lebenserfahrung, Reflexionsfähigkeit, Beobachtungsgabe, analytisch-strategisches Denken, Frustrationstoleranz und Branchenkenntnisse für den Bereich, in dem später gearbeitet werden soll. Wer hier schon kaum Lust hat, an sich zu arbeiten, für den ist das Ziel Coach nichts.

Station 2

Fixe Idee – Strohfeuer – Berufung?

Weil Coaching-Ausbildungen viel Veränderungsbereitschaft, Selbstinitiative und Mut zur Selbstbegegnung verlangen, hinterfragen seriöse Anbieter ihre Interessenten, um deren Motive zu klären; oder zumindest sollten sie das, sagt Björn Migge. Jeder Mensch habe sein eigenes Tempo und seine eigene Betriebstemperatur in einer solchen Ausbildung. Manche sind vielleicht nicht als Coach geeignet. Das zeige sich oft schnell. Macht aber nichts,

meint Migge, denn es zähle, dass jeder große Fortschritte mache, wie er beobachtet. Und wenn später nur einige „marktreif“ sind, haben trotzdem alle ihren Gewinn an der Ausbildung.

Manchmal knicke die Begeisterung anfangs etwas ein, wenn Teilnehmer sehen, dass sie nicht so viele Methoden lernen, wie sie erwarteten. „Sie denken zunächst, sie müssten Methoden lernen, um dann viel zu können. Dass ein größeres Veränderungspotential erst aus echten, unverstellten Begegnungen entsteht, wird ihnen erst allmählich klar“, so Björn Migge. Sie säßen zunächst oft in einer Methoden- und Expertenfalle und nähmen ihre Übungsklienten nicht als wirkliche Partner wahr. Da sei Angst mit im Spiel. Das äußere sich darin, dass Teilnehmer mehr Tools und mehr Verhaltenssicherheit verlangten.

Er schaue oft in missmutige Gesichter, wenn eine wirkliche Begegnung mit sich selbst auf dem Stundenplan stehe: „Wir machen ja keine seichten Psychotests aus Unterhaltungszeitschriften. Die Teilnehmer werden in der Gruppen- und Seminarsituation mit ihrer eigenen Kommunikation, ihren Wahrnehmungsverzerrungen und Mustern konfrontiert, die teilweise dem Alltag in der Ursprungsfamilie entlehnt sind, aber in aktuellen Situationen unangebracht sein können“, so Migge. Auch wenn die Konfrontation wertschätzend verpackt wird, führe es hin und wieder zu kleinen Verletzungen und zu Verwirrung. Das sei unberechenbarer und manchmal unangenehmer als Tools oder Baukastenmethoden. Es sei eben die Begegnung mit sich selbst, die oft nicht leicht falle.

Doch da müssen die Teilnehmer durch. Nichts sei schlimmer als ein Coach, der mit sich und anderen nicht klarkommt oder bei ihnen die Wunden lecken oder die Aufgaben anpacken will, die er bei

sich selbst nicht wahrhaben möchte, so Migge. Solche Schwachpunkte sollte ein Coach bei sich kennen und in seiner professionellen Rolle als Coach nicht hintenrum dem Klienten zuschustern. Es gehe auch nicht darum, der Schlauere oder Mächtigere zu sein. Ein Coach solle sich mit seinem Wissen, seinem Können, seiner Erfahrung und auch seiner Begegnungsfähigkeit einem andere Menschen zur Verfügung stellen, damit der etwas für sich lernen oder erreichen kann, erzählt Migge.

Um den Leuten draufzukommen, was sie antreibt und welche Leute sich in einem Kurs sammeln, lassen sich Ausbilder einiges einfallen. Manchen reichen einfache Vorgespräche nicht. Karl Werner Ehrhardt, Mentalcoach, Psychologe und Ausbilder mit eigenem Betrieb, checkt Interessenten in drei Phasen: „Natürlich steige ich mit einem Gespräch ein: Was reizt Sie am Lehrgang? Wo kommen Sie her? Ich schaue mir die Lebenserfahrung der Leute an.“ Im nächsten Schritt absolvierten die Personen ein Kompaktseminar (1690,-Euro), genannt „Kraftquellen-, Lebensstil- und Identitätstraining“. Eingeführt wird in Grundlagen. Ehrhardt sieht dann, wie der Interessent an Aufgaben geht und wie er lernt. Nach diesem Teil können beide Seiten sich verabschieden. Wer weitermachen will, wird gescreent, so Ehrhardt: „Diese Sequenz dauert sechs Stunden. Wir sprechen zum Beispiel über ihre Lebensaufgabe, über tiefere Motivationen, aber auch über Finanzmanagement während und nach der Ausbildung. Das ist schließlich ein springender Punkt. Viele denken erstaunlicherweise gar nicht so weit.“

V.i.e.l Coaching + Training ist die Idee mit dem Kompaktseminar ebenfalls gekommen. „Das dient dem Teilnehmerschutz. Für wen die ersten thematischen Ausflüge ins Coaching nichts sind, hat trotzdem etwas gelernt und



Seminarhaus / Ausbildung von Dr. Migge Seminare



Seminarraum / Ausbildung von V.I.E.L Coaching + Training

geht mit wertvollem Wissen heim. Das Geld (890,- Euro) ist nicht vergeudet“, begründet Ulrich Tormin das Vorgehen. Bislang sei aber noch niemand zurückgetreten. Manche Ausbilder setzen auch Potenzialanalyse- und Psychotests ein, um die Eignung zu checken und zu sehen, wo der Einzelne steht. Der Anbieter Perspektivenwechsel aus Lützelburg-Augsburg zum Beispiel setzt dafür die Verfahren DNLA, MBTI und PCM ein.

Fazit: Wer sich auf die Fragen der Ausbilder einlässt, kann feststellen, ob er künftig wohl bei der Stange bleibt und worauf er zusteuert.

Station 3 Gelbe Seiten. Datenbank. 300 Adressen und mehr.

Bevor der Kandidat überhaupt vor

einem Ausbilder sitzt, muss er zum Beispiel in Deutschland schätzungsweise über 300 Anbieteradressen wälzen. Ausbildungsdatenbanken wie die vom Coaching-Experten Christopher Rauen unterteilen Angebote und Anbieter in Kategorien. Beispiel Rauen: Unter www.coaching-index.de sucht der Interessent zum Beispiel anhand geografischer Items oder mit Hilfe von Kriterien wie Gruppen- und Einzelausbildung. Aufgegliedert sind hier auch Präsenzseminare und Angebote für Fernunterricht.

Kompetente Ansprechpartner finden sich außerdem bei Verbänden. Sie bemühen sich meist um die Qualität von Ausbildungen, beispielsweise durch Zertifizierung. Teilweise kennen sie den Anbieter auch selbst und können ein paar Takte über ihn sagen.

Der Präsident des Austrian Coaching Councils Michael Tomaschek emp-

fehlt, sich die Ausbilder genau anzusehen: „Es gibt Anbieter, die in ihrer Arbeit als Coach Beratung mit Coaching vermischen. Das übertragen sie dann teilweise auf die Lehre. Für die Ausbildungsteilnehmer ist das ein Problem. Sie erlernen kein reines Coaching und gewöhnen sich dadurch eine falsche Haltung an.“ Immerhin kämpfe die Branche damit, dass schwarze Schafe Beratungen als Coaching betiteln.

Außerdem bezeichnen sich viele Anbieter gern als Akademie. In nur wenigen Fällen bieten sie einen staatlich anerkannten Abschluss. So wie Michael Tomaschek, der selbst eine solche Institution, die Europäische Ausbildungsakademie, leitet. Mit allem, was dazu gehört: Lehrpersonal, einem wissenschaftlichen Beirat und der Infrastruktur einer universitären Einrichtung. Seine Absolventen erhalten den akademischen Titel „Master of Science in Coaching“.

[Erinnerung an die Ausbildung II]

Im Coaching bei V.I.E.L. Coaching + Training



Übungsgruppe / Ausbildung von Dr. Migge Seminare



Apropos akademisch: Auch Universitäten bieten verstärkt Coaching an. Mit Erfolg, denn sie können sich auf einen meist renommierten Namen und ihre Forschung stützen. So wie Frank Strikker, wissenschaftlicher Leiter des Fernstudiums Coaching und Moderation am Zentrum für wissenschaftliche Weiterbildung an der Universität Bielefeld e.V. (ZWW): „Wir haben eine theoretisch optimal fundierte Ausbildung. Besitzen eine umfassende Ausstattung, wie zum Beispiel Bibliothek, Übungs- und Multimediaräume. Wir holen Drittmittel ein und arbeiten eng mit der Wirtschaft zusammen.“ Die Dozenten seien teils Pioniere des Coachings. Die Universität rangiere auf den vorderen Rängen in bundesweiten Hochschulrankings, weil sie praxisorientiert sei und viel Forschung betrieben würde.

Neben dem Auswahlpunkt „Privatanbieter oder Universität“ steht auch

diese Frage zur Diskussion: Soll ich allein lernen oder mit anderen? Der Interessent muss nicht zwangsläufig in eine Gruppe gehen, obwohl dies der klassische Weg ist. Inge Glatz, Geschäftsführerin des Unternehmens Perspektivenwechsel, bietet beispielsweise Einzelunterricht an. „Das bedeutet intensives Arbeiten am Einzelnen, weil der Ausbilder punktuell auf den Auszubildenden eingeht. Individueller kann man nicht lernen“, kommentiert sie ihre Strategie.

Allerdings verpasst so ein Teilnehmer die Gruppendynamik, den ständigen Austausch mit anderen, das Vergleichen und Einander Begleiten. Was von vielen Schülern geschätzt wird und übrigens bei Fernstudien nicht wegfallen darf. Schließlich lernt niemand Coachen per Lektüre. Seriöse Anbieter geben Präsenzphasen genügend Raum. Beispiel ZWW Bielefeld: Hier müssen die Teilnehmer beispielsweise

220 Stunden vor Ort in den Unterricht gehen.

Station 4 „Guten Tag, Sie sind doch Ausbilder ...“

Angenommen, Adressen liegen vor und Mann oder Frau wissen, ob sie für private oder berufliche Zwecke Coach werden wollen. Dann bleibt noch der Griff zum Telefon – den Ausbilder anrufen. Was aber soll man da sagen oder fragen? Der Coachingexperte Christopher Rauen hat sich darüber Gedanken gemacht und schlägt unter anderem vor, diese Punkte bei der gesamten Recherche abzuarbeiten:

- Dauer (min. 160 Stunden) und Zeitrahmen
- Methodische Vielfalt
- Kosten bzw. Preis-Leistungsverhältnis

zu Beratungstechnikern und unaufgeklärten Manipulatoren werden.

Viele Anbieter setzen daher längere Laufzeiten für ihre Ausbildungen an, so wie Michael Tomaschek, dessen Lehrgang beispielsweise gleich dreieinhalb Jahre dauert. Damit steht er in einer Linie mit Coaching-Verbänden, die durchschnittlich fordern, mindestens 220 Stunden anzusetzen.

2/ Der Lehrer im Ausbilder

Selbst Musterschüler kennen das noch aus der Schule: Ist der Lehrer mau, farblos oder gar verzettelt, fällt das Lernen weniger leicht. Was Kinder teilweise noch hinnehmen müssen, ärgert Erwachsene. Gut also, wenn Ausbildungskandidaten vorher beim Anbieter nachfragen. Oft sagt die Grundprofession des Ausbilders etwas über seine Didaktik. So bei Björn Migge. Er und seine Trainer hätten alle mehrere Qualifikationen als Coaches, Einzel- und Gruppen-Therapeuten und Gruppendynamiker. Darauf lege er großen Wert.

V.i.e.l Coaching + Training setzt hingegen auf einen Mix. Ulrich Tormin erzählt: „Bei uns arbeiten verschiedene Disziplinen zusammen: Jens Hartung zum Beispiel ist Diplomphysiker. Er kann Verfahren anders darstellen als seine Kollegen. Eckart Fiolka ist Psychologe. Neben ihm gibt es noch einen Wirtschaftsvertreter und einen Sportwissenschaftler.“ Dieser arbeite viel mit Körperbezug, Bewegungsabläufen und mentalen Verfahren. Diese Traineraufstellung solle den Lernenden bewusst machen, dass es im Coaching nicht den einen wahren Guru gibt.

3/ Das sollen die Teilnehmer lernen

Die Didaktik der Anbieter wird auch bestimmt vom Ziel der Coach-Ausbildung. Und das lautet in erster Linie: Lernen, die Haltung eines Coachs ein-

zunehmen. Schließlich soll aus dem Schüler kein Methodentechniker werden. Oder in den Worten Ulrich Tormins: „Wir schulen die Persönlichkeit, damit der angehende Coach in jedem Fall offen auf Menschen zugeht. Coaching bezeichnet ein Setting, in dem Methoden verwendet werden. Nie aber ist es selbst eine Methode.“

Monika Scheddin ist es zudem wichtig, dass ihre Schüler die Coaching-Analyse-Struktur internalisieren: „Coachs sollen mit dem Kunden ermitteln, was er erstens will, zweitens kann und drittens braucht.“ Und zwar in dieser Reihenfolge. Es sei nutzlos, sich in erster Instanz auf die Kompetenzen zu stürzen, wenn das Ziel nicht klar sei. Und selbst wenn jemand trotz fehlender Top-Stimme Opernsängerin werden wolle, könnte sie dennoch ihr Ziel erreichen, wenn sie die mittlere Stimmkompetenz beispielsweise durch Wirkung, Glamourfaktor und grandioser Selbst-PR ausgleiche.

Carola Weckmüller vom Anbieter Coatraining & personal training erzählt, dass ihre Teilnehmer noch etwas ganz anderes können müssen: psychische Störungen erkennen. Weckmüller erzählt: „Ich muss in der Praxis erkennen, mit wem ich es zu tun habe. Wem empfehle ich wann Therapie? Worauf muss ich mich einstellen? Wie reagiert beispielsweise ein Borderliner? Was ist typisch für ihn?“ Wer hier unbedarft sei, laufe Gefahr in der Coachingarbeit mit dem Kunden innerlich auszubrennen.

Diese wenigen Beispiele zeigen, wie wichtig es ist, die Lehrziele abzufragen. Sie sind bei der Ausbildungswahl absolut richtungsweisend.

4/ Das ist meine Lehrmethode

Auf ihre Besonderheiten angesprochen, sagen einige Anbieter, dass sich ihr Lehrstoff nicht von dem anderer

Ausbildungen unterscheidet. Monika Scheddin meint beispielsweise: „Bei uns lernen Sie Stoff, den andere auch lehren. Schließlich gibt es ja Standards, wie zum Beispiel die Frage als Hauptwerkzeug im Coaching.“ Eigen sei bei ihr, dass die Coaching-Absolventen Auszubildende im wahrsten Sinne des Wortes sei. Sie lernen von ihr alle Basics und dann „Praxis, Praxis und Praxis“. Zum Beispiel für den Beginn einer Coaching-Sitzung. Das sei nur auf den ersten Blick banal. Praktisch wüssten viele nicht, wie sie Gespräche kompetent beginnen und professionell beenden. „Ich bringe Ihnen alles bei, erläutere Ihnen Beispiele aus meiner Coachpraxis.“ Sie erkläre auch ihre eigene Preispolitik. So würden die Teilnehmer neben dem Stoff auch eine Fülle an Expertise mitnehmen. Sie erkläre professionelle Vor- und Nachbereitung, den Einsatz von Small Talks und den souveränen Umgang mit Zeit.

Karl Werner Ehrhardt legt hingegen Wert auf viele Trainings. „Natürlich übe ich mit den Schülern. So zum Beispiel: Wie beobachte und protokolliere ich das Verhalten meiner Kunden? Oder: Wie verkaufe ich mich am Telefon?“ Ehrhardt meint ebenfalls, er habe keine neuen Methoden erfunden. Doch es sei bezeichnend für ihn, wie er Methoden beispielsweise aus der Tiefenentspannung für den Gebrauch so vereinfache, dass jeder sie anwenden könne. Typisch für seinen Unterricht sei auch, dass er nur mit Analysen arbeite. Er findet Ausbilder windig, die ihren Schülern beibringen, man müsse „nur fest an etwas glauben, dann käme es schon“. Seine Teilnehmer müssten stets auf Umsetzbarkeit und Voraussetzungen von Prozessen achten. Darüber hinaus gibt Ehrhardt ein fertiges Unternehmenskonzept an seine Klasse weiter. Auf der Basis dessen suche sich jeder Lernende einen Bereich, dem er sich als Coach widmen wolle und entwickle ein eigenes Konzept.

[Erinnerung an die Ausbildung II]

Unialltag Fernstudium ZWW Bielefeld



Damit der Branchenueuling damit Erfolg hat, setzen viele Ausbilder auf eine gehörige Portion Praxis. Alexandra Mietusch erzählt aus ihrer Ausbildung bei der Coaching Spirale: „Wir haben Bekannte und Freunde gefragt, ob wir mit ihnen üben können. Niemand durfte allerdings den eigenen Freundeskreis coachen.“ Bei Karl Werner Ehrhardt gibt es drei Gruppen-Coachings, in denen jeder jeden bei einem tief sitzenden Lebensproblem coachen muss. Auch bei Björn Migge bearbeiten die Teilnehmer zu 90% eigene Anliegen. „Ich halte nichts von Rollenspielen, in denen der eine den Personalleiter und der andere den Coach gibt. Das ist mir zu wenig realitätsnah.“

Beliebt sind bei allen Anbietern Gruppenspiele, die der Selbsterfahrung dienen sollen. Elfriede Konas beispielsweise legt großen Wert darauf: „Wir machen sehr viel draußen, zum Beispiel im Wiener Schlosspark Schönbrunn.“ Bei den Teilnehmern käme das

sehr gut an. Kein Wunder – vom Lexikon-Wälzen hat noch niemand coachen gelernt. Außerdem: Bekanntlich lernen Kinder beim Spielen sich und die Welt sehr gut kennen. Das gilt nicht nur für sie.

5 / Hundert und eine Coaching-Methode

Die Coaching-Methoden eines Ausbilders werden einem Laien nicht viel sagen. Eine Vorstellung bekommt er, wenn er fragt, aus welchem Bereich ein Verfahren stammt und welches Ziel es hat. Viele arbeiten mit eigenen Methoden. So wie Elfriede Konas: „Grundsätzlich habe ich Elemente der Familientherapie aufgenommen und so überarbeitet, dass sie in den Businesskontext passen.“ Eine ihrer eigenen Methoden sei das „Energiebild“ für Einzelpersonen und Teams. Mit ihm werde durch Spüren und Reflexion ermittelt, was im Zusammenspiel von Menschen und Aufgaben im Job Energie liefert oder raubt. Zieht also

ein Montagsmeeting ständig Kraft? Verliert der energetische Herr Müller in der Arbeit mit Frau Huber ständig Schwung? Wenn ja, warum? Um Ressourcen dreht sich auch Konas' „Ressourcenlandkarte“. Anhand einer Weltkarte werden die Ressourcen einer Person nachgestellt, unabhängig von Umfeld und Beruf. Solche Techniken sind unter Ausbildern beliebt. Auch Inge Glatz vom Unternehmen Perspektivenwechsel berichtet, dass ihre Teilnehmer ein Schachspiel kennen lernen, mit dem sie biografische Eckpunkte bei sich und anderen ermitteln.

Da Konas Aufstellungsleiterin ist, kämen viele Verfahren bei ihr aus der Aufstellungsarbeit. Diese sollen den Menschen psychisch und energetisch aktivieren. Auch Björn Migge schätzt Aufstellungen. Dazu nimmt er Trance-techniken und Vergangenheitsreisen unter Hypnose. Diese dienen jedoch dazu, den Lernenden zu fördern. Tran-



Warum wollen Sie Coach werden? Weil es jeder lernt?
Weil Sie Ihr Leben ändern oder weil Sie etwas umsetzen wollen?
Das sollten Sie klären. Foto: Thomas Max Müller



Foto: Franz Pfluegl

Das Schlimmste, das passieren kann: Ausbildung von der Stange, tote Atmosphäre, der Ausbilder lässt keine Freiheit oder duldet ebenso wenig Kritik ...

cetechniken werden in den wenigsten Fällen auf dem Stundenplan stehen. Beliebte sind unter Coaches auch Methoden, die sich an fernöstliche Philosophien anlehnen. Seriöse Anbieter weisen den Bezug aus, statt einfach abzuschreiben. Ein Unternehmen, das diese Ausrichtung zum roten Faden seiner Ausbildung gemacht hat, ist das Coaching Center Berlin. Geschäftsführer Guido Fiolka berichtet: „Wir verfolgen einen integrativen Ansatz: Wir kombinieren unter anderem psychologische Forschung mit systemischen Methoden und östlichen sowie westlichen Weisheitstraditionen.“ Und er nennt im gleichen Atemzug Yoga, Buddhismus, Johannes vom Kreuz und Meister Eckehard. Einen spirituellen Weg würden die Teilnehmer jedoch nicht beschreiten. „Wir fragen uns eher: Was können wir von den Forschungen lernen und auf unser Dasein und unseren Beruf anwenden.“ Immerhin wären bei den Weisheitslehrern umfassende Antworten zur Funktionsweise des Menschen zu finden: Wie funkti-

oniert das menschliche Bewusstsein? Wie hängen Geist und Emotionen zusammen? Wie funktioniert das Ego? Besonders stark würden die Trainer in das östliche Denken einführen, weil diese mit viel Körperbezug arbeiten. So würde zum Beispiel in der Ausbildung viel Meditation und Yoga praktiziert werden.

Fazit: Wer Auszubildende auf den Zahn fühlen will und einen Mentor finden möchte, der genau zu ihm passt, findet dutzende Anknüpfungspunkte. Wichtig ist nur, dass er tatsächlich mehrere – und nicht nur zwei – vergleicht. So bekommt er ein Gefühl für den Markt, seine eigenen Bedürfnisse und einen Blick für die Ausbilderpersönlichkeiten.

Station 7 Es wird ernst – auf geht's.

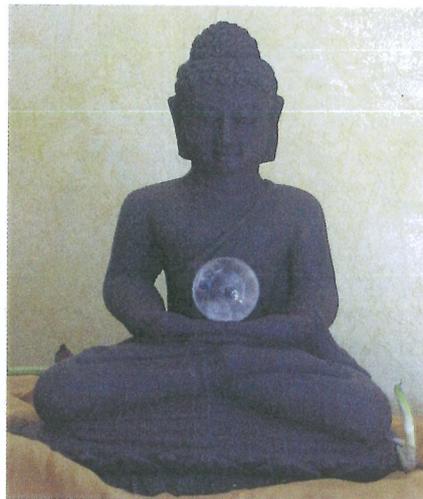
Irgendwann sind die Ausbildungsver-

träge unterschrieben. Die erste Ausbildungswoche ist rum. Und mancher Teilnehmer merkt, wie ungewohnt für ihn Schülerrolle und Lernen sind. Das zumindest beobachten Ausbilder wie Monika Scheddin: „Einige Teilnehmer rutschen unruhig auf ihrem Stuhl herum, wenn erste Probleme auftauchen oder Sachen bekannt sind.“ Björn Migge fällt auf, dass ein intensives Gruppenerlebnis für viele Neulinge besondere Herausforderungen bereithält: „Die Gruppe ist ein Ort, in dem viele Menschen ihre Beziehungserfahrungen aus der Kindheit erneut inszenieren: Trainer werden wie Teile des Vaters erlebt, die Gruppe kann unbewusst als symbolische Mutter wahrgenommen werden, Geschwisterrivalitäten werden erneut belebt... Die ganze Palette an Objektbeziehungserfahrungen wird in der Interaktion noch einmal neu ins Leben gerufen. Das ist für die Selbsterfahrung sehr bereichernd. Für ein reines Methodenseminar ist das aber verwirrend, weil diese Reinszenierungen unter dem Teppich ausgehan-



Mein Mentor und ich - wie individuell soll die Ausbildung denn sein?

Foto: Stefanie Heine



Der Anbieter lehnt seine Lehre an fernöstliche Philosophien an? Das wird öfter der Fall sein, viele greifen darauf zurück. Stellen Sie aber sicher, dass Ihr künftiger Trainer und Lehrcoach sich tatsächlich gut auskennt und sich nicht einfach nur mit einer Aura schmückt.
Foto: Dieter Kreikemeier

delt werden und bewusst oft nur als Turbulenzen wahrgenommen werden können. Dabei könne es auch ruhig mal krachen, sagt Migge: „Wir haben uns alle lieb“, verdecke oft wichtige Lernerfahrungen. Schließlich soll ein Coach lernen, offen und authentisch mit seinen Themen umgehen zu können. Außerdem gehöre es zum Handwerk, dass kleine Risse und Konflikte in einem Arbeitsbündnis auch gekittet werden können und langfristig sehr lehrreich und heilsam sind. Viel lehrreicher als die Angst vor Ehrlichkeit und echter Begegnung, die hinter allzu harmonischen Begegnungen stehe.

Alexandra Mietusch, Teilnehmerin der Ausbildung bei der Coaching Spirale in Berlin, meint, es sei allerdings gar nicht so schwer, sich der Gruppe zu öffnen, da jeder etwas von sich erzähle und zeige. Das schweiße in der Ausbildung zusammen. Auch die Auseinandersetzung mit der eigenen Persönlichkeit sei ihr leicht gefallen: „Der Wille dazu muss da sein, er setzt unglaubliche En-

ergien frei.“ Dass es dennoch argwöhnische Kurskollegen gibt, erlebt Björn Migge: „Da hört man oft: Warum bekommt der andere das Zertifikat? Ich erkläre dann, dass ich jeden Menschen nach seinen Möglichkeiten bewerte.“ Migge sei es wichtig, dass der Schüler in die Welt des Kunden eintauchen kann. Das sei der springende Punkt.

Fazit: Wem es in den ersten Wochen schwer fällt, in die Ausbildung hineinzuwachsen, muss nicht verzweifeln. Geduld, Verständnis für andere und ein unerschütterlicher Veränderungswillen führen garantiert ans Ziel.

Station 8 Endlich Coach! Und nun?

Irgendwann ist er da, der Tag X. Der Kurs löst sich auf. Jeder geht seiner Wege. Muss aber nicht so sein. Viele Ausbilder sorgen während des Kurses dafür, dass der Start kein Flop wird.

Karl Werner Ehrhardt erzählt beispielsweise: „Meine Schüler bauen während des Lehrgangs eine Internetseite auf und betreuen erste Kunden. Kurz gesagt: Ich will das ihr Betrieb läuft, wenn sie gehen.“

Auch bei V.i.e.I Coaching und Training bemüht man sich um die Branchenneulinge: „Wir haben eine Schulungssequenz, in der Eigenvermarktung gelehrt wird. Und zwar entweder für Führungsverantwortliche der Aufbau einer Coaching-Lobby in einer Firma oder für selbständige Coachs der Brancheneinstieg.“ Dazu gehöre auch, Coaching-Konzepte auf Markttauglichkeit zu prüfen.

Monika Scheddin hilft ihren Teilnehmern, indem sie mit ihnen Stärken und Schwächen analysiere und Tipps gebe. Künftige Coachs sollen sich nicht beim Kunden anbietern und mit dem Spruch „Wir arbeiten maßgeschneidert“ verschleiern, dass sie ihre eigene Leistung nicht klar benennen können.

Manche Ausbilder begleiten ihre Schüler auch nach dem Kurs. So wie das Coaching Center Berlin. Guido Fiolka erklärt: „Wir bieten eine kostenlose Supervision laufender Coachings. Das ist für viele ein Grund, bei uns anzufangen.“ Und beim Anbieter Perspektivenwechsel können Absolventen per Passwort sogar noch auf die Ausbildungsbox im Internet zugreifen, um

noch mal Themen nachzuschlagen. Viele Anbieter haben zudem erkannt, dass Alumni-Netzwerke und jährliche Treffen den Wert ihrer Lehrgänge steigern. „Bei uns gibt es Netzwerktreffen, Ausflüge und Neujahrsempfänge. Man bleibt einfach zusammen“, berichtet Ulrich Tormin beispielsweise. Inge Glatz zieht ihre Treffen sogar als Tagung auf: Teilnehmer bringen Themen an, die

gemeinsam besprochen werden. Dazu werden auch externe Referenten zur Weiterbildung eingeladen.

Fazit: Niemand muss sich nach seiner Ausbildung allein durch die Coaching-Branche schlagen. Wer kooperativ denkt und regelmäßig Kontakt zu den Kurskollegen hält, kommt besser voran, als es gewiefte Einzelkämpfer könnten. ■

Ausbildungsmarkt Schweiz



Eine Einschätzung des Coaching Forums Schweiz
Von Eszter Nyuli, Präsidentin



Über Coaching wird in der Schweiz ebenso wie in Deutschland und Österreich viel geredet. Nicht alle verstehen dasselbe darunter. Der Coaching-Begriff befindet sich in einer typischen „Containerphase“, das heißt der Begriff wird vom ursprünglichen Verständnis überdehnt; nämlich vom angelsächsischen Verständnis der „zielgerichteten und entwicklungsorientierten Führung von Mitarbeitenden“ her. Die Folge davon ist ein unübersichtliches Angebot, das von Team-Coaching, Vorstands-Coaching über Animal-Coaching zu Travel-Coaching führen kann.

Die Coaching-Branche treibt aber die Professionalisierung weiter voran. Denn die Nachfrage nach Coaching steigt. Genauso wie der Bedarf an Coaching-Ausbildungen. Auch auf der Kundenseite wird heutzutage mehr Transparenz der Leistungen verlangt. Sie fragen nach dem Return on Investment, nach Qualitätsmerkmalen und Wirkung des Coachings.

Erste Bestrebungen nach Professionalisierung von Coaching sind vor allem an den schweizerischen Universitäten und Fachhochschulen erkennbar. Hier sind Weiterbildungsangebote entstanden, die man mit einem „Master of Advanced Studies in Coaching“ oder „Master of Science in Mentoring and Coaching“ - mit internationaler Ausrichtung - abschließen kann.

Es ist indessen keine Überraschung diese Bestrebungen gerade an den Hochschulen zu beobachten. Denn hier wird die reine Wirkungsforschung vermehrt abgelöst durch eine wissenschaftlich fundierte systematisch entwickelte Theoriebildung. Schließlich können sie die Lehre theoretisch ganz anders fundieren und stehen im Markt anders da als zum Beispiel kleinere Privatanbieter.

Es ist jedoch sinnvoll, wenn an der Entwicklung eines Coaching-Curriculums auch Praktiker aus den Unternehmen bzw. der Wirtschaft be-

teiligt sind oder zumindest eine Kooperation zwischen ihnen besteht, sofern sie über eine adäquate Ausbildung verfügen. Denn diese haben die nötige praktische berufliche Erfahrung sowie Kenntnisse des Marktes. Eine optimale Ergänzung also. Unser Verband beispielsweise ist ein Zusammenschluss von Führungsverantwortlichen und Beratern aus der Wirtschaft, die alle eine fundierte Coaching-Ausbildung auf Fachhochschulniveau besitzen.

Wir verstehen die Firmenansprüche und die Möglichkeiten von Coaching. Wir arbeiten sehr viel an der Schnittstelle Coaching – Praxisumsetzung – Return on Investment.

Professionalisierungsbestrebungen der Berufsverbände sind erkennbar, sie sind jedoch noch stark von ihrer Ausrichtung her geprägt: sei es von ihrem ursprünglichen Berufsverständnis oder ihrer ursprünglichen Zielgruppe her. Auch hier sind weitere Efforts nötig und erwünscht.

Der österreichische Ausbildungsmarkt? Seine Lage kann man in zwei Sätzen zusammenfassen: eine Handvoll etablierter, großer Anbieter mit 10 bis 15 Jahren Marktpräsenz und eine nebulöse Unzahl von One-man- und One-woman-Shows.

Sprich: Kleinanbieter, bei denen nicht wirklich klar ist, wo die eigentlich ihre Ausbildung gemacht haben. Oder sich im Ausland gebildet haben, damit Exotenstatus genießen und ebenfalls kaum überprüfbar sind. Und das ist kein verschwindend geringer Prozentsatz. Sogar Anbieter, die sich bei uns zwecks Zertifizierung melden, lassen sich kaum in die Karten schauen. Bei uns auf der Homepage stehen nicht so wenige zertifizierte Ausbilder, weil das Verfahren etwa zu aufwändig oder teuer wäre, sondern weil wir reihenweise ablehnen müssen. Diese Situation mag erstaunen, können wir uns in Österreich doch rühmen, den Zugang zum Beruf per Gewerbeordnung reguliert zu haben. Doch in was für einer Weise! Sind Sie Unternehmensberater, Psychotherapeut oder Lebensberater, dürfen Sie coachen. Nun ist es aber so, dass im Ausbildungslehrplan der Lebensberater nur eine Sequenz Coaching vorgesehen ist. Bei den Unternehmensberatern steht es sogar nur drin und wird nachweislich nicht unterrichtet. Sie können sich vorstellen, was das bedeutet. Hier muss dringend etwas

passieren und wir als Verband setzen uns an dieser Stelle intensiv dafür ein.

Ich glaube aber, dass uns eine andere aktuelle Entwicklung zugutekommt: Universitäten bieten verstärkt Coach-Ausbildungen an. Und durch die geforderte Regulierung der universitären Abschlüsse per EU-Beschluss zum 1. Januar 2010 werden Standards für die Prüfung aufgestellt, die auch auf den Privatmarkt wirken werden. Wie, ist allerdings bisher nicht absehbar. Es steht aber fest, dass alle Verbände, die sich von der Debatte ausnehmen, künftig ins Abseits geraten. Für Österreich befürchte ich dies nicht, denn der zweite große Verband, der ICF, arbeitet mit uns eng zusammen. Das erleichtert uns den Dialog außerhalb politischer

Fehden, wie sie in Deutschland vorkommen. Und wir führen die Debatte sicher nicht in der Hitze des Gefechts, denn der große Coaching-Boom ist bei uns vorbei. Die wesentlichen Zielgruppen haben sich inzwischen in Coaching weitergebildet: Personalentwickler, Manager, Berater und HR-Leute. Für viele ist sie eine Basiskompetenz in ihrem Job. Übrigens geht ja nur ein Drittel der Teilnehmer in die Selbständigkeit. Anders hätten wir es auch mit einer Schwemme zu tun, die der Markt nicht verkraften würde. Mein Tipp, wenn Sie bei der Auswahl einer Ausbildung unsicher sind: Holen Sie sich alle Unterlagen, die Sie bekommen können (Flyer, Curricula, Broschüren etc.), und kommen Sie damit zu uns. Wir beraten Sie kostenlos und geben Ihnen eine Einschätzung.

Ausbildungsmarkt Österreich

Eine Einschätzung des Austrian Coaching Councils
Von Michael Tomaschek, Vorsitzender



Zunächst fällt beim deutschen Ausbildungsmarkt der Unterschied zwischen den Lehrgängen auf: viele Ausbildungen zum Coach im persönlichen Bereich und vergleichsweise weniger im Wirtschaftskontext.

Erstere laufen zum Beispiel auf den Einsatzbereich Lebens- oder Karriereberatung hinaus. Der Absolvent lernt coachen. Offen bleibt aber, wo und wie er tätig wird. Business-Coach-Lehrgängen konzentrieren sich klar auf den Menschen im Unternehmen. Business-Coachs müssen lernen, schnelle Lösungen beim Klienten hervorzuheben und gleichzeitig auf das Wohl des Klienten und der Organisation zu achten. Im Lebens-Coaching kann man ganz auf den Menschen eingehen, ohne zum Beispiel den Befragenden im Hintergrund zu haben.

Das Besondere an einer Business-Coach-Ausbildung ist unter anderem die Handhabung der Dreiecks-Beziehung. Ich gebe Ihnen ein Beispiel: Ein Vorgesetzter schickt eine Führungskraft zum Coaching, weil ihr Führungsstil zu hart und zu wenig menschenorientiert ist. Der

Coach hat nun zwei Auftraggeber: Den Vorgesetzten, der bezahlt (die Organisation), und den Klienten. Nun kann es sein, dass sich hinter dem harten Führungsstil ein persönliches Thema des Klienten verbirgt, das bearbeitet werden muss, wenn sich was ändern soll. Vorausgesetzt

Ausbildungsmarkt Deutschland

Eine Einschätzung des Berufsverbandes der Verkaufsförderer und Trainer e.V.
Von Christa Mesnaric, Vizepräsidentin





die Person will! Nur wenn Auftraggeber und Klient ein gemeinsames Ziel mit dem Coaching verfolgen, kann die Arbeit im Dreiecksverhältnis begonnen werden. Das ist einer der großen Unterschiede zum privaten Coaching. In puncto Ausbildungsmarkt fällt weiterhin auf, dass viele Anbieter ihre Lehrgänge wenig pointiert und selbstbewusst vorstellen können. Woher kommt das? Wir beobachten, dass einige Coaches einfach eines Tages anfangen auszubilden. Sie geben ihre Erfahrungen und ihr Wissen weiter - ohne ein durchdachtes Konzept, ein

Curriculum oder Klärung der Arbeitsmöglichkeiten in diesem Beruf. Manchmal scheint es sich fast um eine private Beschäftigung für die Teilnehmer zu handeln. Werden diese Anbieter auf Merkmale und Inhalte ihrer Ausbildung oder beispielsweise Didaktik und Methodik angesprochen, sind sie unsicher, weil sie als Ausbilder wenig reflektiert sind und kaum Überblick über die Ausbildungslandschaft haben. Eine andere Facette des Ausbildungsmarktes stellen die Ausbildungsinstitute dar, die eine bestimmte Richtung oder Methodik vertreten und diese dogmatisch vermitteln, wobei sie über andere Ansätze aggressiv urteilen.

Dagegen ist die Linie der Universitäten eine interdisziplinäre. Es ist spürbar, dass die Hochschulen auf den Zug aufspringen und vermehrt Coaching-Ausbildungen anbieten. Sie finden das Thema zu Recht spannend und wollen im Markt der Zukunft ihren wissenschaftlichen Beitrag leisten. Den praktischen Teil der Ausbildung übernimmt häufig ein wirtschaftlicher Anbieter. Dabei bleibt immer zu prüfen, ob des-

sen finanzielle Interessen nicht die Lehre beeinflussen. Ansonsten verspielt die Wissenschaft ihre Neutralität und ihr Image. Apropos Wissenschaftlichkeit: Christopher Rauen hat ja im Sonderheft Coaching von managerSeminare ein System zur Beurteilung von Ausbildungen vorgelegt. Der mechanistisch erscheinende Ansatz könnte Ausbildungssuchenden auswählen helfen. Trotzdem sind Coaching-Ausbildungen derart von der Individualität der Begegnung zwischen Schüler und Trainer geprägt, dass sie nicht in wissenschaftliche Formeln pressbar sind. Als Schüler suche ich mit Herz und Verstand nach einem Mentor, bei dem ich mich gut aufgehoben fühle. Schließlich muss ich an meiner Persona arbeiten, mein Herz den Menschen öffnen, meine Intuition trainieren und - im Business-Coaching - den richtigen Biss und Stallgeruch entwickeln. Da ist es wichtig, dass ich Feedback und Kritik annehmen kann, dass ich wage, alles zu fragen, und das Gefühl habe, zutiefst wertgeschätzt zu werden. Bei wem man dieses Gefühl erlebt, ist eine persönliche Sache.

Dr. Ehrhardt Akademie für mentale Fitness; 1. Mentale Führungsakademie Deutschlands



Adresse
Ansprechpartner (Tel.+Mail)
Homepage
Ausbildungstitel
Zielgruppe
Gruppengröße
Ausbildungsdauer/-umfang
Eignung wird ermittelt durch ...
Schnuppern möglich?
Lehrmethoden
Praxisbezug hergestellt durch ...
Prüfungsinhalte
Karriereberatung ja/nein?
zusätzliche Services
USP der Ausbildung

Wilhelm Leibl Strasse 4, D-83607 Holzkirchen
Dr. Ehrhardt, Bianca Medici: +49 8024 99390, Mail: dr.ehrhardt@mental-fit.de, chefsekretariat@mental-fit.de
www.ehrhardt-coaching.de, www.die-besseren.de, www.mental-fit.de
Diplom-Mentalcoach, Diplom Führungs-Mentalcoach
Alle, die freiberuflicher Mentalcoach werden wollen, Führungskräfte, GmbH-Geschäftsführer und ihre Nachfolger.
Max. 8 Personen.
18 Monate, 10 Trainings a 6 Tage, alle 8 Wochen, dazwischen persönliches Coaching nach Bedarf.
Kennenlerngespräch, ein 3,5 Tage- Training, nach 3 Monaten ein 6- 8 Stunden-Gespäch über alle Details der Ausbildung, die ausgewählte Zielgruppe, den Businessplan, eine Probe EKS usw.
Siehe „Eignung wird ermittelt durch ...“
Entdeckendes Erfahrungslernen, Wissenvermittlung, Superlearning Verhaltenstraining, mentales Persönlichkeitscoaching, Balintgruppen, Supervision und einiges andere mehr.
7wöchiges Umsetzungscoaching, ständige Praxisbeispiele, persönliche und Firmenprobleme als Balintthemen.
Unter anderem aktuelle Praxis-Coachingfälle, Führungsverhalten, Gruppendynamik, Gesprächsführung.
Ja.
Arbeiten mit massgeschneiderten Umsetzungs CDs.
Begleiten bis zur Zielerreichung, auf Wunsch (ständiges) Coaching, die Einheit von Wissenslernen, Verhaltenstraining, mentalem Persönlichkeitscoaching, und supervidierteter Existenzgründung, Erarbeiten und Umsetzen eines eigenen Unternehmenskonzeptes inklusive Produktentwicklung, die Nutzung aller Mentalen Ressourcen

Siehe unter www.die-besseren.de.

Inhalte

Ausbildungsmarkt Deutschland



Eine Einschätzung der International Coaching Federation Deutschland e.V.
Von Marius Hansa, 2. Vorsitzender



Zuerst einmal: Der Ausbildungsmarkt für Coaches in Deutschland ist sehr unübersichtlich. Sowohl was die Ausrichtung, Dauer als auch die Qualität angeht. Im deutschsprachigen Raum gibt es schätzungsweise über 300 Ausbilder und 30.000 Coaches. Sie alle haben ihre eigene Art, zu coachen und dieses in der Ausbildung zu vermitteln.

Was an sich gut ist, denn um Individualität geht es ja im Coaching. Dass der Mensch durch Begleitung er selbst wird, ist nicht durch bestimmte Methoden zu erzielen.

Vielmehr geschieht dies wesentlich dadurch, dass Menschen in eine echte Beziehung treten, die wiederum individuell gestaltet wird. Jemandem beizubringen, dieser Begleiter für andere zu werden – dafür kann man keine mathematischen Standards festlegen. Dennoch gibt es ein Mindestmaß an Anforderungen, zum Beispiel an die Ausbildungsdauer. Coach wird man nicht in 12 Stunden. Und Coach wird man auch nicht durch Bücherlesen. Ich denke, dass es viele fragwürdige Anbieter gibt, die das

große Geschäft mit der Ausbildung wittern. In anderen Ländern schaltet sich hier sogar der Staat und die Gewerbeordnung ein, um den Zugang zu diesem Beruf zu regulieren, wie zum Beispiel in Österreich.

Ich würde mir für Deutschland ebenfalls klare Richtlinien und Qualitätskriterien wünschen. Doch glaube ich, dass das auf sich warten lässt. Einen wesentlichen Schub hin zu mehr Qualität geht meiner Ansicht nach von den Universitäten aus. In Frankreich und England haben sie längst angefangen, Coachinglehrgänge anzubieten. Mit großem Erfolg, denn sie können sich auf ihr Renommee und ihre wissenschaftliche Erfahrung stützen. In Deutschland fangen sie gerade erst an, in den Markt einzutreten.

Das Dilemma mit der Ausbildung fängt ja schon bei der Begriffsdefinition des Coachings an. Wie definiert man es, und was muss demnach in das Curriculum aufgenommen werden? Schon die Coaching-Verbände in Deutschland

tun sich da schwer, denn es gibt viele dominierende Verbandsmeinungen, aber leider noch wenig Konsens. Hinzu kommt, dass sich deutsche Coaches gern durch vermeintliche Spezialisierungen abgrenzen und dazu Methoden oder Perspektiven hervorheben, die bestenfalls ein Teil der Toolbox sind. Paradebeispiele dafür sind in meinen Augen die Begriffe „systemisch oder ganzheitlich“. Wirklich viel sagt das nicht aus, denn es sollte Usus sein, dass der Mensch immer ganzheitlich und mit seinem gesamten Umfeld, also System betrachtet wird.

Das gilt auch für die Unterscheidung zwischen „Life-“ und „Business-Coaching“: Wenn der Mensch als Ganzes betrachtet wird, kann man ihn nicht in zwei Hälften (beruflich und privat) dividieren. Das eine wirkt auf das andere.

So geben die Ausbilder in meinen Augen ihren Lehrgängen denn auch mehr oder weniger hilfreiche Bezeichnungen. So halte ich auch Titel wie zum Beispiel „NLP-Coach“ für zu kurz gegriffen. Denn Coaching beinhaltet doch weit mehr als eine bestimmte Methode.

KOMMENTAR von Stefanie Heine

Auf der Kanzel: Coach oder nicht Coach - das ist die Frage ...

Natürlich sehen sie sich gern an der Kanzel. Irgendwie geht es doch auch ums Ego. Einmal vor einen vollen Saal treten. Und das dann spektakulär in die Vita einbauen. Coaches an Universitäten – Namedropping auf höchstem Niveau. Einige Unis machen es jetzt schon vor und schwärmen in höchsten Tönen, wer von den Koryphäen nicht alles mitmacht bei der Ausbildung. Und momentan ist man ja auch noch fast allein unterwegs mit diesem universitären Modell. Fast.

Mag sein, dass mit dem Eintritt der Universitäten in den Coaching-Markt vieles besser wird. Aber bleiben wir doch realistisch: Auch hier sitzen teils Menschen, die vorwärts streben. Bei schätzungsweise 30.000 Coaches im deutschsprachigen Raum ist das eh kein Wunder. Der Gipfel ruft. In den alten und neuen ehrwürdigen Hallen wird manch Coaching-Experte seine Berufsehre prüfen müssen: kann er der Versuchung widerstehen, sich zum Coach-Kaiser aufzuwerfen, wohlfeile Ratschläge zu geben und Branchenstreits vom hohen Turm zu dirigieren? Den Unterbau hätte er ja nun. Coach oder nicht Coach, das ist hier die Frage. Ähnliches gilt für die Universitäten, die

nun neue Geldquellen entdecken: Sie werden ihren Ruf in die Waagschale der Qualität werfen. Na und? Nur weil Einstein zwei Räume weiter zum mathematischen Gott wurde, kann die Germanistik daneben trotzdem vor sich hindümpeln. Der Kunde sollte sich nicht einlullen lassen von Namen und pompösen Worten wie „wissenschaftlich“ und „universitäres Zertifikat“, sondern fragen: Welche Forschung fließt wo wie ein? Und wenn einer mit privaten Partnern wedelt, dann heißt das: Wer nimmt hier eventuell wie Einfluss auf die Lehre? Also: wach bleiben! Damit die Universität ein Ort interdisziplinärer und kritischer Auseinandersetzung ist. ■