



WERDEN SIE BUSINESS-COACH!
UND LÖSEN SIE ALLE PROBLEME.

Ein Coach für alle Fälle?

Coach werden — leicht gemacht. Zu leicht? Viele Ausbildungen werden angepriesen. Doch was steckt tatsächlich hinter den Versprechungen der Anbieter — und wie lässt sich die Spreu vom Weizen trennen?

Text **Sascha Borrée**

Sie suchen ein „Sprungbrett für Ihre zukünftige berufliche Entwicklung“? Wollen sich „neue Perspektiven und Möglichkeiten“ erschließen, Ihr „eigenes Machtpotenzial“ entdecken, „Menschen in Veränderungsprozessen“ begleiten – und dabei schon nach kurzer Zeit so richtig abkassieren? Kein Problem: Dann werden sie doch Business-Coach! Mit solchen und ähnlichen Versprechungen werben jetzt viele Anbieter von Coaching-Ausbildungen.

Auf den ersten Blick scheint das sogar Sinn zu machen. Immerhin boomt die Coaching-Branche seit Jahren, selbst Krisenzeiten konnten ihr Wachstum – wenn überhaupt – zuletzt nur wenig bremsen. Längst lassen sich nicht mehr nur Unternehmer und Führungskräfte coachen, sondern auch Freiberufler, Selbstständige oder einfache Angestellte. Neben dem klassischen Business-Coaching wächst mittlerweile ein Markt für sogenanntes Life-Coaching, das Themen außerhalb des Jobs behandelt. Und Stundensätze zwischen 100 bis 500 Euro sind in dem Gewerbe keine Seltenheit.

So unterschiedlich wie die Motivationen der Teilnehmer sind auch die Konzeptionen der Kurse

Zahlt sich die Investition von rund 2500 bis 10000 Euro für eine Coaching-Ausbildung also gleich wieder aus? Und

was unterscheidet seriöse Anbieter von Aufschneidern und Schaumschlägern? Ein erster Gradmesser ist wohl die Art, wie Erwartungen geweckt oder gedämpft werden. „Etwa zehn Prozent unserer Teilnehmer arbeiten später tatsächlich als Coaches“, gibt beispielsweise Roger Henrichs, Geschäftsführer der 2coach Personal- und Unternehmensberatung (www.2coach.de), offen zu. Alles andere wäre auch ein Wunder, schon sein eigenes Unternehmen hat mittlerweile insgesamt mehr als 500 Menschen zu Coaches ausgebildet. Bundesweit durchläuft jährlich eine vierstellige Zahl von Absolventen die zahlreichen Ausbildungsinstitute.

Thomas Rückerl, Mitbegründer von V.I.E.L Coaching + Training (www.viel-coaching.de), äußert sich genauso offen zu den Zukunftsperspektiven: „Das Berufsbild des Business-Coachs entwickelt sich in Deutschland gerade erst. Sehr wenigen Leuten gelingt es, ausschließlich davon zu leben.“

Allerdings kämen die meisten seiner Teilnehmer auch gar nicht mit dieser Motivation. „Oft sind das Führungskräfte, Selbstständige oder Personal, die sich eine zusätzliche Schlüsselqualifikation erschließen wollen. Viele bekommen ihre Ausbildung sogar vom Arbeitgeber bezahlt.“ Andere Teilnehmer wollten sich vor allem selbst verändern und dafür erst einmal neu ausrichten, sie buchen die Ausbildung als Edel-Alternative zu einem einfachen Coaching.

So unterschiedlich wie die Motivationen der Teilnehmer sind auch die Konzeptionen der Kurse. Viele Interessenten verirren sich schnell in einem Dschungel aus Angeboten. Die Berufsbezeichnung Coach ist nicht gesetzlich geschützt, insofern gibt es auch keine Vorgaben für

Dauer, Design oder Inhalt der Ausbildungen. Bis zu 40 verschiedene Coaching-Verbände vertreten teilweise ganz verschiedene Vorstellungen. Einen gemeinsamen bundesweiten Coaching-Dachverband haben sie bisher nicht gegründet.

Wer mehr als nur mal ins Coaching reinschnuppern will, kann manche Angebote – etwa Fernlehrgänge oder Fünftages-Crashkurse – schnell aussortieren. „Jede ernst zu nehmende Ausbildung bietet einen sehr hohen Praxisanteil“, sagt Christopher Rauen von der Christopher Rauen GmbH (www.rauen.de). „Die Leute müssen eine entsprechende Haltung entwickeln, in ihren Methoden sicher werden, daher schon von Anfang an immer wieder coachen und sich selbst coachen lassen.“

Zahlt sich die Investition von 2500 bis 10000 Euro schnell wieder aus?

Das dauert. Doch auch ohne diese Schmalspur-Ausbildungen wird der Markt nur wenig übersichtlicher. Seriösere Anbieter bilden beispielsweise 14 (Rauen), 23 (V.I.E.L) oder 30,5 (2coach) Tage lang aus, richten sich dabei an Interessenten mit mehr, weniger oder gar keiner Vorerfahrung, lehren ganz unterschiedliche Stile und Tools. Rauen, in Deutschland auch als Coaching-Papst gehandelt, hat daher einen Leitfaden für die Ausbildungssuche: Interessenten sollten erst einmal ihre Erwartungen, Motivationen und Ressourcen (vor allem an Zeit, Geld und Vorkenntnissen) erforschen. ▶

Der erste Trend, bei dem auch Ihr Konto gut aussieht.

LAVIVA – DAS LIFESTYLE-FRAUENMAGAZIN



Laviva. Das nehm ich mir raus.

Anschließend könnten dann Ausbildungen verglichen werden: Welche Methodik wird gelehrt, wie viele Stunden bekomme ich für mein Geld, wie ist das Preis-Leistungs-Verhältnis, die Gruppengröße, die Betreuungsintensität? Ausgewählte Anbieter sollten schließlich im persönlichen Gespräch befragt werden (mehr dazu im „Handbuch Coaching“ von Herausgeber Christopher Rauen, siehe auch Leitfaden Seite 61). „Letztendlich ist das genauso wie beim Autokauf“, sagt Rauen, „da sagt Ihnen auch keiner, was besser ist – ein Cityflitzer oder eine Familienkutsche. Stattdessen vergleichen Sie selbst die verschiedenen Marken und Modelle, machen sich auch Gedanken über Ihren Bedarf und Ihr Budget.“

Es kommt sehr darauf an, das Gelernte in den Alltag zu transferieren

Einige Merkmale für eine seriöse Ausbildung nennt er dann doch: Professionelle Anbieter starteten mindestens einen Kurs pro Jahr. Außerdem sollten selbst kürzere Lehrgänge in einzelne Blöcke gegliedert und über einen längeren Zeitraum gestreckt werden. Nur so könnten die Teilnehmer lernen, konsequent eigene und fremde Werthaltungen und Wahrnehmungen zu überprüfen – was für erfolgreiches Coaching unabdingbar sei.

„Ein ganz wesentlicher Teil des Lernprozesses findet zwischen den Modulen unserer Ausbildung statt“, sagt auch Roger Henrichs von 2coach. „Denn es

kommt sehr darauf an, dass das Gelernte in den Alltag transferiert wird. Viele Teilnehmer können ihr neues Wissen direkt im Job anwenden.“ Andere trafen sich mit ihren Azubi-Kollegen, um immer wieder zu üben, auch Fachliteratur sei zu studieren.

Angesichts der Verantwortung, die ein Coach für seinen Klienten übernehmen soll, drängt sich allerdings auch bei den seriöseren Anbietern eine Frage auf: Wie viel Coaching lässt sich innerhalb von 14 bis 30,5 Präsenztagen wirklich lernen? „Das ist wie beim Führerschein“, bringt auch Henrichs einen Automobil-Vergleich. „Nach der Fahrprüfung können Sie mit allen Rechten und Pflichten am Straßenverkehr teilnehmen. Aber bevor Sie Ihren Wagen so perfekt beherrschen wie ein Walter Röhrl, müssen Sie noch viel lernen.“

„Im Handwerk dauert es drei Jahre bis zum Gesellenbrief“, sagt Thomas Rückert von V.I.E.L Coaching + Training zum gleichen Thema. „Während dieser Zeit liefern die Leute teilweise schon sehr gute Arbeit ab, können sich jedoch auch noch stark verbessern. Und im Coaching sieht das ganz ähnlich aus.“ Wer nicht fit sei, werde ohnehin automatisch vom Markt aussortiert: „Coaching ist ein Empfehlungsgeschäft. Vielleicht lassen sich anfangs ein paar Klienten durch geschickte Werbemaßnahmen akquirieren. Aber langfristigen Erfolg haben nur die Guten.“

Thies Stahl (www.thiesstahl.de) nennt noch einen weiteren Faktor für den Erfolg – und warnt davor, die Anforderungen einer Coaching-Ausbildung zu unterschätzen: „Viele Leute erkennen dabei, dass sie erst einmal ihre eigenen Themen bearbeiten müssen“, sagt der Coaching-Pionier. „Das kann dann durch Coaching oder auch Therapie geschehen. Doch ohne diese Selbsterfahrung geht es einfach

nicht.“ Sonst könne der künftige Coach eigene Erfahrungen auf seinen Coachee übertragen, also dessen Veränderung behindern statt fördern. „Es gibt kein Safer-Coaching, kein Ganzkörperkondom für die Seele“, sagt Stahl.

Wie viel Coaching lässt sich innerhalb von 14 bis 30,5 Präsenztagen wirklich lernen?

Daher sei es wichtig, den Coaching-Azubis ein hohes Maß an Sensibilität und Selbstreflektion zu vermitteln. „Ein Coach muss genau wissen, wo seine Grenzen sind“, erklärt Stahl. Von den Teilnehmern seiner eigenen 20-tägigen Ausbildungen erwartet er Vorkenntnisse in mindestens einer der gelehrt Methoden. Außerdem sollten Coachs bereit sein, sich immer wieder von erfahrenen Kollegen begleiten zu lassen und regelmäßig an Fortbildungen oder Übungsgruppen teilzunehmen.

Ohne Selbsterfahrung geht es einfach nicht

men. Bis ein Anfänger ohne psychologische Vorkenntnisse eine fertige Coaching-Persönlichkeit entwickelt habe, könne es schon mal bis zu fünf Jahre dauern, schätzt Stahl: „Absolventen einer guten Ausbildung wissen vor allem eines: Dass sie sich jetzt weiter und weiter und weiter bilden müssen.“ ▶



Porsche empfiehlt Mobil 1

Hier erfahren Sie mehr – www.porsche.de/DNA oder Telefon 01805 356 - 911, Fax - 912 (EUR 0,14/min).

Über 28.000 Rennsiege.

Über zwei Drittel aller je gebauten Porsche fahren noch.

Über 60 Jahre Sportwagenideen.

Unterm Strich: Porsche Intelligent Performance.

Der 911.

Ziehen wir die Quersumme aus über 60 Jahren Sportwagenbau: Ideen bringen uns voran.

Auf der Suche nach effizienteren Motoren und leichteren Karosserien. Mit intelligenten Antriebskonzepten wie der Benzindirekteinspritzung (DFI) oder dem optionalen Porsche Doppelkupplungsgetriebe (PDK) werden wir fündig. Denn mehr PS allein haben noch kein einziges Rennen gewonnen. Sondern erst die Bereitschaft, alles in Frage zu stellen.

Für die nächste Idee. Erfahren Sie mehr über Porsche Intelligent Performance – in Ihrem Porsche Zentrum.

**PORSCHE
INTELLIGENT
PERFORMANCE**



PORSCHE



Shoppingmeilen

Ein Produkt von Lufthansa.

Foto: plainpicture [M]

Weltweit einkaufen und Meilen sammeln – mit der Lufthansa Miles & More Credit Card.

Meilensammeln lohnt sich jetzt richtig. Denn für jeden Euro, den Sie mit der Lufthansa Miles & More Credit Card bezahlen, sammeln Sie eine Meile, die unbegrenzt gültig bleibt. Profitieren Sie von Sonderkonditionen für Hotels und Mietwagen sowie attraktiven Versicherungsleistungen. Nie war Geldausgeben mit so viel Freude verbunden. www.miles-and-more-kreditkarte.com



There's no better way to fly.

Lufthansa

Kompetenz, auf den Punkt gebracht

Auch für potenzielle Coachees, also Coaching-Klienten, stellt sich der Markt sehr unübersichtlich dar. Dieser Leitfaden kann Ihnen helfen, den passenden Coach zu finden

Punkt eins: Erwartung Wollen Sie wirklich ge-coacht werden, also selbst eigene Lösungen, Strategien und Ziele entwickeln? Oder geht es Ihnen eher darum, nützliche Fähigkeiten und bereits bewährte Strategien zu erlernen? Dann könnte ein Berater oder Trainer besser nützen.

Punkt zwei: Empfehlung Sprechen Sie mit Freunden, Bekannten, Kollegen oder der Personalabteilung Ihres Unternehmens. Auch per Internet-Recherche können Sie mittlerweile einen fähigen Coach finden. Ein erstes Indiz für dessen Seriosität kann hier schon die mehr oder weniger professionelle Gestaltung seiner Website bieten.

Punkt drei: Vorgespräch Schon am Telefon sollte der Coach nicht nur alle Ihre Fragen kompetent beantworten – sondern selbst gezielte Fragen stellen. Was ist Ihr Anliegen, welches konkrete Ergebnis oder Ziel erwarten Sie sich? Sie dürfen den Anbieter auch bereits um eine kleine Kostprobe seines Könnens bitten. Auf die Entscheidung, ob Sie – jetzt oder später – einen persönlichen Termin vereinbaren wollen, darf er jedoch keinen Einfluss nehmen.

Punkt vier: Zeit Wollen Sie sich stets am gleichen Wochentag und zur gleichen Uhrzeit coachen lassen? Oder wünschen Sie, den Folgetermin je nach Bedarf flexibel zu vereinbaren? Für beide Optionen sollte Ihr Coach offen sein. Auch die Dauer einer Sitzung sollte sich variabel anpassen lassen.

Punkt fünf: Geld In der Regel wird ein Coach Stundensätze von 100 bis 250 Euro berechnen. Bei Anbietern, die deutlich höhere Honorare aufrufen, können Sie sich fragen, welcher Mehrwert Ihnen dafür geboten wird. Top-Kräfte lassen sich mit bis zu 500 Euro pro Stunde bezahlen.

Punkt sechs: Vertrauen Ihr Coach sollte Sie weder bei Entscheidungen beeinflussen, noch sollte er Sie wiederholt auf von Ihnen für tabu erklärte Themen ansprechen. Wechseln Sie besser den Anbieter, wenn diese grundsätzlichen Voraussetzungen nicht gegeben sind.

Punkt sieben: Ziele Was wollen Sie erreichen? Und woran werden Sie erkennen, dass Sie Ihre Ziele erreicht haben? Diese Fragen sollten schon im ersten Gespräch geklärt werden. Jede Folge-

sitzung sollte Sie dann mindestens einen Schritt weiter zum gewünschten Ergebnis führen.

Kriterien unter anderem aus: Handbuch Coaching, hrsg. v. Christopher Rauen, Hogrefe-Verlag, Göttingen 2005, 559 Seiten, 49,95 Euro.



The power to do more

Unsere Fahrradanhänger halten selbst schwierigsten Bedingungen stand.

Zum Glück können wir dasselbe auch von unseren Servern sagen.

Zwei plus zwei war das erste Unternehmen in Deutschland, das sich mehr auf Fahrradanhänger als auf Fahrräder selbst spezialisiert hat. Jetzt, nachdem das Unternehmen die Art und Weise, wie Familien mit dem Fahrrad unterwegs sind, in 14 verschiedenen Ländern revolutioniert hat, ist die Effizienz zu einem entscheidenden Faktor geworden. Zum Glück bieten die Dell™ PowerEdge™ Server mit Windows Server® 2008 die Leistung und Zuverlässigkeit, die Zwei plus Zwei braucht, um den steigenden Ansprüchen seiner Kunden gerecht zu werden.

Blieben Sie mit Dell Serverlösungen auf Erfolgskurs.

TakeYourOwnPath.de

Sprechen Sie mit Dell unter 0800 297 33 55 (gebührenfrei)

Andreas Gehlen
Gründer und Geschäftsführer von Zwei plus zwei, Deutschlands führendem Anbieter für Fahrradanhänger



Windows Server 2008 R2

Microsoft, Windows und das Windows Logo sind eingetragene Marken oder Marken der Microsoft Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.