

17.01.14

Wie man einen guten Coach findet

Wer seine Karriere vorantreiben will, sucht sich Unterstützung. Doch wonach wählt man den Sparringspartner aus?

Von Alexandra Bülow und Andrea Pawlik

Wer auf der Suche nach einem Coach ist, kommt aus dem Staunen nicht heraus: Trainings mit Pferd, Hund oder Falken sollen sensibler für den Umgang mit anderen machen. Oder dies: Zum Samurai wird der Arbeitnehmer, wenn er anhand der Regeln asiatischer Kampfkunst die Ruhe des Geistes entdeckt, um stets die richtige Entscheidung zu treffen.

Coaching ist seit einigen Jahren der Trend in der Weiterbildung. Laut Christopher Rauen, Vorsitzender des Deutschen Bundesverbands Coaching (DBVC), arbeiten in Deutschland rund 9000 Menschen als Coach. Dementsprechend ist das Angebot ziemlich bunt.

"Es gibt eine Menge Wildwuchs auf dem Markt", sagt Belinda Villbrandt, Karrierecoach aus Hamburg. Wer auf der Suche nach Unterstützung ist, kann schnell den Überblick verlieren. Dazu kommt, dass die Berufsbezeichnung Coach in Deutschland nicht geschützt ist. Es gibt keine staatlich geregelte Ausbildung, dafür aber rund 300 Fort- und Weiterbildungen für künftige Coaches.

Ein Coach ist oft der Richtige, um Sorgen oder neue Herausforderungen im Job zu besprechen. Denn was beim alltäglichen Austausch mit Freunden und Familie fehlt, ist der Blick von außen. Ein Coach stellt Fragen und regt zum Nachdenken an. "Etwa 80 Prozent der Privatklienten kommen mit erheblichem Leidensdruck", sagt Villbrandt. Hauptthemen: "Sie erleben berufliche Konflikte, klagen über fehlende Motivation oder fühlen sich einfach instabil."

"Es geht nicht darum, die Persönlichkeit zu verändern. Vielmehr ist entscheidend, dass der Klient seine Wahrnehmung reflektiert und alternative Handlungsweisen selbst entwickelt", sagt Coach Susanne Neeb. "Ein Coach ist kein Berater, der Lösungstipps gibt." Er ist Begleiter, Spiegel und Sparringspartner auf einmal.

Ein klassischer Business-Coach hilft typischerweise Führungskräften und Selbstständigen. Prinzipiell steht das Angebot aber jedem offen – wenn er bereit ist, dafür zu bezahlen. Der Stundensatz eines Coaches liegt in der Regel zwischen 100 und 150 Euro. Stars der Branche nehmen auch bis zu 500 Euro. Die Krux: "Wer günstig ist, ist nicht unbedingt schlecht, und wer viel Geld verlangt, muss nicht gut sein", sagt Neeb.

Wer einen Coach sucht, sollte als Erstes im Kollegen- und Bekanntenkreis herumfragen, rät Belinda Villbrandt. "Informationen, die man auf der Internetseite eines Coaches findet, können immer nur ergänzend sein." Empfehlungen gibt oft auch die Personalabteilung des Arbeitgebers, außerdem helfen Online-Portale wie coach-datenbank.de und coachingportal.de, sich einen Überblick zu verschaffen.

Etwa 90 Prozent der Coaches sind nach Angaben des DBVC Akademiker, darunter viele Betriebswirte, Juristen, Mediziner und Psychologen. Die meisten haben in anderen Jobs gearbeitet, bevor sie auf Coaching umstiegen – 70 bis 80 Prozent von ihnen in Führungspositionen. Genau das sollte auch ein Auswahlkriterium für den Coachee sein, also denjenigen, der sich coachen lässt: "Wer mich bei einem Führungsthema begleiten will, sollte auch selbst als Führungskraft gearbeitet haben", sagt Villbrandt.

Christopher Rauen vom DBVC empfiehlt, mehrere Angebote – mindestens drei – einzuholen. "Und sich erläutern zu lassen, welche Qualifikation ein Coach mitbringt." Zertifikate in MBTI, DISC oder REISS sagten nicht viel aus. Es sind Methoden und Testverfahren. Aber es sei ein gutes Zeichen, wenn ein Coach mehrere Methoden gelernt habe und damit verschiedene Vorgehensweisen anwenden könne, sagt Rauen.

Doch egal, wie gut man sich vorab informiert – entscheiden darf man sich erst nach einem ausführlichen, persönlichen Vorgespräch mit dem Coach. Unverbindlich und kostenlos sollte das sein, sagt Belinda Villbrandt, sonst müsse der Klient hellhörig werden. Im Erstgespräch geht es dann vor allem um die berühmte Chemie zwischen den Beteiligten. "Der Coachee muss entscheiden, ob die Mischung aus Vertrauen und Kompetenz für ihn passt", erklärt Villbrandt. Wenn man sich ähnelt, findet man schnell eine gemeinsame Sprache und fasst Vertrauen. Um aber auch mit schwierigen Themen konfrontiert zu werden, ist eine gewisse Unterschiedlichkeit hilfreich. Und auch die Umgebung ist wichtig: Der Klient muss sich dort wohlfühlen. "Es gibt Coaches, die in ihrer Wohnküche arbeiten", erzählt Villbrandt. "Das muss man mögen."

Darüber hinaus wird im Erstgespräch geklärt, wie der Ablauf des Coachings sein soll und welche Methoden zum Einsatz kommen können. Erzählt der Coach das nicht von sich aus, sollte der Klient ruhig danach fragen. Drängt der Coach gleich zu einem Vertrag über zahlreiche Sitzungen, ist Vorsicht geboten. Villbrandt: "Der Klient sollte immer die Freiheit haben, das Coaching nach jeder Sitzung für beendet zu erklären."

DAS KÖNNTE SIE AUCH INTERESSIEREN

DIE WELT



Österreicherin
"Ich wurde in Dubai behandelt wie ein Hund"

Hamburger Abendblatt



Konkurrenz für Block
Dänische Steakhouse-Kette kommt nach Hamburg

Hamburger Abendblatt



Sotschi 2014
Sotschi-Fieber im deutschen Team – Shaun White zieht zurück

Hamburger Abendblatt



Vorwurf aus Italien
In den Ratings von Moody's und Co. fehlt die Kultur