

Das passende Coaching-Angebot finden

Auswahl von Coach oder Coachinausbildung

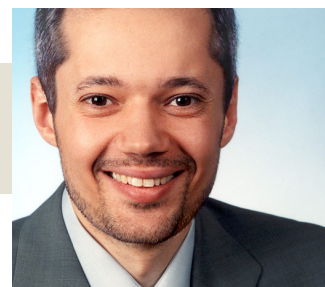
Vor zehn Jahren war es schwer, einen guten Coach oder gar eine Weiterbildung zum Coach zu finden, da das Angebot sehr überschaubar war: Professionelle Anbieter wurden wie Geheimtipps weiterempfohlen. Mittlerweile hat sich der Coaching-Markt komplett gewandelt: In einem enorm gewachsenen Anbietermarkt hat der Kunde die Qual der Wahl.

Bereits eine kurze Internet-Recherche verdeutlicht das Problem: Wer eine Coaching-Weiterbildung oder gar einen Coach sucht, findet z.B. über die Suchmaschine „Google“ Tausende von Anbietern. Für einen potenziellen Coaching-Klienten ist es nahezu ein Glücksspiel, auf diesem Wege einen passenden Anbieter zu finden. Auch den Personalentwicklern großer Unternehmen fällt die Auswahl von Anbietern für ihre Coaching-Pools nicht leichter. In teilweise aufwendigen Auswahlverfahren wird versucht, diejenigen Coaches „herauszufiltern“, die für die Beratung der eigenen Führungskräfte geeignet scheinen. Noch bevor das erste Coaching durchgeführt wird, haben Unternehmen daher teilweise enorme Kosten zu tragen. Das Bemühen der Personalentwickler ist durchaus risikoreich: Empfehlen sie einen „falschen“ Coach an eine Führungskraft, fällt dies auf sie zurück. Im Wiederholungsfalle kann dies das Karriere-Aus für den Personalentwickler bedeuten.

Wer sich selbst einen Coach oder eine Coaching-Weiterbildung sucht, trägt ein ähnliches Risiko: Immer wieder gelingt es zweifelhaften Beratern, in einem Erstgespräch so zu be-

eindrucken, dass Interessenten gleich einen hoch dotierten Beratungsvertrag bzw. Ausbildungsvertrag unterschreiben. In schlimmeren Fällen verpflichtet man sich damit, eine hohe Mindestzahl von Coaching-Stunden bzw. eine über-teuerte Weiterbildung zu bezahlen. Jenseits von solchen finanziellen Schäden drohen bei einem inkompetenten Angebot Zeitverlust und emotionale Schädigung. Spätestens dann zeigt sich, wie notwendig es ist, bei der Auswahl des passenden Angebotes so wenig wie möglich dem Zufall zu überlassen (s. Kasten). In jedem Fall ist es sinnvoll, sich zunächst genau zu überlegen,

was von einem Coaching-Angebot konkret erwartet wird. Oft ergeben sich daraus bereits bestimmte Anforderungen, die an den Anbieter gerichtet werden. Dies können z.B. regionale Ansässigkeit, Beratungserfahrung, Branchenkenntnisse, Mindestalter, Spezialkenntnisse oder ein bestimmter Kostenrahmen sein. Spätestens hier wird deutlich, dass das Finden des passenden Angebotes Teil eines Klärungsprozesses ist, der sowohl beim Coaching, als auch bei der Teilnahme an einer Coaching-Weiterbildung wesentlich zum Erfolg beiträgt. Denn letztlich kann der



Dipl.-Psych. Christopher Rauhen ist tätig als Coach, Autor und Lehrbeauftragter an mehreren Universitäten. Er ist Herausgeber des „Handbuch Coaching“ und der „Coaching-Tools“, betreibt den Internet-Dienst „Coaching-Report“ und ist Vorstandsmitglied des DBVC e.V. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Einzel-Coaching von Führungskräften und die Leitung der NWA-Coaching-Ausbildung (www.coaching-osnabrueck.de).

Coach nicht die Probleme des Klienten lösen – wohl aber Prozesse fördern, durch die der Klient eine Lösung für sich findet; und dies sollte auch eine gute Coaching-Weiterbildung vermitteln.

Christopher Rauhen ■

7 Regeln für die Auswahl des passenden Coaching-Angebotes

1. Regel: Immer mehrere Angebote einholen und vergleichen

Engagieren Sie niemals den erstbesten Anbieter, auch wenn dieser überzeugend aufgetreten ist. Gerade im Vergleich mit anderen Anbietern werden Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Coaching-Anbieter deutlich. Holen Sie mindestens drei Angebote ein.

2. Regel: Fallbeispiele und konkrete Abläufe schildern lassen

Fragen Sie einen Coaching-Anbieter, wie konkret ein Coaching ablaufen kann bzw. wie seine Coaching-Weiterbildung aufgebaut ist. Erfahrene Anbieter verfügen über zahlreiche Fallbeispiele und ein Coaching- bzw. Weiterbildungs-Konzept, welches sie gerne erläutern.

3. Regel: Das Internet für anonyme Ausschreibungen nutzen

Unter www.coaching-anfragen.de können Sie kostenlos Ausschreibungen vornehmen, um Coaches und Coaching-Weiterbildungen zu finden. Dabei bleiben Sie anonym und somit auch von unerwünschter Werbung verschont.

4. Regel: Kompetenzen überprüfen

Überprüfen Sie, welchen Ausbildungs- und Erfahrungshintergrund ein Anbieter hat. Was genau befähigt ihn oder sie für ein Coaching

oder die Leitung einer Coaching-Weiterbildung? Lassen Sie sich Referenzen nennen und nehmen Sie ggf. zu diesen Kontakt auf.

5. Regel: Erfahrung abfragen

Auch wenn jemand seit mehreren Jahren Coaching oder Weiterbildungen anbietet, ist dies noch keine Aussage über die Qualität. Möglicherweise wurde das Coaching-Angebot nur nebenbei betrieben. Seien Sie kritisch und erfragen Sie, wie viele Fälle bzw. durchgeführte Weiterbildungen ein Anbieter vorweisen kann.

6. Regel: Nicht zur Unterschrift drängen lassen

Unterschreiben Sie niemals in einem Erstkontakt einen Vertrag – egal, wie solide das Angebot erscheint. Professionelle Anbieter räumen einem Interessenten immer Bedenkzeit ein. Lassen Sie sich in keinem Fall auf „Knebelbedingungen“ ein.

7. Regel: Alleskönnern misstrauen

Gute Coaches und Weiterbildungsanbieter sind oft auf bestimmte Themen und Zielgruppen spezialisiert. Misstrauen Sie Anbietern, die sich als „omnikompetent“ darstellen und nur sich selbst empfehlen. Professionelle Coaches haben ein Netzwerk von Kollegen, die sie in Fällen empfehlen, die nicht durch ihre eigenen Kompetenzen abgedeckt werden können.