

## Die Job-Lotsen

### **Coaching-Kurse können Methoden- und Sozialkompetenz vermitteln – die nötige Lebenserfahrung muss man selbst mitbringen**

Von Silke Zorn

Wer in der Internet-Suchmaschine Google den Begriff „Coaching“ eingibt, stößt auf sage und schreibe 44 900 000 Einträge. In einer immer komplexer werdenden Lebens- und Arbeitswelt wächst der Bedarf an professioneller Beratung und Begleitung. Ein einheitliches Ausbildungskonzept für den Beruf des Coaches gibt es in Deutschland bisher allerdings nicht.

„Coaching ist im Grunde ein Containerbegriff, der sich gerade erst strukturiert“, sagt Uwe Böning, Vorsitzender des Deutschen Bundesverbandes Coaching (DBVC). Auf den Punkt gebracht ist der Coach ein Berater und Begleiter, der seine Klienten – auch Coachees genannt –, in Veränderungsprozessen oder angesichts beruflicher Herausforderungen unterstützt. Dabei bringt der Coach allerdings nicht die Patentlösung für sämtliche Probleme und Konflikte mit, sondern hilft dem Klienten als neutraler Gesprächspartner dabei, seinen eigenen Weg zu gehen und seine Stärken und Potenziale zu erkennen.

Die Auswahl an Instituten, die Coaching-Lehrgänge anbieten, ist groß. „Allein im deutschsprachigen Raum gibt es zwischen 230 und 250 verschiedene Ausbildungen“, schätzt Uwe Böning. Umso wichtiger ist es, vor der Wahl eines Bildungsträgers genau zu überlegen, was man mit der Ausbildung erreichen möchte. Denn immer mehr Anbieter spezialisieren sich, bieten zum Beispiel Coaching-Lehrgänge für bestimmte Branchen oder ein bestimmtes Klientel an.

Susanne Alwart, die mit ihrer Hamburger Coaching-Gesellschaft „Alwart und Team“ selbst Weiterbildungen durchführt, plädiert dafür, zunächst einmal eine breit angelegte Ausbildung zu absolvieren. „Vor dem Besuch eines Spezialkurses sollte man sich grundsätzliche Methoden- und Sozialkompetenz aneignen – unabhängig von Branchen oder Einsatzbereichen.“

Beim Berliner Coaching-Anbieter und -Ausbilder Artop, einem Institut der Humboldt-Universität, kann man zwischen einer Ausbildung zum Coach, zum Kommunikations- und Verhaltenstrainer und zum Moderator wählen. Wählerisch ist allerdings auch das Institut selbst – was die Bewerber angeht. Denn nicht jeder Mensch eignet sich zu einem guten Coach. Für frisch gebackene Uniabsolventen ohne Berufserfahrung ist eine solche Ausbildung in der Regel nicht die richtige Wahl. „Man sollte schon eine gewisse Reife mitbringen“, sagt Winrich Widera von Artop. Wer an den Lehrgängen des Instituts teilnehmen will, muss deshalb auch mindestens 35 Jahre alt sein und sich in einem Auswahlgespräch bewähren. Denn, so Widera: „Wenn man als Coach mit gestandenen Führungskräften arbeitet, sollte das unbedingt auf gleicher Augenhöhe geschehen.“ Auch Susanne Alwart hält es für wichtig, dass ein Coach sich bereits in einem oder mehreren anderen Berufen bewährt hat. Und das bedeutet für die Trainerin auch, dass er oder sie berufliche Erfolge vorweisen kann. „Wer Coach wird, weil er in einem anderen Job gescheitert ist, der ist definitiv fehl am Platz.“

Woran erkennt man nun aber eine gute Coaching-Ausbildung? Der Bundesverband Coaching hat als Entscheidungshilfe zahlreiche Qualitätsmerkmale zusammengestellt, die auch im Internet nachzulesen sind (siehe Info-Kasten). Besonders wichtig ist die Dauer des Lehrgangs – denn in einem Wochenend-Crashkurs wurde noch kein guter Coach geboren. „Die meisten Lehrgänge dauern zwischen 150 und 200 Stunden“, sagt Uwe Böning vom DBVC. Die angehenden Trainer müssen sich schließlich nicht nur Handwerkszeug in Form von Coachingkonzepten und -methoden aneignen, sondern auch ein ganzes Stück weit die eigene Persönlichkeit ausloten, um später andere qualifiziert unterstützen zu können – und das braucht Zeit.

Außerdem sollte man Umfang und Konzept des Curriculums genau unter die Lupe nehmen – am besten mit fachmännischer Unterstützung. „Lassen Sie sich beraten, vergleichen Sie Angebote“, rät Coaching-Experte Böning. „Dabei hilft zum Beispiel der DBVC.“ Auch die Frage, wie lange ein Anbieter schon am Markt agiert, kann ein wichtiges Indiz für Seriosität sein. Ein weiteres Qualitätsmerkmal sind die Dozenten: Wie viele gibt es? Welche Qualifikationen bringen sie mit? Und werden die unterschiedlichen Seminarinhalte von ihnen optimal abgedeckt? Dabei wirkt es sich in jedem Fall positiv aus, wenn die Ausbilder aus verschiedenen Lebens- und Arbeitswelten – aus der Coaching-Praxis, aus der Wirtschaft und auch aus der Wissenschaft – kommen.

Außerdem sollte man sich die Frage stellen, ob die vermittelten Kompetenzen später auch wirklich gebraucht werden. Wer sich zum Beispiel als Coach selbständig machen möchte, wird unter Umständen Veranstaltungen zu Marketing oder Selbst-PR nützlich finden. Wer bereits in einem Unternehmen tätig ist und das Coaching als Instrument zur persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung begreift, wird hierauf eher verzichten können.

Bleibt die Frage nach den Kosten – und die ist gar nicht leicht zu beantworten. „Am Preis einer Weiterbildung lässt sich nur schwer erkennen, ob ein Anbieter seriös ist“, meint DBVC-Vorsitzender Böning. Er rät dazu, die Kosten immer in Relation zu Kursdauer und -inhalten und zur Qualifikation der Dozenten zu setzen. „Wer mit einem ganzen Team von hoch qualifizierten Leuten arbeitet, wird mehr Geld verlangen können, als ein Anbieter, bei dem der Trainer selbst erst

frisch aus der Coaching-Ausbildung kommt.“ Achten sollte man außerdem auf Zahlungsmodalitäten und Ausstiegsmöglichkeiten. „Seriöse Bildungsträger erstatten die Kursgebühren zumindest anteilig zurück, wenn man den Lehrgang vorzeitig abbricht“, weiß Uwe Böning. „Uns erreichen aber auch immer wieder Beschwerden über schwarze Schafe, die in solchen Fällen die gesamten Kosten einbehalten.“