

Coaching-Newsletter von Christopher Rauen, 2002-02

ISSN 1618-7725 (E-Mailausgabe)

ISSN 1618-7733 (Archivausgabe)

Sehr geehrte Abonentinnen und Abonenten,

der Coaching-Newsletter enthält diesen Monat folgende Themen:

Inhalt

1. Unseriöse Machenschaften im Coaching
2. News zur "Interessengemeinschaft Coaching"
3. Nachtrag zu den Qualitätskriterien im Coaching
4. Besucherrekord beim Coaching-Report
5. Die Top-Twenty im Coaching-Index
6. Vorschau auf den nächsten Coaching-Newsletter
7. Impressum

1. Unseriöse Machenschaften im Coaching

Regelmäßigen Leserinnen und Lesern dieses Newsletters mag die etwas "reißerische" Titelüberschrift des Themas verwundern. Zu ihrer Beruhigung sei versichert, dass damit nicht ein neuer Stil im Coaching-Newsletter eingeführt werden soll. Vielmehr möchte ich damit zum Ausdruck bringen, dass es auch mich sehr stark verwundert hat, was mir im letzten Jahr von Besuchern des Coaching-Report zugetragen wurde. Teilweise waren die Schilderungen aufgebracht Personen, die sich durch einen "Coach" geschädigt sahen, so unglaublich, dass ich diese selbst kaum glauben konnte. Erst nachdem ich mehrere Informationen unabhängig voneinander erhalten und mich mit diversen Kollegen ausgetauscht hatte, kristallisierten sich (leider wenig erfreuliche) Dinge heraus, die die Überschrift mehr als rechtfertigen.

Angeregt durch die Darstellungen zur Auswahl von Coachs im Coaching-Report haben mir mehrere Personen aus eigenem Antrieb ihre negative Erfahrungen berichtet. Teilweise geschah dies ausdrücklich anonym, so dass man diese Informationen sicher vorsichtig bewerten sollte. Nach diversen "Gegenproben" habe ich aber bisher kaum Anlass, an den Berichten zu zweifeln; vielmehr muten sie als "Spitze eines Eisberges" an.

So scheint es zum Procedere einiger "Coachs" zu gehören, Einladungen zu unverbindlichen Vorgesprächen, zum Kennenlernen oder zum "Teetrinken" als Vorwand zu nutzen, dem Gesprächspartner dafür am nächsten Tag eine Rechnung in 4stelliger DM-Höhe zuzusenden. Bei Nichtzahlung wird dann fernmündlich gedroht, anschließend 50% der Summe eingefordert und schließlich geklagt. Vor Gericht fällt dem "Gecoachten" natürlich der Beweis schwer, nicht gecoacht worden zu sein, insbesondere wenn das "Teetrinken" - rein zufällig - in den Büroräumen des "Coachs" stattgefunden hat... Nur wenige Menschen haben in solchen Situationen genügend Mut, Zeit und Geld, den Gang durch die folgenden Gerichtsinstanzen anzutreten. Ein Umstand, der kalt berechnend ausgenutzt wird.

Nun erweist es sich für das menschliche Miteinander als recht kompliziert, sich vor jeder Einladung zum Tee schriftlich bestätigen zu lassen, dass es sich dabei um ein unverbindliches und kostenloses Gespräch handelt. Die bessere Alternative ist es, derartige Besuche bei Unbekannten mindestens zu zweit wahrzunehmen und bei Vorgesprächen mit einem Coach eine schriftliche Terminbestätigung samt eindeutiger Klärung der Kostenfrage zu erbitten. Leider zwingen "schwarze Schafe" gerade den seriösen Anbietern damit eine Misstrauenskultur auf, die dem Coaching nicht zuträglich sein dürfte.

Doch zweifelhafte Vorgehensweisen von manchen "Coachs" beginnen schon in der "Akquisition". So kommt es offenbar vor, das "Coachs" vorzugsweise Einsteiger-Seminare besuchen und dabei andere Teilnehmer und insbesondere Teilnehmerinnen für ein "Coaching" werben. Dies halte ich - vorsichtig formuliert - nicht unbedingt für angemessen.

Selbstverständlich ist es normal, dass auch Coachs Seminare besuchen, sich weiterbilden und so Kontakte entstehen können, die in einem Coaching münden. Allerdings hege ich großen Zweifel daran, dass professionelle Coachs Seminare der Art "Rhetorik für Anfänger" oder "Einstieg in die Moderation" besuchen...

Wer also in entsprechenden Seminaren auf einen "Coach" trifft, sollte sich die Frage stellen, mit welcher Intention dieser an dem Seminar teilnimmt. Fortbildung wird es kaum sein - und wenn es so wäre, dürfte sich die Frage nach der Qualifikation dieses "Coachs" mehr als deutlich stellen.

Grundsätzlich halte ich es für ein Qualitätsprädikat, wenn ein Coach nicht "marktschreierisch" um Klienten buhlt und von der "Großartigkeit" der eigenen Dienstleistung zu überzeugen versucht, sondern dem Klienten eine freie Wahl überlässt.

Ein weiteres Merkmal professioneller Coachs ist es, dass sie potenziellen Klienten Zeit lassen, sich für ein Coaching zu entscheiden. Ein Profi wird niemals jemanden zu einer Unterschrift drängen, er lässt mehrere Tage bzw. Wochen Bedenkzeit. Scharlatanen geht es nur um das Geld. Sie drängen zu einer Unterschrift, indem sie z.B. vorheucheln, man müsse sich sofort entscheiden, weil z.B. gerade ein Klient abgesprungen sei und sie nur deswegen überhaupt Zeit hätten.

Echte Profis wissen, dass ein Coaching nur funktionieren kann, wenn der Klient sich engagiert einbringt und veränderungsbereit ist. Profis haben kein Interesse an einem Coaching, das nicht funktionieren kann, wenn der Klient zu einer Unterschrift gedrängt wurde. Sie wissen, dass man sich damit den Ruf ruiniert und sie lehnen lieber ein Coaching ab, als ein Coaching zuviel anzunehmen.

Kurzum: Professionelle Coachs biedern sich nicht an und drängen nicht zu Unterschriften. Vielmehr haben sie die Referenzen und ein Klientel, um Aufträge auszuwählen und sie sind in der Lage, diese Auswahlkriterien zu benennen und ggf. Kollegen zu empfehlen.

Ebenfalls bedenklich ist das Verhalten von Personen, die bei Vermittlungsanfragen stets sich selbst als Coach empfehlen - obwohl man z.B. aufgrund ihrer Position annehmen sollte, dass die Vermittlung von Coachs zu ihren Aufgaben gehört. So kommt es dann schon mal vor, dass von einem potenziellen Klienten tatsächlich erwartet wird, dass er für ein Coaching 400 km zum Coach fährt, obwohl er ausdrücklich einen Coach in der Nähe sucht. Teilweise mag dies verständlich sein, wenn es um ein Spezialthema geht, das nur wenige Coachs beherrschen. Bei Anfragen zu einer allgemeinen Karriereberatung oder Reflexion der Berufsrolle ist dies jedoch nicht nachvollziehbar.

Zum Schluss sei ein Merkmal hervorgehoben, das IMMER auf einen unseriösen Anbieter hinweist: Wenn der "Coach" vorgibt, für jedes Anliegen des Klienten geeignet zu sein und bei jeder Gelegenheit sein "Könnertum" selbstlobend preist. Derartige Allmacht- und Größenphantasien übertreffen nur noch "Coachs", die sich im Besitz einer allgemeingültigen und immer richtigen Wahrheit wähnen. Vor derartigen Personen sei eindringlich gewarnt, denn derartige Symptome sind nicht nur ein Beleg für Inkompetenz...

Weitere Hinweise auf die Verhaltensweisen zweifelhafter Anbieter finden Sie unter

www.coaching-report.de/auswahl_von_coachs/der_falsche_coach.htm

FAZIT: Unseriöse Machenschaften sind im Coaching weiter verbreitet, als den seriösen Anbietern lieb sein sollte. Arglosigkeit und Unwissenheit wird meiner Einschätzung nach zu oft ausgenutzt und hat verheerende Folgen für den Ruf einer ganzen Branche.

EMPFEHLUNG: Wenn Sie einen professionellen Coach suchen, erbitten Sie Referenzen und ggf. eine schriftliche Terminbestätigung für ein Vorgespräch. Fragen Sie einen Coach nach seinen Qualifikationen und fragen Sie sich selbst, ob Kompetenz und Auftreten dieser Person und die Umstände, unter denen Sie sie kennengelernt haben, für oder gegen ein Coaching sprechen. Vergleichen Sie immer mehrere Angebote bzw. Coachs und lassen Sie sich nicht von "wohlklingenden" Titeln, Posten und Organisationen blenden.

Buchtipps zum Thema:

Britt A. Wrede (2000). So finden Sie den richtigen Coach.

Mit professioneller Unterstützung zu beruflichem und privatem Erfolg.

Frankfurt/M.: Campus.

235 S., DM 44,-

ISBN: 3-593-36552-9

Bei Amazon können Sie das Buch direkt über die folgende Adresse bestellen:

www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3593365529/cr

Die Rezension zu dem Buch finden Sie hier:

www.coaching-report.de/coaching-literatur/coaching-literatur_empfehlungen3.htm

2. News zur "Interessengemeinschaft Coaching"

Nicht zuletzt aufgrund der oben skizzierten Schiefelage habe ich mit dem letzten Coaching-Newsletter die Interessengemeinschaft Coaching initiiert. Die Resonanz auf diese Initiative war bisher uneingeschränkt positiv - bekannte und etablierte Experten der Coaching-Branche haben mir ihre Mitarbeit in der IG Coaching bereits zugesichert. Erste Presseberichte in Training-Aktuell und HrGate sind bereits erschienen.

Da es eine Vielzahl von Fragen zu der IG Coaching gegeben hat, möchte ich die Gelegenheit nutzen, nun weitere Informationen zu vermitteln: Angestrebt ist ein flexibles, überregionales Netzwerk, welches einen unbürokratischen Austausch und eine effiziente Umsetzung von Projekten ermöglicht. Mit diesen Projekten soll die IG Coaching generell drei Grundziele verfolgen:

- Förderung von Transparenz und beruflicher Professionalität im Coaching-Markt
- Entwicklung und Evaluation von Qualitätskriterien für Coaching-Maßnahmen
- Unterstützung wissenschaftlicher Forschung und Grundlagenarbeit

Leider müssen alle drei Bereiche momentan als "unterentwickelt" angesehen werden, wenngleich es immerhin teilweise ermutigende Entwicklungen gibt. Oft fehlt Wissenschaftlern die Möglichkeit zur Erhebung empirischer qualitativer und quantitativer Daten, weil es kein überregionales Austauschforum für derartige Anliegen gibt. D.h. die Forscher haben häufig nicht genügend Kontakt zur Praxis, den Praktikern wiederum ist es i.d.R. schon aus Zeitgründen nicht möglich, "nebenbei" wissenschaftlich zu forschen. Coaching braucht aber eine theoretische Fundierung, wenn es als seriöses Beratungskonzept anerkannt werden will.

Und Coaching braucht letztlich unabhängige Forschung, da die Entscheidung, wie Qualität aussehen kann, nicht alleine von dem getroffen werden kann, der dadurch eingeschätzt werden soll. Daher ist neutrale Wissenschaft ein wesentlicher Teil von Seriösität und fundierter Arbeit. Erfreulicherweise habe ich zur Förderung von Forschungsvorhaben bereits mit einigen Universitäten Kontakt aufgenommen und auch hier ein positives Echo erhalten. Die IG Coaching wird daher auch eine "Schnittstelle" zwischen Theorie und Praxis bilden.

Forschungsergebnisse werden dann im Forum der IG Coaching veröffentlicht, diskutiert und hoffentlich weiterentwickelt. Hier hoffe ich auf einen Prozess, bei dem sich schnell die wirklich relevanten Themen herauskristallisieren werden.

Logische Konsequenz aus diesen Ansprüchen ist, dass sich die IG Coaching an "qualitative Protagonisten" im Coaching als Mitglieder wendet. Diese können jederzeit aus der IGC austreten - und würden dies mit Sicherheit machen, wenn sie feststellen, dass es zuviele "Kollegen" zweifelhafter Qualität gibt. Daher will die IG Coaching kein Massenverein werden, sondern eine überschaubare und übersichtlich wachsende Gemeinschaft von Personen, die ein langfristiges und ernsthaftes Interesse am Coaching haben.

Links zum Thema

Training-Aktuell

www.managerseminare.de/msemi/635887/frontend/training_aktuell_detail1.html?urlID=567&selectedKat=34&steuerkat=34

HrGate

www.de.hrgate.com/box_content/index.cfm?action=newsdetail&article_id=12400

IG Coaching

www.ig-coaching.de

Forschungsarbeiten zum Coaching

www.coaching-report.de/forschung_wissenschaft/index.htm

3. Nachtrag zu den Qualitätskriterien im Coaching

Als Anmerkung zu den Ausführungen über Qualitätskriterien im Coaching (s. www.coaching-newsletter.de/archiv.htm) hat mir Herr Heinrich Schrenker (Mail: SchrenkerH@aol.com) von der Schrenker Audit Consulting aus Nürnberg folgende E-Mail gesendet, die ich als Anregung nicht vorenthalten möchte. Möglicherweise interessiert das Thema "Beurteilung der Wirksamkeit der ergriffenen Schulungsmaßnahmen" ISO-zertifizierte Unternehmen bzw. deren Qualitätsmanagementbeauftragte.

"Sehr geehrter Herr Rauen,

Sie orientieren sich an Struktur-, Prozess- und Ergebnisqualität des sozialen Bereichs.

Das von Ihnen beschriebene Vorgehen kommt aber auch all den zahlreichen Firmen sehr entgegen, die nach der Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001 zertifiziert sind.

Wenn diese Unternehmen nach dem update der neuen DIN EN ISO 9001:2000 weiterhin zertifiziert bleiben wollen, müssen sie mehrere Zusatzforderungen erfüllen.

Eine davon ist das Thema "Beurteilung der Wirksamkeit der ergriffenen Maßnahmen" unter dem Punkt 6.2.2 "Fähigkeit, Bewusstsein, Schulung". Dafür sind entsprechende (schriftliche) Nachweise zu erbringen, um die Transparenz der Qualifikation zu gewährleisten. Wie und in welcher Form dies zu geschehen hat, gibt das Regelwerk nicht vor.

In inhaltlicher Anlehnung an Ihren Beitrag sind immer mindestens 3 Möglichkeiten gegeben:

- Die Beurteilung des Klienten
- Die Beurteilung des Coaches
- Die Beurteilung: Was hat es meinem Unternehmen gebracht.

Ich hoffe, daß dieser Beitrag allen "ISO-Geschädigten" eine Anregung zur Umsetzung ist ;-) "

4. Besucherrekord beim Coaching-Report

Im Januar 2002 haben 7.803 Personen den Coaching-Report besucht und insgesamt 27.476 Seiten aufgerufen (146.619 Hits, 891 MB Traffic). Zum Vergleich: Im Januar 2001 waren es 3.160 Besucher, 13.256 Seiten, 41.733 Hits und 129 MB Traffic.

Auch der Coaching-Index - die Coaching-Ausbildungs-Datenbank - konnte im Januar 2002 einen neuen Besucherrekord verzeichnen: Dort waren es 4.127 Besucher und 16.104 Seiten (42.526 Hits 341 MB Traffic). Diese Ergebnisse sind überraschend positiv, da der Coaching-Report als Spezialangebot nur eine vergleichsweise kleine Zielgruppe hat und die Zielgruppe vom Coaching-Index noch kleiner sein dürfte. Daher möchte ich allen danken, die den Coaching-Report weiterempfohlen haben oder sogar einen Link gelegt haben. Auch in Zukunft wird sich der Coaching-Report bemühen, ihrer Empfehlung gerecht werden zu können.

5. Die Top-Twenty im Coaching-Index

Die Coaching-Ausbildungs-Datenbank Coaching-Index verzeichnet inzwischen 120 Anbieter mit 141 Ausbildungsgängen. Hier die 20 Ausbildungsanbieter, die von den Besuchern der letzten 4 Wochen am häufigsten aufgerufen wurden:

Position (Vormonat)	Anbieter	Seitenaufrufe
1 (-)	IOS, Berlin	178
2 (2)	DGFP e.V., München	154
3 (4)	MOC GmbH, Mödling (A)	152
4 (3)	Coaching Akademie GmbH, Hannover	118
5 (5)	Seminare & Konzeptionen, Henstedt-Ulzburg	115
6 (6)	Dr. Astrid Schreyögg, Berlin	112
7 (1)	Jelinek & Partner GmbH, Wien (A)	106
8 (15)	Trigon, St.Pölten (A)	102
9 (7)	Loquenz GmbH, Tübingen	96
10 (11)	GUK, Wiesenttal	82
11 (8)	Cicero GmbH, Hamburg	76
12 (-)	intercoaching ag, Vaduz (LIE)	72
13 (13)	BIF, Berlin	68
14 (10)	Wengel & Hipp, Frankfurt/M.	64
15 (9)	Spectrum KommunikationsTraining, Berlin	58
15 (-)	ARGE für systemisches Coaching..., Wien (A)	58
15 (-)	c-business Unternehmensberatung GmbH, Frankfurt/M.	58
18 (-)	BTS, Mannheim	56
19 (18)	artop-Institut, Berlin	54
20 (-)	GAG e.V., München	53
20 (-)	Niconsultinggroup, Berlin	53

Die Reihenfolge stellt KEINE WERTUNG meinerseits dar, sondern gibt lediglich Auskunft darüber, wie oft welcher Anbieter im Coaching-Index angeklickt wurde.

6. Vorschau auf den nächsten Coaching-Newsletter

Der Coaching-Newsletter des nächsten Monats beschäftigt sich u.a. mit dem Thema "Konflikt-Coaching".

Bitte empfehlen Sie den Coaching-Newsletter weiter.

Verwenden Sie zum BESTELLEN folgende Adresse:

<http://www.coaching-newsletter.de/subscribe.htm>

oder senden Sie eine leere E-Mail an

subscribe@coaching-newsletter.de

Wenn Sie den Coaching-Newsletter ABBESTELLEN wollen, benutzen Sie bitte auf die folgende Adresse:

<http://www.coaching-newsletter.de/unsubscribe.htm>

Mit besten Grüßen

Ihr

Christopher Rauen

Coaching-Report

<http://www.coaching-report.de>

7. Impressum

Verantwortlich im Sinne des Presserechts und des Telemediengesetzes:

Christopher Rauen GmbH

Rosenstraße 21

49424 Goldenstedt

Bundesrepublik Deutschland

Tel: +49 4441 7818

Fax: +49 4441 7830

E-Mail: info@rauen.de

Internet: <http://www.rauen.de>

Vertretungsberechtigter Geschäftsführer: Christopher Rauen

Sitz der Gesellschaft: 49424 Goldenstedt, Bundesrepublik Deutschland

Registergericht: Amtsgericht Oldenburg

Registernummer: HRB 112101

Steuer-Nr.: 2368 06821102698

USt-IdNr.: DE232403504

Inhaltlich Verantwortlicher für journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote gemäß § 55 Abs. 2 RStV: Christopher Rauen (cr) (Anschrift wie oben).

Die Mediadaten des Coaching-Newsletters:
<http://www.coaching-newsletter.de/mediadaten.htm>

Informationen zur Werbung im Coaching-Newsletter:
<http://www.rauen.de/services/werbung.htm>

Allgemeine Geschäftsbedingungen:
<http://www.rauen.de/agb.htm>

Coaching-Newsletter abonnieren:
www.coaching-newsletter.de
Monatlich die neuen Entwicklungen im Coaching
ISSN 1618-7725 (E-Mailausgabe)
ISSN 1618-7733 (Archivausgabe)

Coaching-Magazin
www.coaching-magazin.de
Artikel von und für Coachs

Coaching-Ausbildungs-Übersicht:
www.coaching-index.de
Die Coaching-Ausbildungs-Datenbank für D, A, CH

Coaching-Diskussionen:
www.coaching-board.de
Das schwarze Brett zum Thema Coaching

© Copyright 2002 by Christopher Rauen. Alle Rechte vorbehalten.
Der Coaching-Report, der Coaching-Index und der Coaching-Newsletter sowie alle weiteren Publikationen von Christopher Rauen sind urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung, Verbreitung, Verleih, Vermietung, elektronische Weitergabe und sonstige Nutzung, auch nur auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Genehmigung von Christopher Rauen. Bei vollständiger Quellenangabe sind Zitate gewünscht und gestattet.

Alle Angaben erfolgen nach Kenntnisstand des Autors und Herausgebers und werden nach bestem Wissen erteilt. Eine Beratung oder sonstige Angaben sind in jedem Fall unverbindlich und ohne Gewähr, eine Haftung wird ausgeschlossen.
Verwendete Bezeichnungen und Markennamen unterliegen im Allgemeinen einem warenzeichen-, marken- oder patentrechtlichem Schutz der jeweiligen Besitzer.

Diesen Coaching-Newsletter können Sie auch online unter folgender Adresse abrufen und als Word-, PDF- und Text-Dokument downloaden:
http://www.coaching-newsletter.de/archiv/2002_02.htm

Das Archiv mit den bisherigen Coaching-Newslettern finden Sie hier:
<http://www.coaching-newsletter.de/archiv.htm>