



Karrierecoach - so findet man einen guten

Das Angebot ist groß: In Deutschland gibt es mindestens 8000 Coaches, die ihre Unterstützung bei Fragen und Problemen im Job anbieten. So findet man einen guten Karrierecoach.

Von *Andrea Pawlik*

"Es gibt nicht den guten Coach", sagt Christopher Rauen, Diplom-Psychologe und Inhaber von Rauen Coaching. "Es gibt nur den guten Coach für mich." Das sei ein bisschen wie mit Ärzten. "Man muss genau differenzieren, was man braucht." Um also herauszufinden, welcher Coach zu einem selbst passt, rät Rauen dazu, Fakten zu sammeln – "mindestens drei Angebote" – und sie gut zu vergleichen.

Wer Erfolg garantiert ist garantiert unseriös

Einfachen Lösungen dürfe man nicht trauen, warnt der Vorstandsvorsitzende des Deutschen Bundesverbands Coaching (DBVC). "Scharlatane versprechen einem das Blaue vom Himmel herunter." Aber kein Coach könne seinem Klienten Erfolg garantieren.

Vivi Dimitriadou, Business Coach und Vorstandsvorsitzende des Deutschen Verbands für Coaching und Training (dvct), rät, Empfehlungen aus dem eigenen Umfeld zu sammeln, um dem richtigen Coach auf die Spur zu kommen. Auch eine Verbandsmitgliedschaft könne Orientierung bieten, sagt sie. Viele Coaching-Verbände listen ihre Mitglieder auf ihren Internetseiten auf. Sie erfüllen dann die Qualitätskriterien des jeweiligen Verbands. Über solche Datenbanken können Interessierte meist nach Region, Thema oder Zielgruppe einen passenden Coach für sich suchen.

Auf Ausbildung achten

Christopher Rauen rät, darauf zu achten, ob der Coach ein abgeschlossenes Studium oder eine abgeschlossene Berufsausbildung und eine Coaching-Ausbildung vorweisen kann. "Eine fundierte Ausbildung sollte schon über mehrere Monate gehen", sagt Dimitriadou. "So hat man die Möglichkeit, zwischen den Seminareinheiten, das Erlernte in der Praxis auszuprobieren und seine praktischen Erfahrungen dann wiederum im Seminar zu diskutieren."

Bei der Auswahl helfen könnten auch Zertifikate seriöser Berufsverbände, sagt Bernhard Juchniewicz, Präsident der European Coaching Association (ECA). Die ECA beispielsweise lizenziere ihre Mitglieder in drei Stufen. Dafür müssten die Coaches unter anderem umfangreiche Unterlagen einreichen. Vor blindem Vertrauen in Zertifikate rät Christopher Rauen indes ab. "Man kann sich sogar selbst zertifizieren, das ist extrem undurchsichtig", warnt er. Am besten, der Interessent schaut sich genau an, wer das Zertifikat ausgestellt hat und welche Kriterien die Coaches dafür erfüllen mussten.

Vorgespräch muss kostenlos sein

Zur groben Sondierung kann man Informationen über die Coaches erst einmal per E-Mail einholen. "Wenn jemand nach Informationen fragt, schicke ich sie ihm zusammen mit meiner Vita", sagt Bernhard Juchniewicz. Der Klient solle offen und ehrlich sein, also könne er das auch von seinem potenziellen Coach erwarten.

Vor einer Entscheidung für oder wider den einen oder anderen Coach empfiehlt Christopher Rauen ein persönliches Treffen. Dieses Vorgespräch müsse kostenlos sein. Rauen rät dazu, sich schriftlich bestätigen zu lassen, dass dem so sein werde. "Wer seriös arbeitet, kommt dieser Bitte auch nach. Dem tut es ja nicht weh." Andere Anbieter könne der Interessent so gleich aussortieren.

Auf Vertrauen bauen

Neben Fachkompetenz, einer systemischen Sichtweise und Professionalität des Coaches sollte der angehende "Coachee" (der Kunde) prüfen, ob er das Gefühl hat, Vertrauen zum Coach aufbauen zu können, und ob ihm die Kommunikation auf Augenhöhe möglich erscheint, betont Bernhard Juchniewicz. "Auch Sympathie darf durchaus eine Rolle spielen." Good vibrations nennt es der ECA-Präsident, der selbst in der Ausbildung von Coaches tätig ist.

"Ein Coach braucht interdisziplinäre Erfahrung", sagt Christopher Rauen: Psychologische, soziale, betriebliche Kompetenz gehöre dazu, Unternehmens- und auch Lebenserfahrung. Ältere seien in der Tendenz die besseren Coaches, sagt er. "Aber es gibt Ausnahmen, auch 25jährige können schon die relevanten Erfahrungen haben." Besonders glaubwürdig seien junge Coaches zum Beispiel in der Arbeit mit jungen Führungskräften. "Ein 50jähriger hat doch eine ganz andere Lebenswirklichkeit."

Coach ist kein geschützter Beruf

Business-Coach Vivi Dimitriadou rät, darauf zu achten, ob man tatsächlich einen Coach vor sich hat. Da der Begriff nicht geschützt sei, würden sich auch Anbieter ohne fundierte Ausbildung so nennen. Um die Spreu vom Weizen zu trennen, solle man den Betreffenden zum Beispiel fragen, mit welchen Methoden er als Coach arbeite und wie er seinen Coachingprozess strukturiert. "Darauf sollte er eine Antwort geben können", betont Dimitriadou.

Die Idee des Coachings sei es, dass im Grunde jeder selbst wisse, welche die beste Lösung für ihn sei. "Der Coach unterstützt den Klienten als externer Sparringspartner dann darin, sein Ziel zu definieren und neue Perspektiven einzunehmen, um eine eigene Lösung zu finden", erklärt Vivi Dimitriadou. Wenn der vermeintliche Coach aber viel eher ein Berater ist, gibt er stattdessen Ratschläge und Handlungsempfehlungen.

150 Euro pro Stunde sind Durchschnitt

Was Coaching kostet, ist unterschiedlich, sagt Dimitriadou. "Im Durchschnitt sind es 150 Euro pro Stunde." Business-Coaching rangiere meist ein bisschen darüber, Life-Coaching darunter. Wie lange das Coaching dauert, hänge stark von der individuellen Frage ab. "Man geht meist von sechs bis zehn Stunden aus."

Doch nicht der teuerste Coach sei der beste, unterstreicht Christopher Rauen. Ihm sei ein Fall bekannt, in dem ein Anbieter 3000 Euro für vier Stunden veranschlagt habe. "Und dieses Coaching ist total daneben gegangen."

Deutsche Gesellschaft für Karriereberatung

www.dgfk.org

Deutscher Bundesverband Coaching e.V. (DBVC)

www.dbvc.de

Deutscher Verband für Coaching und Training e.V. (dvct)

www.dvct.de

European Coaching Association e.V. (ECA)

www.european-coaching-association.de

Rauen Datenbank

www.coach-datenbank.de

(Bild: Ioannis Pantzi)