

# Sparringspartner gesucht



**Bei Unternehmensgründung und -aufbau gibt es immer wieder Phasen, in denen man in einer Sackgasse steckt. Wer keinen Ausweg findet, kann sich einen Coach suchen, der Impulse gibt, wie es weitergehen soll. Lesen Sie, was ein professionelles Coaching leisten kann und wie Sie den richtigen Coach finden.**

Autorin: Sabine Olschner

**M**anchmal haben (angehende) Unternehmer Probleme, für die sie aus eigener Kraft keine Lösung finden: Sie suchen den richtigen Einstieg in ein Geschäftsfeld, zweifeln an ihrer Idee oder gar ihrer Persönlichkeit, sie sind überfordert oder haben eine Denkblockade ... Wer merkt, dass er feststeckt oder einfach mal Anregungen und Sichtweisen einer neutralen Person benötigt, tut gut daran, professionelle Hilfe ins Boot zu holen: Ein Coach ist für viele Fragen der ideale Sparringspartner.

Während Anwälte, Steuer- und Unternehmensberater viele Tipps und Ratschläge für die „harten Faktoren“ eines Unternehmens geben können, sind die Aufgaben eines Coaches anders gelagert: „Für den Existenzgründer oder den Unternehmer ist es wichtig, dass neben den harten auch die weichen Faktoren,

die sogenannten Soft Skills, stimmen“, so Longa Dressler, die mit ihrer Firma Coaching 24/7 zahlreiche Selbständige in den verschiedensten Phasen ihres Unternehmensaufbaus betreut. „So sollte ein Unternehmensgründer sich zum Beispiel fragen, ob er genügend Risikobereitschaft und Flexibilität mitbringt.“

Auch Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten sind ein Muss für jeden Unternehmer ebenso wie Akquisetalent und Offenheit. Beschäftigt man erst einmal Mitarbeiter, sind sogleich auch Führungsqualitäten gefragt. Aufgabe eines Coaches ist es, gemeinsam mit seinem Klienten dessen Stärken und Schwächen herauszuarbeiten und zu überlegen, wie diese dem Unternehmer helfen können.

Manche Kunden kämen mit ganz allgemeinen Fragen zur Unternehmensgründung auf sie zu, sagt Longa

Dressler, andere wiederum mit konkreten Problemen. „So habe ich zum Beispiel vor kurzem mit einem jungen Mann geübt, wie er sich bei den Finanzgesprächen mit seiner Bank am besten verhält“, erzählt die Coaching-Expertin. „So überzeugt er von seiner Geschäftsidee war: Vor den Gesprächen mit seiner Bank graute es ihm.“

Ein anderer Klient kam mit einer festen Idee zur Gründung eines Unternehmens zu ihr. „Ich habe mir seine Pläne angehört und sie kritisch hinterfragt. Daraus entwickelte er neue Gedanken und Fragestellungen, auf die er selbst bisher nicht gekommen war.“ Ob er seine Geschäftsidee nun umsetzen will oder nicht, müsse er ganz allein entscheiden – die Verantwortung liege beim Klienten selbst. „Ein gutes Coaching bietet – im Gegensatz zu einer Unternehmensberatung – eher Hilfe zur Selbsthilfe“, so Longa Dressler. Durch Reflexion und kritisches Hinterfragen wolle sie stets das Beste aus den Menschen herausholen, so die Coaching-Expertin aus Meschede, „und zwar ohne dass sie sich in ihrer Persönlichkeit verbiegen müssen“.

### Zusammenarbeit auf Augenhöhe

„Coaching ist keine Therapie und keine Heilbehandlung“, betont auch Bernhard Juchniewicz, Geschäftsführer der European Coaching Association (ECA), einem Berufsverband professioneller Coaches. „Vielmehr soll ein Coach den Klienten bei der Erreichung seiner beruflichen Ziele auf Augenhöhe begleiten.“ Der Coach als neutraler Berater wirke durch seine Perspektive von außen der Betriebsblindheit entgegen, so Juchniewicz. Er gebe Feedback und fördere die Selbstwahrnehmung des Gründers. „Der Klient bestimmt selbst, wo es hingehet und auf welchem Weg er sein Problem löst.“

Auf dem besten Weg, ihr Problem in den Griff zu bekommen, ist auch Katharina Thölken. Die 49-Jährige gründete im Juni 2006 den Hörbuch-

verlag Atemwort samt Tonstudio. Ihre Idee: Literarische Hörbücher mit Kurzgeschichten und Gedichten zu produzieren und sie an Geschäftsleute zu verkaufen, deren Kunden mehr oder weniger lange (Warte-) Zeiten überbrücken müssen, sei es beim Friseur, im Flugzeug oder im Café. „Am Anfang habe ich mich mit viel Euphorie an meine neue Aufgabe begeben und sehr viel gearbeitet“, berichtet Katharina Thölken. „Aber bald zeigte sich: Erste Aufträge ließen auf sich warten, das Einkommen blieb aus.“ Das Gefühl, es nicht zu schaffen, machte sich immer breiter – bis die Existenzgründerin sich entschloss, einen Coach zu Rate zu ziehen.

„Der erste Coach, den ich aufsuchte, gefiel mir gar nicht“, erinnert sich die ehemalige Redaktionsleiterin einer Agentur. „Ich hatte das Gefühl, dass sie mir nur Ratschläge gab, die ich sowieso schon ausprobiert hatte, und mir keinerlei neue Impulse geben konnte.“ Erst beim zweiten Versuch landete Katharina Thölken den Volltreffer. „Schon nach dem ersten Gespräch war klar, dass die Chemie zwischen uns stimmte“, erzählt sie erfreut. „Zweieinhalb Stunden lang haben wir uns intensiv unterhalten



**Coachfrau Longa Dressler:**  
„Jeder Gründer sollte sich fragen, ob er genügend Risikobereitschaft und Flexibilität mitbringt“

### Hier hilft der Coach

Themen, bei denen ein Coach unterstützen kann

- Entwicklung der Kernkompetenzen eines Gründers
- Abgleich von Selbstbild und Fremdbild
- Zielfindung und -erneuerung
- Selbst- und Beziehungsmanagement
- Zeit- und Terminmanagement
- Umgang mit Geld und Honorarforderungen
- Angst vor Akquise und Marketing
- Angst vor Entscheidungen
- Entwicklung von Visionen
- Lösung von Konflikten oder von Krisen
- Erlernen von Führungstechniken
- Team-Entwicklung
- Umgang mit persönlichen Krisen
- Stress, Workaholic- und Burnout-Probleme
- Work-Life-Balance

und festgelegt, was die Ziele des Coachings sein sollen.“ In den folgenden Sitzungen hat der erfahrene Coach verschiedene Module mit ihr bearbeitet: Zum einen bot er fundiertes Business-Know-how, zum anderen viel Motivation, „denn ich war aufgrund des ausbleibendes Erfolges meines Business regelrecht gelähmt“, so Katharina Thölken.

Gemeinsam haben sie im Laufe der Sitzungen Alternativen entwickelt, mit denen die Gründerin sich erst einmal finanziell über Wasser halten kann, bevor sich der Hörbuchverlag tatsächlich rechnet. Mittlerweile hat sie sich ein zweites Standbein als Texterin aufgebaut. „Es war für mich eine große Erleichterung und ein regelrechter Energieschub, jemanden zu haben, der mich in dieser schwierigen Phase begleitet und mit mir zusammen Lösungen erarbeitet“, so die selbständige Unternehmerin. Vier der sieben Sitzungen, die der Existenzgründerin von der Arbeitsagentur finanziert werden, hat sie bereits hinter sich. „Aber ich habe schon



**Katharina Thölken fand ihren Coach im zweiten Anlauf: „Zweieinhalb Stunden lang haben wir uns intensiv unterhalten und festgelegt, was die Ziele des Coachings sein sollen“**

daher auch auf Empfehlungen von Freunden, Bekannten, Geschäftspartnern oder Unternehmer-Kollegen zurück. Über seinen Ruf hinaus sollte ein professioneller Berater aber auch einige handfeste Qualitätsmerkmale vorweisen können. Denn da der „Coach“ keine offizielle Berufsbezeichnung ist, tummeln sich auch viele schwarze Schafe auf dem Markt: Personen, die allein aufgrund früherer Angestelltentätigkeit meinen, anderen für viel Geld gute Ratschläge geben zu können.

Ein guter Coach sollte aber mehr bieten als Berufserfahrung im Personal oder Management. Um die Suche nach dem richtigen Anbieter zu erleichtern, hat die European Coaching Association ein Berufsbild erarbeitet, das für mehr Qualität auf

dem Markt sorgen soll. Bernhard Juchniewicz von der ECA erklärt, worauf man bei der Wahl eines Coaches achten sollte: „Er sollte eine professionelle Coaching-Ausbildung und/oder ein Studium zum Beispiel in Pädagogik, Psychologie, Soziologie oder Medizin absolviert haben“, so der Geschäftsführer. „Seine Beratungskompetenz sollte er durch mehrjährige Berufserfahrung als Coach unter Beweis gestellt haben. Ein positives Menschenbild und Humor sind zudem unabdingbar für die Zusammenarbeit mit seinen Klienten.“ Darüber hinaus sollte man sich Referenzen über erfolgreich abgeschlossene Coachings, Fortbildungszertifikate und den Nachweis über eine Verbandsmitgliedschaft zeigen lassen. Auch die Räumlichkeiten, in denen der Coach arbeitet, sagen bereits viel über seine Professionalität aus. Nicht zuletzt empfiehlt Juchniewicz, sich vom Coach eine schriftliche Erklärung geben zu lassen, dass dieser kein Anhänger der Scientology-Sekte ist. „Leider tummeln sich einige Scientologen unter dem Deckmantel eines Coaches“, bedauert der Verbandspräsident.

jetzt das gute Gefühl, dass ich es nach Ende der Sitzungen auch allein schaffen werde.“

### Mehr Qualität auf dem Coaching-Markt

Dass die Chemie zwischen Gecoachtem – auch Coachee genannt – und Berater stimmen muss, ist die Grundvoraussetzung für eine gute Zusammenarbeit. Gern greift man

## Zuschüsse für Coaching-Sitzungen



Wer am Beginn seiner Existenzgründung steht und einen Gründungszuschuss bekommt, hat die Möglichkeit, über die Bundesagentur für Arbeit eine finanzielle Förderung für Coaching-Sitzungen zu erhalten. Der Beratungszuschuss im Rahmen des ESF-BA-Programms (gefördert aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds, umgesetzt von der Bundesagentur für Arbeit) kann im ersten Jahr der Selbständigkeit beantragt werden – einen Rechtsanspruch haben Gründer allerdings nicht. Informationen geben die örtlichen Arbeitsagenturen.

Das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) fördert eine Existenzgründungsberatung durch selbständige Berater oder Beratungsunternehmen. Bis zu 50 Prozent der Beratungskosten, maximal 1500 Euro, werden erstattet. Infos unter Tel. 06196/908-0 oder im Internet unter [www.bafa.bund.de](http://www.bafa.bund.de)

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie stellt auf seinen Internetseiten ([www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)) eine Förderdatenbank zur Verfügung. Unter den Suchworten „Coaching“ oder „Beratung“ finden sich zahlreiche

bundes- und landesweite Förderprogramme. Das „Beratungsprogramm Wirtschaft“ des Landes Nordrhein-Westfalen bietet Förderungen für verschiedene Zielgruppen:

- eine Gründungsberatung für Gründungswillige
- eine Festigungsberatung für Freiberufler, kleine und mittlere Unternehmen in den ersten fünf Jahren nach Gründung
- eine Potenzialberatung für Unternehmen ab dem sechsten Jahr ihres Bestehens
- Arbeitszeitberatung für kleine und mittlere Unternehmen, unabhängig von der Dauer des Bestehens
- Intensivberatung für Unternehmen ab drei Jahren, die in eine existenzbedrohende Krise geraten sind

Detaillierte Infos zum „Beratungsprogramm Wirtschaft“ gibt es zum Beispiel auf den Seiten von [www.go.nrw.de](http://www.go.nrw.de). Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern offerieren Unternehmensgründern häufig verbilligte Coachings und Beratungen. Die Angebote variieren je nach Bundesland.



## Keine Billiganbieter wählen

Qualität hat natürlich auch ihren Preis. Nach einem ersten kurzen Vorgespräch, das häufig kostenlos ist, schlägt eine Coaching-Sitzung je nach Professionalisierungsgrad mit rund 100 Euro pro Stunde zu Buche. Hat der Coach langjährige Erfahrung und zahlreiche Zusatzqualifikationen, kann das Honorar auch mehr als doppelt so hoch ausfallen. Unter 60 Euro pro Stunde sollte man kein Angebot annehmen, denn „Billig“-Coaches sind selten ihr Geld wert. Wie viele Sitzungen man in Anspruch nimmt, hängt von dem Ziel ab, das man erreichen will: Manchmal reichen zwei, drei Treffen, um eine Denkblockade aufzulösen, bei größeren Problemen dauert es mitunter länger, wobei wöchentliche Sitzungen in diesem Fall am sinnvollsten sind. Alles in allem summiert sich ein Coaching also häufig auf mehrere hundert bis tausend Euro. „Beim Blick aufs Honorar sollte man sich aber auch die Frage stellen: Was kostet es mich als Unternehmer, wenn ich meine Ziele NICHT realisieren kann?“, gibt Bernhard Juchniewicz zu bedenken.

Finanzielle Unterstützung bieten verschiedene Förderprogramme von Bund, Ländern und anderen Institutionen (siehe auch nebenstehenden Kasten). Vor allem Existenzgründern am Anfang ihrer Selbstständigkeit soll der Start dadurch erleichtert werden. Aber auch erfahrene Unternehmer finden eine ganze Reihe von Fördermöglichkeiten für Coaching-Sitzungen. Denn mit einer Starthilfe ist es ja oft nicht getan. Bei der weiteren Entwicklung des Unternehmens tauchen häufig neue Probleme auf, mit denen man vorher nicht gerechnet hätte. Sei es eine Umorientierung des Geschäfts, Überforderung durch zu viel Arbeit oder die neue Rolle als Chef: Ein Coach kann auch langjährigen Unternehmern Hilfe zur Selbsthilfe geben. Katharina Thölken ist sich auf jeden Fall sicher: „Sollte ich wieder einmal in ein tiefes Loch fallen, würde ich meinen Coach erneut in Anspruch nehmen.“

## Wo finde ich den richtigen Coach?

Empfehlungen von Freunden, Bekannten oder Geschäftspartnern sind oft hilfreich bei der Suche nach einem Coach. Häufig präsentieren sich Berater auch auf Business-Veranstaltungen von Berufsverbänden und anderen Netzwerken. Kam die Person bei ihrem Auftritt positiv an, sollte man anschließend um ein persönliches Gespräch bitten.

Kennt niemand aus dem Umfeld einen Coach und bestehen auch sonst keine Kontakte, kann man auch über eine Datenbanksuche fündig werden. Je nach Umfang der Datenbank lassen sich An-

bieter nach verschiedenen Kriterien auswählen: zum Beispiel nach Einsatzort, Profil, Erfahrung, Schwerpunkten, Honorar etc. Ausschlaggebend sollte jedoch letztlich sein, ob die „Chemie“ zwischen dem Klienten und dem Coach stimmt. Das Vorgespräch spielt daher eine wichtige Rolle. Eine Datenbankauswahl:

[www.coaching-informationen.de](http://www.coaching-informationen.de)

[www.coach-datenbank.de](http://www.coach-datenbank.de)

[www.coach-profile.de](http://www.coach-profile.de)

[www.trainer.de](http://www.trainer.de)

[www.coachguide24.de](http://www.coachguide24.de)

[www.dbvc.de](http://www.dbvc.de)

[www.eca-coachfinder.de](http://www.eca-coachfinder.de)

## Zum Weiterlesen

- **Britt A. Wrede**, So finden Sie den richtigen Coach, ISBN 3593365529, Campus Sachbuch, 5,00 Euro
- **Maren Fischer-Epe, Friedmann Schulz von Thun**, Coaching: Miteinander Ziele erreichen, ISBN 3499619547, Rowohlt Tb., 8,90 Euro
- **Maren Fischer-Epe, Claus Epe**, Stark im Beruf – erfolgreich im Leben. Persönliche Entwicklung und Selbstcoaching, ISBN 3499616955, Rowohlt Tb., 8,90 Euro
- **Christopher Rauen**, Handbuch Coaching. Innovatives Management, ISBN 3801718735, Hogrefe-Verlag, 49,95 Euro
- **Uwe Böning**, Brigitte Fritschle, Coaching fürs Business, ISBN 3936075271, Managerseminare Verlag, 49,90 Euro

