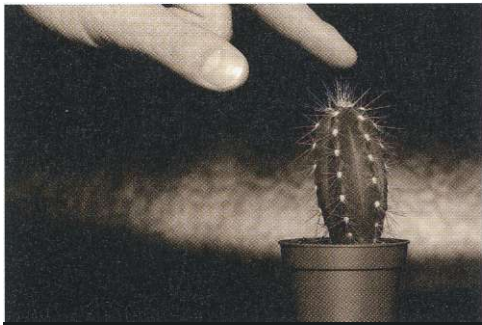


TRAININGSSPITZEN

Coachingmarkt im Kreuzfeuer



Vorsicht: spitz! In Training aktuell betrachten Experten ihre Branche – und nehmen dabei kein Blatt vor den Mund.

Foto: chriskuddl, ZWEISAM / photocase.com

Der Coachingmarkt wird platzen wie eine Börsenblase, ist Bernhard Kuntz überzeugt. Seine Meinung begründet er mit provokanten Thesen. Anderer Meinung ist Cornelia Topf, Sie hat Kuntz' Thesen kommentiert.

1. Coaching ist keine Profession.

Kuntz: Eine Coachingsausbildung ist in der Regel nur eine Zusatzausbildung, die das berufliche Profil zum Beispiel eines Trainers oder Beraters abrundet.

Topf: Wenn man Coach aus Leidenschaft ist, dann ist Coaching sehr wohl eine Profession, nämlich in der ursprünglichen Bedeutung des lateinischen Wortes: Berufung, Leidenschaft. Das allein freilich sagt nichts über die Qualität und Qualifikation des Coachs aus. Glücklicherweise, wenn er nicht nur, sondern wenigstens eine Zusatzausbildung hat und nicht einfach ganz ohne dahin werkelt – was übrigens auch nicht automatisch mit schlechter Qualität der Arbeit gleichgesetzt werden muss.

2. Der Begriff Coaching hat sich zu einer Leerformel entwickelt.

Kuntz: Unter diesem „Label“ werden aus Marketinggründen von unterschiedlichen Anbietern unterschiedliche Leis-

tungen angeboten, und den Kunden ist gar nicht mehr klar, was sich dahinter verbirgt.

Topf: Das ist wie bei vielen anderen Leistungen und Produkten auch. Käse: Kuh, Ziege, Schaf, hart, streichfähig, mild, scharf, Schimmel oder gar analog? Ich gebe zu, der Vergleich hinkt, es steht meistens auf der Packung, was an Zutaten drin ist, auf dem Coach ist kein Etikett. Aber auch beim Käse muss ich mich bemühen, die Zutatenliste zu studieren und zu verstehen. Umso mehr werde ich den Coach nach seinen Ingredienzien befragen müssen.

3. Der Coachingmarkt ist nicht so groß, wie Medien und die Anbieter von Coachingsausbildungen suggerieren.

Kuntz: Er ist zumindest nicht groß genug, um alle Selbstständigen zu ernähren, deren Visitenkarte die Berufsbezeichnung „Coach“ ziert.

Topf: Das mag auf die aktuelle Situation zutreffen. Klein denken heißt aber auch klein bleiben. Klein hat man übrigens vom PC-Markt vor 25 Jahren auch gedacht. Die grundsätzliche Bedeutung von Produkten, Dienstleistungen und Märkten lässt sich aber nicht daran ablesen, wie viele Menschen sie aktuell ernähren, sondern wohin sie sich entwickeln oder entwickelt werden. Da sehe ich für Coaching bessere Chancen und mehr Bedarf als für immer mehr derselben Trainings oder immer exotischere Trainingsangebote.

4. Die meisten sogenannten Coachings, die von Unternehmen bezahlt werden, sind faktisch (individuelle) Trainings-on-the-job.

Kuntz: Sie dienen primär dazu, die Coachees dazu zu qualifizieren, aus Firmensicht ihre Jobs (noch) besser wahrzunehmen.

Topf: Wenn es denn so ist, ist das beileibe nichts Böses. Mein Coaching-Verständnis ist in der Tat auch ein anderes, als systemischer Coach bin ich Katalysator, Lotse und Spiegel, der – ganz

LINKTIPP

- » *Bernhard Kuntz hat insgesamt zwölf Thesen zum Coachingmarkt aufgestellt.*
- » *Cornelia Topfs Replik geht auf alle zwölf Thesen ein, nachzulesen unter www.untnehmer.de/2-provokante-thesen-zum-thema-coaching-2-115952*

neutral - den Coachee idealerweise zu seiner eigenen Lösung führt. Dabei komme ich um gelegentliche Ratschläge (pfui!) und Trainingselemente nicht nur nicht herum, manchmal wäre es schlicht ein Fehler, dem Coachee dies vorzuenthalten. Wichtig sind Transparenz und Erfolg. Das Label ist nachrangig.

5. Viele Newcomer im Markt machen sich recht blauäugig als Coach selbstständig - zum Beispiel, weil ihnen eine berufliche Alternative fehlt.

Kuntz: Bei einer nüchternen Analyse ihrer Marktchancen müsste man ihnen vielfach von einer Existenzgründung als Coach abraten - sei es aufgrund mangelnder fachlicher Kompetenz oder aufgrund des fehlenden Bisses, sich als Unternehmer in dem hart umkämpften Coachingmarkt zu behaupten.

Topf: Richtig. Es ist falsch, sich blauäugig ohne fundierte fachliche Qualifikation und ohne genaue Analyse und Kenntnis des Marktes selbstständig zu machen. Das führt z.B. bei Friseursalons zu Stundenlöhnen der dort Beschäftigten von unter sechs Euro

oder beim x-ten (vom Einzelunternehmer geführten) Billig-Modeladen zum Konkurs nach spätestens sechs Monaten.

6. Vielen Coachs fehlt es an Fach-Know-how und/oder Feld-/Branchenerfahrung.

Kuntz: Die aktuelle Diskussion in der Coachingszene, unter anderem über das Thema Komplementärberatung, ist das stillschweigende Eingeständnis, dass dieses Know-how und diese Erfahrung manchem Coach fehlt.

Topf: Die kann ihm nützen, aber auch schaden. Mangelnde Feldkompetenz kann die beste Voraussetzung für einen unverstellten Blick und kreative Lösungsfindung sein. Wunderbar, wenn ich die Auswahl habe

und mich zwischen einem Coach mit mehr und einem mit weniger Feld-/Branchenerfahrung entscheiden kann.

7. Die meisten „Nur-Coachs“ werden kein langes Leben haben.

Kuntz: Mindestens die Hälfte der Personen, die aktuell unter der Berufsbezeichnung Coach ihre Leistungen anbieten, werden in vier, fünf Jahren entweder wieder vom Markt verschwunden sein oder unter einer anderen Berufsbezeichnung ihre Dienste anbieten.

Topf: Ob die durchschnittliche Lebenserwartung eines Coachs kürzer ist als die der Durchschnittsbevölkerung, wage ich zu bezweifeln, so stressig ist die Profession nun auch wieder nicht. Natürlich wird es Veränderungen im Markt geben. Ob sich die Anzahl der sogenannten Coachs tatsächlich halbiert, sei dahingestellt. Die Marktbereinigung mag auch zu Zusammenschlüssen, ähnlich wie bei Gemeinschaftspraxen oder Anwaltskanzleien, führen. Oder das Führen des Titels „Coach“ wird an eine akademische Ausbildung gebunden. Masterstudiengänge zum Coach gibt es ja bereits.

Bernhard Kuntz,
Cornelia Topf •



Die Autoren: Cornelia Topf ist internationale Managementtrainerin, Autorin und zertifizierter Business-Coach. Zu den Schwerpunkten der promovierten Wirtschaftswissenschaftlerin gehören Erfolgsrhetorik und Körpersprache. Kontakt: www.metatalk-training.de



Bernhard Kuntz ist Marketingberater für Trainer, Berater und Coachs sowie Geschäftsführer der PRofilBerater GmbH in Darmstadt. Kontakt: www.die-profilberater.de