

# Speakers Corner: Was halten Sie eigentlich davon, dass ...

... derzeit so viel über Zertifizierungen und Standards im Coaching geredet wird?

■ Nichts. Das ganze Gerede ist mir einfach zu aufgeregt. Coaching boomt, jeder will daran teilhaben, und das gilt natürlich auch für die Zertifizierungszirkel, deren Zahl immer rascher wächst. Meiner Meinung nach wird aber einer in dem allgemeinen Coaching-Hype übersehen: Ich rede vom Kunden. Vielleicht hilft es, das Marktgeschehen einmal aus dessen Augen zu betrachten. Was sucht der Coaching-Nachfrager? Und was braucht er wirklich, um sich auf einen für ihn nützlichen Coaching-Prozess einzulassen?

Ich meine: Er braucht keine Qualitäts-Zertifikate, mit denen Coaches für sich werben. Vielmehr braucht und sucht er einen Coach mit passender Persönlichkeit. Und Persönlichkeit ist ein Ausdruck von Individualität. Den Versuch ihrer Kategorisierung hat auch die universitäre Psychologie weitgehend eingestellt. Ob die „Chemie“ passt oder nicht, können nur Coach und Coachee im Gespräch feststellen. Eine Vorauswahl nach Alter, schichtspezifischem Habitus oder

Bildungshintergrund wird meist durch einen Blick auf eine aussagefähige Selbstdarstellung des Coaches möglich. Wer diese zertifizieren will, zweifelt implizit an der Urteilsfähigkeit des Coachees. Zudem sucht der Kunde einen Coach, dem er vertrauen kann. Auch Vertrauen ist weder vermittelbar noch zertifizierbar. Keine Institution kann das Wachsen von Vertrauen zwischen zwei Menschen wesentlich beschleunigen – dieses ist allein Sache von Coach und Coachee.

Was außerdem wichtig ist für den Coaching-Kunden, ist die spezifische Kompetenz des Coaches. Das Spezifische an der benötigten Kompetenz bestimmt sich durch die Situation des Coachees, die ihm den Gedanken, externe Hilfe nachzufragen, in den Sinn kommen lässt: Die Kompetenz, die für die Bearbeitung von Delegationsproblemen notwendig ist, hat z.B. wenig mit jener zu tun, die dem Coachee helfen kann, seine Selbstorganisation oder seinen Auftritt zu verbessern. Reiht man noch Themenfelder wie Gesundheitscoaching oder IT-Coaching

auf, so liegt die Gemeinsamkeit der hierfür erforderlichen Kompetenzen lediglich in einem für den Coachee hilfreichen Gesprächsverhalten. Wer will bitte hierfür die Zertifikate erteilen? Sinnvollerweise könnte es nur eine Vielzahl von Qualifikationen und Zertifizierungen für die genannte Vielzahl an spezifischen Coachingsituationen geben – oder aber einen Generalstempel „Als Coach geeignet“. Der Nutzwert für den Klienten wäre in beiden Fällen äußerst mager.

Letzter wichtiger Punkt für den Coachee ist die Diskretion des Coaches. Das Interesse des Coachees ist es, in der Stille und auf diskrete Weise mit dem Coach zu einer Problemlösung zu finden. Die häufig von Eitelkeit und Positionskämpfen geprägte öffentliche Methodendiskussion spricht per se jedoch nicht gerade für Ruhe und Zurückhaltung. Ich bezweifle, ob diese Diskussion nötig ist. Was führt eher zu einer Methodenakzeptanz? Ist es die Summe individueller Einzelerfolge? Oder ist es das öffentlichkeits-



**Dr. Dirk Getschmann** arbeitet seit 1996 als selbstständiger Coach und Trainer mit Sitz in Hamburg. Die thematischen Schwerpunkte des ehemaligen Personalentwicklers liegen in den Bereichen Führung und Kommunikation. Verhaltensgesteuerte Planspiele und philosophische Fragestellungen gehören zu seinen Lieblingstools. Als Coach ist er Mitglied im ECQ-Kompetenzzentrum, München. Kontakt: [www.ainos.org](http://www.ainos.org)

intensive Claimabstecken über gute und schlechte Coaches, über notwendige oder hinfallige Coachingmethoden und -ansätze, über gelungene oder suboptimale Beispielprozesse? All diese Aufgeregtheit hilft dem Coachee, der in der Stille seine Fortschritte machen möchte, nicht weiter – vielleicht wirft sie das Coaching als Entwicklungsmethode in der firmeninternen Diskussion sogar zurück.

Denken wir an die ISO-Zertifizierungswelle: Fraglos hat das eine oder andere Unternehmen auf diese Weise eine höhere Transparenz der internen Prozesse gewonnen. Dagegen stehen Berge von zusätzlichem Papier und ein von der Bürokratie verschlungener Elan, der besser in intensiveres Bemühen um den Kunden investiert worden wäre. Zwar mag es bei geschicktem Marketingwinken mit dem Zertifizierungsstempel den einen oder anderen Extraauftrag gegeben haben. Aber im Wesentlichen ist die Welle versandet. Hauptgewinner waren fraglos jene, die die Zertifikate vergeben durften.

Einen ähnlichen Weg könnte auch das Coaching gehen. Vielleicht ist dem einen oder anderen Kunden das Getue einfach zu viel, der Qualifizierungs- und Zertifizierungsdiskurs zu laut? Das öffentliche Pendant zur Diskretion im Coachingprozess ist sicher nicht das Schweigen, aber doch eine besonnenere Diskussion, die die Interessen des Coachees mehr in den Mittelpunkt stellt als die öffentlichen Positionskämpfe, die der Pfründesicherung der Coaches, aber nicht dem Coaching selbst dienlich sind.

*Dr. Dirk Getschmann* ■