

INTERVIEW

„Coaching ist keine Beratung“

Geertje Tutschka, Vorstandsvorsitzende der International Coaching Federation (ICF) Deutschland, erklärt, worauf es bei der Wahl eines Coaches ankommt und was er leisten kann. EVA MÜLLER-TAUBER

Frau Tutschka, wie finde ich den richtigen Business Coach?

Ich erkenne ihn an drei Dingen: erstens an einer guten Ausbildung, zweitens an einer Zertifizierung, die laufende Qualitätskontrolle sichert, und drittens an einer gewissen Branchenaffinität. Die Ausbildung sollte von einem anderen Anbieter als der zertifizierenden Stelle kommen. Dies sorgt wie beim Zentralabitur für eine Kontrolle der Qualität der Ausbildung. Die Branchenaffinität kann eigene Berufserfahrung in dieser Branche sein oder ein gewisses Verständnis der Spielregeln, Sprache, Kultur und Prozesse bedeuten. Dies erleichtert dem Coachee die Darstellung seiner Themen und sorgt für realistische Lösungen beim Coachingprozess.

So bin ich beispielsweise als Business Coach für Anwälte, Juristen und Kanzleien mit den speziellen rechtlichen Rahmenbedingungen für diese Branche konfrontiert – parallel sorgt mein beruflicher Hintergrund dafür, dass ich im Coachingprozess mit meinem Coachee auf Augenhöhe bin.

Was kann Coaching leisten – und was nicht?

Es soll und kann Prozesse und Entwicklungen hin zu brauchbaren Lösungen und deren nachhaltiger Umsetzung begleiten, beschleunigen und unterstützen. Dabei bestimmt allein der Coachee Thema, Weg und Geschwindigkeit, um sein individuelles Ergebnis zu finden. Coaching ist aber keine Therapie, keine Beratung, kein Training und keine Mediation.

Selbstverständlich verlangt der Markt heute auch Misch- und Kombinationsmodelle. Professionelles Coaching er-



Foto: mpphoto

Geertje Tutschka, Vorstandsvorsitzende der International Coaching Federation Deutschland

kennt man jedoch daran, dass auch bei diesen Modellen der Coachingprozess klar definiert und abgegrenzt ist.

In Deutschland gibt es derzeit mehr als 15 Verbände, in denen Coaches organisiert sind – das ist weltweit einmalig. Warum existieren bei uns derart viele Coachingverbände?

Zum einen lieben wir Deutschen es, für ein Ziel gemeinsam einzutreten und uns zu organisieren. Zum anderen war dies eine Reaktion auf die Marktbewegung:

Nachdem der Markt auch in Deutschland nach größerer Transparenz und mehr Qualität im Coaching verlangte, entwickelte sich der Beruf des Coaches – und zwar gleichzeitig aus verschiedenen Richtungen. Einerseits als Zusatzqualifikation bereits bestehender Berufe wie Soziologen, Therapeuten, Psychologen und Erziehungswissenschaftler. Andererseits als eigenständige Berufsqualifikation, mit der Experten aus verschiedenen beratenden Berufen ihre Expertise methodisch nachhaltiger für den Markt zur Verfügung stellten. Berufsverbände, die sich mit ihren Mitgliedern und deren Zusatzqualifikation auch, aber nicht ausschließlich zum Coaching ausrichteten, konnten jedoch nicht die Interessen der Nur-Coaches abbilden. So wurde es notwendig, für diese Zielgruppe eigene Interessenvertretungen zu gründen.

Parallel entwickelten sich der Coachingmarkt und die -branche auch international rasant weiter ...

... und zwar in jedem einzelnen Land anders. Der Anspruch der vor über 20 Jahren in den USA gegründeten ICF war deshalb von Anfang an, einheitliche Qualitätsstandards für Coaching zu definieren, die weltweit gelten sollen. Die ICF ist heute in Deutschland der einzige Verband, der nur professionellen Coaches offensteht und international einheitliche Qualitätskriterien definiert.

Da jedoch alle wichtigen Verbände im Round Table der Coachingverbände (RTC) zusammengeschlossen sind und sich auf ein einheitliches Verständnis zum Qualitätscoaching geeinigt haben, ist es für das Coachen heute – endlich – einigermaßen irrelevant, in welchem Verband man sich organisiert. ■