



+ wirtschaft weiterbildung

09_16

www.wuw-magazin.de

Fußballprofi Éder_Seine Mentaltrainerin schwört auf NLP s. 14

Akademien_Weiterhin positive Umsatzentwicklung s. 38

Zukunft_Ersetzt der Computer bald Lehrer und Trainer? s. 54

Der „Top-Coach“-Bluff

Wenn Bekanntheit als Qualität verkauft wird s. 16



Der

**DIE UNVOLL-
KOMMENHEIT ...**

des Coaching-Markts zeigt sich
besonders daran, dass ...

MARKTTRANSPARENZ. Das Nachrichtenmagazin „Focus“ (Burda) und die Internetplattform „Xing“ (ebenfalls Burda) haben 500 Top-Coachs gekürt. Die Methodik, die dahinter steckt, ist mehr als fragwürdig. Mit der Eitelkeit selbstständiger Coachs zu spielen, scheint ein verlockendes Geschäftsmodell zu sein.

„Top-Coach“-Bluff

„Deutschlands Top-Coachs 2016 kommen von Pawlik“, verkündet die Unternehmensberatung Pawlik Consultants in Hamburg stolz. „Dr. Eva Strasser und Veronika Frankenberger aus unserem Team zählen zu den Top-Coachs in ganz Deutschland“, heißt es bei Strasser und Strasser in München, denn: „Eva Strasser landete (nach einer Focus-Studie) beim Change-Management-Coaching auf Platz 6 und konnte sich Platz 10 in der Kategorie systemisches Coaching sichern. Veronika Frankenberger belegt Platz 8 in

der Kategorie interkulturelles Coaching.“ Und auf der Homepage von „Advanced Personality Coaching“, der „Premium-Flirtschule Nr. 1 im deutschsprachigen Raum“, steht: „Das Focus-Magazin und Xing-Coachs haben Flirtcoach Mathew Lovel von über 100.000 Coachs und Trainern in Deutschland zu einem der 500 besten Trainer in der Zunft gewählt. Das ist nun wirklich eine krasse Auszeichnung und freut Mathew und uns sehr!“ Das Spiel mit der Eitelkeit funktioniert noch immer bestens. Seitdem das Burda-

Magazin „Focus“ am 9. Juli 2016 in seiner 44-seitigen Beilage „Focus Network“ zusammen mit der Burda-Tochter Xing eine Liste von 250 Top-Coachs veröffentlicht hat, posaunen zahlreiche Coachs (laut Duden kann der Plural von Coach sowohl Coachs als auch Coaches geschrieben werden) stolz ihre „Auszeichnung“ in die Welt hinaus.

Top-Listen sind bei Focus nichts Neues und natürlich geht es dabei weniger um Qualität als um ein lukratives Geschäftsmodell. Denn wer das ihm von Focus →

01.

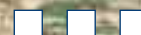
... Coach kein **geschützter** Beruf ist. Jeder kann sich Coach nennen.

02.

... niemand eindeutig sagen kann, wer ein guter Coach und wer ein **Scharlatan** ist.

03.

... es für Coachs rund 20 Verbände gibt und keiner sich **durchsetzen kann**.



→ verliehene „Top-Siegel“ als Werbemittel nutzen will, muss zahlen, und zwar kräftig. Beim goldenen „Top-Coach-Siegel“ sind es 5.000 Euro plus Mehrwertsteuer pro Jahr. „Damit können Sie punkten“, umwirbt der Focus Magazin Verlag die selbstständigen Coachs. „Aufbau von Vertrauen und Sicherheit, Profilierung im Wettbewerb, Positionierung als Coach und Arbeitgeber, Medienwirksamkeit durch gezielte Kommunikation.“ Und Focus-Chefredakteur Robert Schneider schwärmt: „Die Focus Network-Liste bietet Orientierung in einem dynamisch wachsenden Markt und sondiert Anbieter, die nicht nur in der eigenen Branche, sondern auch bei Kunden einen hervorragenden Ruf genießen.“

Kein Ranking der Besten

Das sei ein „absolut seriöses und wissenschaftliches Verfahren“, behauptet eine Focus-Sprecherin, die nicht namentlich erwähnt werden möchte. Insgesamt habe man 520 Coaches ausgezeichnet. Davon befänden sich 500 auf einer Liste im Internet (<http://coaches.xing.com>). 250 der ausgezeichneten Coachs seien in der gedruckten Focus-Beilage zu lesen. Aufgrund der begrenzten Kapazität im Print-Heft habe man mit der Redaktion entschieden, nur 250 Coachs ins Heft zu nehmen, schreibt die Sprecherin und erklärt: „Die Auswahl der 250 Coachs erfolgte per Zufallsprinzip.“

Es sind also keineswegs die „besten Coachs“, die es ins Heft geschafft haben. Dabei ist Eva Strasser gerade darauf besonders stolz. „Aussagekraft hat die Liste im Focus-Heft und nicht die mit den 500 Coachs“, sagt die Psychologin mit Coaching-Ausbildung – natürlich ohne zu

wissen, dass sie ihre Listung im Heft nur dem Zufall verdankt.

Um die angeblich besten Coachs zu ermitteln, hatte das „Xing Coachs Team“ Coachs angeschrieben: „Wir suchen Deutschlands Top-Coachs – und bitten Sie dafür um Ihre Expertise. Kennen Sie gute und professionelle Coachs? Dann geben Sie Ihre Stimme ab und tragen Sie so zur Qualitätssicherung im Coaching-Markt bei.“ Jeder derart Befragte konnte dabei für 15 Kategorien jeweils bis zu fünf Coaches empfehlen. Dazu gehörten Führungskräfte-Coaching, Teamentwicklung, Verkaufcoaching und Change Management, aber auch Selbst- und Zeitmanagement Coaching, Life Coaching und systemisches Coaching. Zudem gab es die Kategorie „sonstige fachliche Beratungs- und Trainingsleistungen“. Diese Kategorie habe man aufgenommen, um den Coachs gerecht zu werden, die nicht einem der Tätigkeitsbereiche zuzuordnen sind, schreibt Focus. Ob Fitnesstrainer, Sprachlehrer oder IT-Dozent – bei Focus sollte jeder Coach sein dürfen.

Wie kommt Focus auf 144.000 Coachs?

Basis für die vom Marktforschungsunternehmen Statista in Hamburg durchgeführte Befragung waren angeblich „144.000 Berater, die auf der neu eingerichteten Plattform Xing Coachs gelistet“ sind. Zudem habe Xing noch 77.000 Personalverantwortliche angeschrieben, die für die Buchung und Zusammenarbeit mit Coachs zuständig seien, so Focus. Doch wie kommt Focus auf 144.000 gelistete Coachs? Zum Start der Coach-Plattform im November 2015 sprach Xing selbst nur von 50.000 Coachs, inzwischen

sind es laut Website nur noch „über 30.000“ und auf Nachfrage gab die Xing-Pressestelle vor Kurzem sogar nur 15.000 Coachs an.

Als man mit Xing Coachs anfang, habe man zunächst mit einem groben Filter alle Xing-Profile gesucht, die einen Hinweis darauf hatten, dass jemand etwas mit Coaching zu tun habe, erklärt Mark-Sven Kopka, Vice President External Affairs von Xing. Und das seien eben 144.000 gewesen. Danach habe man einen strengeren Suchfilter gesetzt und kam auf 50.000 Profile, die in die neue Datenbank Xing Coach gestellt wurden. Diejenigen habe man dann angeschrieben und rund 30.000 hätten inzwischen aktiv ein Profil als Coach angelegt. Darunter wiederum seien rund 15.000 im Karriere- und Business-Coaching tätig.

Fragwürdige Umfrage

„Statista wollte diese erste Selektion der 144.000“, erklärt Kopka. Für die Umfrage wurden also nicht die aktiv gemanagten Coach-Profile genutzt, sondern nur eine sehr grobe Auswahl von allen Xing-Profilen, die vielleicht irgendetwas mit Coaching zu tun haben. Das erklärt auch, warum sich unter den Top-Coachs etliche Trainer und Speaker befinden. „Einige der Erwählten sind möglicherweise hervorragende Trainer, Berater oder Speaker, aber keine Coachs nach Definition und Gütekriterien des DVCT“, kritisiert Susanne Lübben, Vorstandsvorsitzende des Deutschen Verbands für Coaching und Training (DVCT) in Hamburg. Zu den Exoten in der Liste der Coachs gehören zum Beispiel Verkaufstrainer Martin Limbeck, Profi-Speaker Hermann Scherer sowie etliche Motivationstrainer

04.

... oft **Zertifikate** nur vergeben werden, um den Besitzern den Marktzugang zu erleichtern.

05.

... es so gut wie keine Übereinstimmung gibt, was **handwerkliche Fehler im Coaching** sind.

06.

... Coachs von der **Ausbildung** neuer Coachs leben, für die dann aber kein Markt da ist.



wie Jörg Löhr, Jürgen Höller und Bodo Schäfer. Jeder der beiden Letzteren hatte vor einigen Jahren eine fragwürdige Pleite hingelegt. Höller landete sogar im Gefängnis. Seit einiger Zeit versuchen beide ein Comeback.

Zu den Top-Coachs in der Kategorie Führungskräfte-Coaching gehört auch Robert Betz. Bei der Sektenberatung Nordrhein-Westfalen heißt es über ihn: „Robert Betz ist ein recht erfolgreicher, aber unseriöser Anbieter auf dem esoterischen Lebenshilfemarkt.“ Sehr bedenklich seien vor allem seine Aussagen zur Entstehung von Krankheiten. So habe er behauptet, dass Krankheiten wie Demenz, Alzheimer und Krebs „als Quittung für das gelebte Leben“ von einem selbst erschaffen würden. Sieht so also die Qualitätssicherung von Focus aus? Natürlich beantwortet Focus die Frage nicht und Xing wäscht seine Hände in Unschuld. „Inhaltlich haben wir nichts mit der Umfrage zu tun“, so Xing-PR-Manager Kopka.

Doch was wurde eigentlich gemessen? Bewertet wurde letztlich nur die Bekanntheit und Vernetzung eines Coachs. Die Bekanntheit wurde dann mit Qualität gleichgesetzt. „Wenn Coachs andere Coachs beurteilen, ist das nett, aber nicht relevant“, sagt Thomas Schnelle, Geschäftsführer der Unternehmensberatung Metaplan in Quickborn. Aussagekräftige Coaching-Erfahrungen hätten schließlich nur die Coachees.

Und die 77.000 angeblich angeschriebenen Personaler? Die hatten offenbar kein großes Interesse, bei der Befragung mitzumachen. Kein Wunder, dass Focus die Zahlen erst nach mehrmaliger Nachfrage herausrückt. Insgesamt haben 6.788 Personen an der Umfrage teilgenommen, darunter 6.205 Coachs und 583 Personaler. Das ergibt eine Response-Rate von 4,3 Prozent bei den Coachs, und 0,7 Prozent bei den Personalern! Die Chance, eine der wenigen Bewertungen von einem Personaler zu bekommen, war also recht gering. Trotzdem kommt in der im Heft veröffentlichten Tabelle das Kriterium „häufig von Personalern empfohlen“ vor. Da muss man sich fragen: „Was ist häufig?“ Genügt es für ein „häufig“ vielleicht schon, wenn man von zwei Personalern empfohlen wurde? Um in die Liste aufgenommen zu werden, habe eine Min-



Foto: Pichler

Beilage im „Focus“. Das Sonderheft „Focus Network“ (Juli 2016) listet auf sechs Seiten Coachs mit einem „hervorragenden Ruf“ auf.

destanzahl an Empfehlungen vorliegen müssen, schreibt Focus. Die Eingruppierung in die beiden Stufen („häufig empfohlen“ und „empfohlen“) sei dabei anhand des Medians (Mittelwert) erfolgt. Je nachdem, ob die Empfehlungen im Vergleich zu allen Coachs überproportional aus der einen oder anderen Quelle stammten, sei „überproportional von Kollegen“ beziehungsweise „überproportional von Kunden“ angegeben. Die Mindestanzahl, den Median und was „überproportional“ in Zahlen bedeutet, will weder Focus noch Statista herausrücken. „Die konkreten Mindestgrenzen unserer Umfragen kommunizieren wir nicht“, schreibt Statista vielsagend.

Einkäufer mit einem guten Platz im Ranking überzeugen?

„Wenn nicht mal die Zahlen offengelegt werden, ist das total unseriös“, kritisiert Metaplan-Chef Thomas Schnelle. „Man entzieht sich der Transparenz, weil es sonst vermutlich zu peinlich wäre.“ Der Markt für Coaching sei so unübersichtlich, dass jeder irgendwie hervorstechen wolle. Doch eine einigermaßen objektive Beurteilung der Player im Markt sei nun mal extrem schwer. Daher würden auch weiterhin fragwürdige Rankings zusammengeschustert werden. „Das Ganze ist ungefähr so, als ob man mit dem Hammer aus fünf Meter Entfernung eine Schraube rein drehen will“, so Schnelle. Als sich der Metaplan-Chef vor einiger Zeit in einem Sonderheft der Zeitschrift „Brand eins“ auf einer – ebenfalls von Statista erstellten – Liste der besten Berater wiederfand, reagierte er erbost und bat Statista darum, ihn künftig von der

Liste zu streichen. „Die Beste-Berater-Liste war so obskur, dass ich damit nichts zu tun haben wollte“, sagt Schnelle. Allerdings habe es danach intern bei Metaplan eine durchaus kontroverse Diskussion gegeben. Solche Rankings seien zwar statistisch nicht haltbar und daher unseriös, so Metaplan-Mitstreiter Kai Matthiesen. Allerdings könne die „Auszeichnung“ für einige Kunden durchaus relevant sein und den Einkäufern intern dabei helfen, Metaplan und nicht einen anderen Berater zu beauftragen.

Grundsätzlich sei eine Empfehlung durch andere Coachs nicht unwichtig, gibt Bertram Nejedly, Coach und Organisationsberater im Chiemgau, zu bedenken. „Aber das ist kollegiale Unterstützung und keine Qualitätssicherung.“ So fand er es auch seltsam, als er sich ganz und gar ungefragt in der Coach-Datenbank von Xing wiederfand. Dabei ist nicht einmal klar, ob das rechtlich zulässig ist. So hatte das Landgericht Nürnberg-Fürth im Jahr 2011 festgestellt, dass automatisch angelegte Unternehmensprofile von den betroffenen Firmen nicht zwangsweise toleriert werden müssen. Damit werde, so das Gericht, das Unternehmen schließlich unter Druck gesetzt, da zur Bearbeitung der Profildatei eine Mitgliedschaft im sozialen Netzwerk Voraussetzung sei. Das Verfahren endete in einem Vergleich. Xing verpflichtete sich, die Profildatei zu löschen und 2.500 Euro zu zahlen. Geklagt hatte ein Personaldienstleister gegen Xing.

Ähnliches gilt für Xing Coachs. So wurden Coachs automatisch integriert, aber um sein Profil aussagekräftiger gestalten zu können, muss man zahlen. Auch das Top-Coach-Siegel wird von Xing auf →

titelthema

→ geschickte Weise genutzt. Wer sich das Prädikat „Pro Coach“ kauft und rund 500 Euro im Jahr hinblättert, bei dem wird in der Xing-Datenbank das goldene Focus-Siegel direkt neben seinem Namen gestellt. Wer nur das kostenlose Profil nutzt, bei dem ist das Top-Coach-Siegel erst zu sehen, wenn man das Profil öffnet. Als „Pro Coach“ bezahle man für die höhere Sichtbarkeit auf Xing Coachs, sagt Kopka. Dazu gehöre eben auch die Sichtbarkeit des Siegels. Dabei bestreitet Xing, direkt finanziell von der Top-Coach-Liste zu profitieren.

Christopher Rauen, ungewollt in der Xing-Datenbank und als Top-Coach ausgezeichnet, findet das Vorgehen befremdlich. „Das entspricht nicht meiner Vorstellung von Qualität“, so der Vorstand im Deutschen Bundesverband Coaching (DBVC). Weder habe er darum gebeten, in diese Listen aufgenommen zu werden, noch als „Top Coach 2016“ ausgezeichnet

zu werden. Dennoch seien ihm die entsprechenden „Urkunden“ von Focus zugeschickt worden.

Focus-Top-Coach Eva Strasser findet die Focus-Liste dagegen nicht viel besser, aber auch nicht schlechter als das, was alle Coaching-Verbände machten. Schließlich zeige die Liste, dass man bei der Empfehlung der anderen in deren Kopf sei. Reputation und Vernetzung, wie sie Focus erhoben habe, sei genauso signifikant wie ein Zertifikat von einem Coaching-Verband, behauptet die Psychologin. Auch bei der Zertifizierung durch Verbände seien dem Missbrauch Tür und Tor geöffnet und die Coaching-Verbände hätten schließlich auch ein ökonomisches Interesse. Dort stieß das Xing-Projekt auf Kritik. Besonders deutliche Worte fand dabei der DBVC: „Aufgrund der Qualitätsmängel und der geringen Perspektive wird der Xing-Coach-Pool grundsätzlich nicht als professionelles Angebot wahr-

genommen. Auch das Ziel der Professionalisierung der Branche wird aufgrund der nichtvorhandenen Qualitätssicherung durch das Angebot eher konterkariert.“ Der DBVC-Vorstand spreche daher keine Empfehlung für die Nutzung aus und rate von kostenpflichtigen Profilen ab.

Die Verbände sind besorgt, schließlich widerspricht der Vorstoß von Xing jeglichen Qualitätsbemühungen. „Ein Coach ist derjenige, der sich Coach nennt“, erklärt Xing-PR-Manager Kopka. „Wir wollen und können nicht beurteilen, wer sich so nennen darf.“ Reichlich bizarr mutet daher seine Behauptung an, mit der Plattform Xing Coachs Transparenz in den Markt bringen zu wollen: „Bevor es Xing Coachs gab, hat man jemanden gefragt oder hat gegoogelt. Das war absolut intransparent“, so Kopka. Heute finde man bei Xing eine breite Auswahl und profitiere davon, dass man sehen könne, über wie viele Ecken man vielleicht mit einem Coach vernetzt sei.

Auch die Top-Coachs-Liste stößt bei den Coaching-Verbänden durchwegs auf Kritik. „Aus unserer Sicht handelt es sich beim ‚Top-Coach-Siegel‘ von Xing und Focus eher um ein Geschäftsmodell als um eine Qualitätsinitiative wie der Begriff Gütesiegel nahelegen könnte“, sagt Paul Fortmeier, Geschäftsführer der Deutsche Gesellschaft für Supervision in Köln. Es stelle daher allenfalls Transparenz darüber her, wer als „Coach“ bereit und in der Lage ist, in das Geschäftsmodell von Xing und Focus jährlich 5.000 Euro zu investieren – mehr nicht. „Aufgrund mangelnder und intransparenter Qualitätskriterien empfehlen wir Coaching-Kunden stattdessen, die Suchmaschinen der Coaching-Verbände zu nutzen“, rät der DVCT. Das „Focus-Siegel“ Sorge nicht für mehr Transparenz auf dem Markt. „Im Gegenteil: Die Auswahl ist verwirrend, die Kriterien sind intransparent und Berufsbezeichnungen werden durcheinandergebracht“, so die DVCT-Vorstandsvorsitzende Lübben.

„Diese Auszeichnung braucht es nicht“, meint letztlich Stephan Gingter, Präsident BDVT e.V. Für ihn schaffe der Vorstoß von Focus aufgrund der fehlenden Transparenz in der Bewertung nicht mehr Durchblick, sondern mehr Verwirrung.

Bärbel Schwertfeger ●

Neues zum Coaching-Markt

ICF Global Coaching Studie 2016. Weltweit arbeiten rund 53.300 Business-Coachs. Das hat die International Coach Federation (ICF) in ihrer „Globalen Coaching Studie 2016“ herausgefunden. Die Studie wurde von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Pricewaterhouse Coopers ab Mitte 2016 durchgeführt. Die meisten Coachs arbeiten in Westeuropa (18.800 Personen) und in Nordamerika (17.500). Es folgen Osteuropa (4.500), Lateinamerika (4.000), Asien (3.700) sowie Afrika (2.400) und Oceanien (2.400).

Der durchschnittliche Jahresumsatz liegt bei 51.000 US-Dollar. Der geschätzte globale Jahresumsatz 2015 aus dem Coaching erreicht damit einen Wert von 2,35 Milliarden US-Dollar (plus 19 Prozent gegenüber der letzten Analyse aus 2011). „Aus Deutschland nahmen 261 Coachs an der Studie teil“, berichtet Jürgen Bache, der 1. Vorsitzende des ICF-Deutschland e.V. Die Befragten sagten, von Einkäufern werde inzwischen oft eine „lange, kontinuierliche und fundierte Ausbildung“ gefordert.

Jürgen Bache.
Deutschland-Chef des ICF



Foto: Pichler