

Jörg Finckbein

Coaching:

Kompetenz und Qualifikation

1. Einleitung

Als Einstieg in das Thema wird zunächst das Phänomen Coaching an sich kurz dargestellt. Danach folgen die Darlegung der Problemstellung sowie des Ziels und die konkrete Fragestellung der Diplomarbeit. Mit der Erläuterung zum Aufbau der Arbeit wird die Einleitung abgeschlossen.

Das Phänomen Coaching

Im Jahr 1994 stellte Böning (1994) noch die Frage „Ist Coaching eine Modeerscheinung?“ Seitdem hat Coaching sich längst in Deutschland etabliert und gilt längst nicht mehr als exotisch (Böning, 2002).

Schon seit Mitte der 80er Jahre hält das Coaching Einzug in deutsche Unternehmen. Eine häufige Begründung für diesen Trend ist die gesellschaftliche Entwicklung und der stattfindende Wertewandel: Die immer schnellere Entwicklung der Technik bedingt, dass Organisationsabläufe immer komplexer werden. Das beeinflusst auch das alltägliche Leben. Die Menschen, im speziellen Führungskräfte, müssen immer schneller, effektiver, flexibler und professioneller auf neue Situationen reagieren, die Anforderungen steigen (vgl. Roth, Brüning & Edler, 1996). Bereits in den 70er Jahren fand eine Psychologisierung in der Gesellschaft statt: Die Psychologie fand Einzug in Schule, Therapie, Wirtschaft und Politik. Sie etablierte sich immer mehr in der Wirtschaft und der Gesellschaft und wurde angewandt als Methode zur persönlichen Fortbildung.

Das alles begünstigte die Entwicklung von Coaching als Instrument, das auf den Menschen als Individuum eingeht. Immer mehr greifen Arbeit und psychologische Aufarbeitung aufeinander ein. Ein gestiegener Bedarf nach persönlichkeitsbezogener Beratung in den letzten 15 Jahren machte das Coaching als ganzheitliche Methode immer populärer (Böning, 2002).

Problemstellung

Momentan ist der Forschungsstand im Bereich Coaching noch relativ dünn (Geßner, 2000). Es gibt nur wenige konkrete Zahlen über Coaching. Nur wenige Diplom- und Magisterarbeiten oder Dissertationen, die sich mit dem Trend Coaching auseinandersetzen. Auch Greif (2002) bemängelt, dass es nicht ausreicht, Methoden und Prozesse von Coaching zu beschreiben. Er fordert mehr wissenschaftliche Untersuchungen, da sonst die Gefahr besteht, dass Coaching ein Praxiskonzept bleibt, über dessen Nützlichkeit nur spekuliert werden kann.

Ein weiteres Problem ist, dass der Begriff Coaching rechtlich nicht geschützt ist. Somit kann und darf sich jeder Coach nennen. Durch die Modewelle bezüglich dieser Disziplin (siehe

Abschnitt 1.1 und 2.1), scheint es, dass viele Anbieter von der Popularität des Coaching profitieren wollen (Rauen, 2003; vgl. Butzko, 1993).

So bemerkt Rauen (2003): „Insgesamt betrachtet muss der momentane Zustand als enttäuschend bezeichnet werden: jede Form von Training, Seminar, Unterricht etc. mittlerweile als Coaching bezeichnet und von selbsternannten Coaches praktiziert: “Schreyögg (2003b) führt als typisches Statement zu dieser Problematik an: „Was heute alles unter dem Label Coaching verkauft wird! Jede Beratung, wenn sie nur kurz und zielorientiert ist, heißt jetzt Coaching.“ Nach Einschätzung von Butzko (1993) und Schmidt (1995) ist sogar die überwiegende Anzahl aller Coaches als Scharlatane einzuschätzen. Dadurch bedingt entsteht auch eine Unsicherheit bei den Klienten. Im Zweifelsfalle wissen diese oft nicht, ob das, was ihnen als Coaching angeboten wird auch wirklich Coaching ist (Rauen, 2003; vgl. Sattelberger, 1990; Czichos 1991; Rückle, 2000).

1.3. Ziel der Arbeit

Im Bereich Coaching besteht weiterhin Forschungsbedarf (vgl. Geßner, 2000; vgl. Greif, 2002). In Bezug auf die in Abschnitt 1.2 erläuterte Problematik ist es meiner Meinung nach sinnvoll, Kriterien zu finden, anhand derer Klienten entscheiden können, ob es sich bei einem potentiellen Anbieter von Coaching tatsächlich um einen wirklichen Coach handelt. Der Klient soll feststellen können, welches Verständnis der Anbieter von Coaching hat und ob es sich bei der ihm angebotenen Dienstleistung im Sinne aktueller Definitionen (siehe Abschnitt 2.2.) handelt.

Ich möchte mit meiner Diplomarbeit einen Beitrag dazu leisten, Coaching abzugrenzen von Beratungen, Trainings und anderen Disziplinen, die als Coachings verkauft werden, aber in Wirklichkeit keine sind.

Die Ergebnisse meiner Studie sollen der Qualitätssicherung von Coaching dienen und dem Berufsbild des Coach und dessen Dienstleistung mehr Klarheit geben.

Fragestellung der Arbeit

Die zentrale Fragestellung meiner Diplomarbeit ist, ob eine Ausbildung zum Coach ein Kriterium dafür ist, ob ein Anbieter von Coaching tatsächlich Coaching anbietet:

1. Kann anhand der Ausbildung zum Coach festgestellt werden, ob die angebotene Dienstleistung tatsächlich Coaching ist?
2. Bieten Coaches, die keine Ausbildung zum Coach gemacht haben, tatsächlich Coaching an oder handelt es sich dabei eher um eine andere Dienstleistung wie z.B. Beratung?

Aufbau der Arbeit

Nach der Einleitung wird im zweiten Kapitel der theoretische Kontext dargestellt, in den die Diplomarbeit zuzuordnen ist. Dazu wird der Begriff Coaching ausführlich erklärt und welche Ansichten die Fachliteratur zu seinem Verständnis zu finden sind. Anschließend wird im 3. Kapitel die der Diplomarbeit zugrunde liegende empirische Untersuchung vorgestellt. Es werden die Forschungsfragen und Hypothesen erläutert. Weiterhin wird die Stichprobe beschrieben und die Erstellung des Fragebogens aufgezeigt.

In Kapitel 4 wird zunächst das empirische Vorgehen diskutiert. Nachfolgend wird die Auswertung der Daten der vorangegangenen Erhebung dargestellt. Abschließend finden sich im 5. Kapitel die Diskussion der Ergebnisse und die sich daraus ergebenden Konsequenzen für den Coaching-Kontext. Den Abschluss der Arbeit bildet der Ausblick, in dem Anregungen für die weitere empirische Forschung gegeben werden.

Sonstige Bemerkungen

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit der Diplomarbeit verwende ich bei geschlechtsspezifischen Substantiven die männliche Form. In den Begriff Coach schließe ich männliche und weibliche Coaches ein.