

ALPHA

DER KADERMARKT DER SCHWEIZ

TEL. 044 248 40 41 / STELLEN@TAGES-ANZEIGER.CH / WEITERE KADERSTELLEN: WWW.ALPHA.CH

DIE FOLGEN EINER NICHT GESCHÜTZTEN BERUFSBEZEICHNUNG

«Wer nichts wird, wird Coach»

Diese Headline war in einem Spiegel-Report zu lesen. Tausende wollen Coach werden, träumen von über 200 Franken pro Stunde – und stürzen sich in ein berufliches Abenteuer, ohne Qualifikation. Doch der Markt ist längst gesättigt, allein vom Coaching können nur die wenigsten leben. *Von Heinz Wyssling (*)*

Coach kann sich jeder nennen und auch sofort drauflos coachen. Ohne jegliche Qualifikation. Als ich im Jahr 1977 dem Berufsverband für Supervisoren und Organisationsberater BSO beitrug, wurde das Sekretariat nebenamtlich betreut. Wir zählten 39 Mitglieder. Heute wird die Geschäftsstelle vollamtlich durch vier Mitarbeiterinnen mit 220 Stellenprozenten betreut. Rund 1470 Einzel- und 14 Kollektivmitglieder sind im BSO organisiert (Stand 2015). Daneben gibt es zahlreiche sogenannte Life-Coaches jeder Couleur, ob Heilpraktiker, Wahrsager oder Fitnesstrainer – unter Coaching läuft heute vieles. Die Berufsbezeichnung ist nicht geschützt.

Im Rahmen einer Studie der Uni Marburg gaben 2012 lediglich acht Prozent von über tausend befragten Coaches an, dies sei ihre alleinige Tätigkeit. Coaching ist in der Regel kein 40-Stunden-Job. Selbst für einen Top-Coach zahlt kaum ein Unternehmen mehr als 350 Euro pro Stunde. Das dürfte in der Schweiz ähnlich sein.

Coaching-Markt Schweiz

Auch in der Schweiz erreichen Spitzenhonorare von 3000 Franken oder mehr pro Tag nur wenige im Executive Coaching bzw. in der Moderation von Change Management Prozessen für Organisationen. Für die meisten ist Coaching auch hier ein Nebenjob. Das zeigt eine Umfrage der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW. Der aktuellen Studie zufolge verbrachten die Befragten lediglich ein Drittel ihrer Jahresarbeitszeit mit Coaching; die Hälfte erwirtschaftet damit nur maximal ein Viertel des Jahreseinkommens. 45% der Coaches sind im BSO organisiert und die Mehrheit übt diese Funktion nebenamtlich aus.

Schnellbleiche ist der falsche Weg

Laut einer Umfrage des deutschen Büros für Coaching und Organisationsberatung BCO 2014/2015 ist die Mehrheit zehn Jahre im Markt und hat durchschnittlich 15 Coaching-Prozesse realisiert, mit einem

Aufwand von je zehn Stunden. Der Anteil der Jahresarbeitszeit für Coaching beträgt 32%, der Rest fällt auf andere Tätigkeiten wie Training, Personalentwicklung etc. Die Unternehmen haben die Auswahlkriterien deutlich verschärft und wollen einen Nachweis von mehr als fünf Jahren solider Coach-Erfahrung, mehrere Coaching-Ausbildungen, regelmässige Weiterbildungen, Expertise im jeweils relevanten Thema und vor allem Referenzen auf der Führungsebene des potenziellen Klienten.



Heinz Wyssling: «Die Auswahlkriterien haben sich deutlich verschärft.»

Steigende Anforderungen und Belastungen sowie zunehmende Komplexität des Führungsalltages sind zentrale Themen. Burn-out-Prävention und Stressmanagement haben 2014 gemäss der Erhebung als Coaching-Schwerpunkt an Bedeutung gewonnen. Verloren hat hingegen das Thema Konflikt- und Beziehungsmanagement. Als Top-Themen im Coaching wurden folgende Anlässe ermittelt: Übernahme neuer Aufgaben und Funktionen, Selbstreflexion sowie Führungskompetenzentwicklung. Coaching kann man nicht in kurzer Zeit lernen. Neben einer seriösen und vom Berufsverband anerkannten Ausbildung (in der Schweiz der BSO oder International Coach Federation ICF) ist Lebenserfahrung in Verbindung mit der Reflexion der beruflichen Biografie und im Executive Coaching ausgewiesene Führungserfahrung, idealerweise in der Wirtschaft und im Service public, matchentscheidend.

Das Spektrum der Ausbildungen ist breit: von systemischer Beratung über das Neuro-linguistische Programmieren bis zur sogenannten Aufstellungsarbeit. Die Methode allein sollte nie bestimmend sein als Auswahlkriterium für eine Ausbildung. Zuerst geht es darum zu wissen, wer man ist, was

einen antreibt und was man der Welt anbieten will, um dann die methodischen und didaktischen Grundlagen der Beratungsarbeit zu lernen. Das Profil eines guten Coachs ist nicht durch die Methode, sondern durch die Persönlichkeit gegeben und entwickelt sich immer erst durch langjährige Erfahrung und der Verarbeitung der persönlichen und beruflichen Biografie.

Ein typischer Coach ist...

Aus der Umfrage der ZHAW ergibt sich folgendes Bild: Ein typischer Coach ist eine 49-jährige Deutschschweizerin aus Zürich mit acht Jahren Berufserfahrung als Coach und einer Mitgliedschaft in einem Berufsverband. Sie verfügt über einen Hochschulabschluss in Wirtschaft oder Psychologie und eine Ausbildung zum Coach. Neben ihrem 28%-Pensum Coach ist sie vor allem in Training und Weiterbildung tätig. Wichtige Coaching-Themen sind Burn-out, Stress und Selbstmanagement oder berufliche Entwicklung.

(*) Heinz Léon Wyssling ist Business Coach, dipl. Supervisor und Organisationsberater BSO, zertifizierter Neuroimaginationcoach und Reiss-Profil Master. (www.hwysling.ch)