

## Checkliste für Suchende – Wie finde ich einen passenden Coach?

*Sie suchen einen passenden Coach? Sie wissen aber nicht genau, worauf Sie bei der Auswahl achten sollen? Und Ihnen ist wichtig, welche Haltung und welches Menschenbild der Coach vertritt? Oder Sie wollen sich auf dem „Markt der Coachingsausbildungen“ einen Überblick verschaffen und ein für Sie ansprechendes Angebot finden?*

### Dann kann Ihnen diese Checkliste helfen!

Die Checkliste (zunächst für Individualpersonen, erweitert für Organisationen) entstand im Rahmen eines Forschungsprojektes an der Fachhochschule für angewandtes Management in Erding ([www.fham.de](http://www.fham.de)).

Die Motivation beider Gruppen wird als ähnlich angenommen: Es geht darum, einen Coach zu finden, der ähnliche / gleiche **Werte** bzw. **ethische Prinzipien** vertritt und aufgrund dieser bestimmte Methoden und Herangehensweisen im Coachingprozess wählt (und andere lässt) und eine bestimmte **Grundhaltung** vertritt.

Da jeder Mensch von eigenen Werten und ethischen Prinzipien beeinflusst wird, ist es sinnvoll, das passende Gegenüber zu finden, um die eigenen Potentiale ausschöpfen zu können. Dieses „Matching“ erfolgt aufgrund unterschiedlicher Fragestellungen, auf Basis derer die Wahl für den geeigneten Coach getroffen wird. Je nach Persönlichkeitsstruktur kann die Wahl im Sinne von „gleich und gleich gesellt sich gerne“ oder „Gegensätze ziehen sich an“ vorgenommen werden. Manche Menschen suchen für das eigene Wachstum eher eine beschützende, andere eine mehr konfrontative Hilfestellung.

Unternehmen folgen ähnlichen Prinzipien wie eine Einzelperson, allerdings sind hier individuelle Wertvorstellungen mit Unternehmenswerten, Unternehmenskultur und Unternehmensvisionen zu verbinden. Auch hier kann ein Coach dann von Nutzen sein, wenn er diese zumindest versteht und anerkennt.

Geht man von der Annahme aus, dass eine Einzelperson oder ein Unternehmen sich der eigenen Wertvorstellungen bewusst ist und ein Gefühl dafür hat, wer ein passenderer Ansprechpartner sein könnte, so gilt es nun, bei möglichen Coaches zu überprüfen, ob es eine gemeinsame Basis gibt.

Allerdings kann eine Beurteilung des potentiellen Coachs schnell unübersichtlich und verwirrend werden. Dies umso mehr, je unerfahrener der Coachee oder Ratsuchende in Bezug auf das Thema Coaching, seine Möglichkeiten und seine Methoden ist.

Hilfreich ist in diesem Falle eine systematische Bestimmung des Gegenübers, die anhand vorgelegter und gefestigter Kriterien hilft, den potentiellen Coach einzuordnen und mit seinem eigenen Werte- und Anforderungskanon abzugleichen.

Durch einen systematisch vorgegebenen Fragenkatalogs hinsichtlich wichtiger Coachingfaktoren kann ein erster Eindruck über den jeweiligen Coach gewonnen und ein Grundprofil erstellt werden. Dies enthebt jedoch nicht der Verantwortung, nach der Vorauswahl möglicher Coaches diese persönlich kennenzulernen und sich ein vertieftes Bild zu machen. Der Fragenkatalog kann lediglich als erster Anhaltspunkt dienen, Ordnung in eine schier unüberschaubare Fülle an Angeboten zu bringen – was auch die Vielzahl an Coachingsausbildungen betrifft, welche auf dem Markt miteinander konkurrieren.

Die einzelnen Fragestellungen der Checkliste wurden entwickelt im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit zum Thema „*Menschenbilder im Businesscoaching und deren ethische Implikationen für den Coaching-Prozess*“. Sie beruhen auf einem ausführlichem Literaturstudium sowie der konkreten Untersuchung der Internetangebote von über einhundert Coaches und Coachingsausbildungen.

Die Checklisten basieren auf dem System der „Ja / Nein / Keine Angabe“ – Antwortmöglichkeit. So kann jede Fragestellung nach Überprüfung der Homepage bzw. des Infomaterials des jeweiligen potentiellen Coachs bzw. der angestrebten Ausbildung mit einem dieser Parameter beantwortet werden. Bei ausgewiesenen Antworten mit „ja“, besteht die Möglichkeit einer vertieften Darstellung der Ergebnisse. Diese kann je nach Fragestellung entweder wieder mit dem „ja / nein / keine Angaben“-System, numerisch oder begrifflich erfolgen.

Unter den jeweiligen Überschriften der Komplexe können Anmerkungen notiert sein. Diese dienen dazu, die Fragestellungen im richtigen Kontext betrachten zu können und eventuelle Bewertungen zu relativieren.

Die letzte Spalte „Erklärungen“ dient dem Fragesteller als unterstützende Erläuterung, was die einzelne Fragestellung beinhaltet. Die Antworten hierauf können für den jeweiligen Fragesteller unterschiedliche „Wertigkeiten“ haben. Hier muss vorab individuell geklärt werden, wie wichtig diese Frage für das eigene Verständnis ist.

Die Checkliste enthält drei, die Ergänzung für Unternehmen einen weiteren vierten Themenkomplex.

**Komplex A (Frage 1-9) - Fachliche Voraussetzungen:** Hier wird auf die Berufserfahrung des potentiellen Coachs eingegangen. Fragestellungen umfassen Themen wie Art und Dauer der Berufserfahrung, Branchenerfahrung, Dauer der Erfahrung als Coach, Referenzen, Zertifizierungen und Ausbildungen, aber auch der erste Eindruck der Internetpräsenz resp. des Infomaterials bezüglich Seriosität, Coa-

chingprozess und -rahmen, sowie Honorargestaltung. Hier kann auch der erste **subjektive** Eindruck vermerkt werden.

**Komplex B (Frage 10-12)** – Ethische Maxime und Werte / Menschenbilder: Die Nennung der einzelnen Menschenbilder beruht auf der Analyse wissenschaftlicher Literatur und der Feldstudie. Dieser Komplex enthält Fragen nach den ethischen Grundlagen sowie dem Menschenbild, welche der Arbeit des jeweiligen Coachs zu Grunde liegen.

**Komplex C (Frage 13)** – Methoden: Die Abhandlung von Methoden (Coaching-Tools wie Gesprächstechniken, Rollenspiele und vieles mehr) auf einer Homepage resp. im Infomaterial ist nicht zwingend notwendig, um die Güte eines Coachs zu bestimmen. Die Nennung von Methoden ist jedoch ein Indikator für die Art des Coachings sowie für die Möglichkeiten eines Coachs, mit unterschiedlichen Problemstellungen und Persönlichkeiten umzugehen. Zudem verschafft die Nennung von Methoden eine stärkere Transparenz.

**Komplex D (Frage 14-19)** – Unternehmensspezifische Fragestellungen (nur für Unternehmen resp. Organisationen): Ein Unternehmen resp. eine Organisation ist zum einen als Konglomerat von Einzelpersonen mit personenbezogenen Ansprüchen zu sehen, aber auch als systemische Einheit mit eigenen Ansprüchen. Anlass und Zielsetzung eines Coachings werden hier oft vom Unternehmen bestimmt. Ein Coach, der auf Unternehmensebene tätig ist, muss fähig sein, inhaltlich und methodisch die Unternehmensstruktur / -kultur und deren Rahmenbedingungen in Einklang mit persönlichen Ansprüchen individueller Personen zu bringen. Der Komplex D bietet daher v.a. Fragestellungen hinsichtlich der Vereinbarkeit mit unternehmerischen Werten, Leitbildern, Visionen etc., aber auch Schwerpunkte des potentiellen Coachs. Des Weiteren verlangen die innerbetrieblichen Anlässe unterschiedliche Expertisen (z.B. Change Management, Qualitätsmanagement, Führung etc.), die ebenfalls mit aufgenommen sind.

## Checkliste Individualpersonen

Allgemeine Angaben	
<b>Name:</b>	<b>Telefonnummer:</b>
<b>Adresse:</b>	<b>Webseite:</b>
<b>Alter:</b>	<b>E-Mail:</b>

Nr.	Fragestellung	Ja	Nein	Keine Angabe	Erklärungen
<b>A.) Fachliche Voraussetzungen</b>					
<b>1.</b>	Angaben zu zeitlicher Erfahrung im Berufsleben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Werden konkrete Angaben zu der zeitlichen Dauer im Arbeitsleben, sprich Berufserfahrung gemacht?
1a.	Wenn ja: Dauer in Jahren	<b>Jahre</b>			
<b>2.</b>	Angaben zur Art / Aufgabenstellung / Erfahrung im Berufsleben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Werden konkrete Angabe zur Art bzw. zu Aufgabenstellungen im Berufsleben gemacht, z.B. Projektmanager für Unternehmen / Branche XY, Aufgabenschwerpunkte XY?
2a.	Wenn ja: welche				Mehrfachnennungen möglich
2b.	Führungserfahrung vorhanden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Werden Angaben zu Führungserfahrungen gemacht? Dieser Punkt ist insbesondere für Coachees im Bereich „Führungskräfte“ wichtig
<b>3.</b>	Angaben zu zeitlicher Erfahrung als Coach	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Werden konkrete Angaben zur zeitlichen Erfahrung (Berufsahre) als Coach gemacht?
3a.	Wenn, ja: Dauer in Jahren	<b>Jahre</b>			
<b>4.</b>	Angaben zu Branchenerfahrung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Werden konkrete Angaben zu Branchenerfahrungen gemacht z.B. Industrie, Dienstleistungen etc.?
4a.	Wenn, ja: Dauer in Jahren	<b>Jahre</b>			
4b.	Wenn ja, genauere Ausführung vorhanden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Werden diese genannten Branchenkenntnisse näher definiert oder systematisiert, z.B. Projektmanager bei einem KFZ-Zulieferer?
<b>5.</b>	Referenzen vorhanden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Werden Referenzprojekte / -kunden genannt oder besteht die Möglichkeit, Referenzen einzuholen?

Nr.	Fragestellung	Ja	Nein	Keine Angabe	Erklärungen
6.	Zertifizierte Coachingausbildung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Wurde eine zertifizierte Coachingausbildung absolviert (evtl. auch Studium)?
6a.	Wenn ja, wo				Institut, Dachverband, etc.
6b.	Wenn ja, Angaben zum Titel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Wird der erreichte Titel korrekt und ausführlich genannt? Mitgliedschaft in einem Fachverband, z.B. DBVC?
7.	Wirkt die Seite auf den ersten Blick übersichtlich und seriös	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Kriterien für Seriosität sind z.B. Übersichtlichkeit und systematische Gestaltung, weiterführende Links, Literaturverweise, Quellenangaben, wiss. Bezug, keine „Heilsversprechen“.
8.	Sind die Auftragsklärung, Vertragsgestaltung und ggf. die Honorargestaltung des Coachs transparent und klar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Wird ein Coachingprozess mit seinen Rahmenbedingungen kurz dargestellt? Werden Hinweise auf die Honorargestaltung gegeben?
9.	Entfalten die ersten Eindrücke eine vertrauensvolle und seriöse Wirkung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hier wird der erste <u>subjektive</u> (!) Eindruck abgefragt, der Grundlage für die persönliche Passung sein kann. <i>Achtung:</i> Dies ist kein Garant für ein fundiertes Coaching, verweist aber auf individuelle Eindrücke und Ansprüche des / der Coachee.

Nr.	Fragestellung	Ja	Nein	Keine Angabe	Erklärungen
<b>B.) Ethische Maximen und Werte / Menschenbilder</b>					
10.	Werden ethische Grundsätze dezidiert aufgeführt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Benennt der Coach seine ethischen Grundsätze? Benennt er, was in der Kundenzusammenarbeit ethisch für ihn wichtig ist? Werden persönliche Werte und Haltungen benannt?
10aa.	Wenn ja, erfolgt dies klar ersichtlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sind diese Informationen klar zugänglich, z.B. als eigener „Reiter“, Menüpunkt, Download...?
10ab.	Oder, wenn ja, erfolgt eine Verlinkung zu den ethischen Grundsätzen eines Dachverbandes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Wird eine Verlinkung auf die ethischen Grundsätze eines Fachverbandes angeboten, denen sich der Coach verpflichtet?
11.	Wird ein Menschenbild / eine Strömung resp. Schule / Richtung, die den Handlungen und der Haltung des Coachs zu Grunde liegt, dezidiert benannt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Benennt der Coach welchem/n Menschenbild(ern) er sich verpflichtet fühlt? Hier reicht <b>NICHT</b> die Angabe eines Titels laut Frage 6b.
11a.	Wenn ja, welche	<b>(siehe nachfolgende Aufzählung)</b>			Hier sind Mehrfachnennungen möglich
11aa.	Systemisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
11ab.	Humanistisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
11ac.	Sozialer Konstruktivismus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
11ad.	Positive Psychologie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
11ae.	Verhaltenspsychologisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
11af.	Kognitivismus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
11ag.	NLP	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
11ah.	Psychoanalyse / Tiefenpsychologie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
11ai.	Hypnotherapie / Hypnose	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
11aj.	Gestalttherapie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
11ak.	Psychodrama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
11al.	Neuropsychologie / Neurobiologie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Nr.	Fragestellung	Ja	Nein	Keine Angabe	Erklärungen
11am	Klientenzentrierte Therapie (KZT)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
11an.	Ganzheitliche Psychologie / Ansätze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Bei Angabe dieses Punktes sollte eine Erklärung durch den Coach erfolgen, was er unter dieser Begrifflichkeit versteht.
11ao.	andere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
11ao1.	wenn andere, welche				Sind hier angegebene Strömungen in der Wissenschaft anerkannt?
<b>12.</b>	Wenn ein Menschenbild / eine Strömung / eine Richtung benannt wird, ist diese näher erläutert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Werden neben der „reinen“ Nennung weitere, vertiefende Erklärungen angeboten?
12a.	Wenn ja, sind diese leicht zugänglich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sind weitere Erläuterungen einfach zu finden oder muss erst umständlich nach Informationen auf der Seite gesucht werden?
12b.	Wenn ja, sind diese verständlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Können die Erklärungen einfach und auch für den „Laien“ verständlich nachvollzogen werden?
12c.	Wenn ja, sind diese umfassend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sind die Erläuterungen ausreichend bzw. werden alle wesentlichen Verständnisfragen abgedeckt?
12d.	Wenn ja, sind diese korrekt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Stimmen die Angaben mit wissenschaftlichen Definitionen überein? Die Beantwortung kann hier meist nur über einen (stichprobenartigen) Cross-Check erfolgen.
12e.	Wenn ja, in welcher Form sind diese zugänglich	<b>(siehe nachfolgende Aufzählung)</b>			Die Form der Darstellung sagt wenig über die Güte der Antwort aus, da es unterschiedliche Herangehensweisen gibt. Sie kann jedoch ein Indikator dafür sein, inwieweit strukturelles Arbeiten und Herangehensweisen dem Coach wichtig sind.
12ea.	Direkt auf der Seite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
12eb.	PDF / Download	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
12ec.	Verlinkung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Nr.	Fragestellung	Ja	Nein	Keine Angabe	Erklärungen
12f.	Wird das Angebot gemacht, ausführlich, zeitnah und ohne Komplikationen über die eigene Arbeitsweise aufzuklären	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Diese Frage eruiert, ob die Möglichkeit besteht, wichtige Informationen beim Coach abzufragen.
<b>C. Methoden</b>					
Die Abhandlung von Methoden (Coaching-Tools wie Gesprächstechniken, Rollenspiele und vieles andere) auf einer Homepage resp. im Infomaterial ist nicht zwingend notwendig, um die Güte eines Coachs zu bestimmen. Die Nennung von Methoden ist jedoch ein Indikator für die Art des Coachings sowie für die Möglichkeiten eines Coachs, mit unterschiedlichen Problemstellungen und Persönlichkeiten umzugehen. Zudem verschafft die Nennung von Methoden eine stärkere Transparenz.					
13.	Werden die vom Coach im Coaching angewandten Methoden benannt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Benennt der Coach alle oder einige der von ihm verwendeten Coachingmethoden?
13a.	Wenn ja, welche				
13b.	Wenn ja, werden diese hinsichtlich ihres Settings erläutert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
13ba.	Wenn ja, sind diese verständlich und umfassend formuliert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Nr.	Fragestellung	Ja	Nein	Keine Angabe	Erklärungen
<b>Ergänzung: D. Unternehmensspezifische Fragestellungen</b>					
Im folgenden Komplex müssen nicht alle gestellten Fragen relevant für die jeweilige Ist- / Soll-Situation des Unternehmens sein, da Anlässe und Ziele des Coachings natürlich variieren und dementsprechend unterschiedliche Kompetenzen notwendig sind. Nicht relevante Fragestellungen sollten in diesem Fall vorab gestrichen werden, um keine Verzerrung der Ergebnisse zu fördern. Zudem sollten Werte, Leitbilder und Visionen innerhalb der Organisation vorab bekannt sein und formuliert werden.					
14.	Stimmen Werte, Leitbilder und Visionen der Organisation mit denen des Coachs prinzipiell überein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Lassen sich Aussagen finden und treffen, ob ähnliche oder passende Werte und ethische Haltungen des Coachs in die Organisationskultur passen?
15.	Weißt der Coach spezielle Zielgruppen aus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Beschränkt sich der Coach auf bestimmte Berufsgruppen, Branchen oder Unternehmensebenen? Ist er spezialisiert?
15a.	wenn ja, welche				
16.	Weißt der Coach Schwerpunkte im Coaching aus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Benennt der Coach bestimmte Schwerpunkte hinsichtlich seines Aufgabenfeldes oder seiner Expertise? Z.B. Burnout, Change Management?
16a.	wenn ja, welche				
17.	Weißt der Coach passende Branchenerfahrungen auf	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Dies schließt inhaltlich an Frage 4 an (siehe oben), sollte aber noch einmal genauer geprüft werden.
18.	Weißt der Coach passende Unternehmenserfahrungen auf	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hat der Coach Erfahrungen mit der jeweiligen Unternehmensform?

Nr.	Fragestellung	Ja	Nein	Keine Angabe	Erklärungen
19.	Besitz der Coach Erfahrungen in den vom Unternehmen angestrebten Prozessen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hier steht die Frage im Vordergrund, ob der Coach bereits Erfahrungen mit bestimmten unternehmensspezifischen Themen (19aa-19af) aufweisen kann.
19a.	wenn ja, welche	<b>(siehe nachfolgende Aufzählung)</b>			Mehrfachnennungen möglich
19aa.	Veränderungsprozesse (Change Management)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hat der Coach Erfahrungen oder Ausbildungen in Bezug auf Changeprozesse (Strategie-, Unternehmens-, Ressourcen oder Strukturwandel)? Stichworte hier sind z.B. Lernende Organisation, Kaizen, Business-Engineering, Merger and Acquisition, TQM oder Lean Management.
19ab.	Unternehmerische Weiterentwicklung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hat der Coach Erfahrungen mit arbeitsorganisatorischen Prozessen (Zeitmanagement etc.), Leistungsverbesserungen, Weiterbildungen, sozialpolitischen Themen, Outplacement etc.?
19ac.	Führungs-Knowhow	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ähnlich Frage 2b: Hat der Coach Erfahrung in Führung und wenn ja, welcher Führungsart?
19ad.	Berufliche Veränderungen einzelner Mitarbeiter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hat der Coach Erfahrung in der Unterstützung von mitarbeiterspezifischen Veränderungen wie Abteilungswechsel, Aufstieg, Aufgabenwechsel, Auslandsaufenthalten etc.?
19ae.	Berufliche Problemstellungen einzelner Mitarbeiter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hat der Coach Erfahrungen mit spezifischen beruflichen Herausforderungen wie Vorbereitung auf Führungsrollen, Karriereberatung, veränderte Anforderungen im Berufsleben?
19af.	Erfahrung mit Teamentwicklungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Für einen Coach ist Erfahrung mit Teamentwicklungsprozessen nicht zwingend notwendig, jedoch kann der Bereich Teamaufbau und -entwicklung inkl. Konfliktmanagement eine Bereicherung darstellen. Frage: Hat der Coach Erfahrung mit Teamentwicklungsprozessen?