

254.000.000
Ergebnisse
in 1 Sekunde
oder
627.000

Ein Coach ist ein Coach ist ein Coach ...

Sie oder einer Ihrer Mitarbeiter stehen zum Beispiel nach einer Umstrukturierung in einer neuen Führungssituation? Sie haben eine neue Funktion übernommen und müssen sich in einem anderen Umfeld positionieren? Sie stehen vor einer komplexen Herausforderung und sehen den Wald vor lauter Bäumen nicht? Klassische Aufgabenstellungen für einen Coach. Und nun? Wie finden Sie einen Coach und was können Sie erwarten?

Googeln Sie "Coaching" und Sie erhalten viele Millionen Treffer. Die bescheidenen 627.000 brachte die Suche nach „Coaching Anbieter“. Natürlich gibt es nicht so viele Coaching Anbieter in Deutschland, sondern nur ca. 10.000 oder ein paar weniger.

Wir möchten Sie bewusst sensibilisieren – in Teil 2 gibt es dann Tipps zur Wahl des richtigen Coaches.

Was ist das Besondere am Coaching-Markt?

- Lassen Sie uns zunächst eine Eingrenzung auf „Business Coaching“ vornehmen. Wir sprechen also nicht über Personal Coaching für müde Manager oder Trainer für Sportler. Business Coaching ist ein Instrument zur individuellen Beratung, Begleitung & Unterstützung von Menschen mit Führungs- und Steuerungsaufgaben. Ziel- & erfolgsorientiert.
- Der Anbietermarkt ist sehr granular, viele kleine und 1-Personen-Unternehmen sind unterwegs. Klar – Coaching ist ein Mensch-zu-Mensch-Geschäft. Coaches lassen sich weder klonen noch „in Serie fertigen“. Sie werden also beim Googeln auf jede Menge individuelle Anbieter treffen.
- Sie lesen teilweise phantasievolle Bezeichnungen – wie „Emotion Coach“, „Angst Coach“. Denn: Die Berufsbezeichnung Coach ist nicht geschützt. Selbst für die Untermenge der Business Coaches gibt es kein einheitliches Berufsbild. Für Sie ist kaum zu erkennen, was die eigentliche Leistung, der Nutzen und das Angebot sind, wenn ein Anbieter von Coaching spricht.
- Verbände und Vereine helfen nur bedingt weiter, da sie vom Beitrag ihrer Mitglieder leben und meist mit Ausbildungs-Instituten, Zertifizierern und Coaching-Anbietern verknüpft sind – also nicht zwingend unabhängig.
- Studien gibt es auch mehr als genug, sogar eine bekannte Stiftung für den Test von Produkten nimmt sich des Themas Coaching an. Die Messkriterien sind letztlich nicht einheitlich wissenschaftlich belegt. Und was helfen Ihnen fixierte Messkriterien, wenn es um die Zusammenarbeit zwischen Menschen geht?
- Und dann gibt es ja noch die Plattformen, die Nachfrager und Anbieter zusammenbringen sollen, bis hin zu Coaching-Angeboten per Internet, Chat,der nächste Coach ist nur einen Mausklick entfernt. Nicht qualitätsgesichert, sondern als bezahlte Leistung für jeden, der sich Coach nennt, buchbar.

Fazit:

Der Markt gleicht einem Dschungel. Kein Coaching ist wie das andere.

Dabei gibt es kaum eine Dienstleistung, die so vom Faktor Mensch-zu-Mensch abhängt.

[Hier geht's zu Teil 2: So finden Sie den richtigen Coach](#)