

Trainer auf der Schulbank

AUSBILDUNG. Wer als Trainer, Berater oder Coach reüssieren will, sollte renommierte Ausbildungsinstitute suchen.

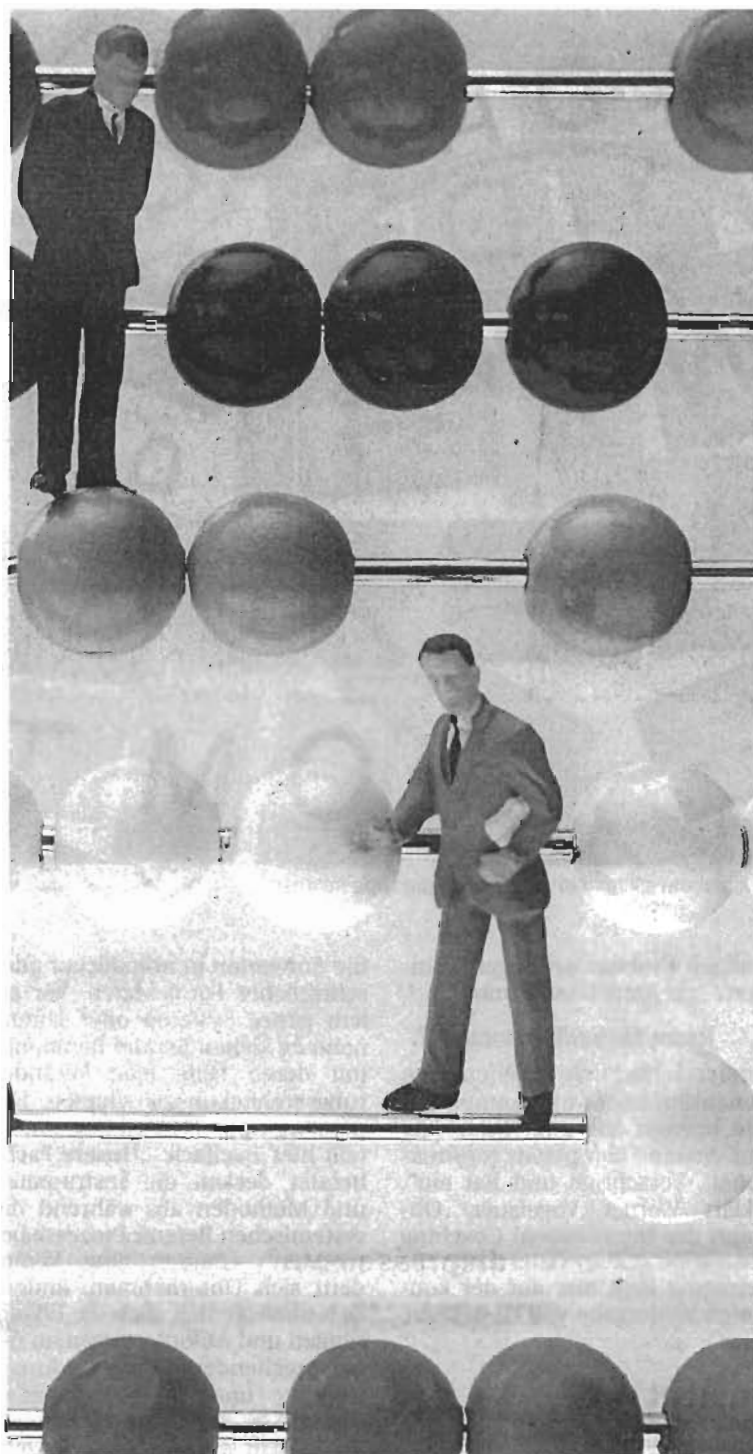
VON CHRISTIAN LENOBLE

WIEN. Projekttrainer, Managementcoaches, Persönlichkeitsmentoren – die Beratungsbranche boomt. So groß das Angebot ist, so schwierig gestaltet sich für die angehenden Berater, Trainer oder Coaches das Aufspüren der passenden Ausbildung.

Licht in den Dschungel der zahllosen Bildungswege bringt laut Experten vor allem eine eingehende Research-Arbeit. Barbara Heitger, Geschäftsführerin der Beratergruppe Neuwaldegg, rät nach erster Informationseinholung via Internet, Absolventenbefragung oder Prospektbeschaffung zum direkten Kontakt mit dem Anbieter: „Es gilt Kernfragen zu stellen, nach der Dauer der Ausbildung, der Definition der Erfolgskriterien, dem theoretischen Fundament und der Referenzen der Trainer.“ Für Indizien, die zur Vorsicht mahnen, hält Heitger unkonkrete Antworten und solche, die zu viel versprechen. Etwa Aussagen wie: „Nach dem Seminar sind Sie ein Universal-Trainer“.

Soziale Interaktion

Die Bereitschaft für ein ausführliches Telefonat oder Gespräch durch den Lehrgangleiter inklusive Zur-Verfügung-Stellung ergiebiger Unterlagen stellen auch für Werner Vogelauer, Leiter der Trigon Entwicklungsberatung, entscheidende Hinweise dar: „Unseriös wirken Angebote von einigen Tagen Dauer durch unbekannte Trainer, bei denen nur ein ‚Supertitel‘ oder eine Broschüre vorliegt, und denen es an einschlägiger Qualifikation, meist psychosozialer Art, fehlt.“ Peter Jelinek, Geschäftsführer der Jelinek und Partner Consult, in dessen Weiterbildungsinstitut, der Wiener Trainerakademie, Trainer und Coaches ausgebildet werden, empfiehlt zudem einen genauen Blick auf das Kurs-Curriculum: „Sowohl Coaching als auch Training sind in erster Linie eine soziale Interaktionen. Ausbildungen, die den Fokus rein auf die Vermittlung von Präsentations- oder Interventions-techniken legen, gehen an den Anforderungen des Berufs vorbei.“ Hinterfragt werden sollten außerdem Philosophie und Menschenbild der Institutionen. „Leider erkennen sich manche Menschen zu Ausbilder, obwohl es ihnen sowohl am Kompetenz als auch an



Viele Möglichkeiten, zahlreiche Angebote: Beim Aussuchen der passenden Ausbildung sollte man sich Zeit nehmen. (www.foto-heitger.com)

INVESTITIONEN und Chancen

Kosten: Bis zu 10.000 Euro kann die Ausbildung zum Trainer oder Coach verschlingen. Ausgebildete Personen dürfen sich im Gegenzug über künftige Stundenhonorare von 100 Euro aufwärts freuen. Ob sich die Investition lohnt, hängt von der grundsätzlichen sozialen Eignung des Beratenden, der anerkannten Güte der Ausbildung und der künftigen Nachfrage am Markt ab.

Chancen: Als Wachstumsmärkte bezeichnen Experten firmeninterne Nachfragen, illustriert durch Beispiele von Großunternehmen wie die ÖBB, Daimler-Chrysler oder VW, die sogar eine eigene Coaching-Akademie ins Leben gerufen haben. Auch das begleitende Beraten von Einzelpersonen im Managementbereich könnte zu den Trends der nahen Zukunft gehören.

der ethischen Grundhaltung mangelt“, meint dazu Elfriede Konas, Geschäftsführerin der Konas Consulting Unternehmensberatung und Ausbildungsleiterin für Coaching-Diplomlehrgänge.

Institute & Verbände

Wesentlichen Aufschluss über die Qualität der Ausbildung gibt nach einhelliger Expertenmeinung die Auflistung der Institute oder Trainer bei einem Berufsverband. Die wichtigsten: Austrian Coaching Council (ACC), International Coach Federation (ICF), Österreichische Gesellschaft für Gruppendynamik und Organisationsberatung (ÖGGO). „In Zeiten, in denen sich mangels gewerberechtlicher Berufsregeln quasi jeder als Berater, Trainer oder Coach bezeichnen kann, kommt den Verbänden die wichtige Aufgabe zu, Berufsbilder und -profile exakt vorzugeben“, erläutert Thomas Schöller, Leiter des Coach-Lernganges der Trainwerkstatt. Ziel der in Dachverbänden zusammengeschlossenen Firmen und Vereine ist dank Formulierung von Standards und Aufnahmekriterien Qualitätssicherung zu betreiben, um sich von schwarzen Schafen der Branche abgrenzen zu können.

„In drei Tagen wird man weder Trainer noch Coach.“

Peter Jelinek

Dass die Verbände die Kontrolle ihrer Mitglieder ernst nehmen, weiß etwa Roman Braun, Geschäftsführer von Trinergy International, aus eigener Erfahrung zu berichten: „Der Prozess der Approbation meiner Ausbildung beim ICF hat sechs Monate gedauert. Ich musste 5000 Sitzungen mit Klienten nachweisen, Videodokumentationen abschicken, wurde in Theorie und Praxis auf Herz und Nieren geprüft und hatte ein Live-Coaching per Telefonkonferenz zu absolvieren.“ Auch die österreichischen Verbände ÖGGO und ACC gelten als Berufsverbände mit strengem Regelwerk. So findet sich in den Statuten des ACC neben einer Coach-Datenbank, Infos über Forschungsprojekte oder einem Fachforum zum Expertenaustausch auch eine Umschreibung der von Coaches geforderten Human-Kompetenz. „Die Menschen, mit denen ein Coach arbeitet, zu mögen, ohne sich in menschliche Abhängigkeit zu begeben, sowie eine partnerschaftliche, entwicklungsorien-

tierte, aber auch konfrontierende Haltung“ werden als Kriterien professioneller Arbeit betrachtet.

Auch was die Zertifizierungen betrifft, ist eine Mitgliedschaft der ausstellenden Institute in einem Dachverband wesentliches Qualitätsmerkmal. „Der Wert der Zertifikate hängt weniger davon ab, was darauf steht, und mehr davon, wie renommiert die Aussteller sind“, so Schöller. Entscheidend sei auch da, dass Zeugnisse die Bescheinigung einer Ausbildung mit ordentlichem Stundenumfang (ab 150 Stunden) und professionellen Lehrenden (vorzüglich nicht nur hauseigene, sondern auch international reputierte Gastausbilder) darstellen.

„Indizien, die zur Vorsicht mahnen: unkonkrete Antworten und solche, die zu viel versprechen.“

Barbara Heitger

Wer einmal ein Zeugnis in der Hand hält, hat die erste Hürde zum Trainer, Berater oder Coach genommen. Garantie für eine erfolgreiche Berufsausübung ist damit noch keine verbunden. „Für neue Absolventen, die noch kein Arbeitsfeld oder einschlägige Kontakte haben, sehe ich das Berufsfeld problematisch“, meint Vogelauer in Anspielung auf hauseigene Umfragen, wonach 80 Prozent der Kunden von einem Coach einschlägige Berufs- und Lebenserfahrung fordern. Vogelauer: „Das steigert die Bedeutung von zertifizierten und anerkannten Kursen, die derzeit in den Verbänden ausgearbeitet werden.“

Netzwerkaufbau

Auch Heitger betont, dass neben Lust und Kraft für das Kerngeschäft „ein pragmatisches Vorgehen in Sachen Netzwerkaufbau“ unverzichtbar sei: „Coach und Berater als singulären Berufsweg zu bestreiten, scheint mir schwierig. Es gibt nur wenige, die davon leben können, sofern sie die Beratungsdienste nicht zusätzlich zu bestehender Therapeuten- oder Consultingtätigkeit anbieten.“ Braun sieht es rosiger: „Den Unternehmen wird klarer, dass das Humankapital bei weitem nicht genutzt wird. Das bietet ernsthaft Ausgebildeten weitere Chancen.“

www.coachingdachverband.at
www.oeggo.at
www.coachfederation.org