

COACHING-UMFRAGE DEUTSCHLAND 2014/15

Vertraulichkeit ist für Coachs ein Muss



Mit einer dritten Partei über einen Coaching-Prozess zu reden ohne die explizite Erlaubnis seitens des Coachees, ist für die meisten Coachs undenkbar.

Foto: ImageSource

DIE COACHING-UMFRAGE DEUTSCHLAND

Die Coaching-Umfrage Deutschland ist die älteste regelmäßig durchgeführte Studie zum deutschen Coaching-Markt. Seit 2002 werden jährlich Daten zur wirtschaftlichen Situation von Coachs erhoben. Außerdem untersucht die Studie wechselnde Schwerpunktthemen, die aktuell von besonderer Bedeutung sind. An der Coaching-Umfrage 2014/15 beteiligten sich 399 Coachs. Die Ergebnisse stehen allen Interessierten kostenfrei zur Verfügung unter www.coaching-umfrage.de. Für die befragten Teilnehmer sind die aktuellen Daten bereits jetzt online verfügbar, für alle anderen nach den Sommerferien.

Wie gehen Coachs mit dem Gebot der Vertraulichkeit um? Dieser Frage widmet sich die aktuelle Coaching-Umfrage Deutschland schwerpunktmäßig. Bislang sind Coachs beim Umgang mit dem heiklen Thema auf sich allein gestellt, wie die Ergebnisse zeigen.

Wie gehen Coachs, deren Auftraggeber und Klienten eigentlich mit dem Thema Vertraulichkeit im Coaching um? Diese Frage stellte nicht nur der Coaching-Kongress an der Hochschule für angewandtes Management (HAM) in Erding, der Ende März 2015 stattfand. Auch die Coaching-Umfrage 2014/15, die dieses Mal in Kooperation

mit dem HAM-Kongress durchgeführt wurde, widmet sich diesem Thema schwerpunktmäßig.

Dass Coachings vertraulich ablaufen und alles, was im Coaching besprochen wird, vertraulich behandelt wird, gehört eigentlich zum Common Sense der Szene. Allerdings: Eine rechtliche Grundlage gibt es dafür nicht (mit Ausnahme für Diplom-Psychologen und Psychotherapeuten im Rahmen einer psychologischen Beratung). Die kann es auch nicht geben, sind doch Coach und Coaching ungeschützte Begriffe. Vertraulichkeit ist also vielmehr ein moralischer Imperativ für Coachs, der allenfalls durch die Ethikrichtlinien des jeweiligen Coaching-Verbands gestützt wird, in dem der Coach freiwillig Mitglied ist.

92 Prozent der Coachs halten Vertraulichkeit für wichtig

Dass Vertraulichkeit für Coachs dennoch selbstverständlich ist, zeigen die Ergebnisse der diesjährigen Coaching-Umfrage. So geben 92 Prozent der Befragten an, Vertraulichkeit zwischen Coach und Coaching-Klient als sehr wichtiges oder wichtiges Thema anzusehen. Konsequenterweise stimmt eine Mehrheit der befragten Coachs auch folgenden Aussagen zu:

- Der Coach spricht über die Inhalte des Coachings mit keiner dritten Partei.
- Der Coach darf nur nach Zustimmung des Coaching-Klienten und in dessen Anwesenheit über die Ergebnisse des Coachings mit Blick auf die vereinbarten Coaching-Ziele mit Dritten sprechen.

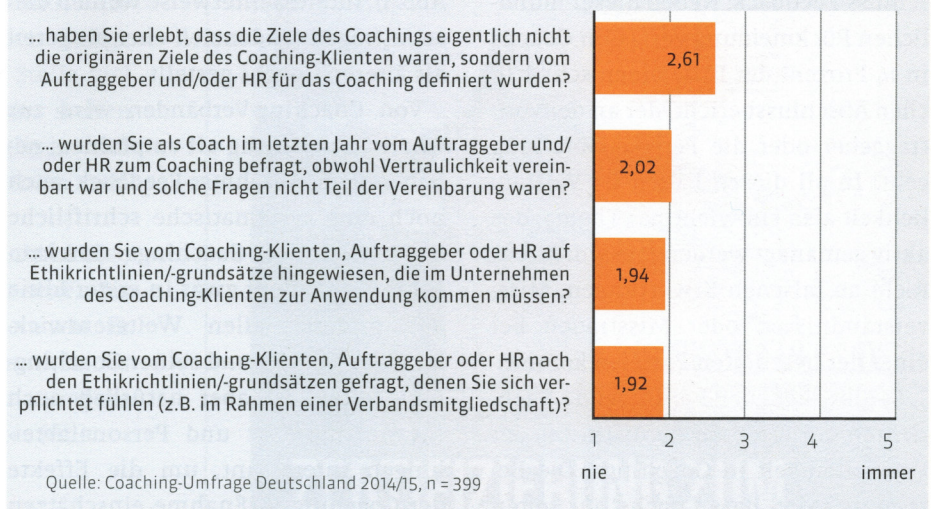
- Der Coach darf nur nach Zustimmung des Coaching-Klienten und in dessen Anwesenheit über die Themen und Inhalte des Coachings mit Blick auf die vereinbarten Coaching-Ziele mit Dritten sprechen.

Folgende Aussage hingegen stößt auf einhellige Ablehnung:

- Der Coach darf über die Themen und Inhalte des Coachings mit dem Auftraggeber und/oder HR sprechen, auch wenn dies vom Coaching-Klienten nicht explizit genehmigt wurde.

Offensichtlich sehen viele Coaches das Thema Vertraulichkeit also als einen zentralen Punkt ihrer Tätigkeit an. Jedoch mit einer Ausnahme: die eigene Supervision. So meint die Mehrheit der Befragten, dass ein Coach sehr wohl mit seinem Supervisor über die Themen und Inhalte des Coachings sprechen darf, auch wenn dies nicht explizit durch den Coaching-Klienten genehmigt wurde. Allerdings werden in der Supervision ja normalerweise

ABB. 1: ETHISCHE GRUNDSÄTZE
Wie häufig im vergangenen Jahr ...



keine Klienten- oder Unternehmensnamen genannt, sondern anonym vom „Coaching-Klienten“ oder „Auftraggeber“ gesprochen.

Feedback an den Auftraggeber ist die Regel

Wie bedeutsam das Thema Vertraulichkeit ist, zeigt sich auch daran, dass gut die Hälfte der Coaches angeben, dass in ihren Coachings Klient und

Auftraggeber nie oder meistens nicht identisch sind. Häufig gibt es also eine dritte Partei im Coaching, die ebenfalls Interessen hat. Als logische Folge finden in durchschnittlich 53 Prozent der Fälle ein Auftragsklärungsgespräch zwischen mindestens drei Personen statt: Coach, Coaching-Klient und Auftraggeber. Für viele Coaches ist das der Regelfall. In rund zehn Prozent der Fälle findet die Auftragsklärung sogar ausschließlich zwischen Coach und Auftraggeber statt, ohne dass der eigentliche Coaching-Klient überhaupt anwesend ist. Damit ist der Auftraggeber eine wichtige Partei im Coaching-Prozess, mit der eigentlich explizite Regeln über die Vertraulichkeit vereinbart werden müssten.

Dafür spricht auch, dass der Auftraggeber bei vielen Coachings zum Abschluss ein verbales Feedback erhält. In 21 Prozent der Fälle ist der Coaching-Klient bei diesem Feedback nicht einmal anwesend. In 47 Prozent der Fälle nimmt zwar der Coaching-Klient teil, dafür wird aber auch explizit über Themen des Coachings gesprochen. Lediglich in 31 Prozent der



Die Autoren: Jörg Middendorf, Dipl.-Psych., MSc. in Psychology, leitet das auf die Themen Coaching, Konflikt und Teamentwicklung spezialisierte BCO Büro für Coaching und Organisationsberatung in Frechen bei Köln. Er ist bekannt als Buchautor, Organisator der jährlichen Coaching-Umfrage Deutschland und Online-Coach von MWonline. Kontakt: www.BCO-Koeln.de



Georg Fischer, Dipl.-Sozialpädagoge, Dipl.-Ökonom, führt die Organisationsberatung Denkstelle in Sankt Augustin bei Bonn. Dort beschäftigt sich der Innovationsexperte mit Business Research und Business Development insbesondere in Strategie- und Organisationsfragen. Er veröffentlichte ein Buch zum „Abenteuer Innovation“ und wertet die jährliche Coaching-Umfrage Deutschland aus. Kontakt: www.denkstelle.de

Fälle erhält der Auftraggeber kein Abschluss-Feedback. Neben dieser mündlichen Rückmeldung verfassen Coaches in 14 Prozent der Fälle einen schriftlichen Abschlussbericht, der an den Auftraggeber oder die Personalabteilung geht. In all diesen Fällen ist Vertraulichkeit also ein wichtiges Thema, das aktiv gemanagt werden muss, damit es nicht zu falschen Erwartungen, Missverständnissen oder Misstrauen bei einer der beteiligten Parteien kommt.

Es gibt aber auch beruhigende Nachrichten mit Blick auf die Wahrung der Vertraulichkeit in Coachings. Die Befragung zeigt, dass Coaches nur selten von Unternehmensseite zu den Inhalten von Coachings befragt werden, obwohl zuvor ausdrücklich Vertraulich-

keit darüber vereinbart wurde (siehe Abb. 1). Interessanterweise werden diese Anfragen tendenziell eher jüngeren als älteren Coaches gestellt.

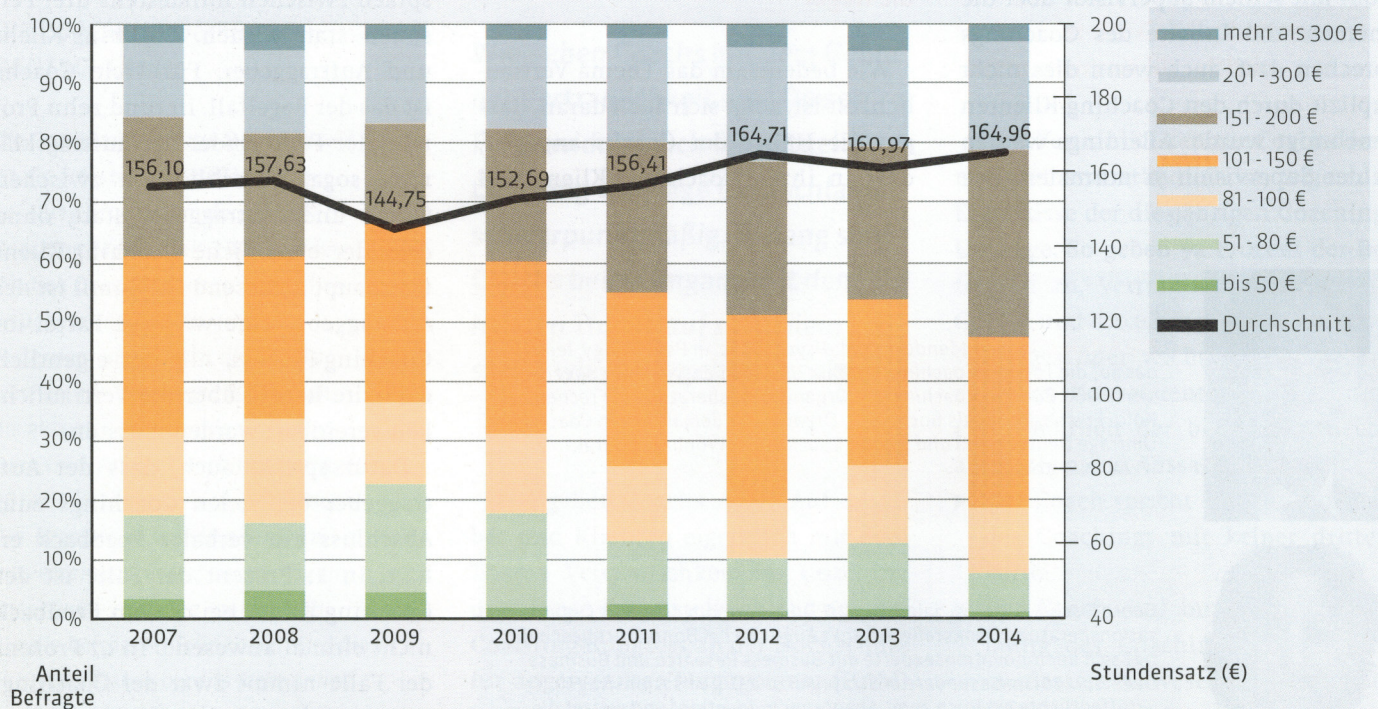
Von Coaching-Verbänden wird zur Qualitätssicherung oft empfohlen, neben einem Abschluss-Feedback auch noch eine systematische schriftliche Evaluation des Coachings durchzuführen. Die dient zwar in erster Linie der professionellen Weiterentwicklung des Coaches und seiner Coachingfähigkeiten, ist aber natürlich auch für Auftraggeber und Personalabteilungen interessant, um die Effekte der Coaching-Maßnahme einschätzen zu können. Allerdings werden solche Evaluationen nur für weniger als die Hälfte der Coachings durchgeführt (41

Prozent). Und auch dann geht der Evaluationsbogen nur in gut 30 Prozent an den Auftraggeber oder die Personalabteilung. Oftmals bleiben die Evaluationsergebnisse zwischen Coach und seinem Klient also tatsächlich vertraulich. Ob dies allerdings im Sinne des Auftraggebers ist, steht auf einem anderen Blatt.

Das Thema Vertraulichkeit wird den Coaches selbst überlassen

Bei so vielen heiklen Fragen in Bezug auf die Vertraulichkeit wäre zu erwarten, dass es dazu klare Regelungen in den Unternehmen gibt und sie den beauftragten Coaches entsprechende Vorgaben machen. Allerdings ergeben

ABB. 2: STUNDENSATZ COACHING



die Daten der Coaching-Umfrage, dass Coaches von Unternehmen eher selten auf geltende Ethikrichtlinien oder -grundsätze angesprochen werden. Einige Coaching-Verbände geben sich an dieser Stelle viel Mühe und bilden Ethikkommissionen oder stellen detaillierte Ethikrichtlinien für ihre Mitglieder auf. Doch auch auf diese vorhandenen Richtlinien nehmen Unternehmen nur selten Bezug.

Das Thema Vertraulichkeit wird im Augenblick also eher den Coaches selbst überlassen und nur selten bis gar nicht von Unternehmen zum Thema gemacht. Es liegt also vornehmlich an der Professionalität des einzelnen Coaches, wie er mit diesem Thema umgeht und welchen Richtlinien er sich verpflichtet fühlt.

Der Stundensatz erreicht ein Rekordhoch

Neben dem Schwerpunktthema erhebt die aktuelle Studie wie gewohnt auch Daten zur Coachingbranche. Das zentrale Ergebnis ist dabei durchaus erfreulich: Der Stundensatz ist 2014 auf 164,96 Euro gestiegen – der höchste seit der ersten Coaching-Umfrage Deutschland im Jahr 2002 (siehe Abb. 2).

Weitere wichtige Daten: Der statistische Coach ist 51 Jahre alt und sammelte 16,5 Jahre Berufserfahrung, bevor er als Coach tätig wurde. Er arbeitet seit 10,6 Jahren als Coach und bestreitet 32,4 Prozent seines Einkommens mit dieser Tätigkeit. Wenn er im Rahmen von privaten bezahlten Coachings abrechnet, kostet die Stunde 129,85 Euro, ein Unternehmen zahlt 186,23 Euro. Die Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Coaches sind dabei in all diesen Punkten marginal, mit einer Ausnahme: Zahlt ein Unternehmen für das Coaching, verdienen Männer rund 9 Euro mehr pro Stunde.

Das sind natürlich nur Durchschnittswerte, die im Einzelfall stark schwanken können. Doch zeichnete sich ein ähnliches Bild über den statistischen Coach auch schon bei früheren Umfragen ab. Insgesamt zeigen die Umfragedaten aus den vergangenen Jahren Coaching als ein Tätigkeitsfeld, in dem sich meist berufserfahrene Menschen oft mit vorheriger Führungserfahrung und Durchhaltevermögen am Markt bewegen. Dazu passt auch, dass sich neben Freiberuflern immer mehr Coaches mit einem eigenen Unternehmen am Markt etablieren.

Jörg Middendorf, Georg Fischer ■



ZERTIFIZIERUNG ZUM 9 LEVELS TRAINER

Zielgruppe

Experten, die sich mit Veränderungsprojekten, Trainingsmaßnahmen, Beratungen und Coachings auseinandersetzen und ihre Arbeit durch ein wissenschaftlich fundiertes und in der Praxis erprobtes Modell ergänzen möchten.

Einsatzgebiete

Einzelcoaching, Outplacement, Placement, Recruiting / Assessment Center, Karriereberatung, Führungskräftecoaching

Teamentwicklung, Teamcoaching, Führungskräfteentwicklung, Vertriebsoptimierung, Prozessoptimierung

Unternehmenskultur-Veränderung, Schnittstellenoptimierung, Organisationsentwicklung, Change Management

TERMINE 2015

Frankfurt 17.-19.06.2015
Ravensburg 28.-30.10.2015

alle Termine: WWW.9LEVELS.DE

BESUCHEN SIE UNS!

Petersberger Trainertage
17. + 18. April 2015



9 LEVELS INSTITUTE FOR VALUE SYSTEMS GMBH & CO. KG
Eywiesenstraße 6 | 88212 Ravensburg | Germany
T +49 751 363 44-999 | F -739 | info@9levels.de | www.9levels.de