

# „Der braucht mal ein Coaching“ – Vorurteile zum systemischen Coaching im unternehmerischen Kontext und wie man mit ihnen aufräumen kann

## Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	<b>3</b>
<b>Vorurteile über das systemische Coaching</b> .....	<b>4</b>
1. Jeder darf sich Coach nennen .....	4
2. Durch ein Coaching wird man erfolgreich.....	4
3. Der Coach gibt Ratschläge und löst Probleme .....	5
4. Wer ein Coaching braucht, hat ein Problem .....	5
5. Coaching ist zu esoterisch .....	5
<b>Was ist systemisches Coaching also wirklich</b> .....	<b>5</b>
<b>Umgang mit Vorurteilen und mögliche Lösungsansätze</b> .....	<b>6</b>
Durch Coaching zeigen, was Coaching wirklich ist.....	6
Selbstmarketing im Unternehmen .....	7
Jeder Coachee kann ein handlungsfähiger Coachee sein .....	8
Offizielle Benennung und Integration in die Unternehmensstruktur .....	10
<b>Fazit</b> .....	<b>10</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>11</b>

## Einleitung

In meinem Job habe ich verschiedene Rollen inne. Als Führungskraft, Mitarbeiterin, Kollegin und angehende Coachin begegne ich dem Thema Coaching auf unterschiedliche Weise. Als Führungskraft nutze ich bereits viele der Methoden und Modelle, um meinen MitarbeiterInnen in ihrer professionellen Entwicklung zu helfen. Als Mitarbeiterin und Kollegin empfehle ich auch mal eine Coachingsession zu buchen, wenn sich ein Thema nicht mit der Führungskraft allein lösen lässt. Als angehende Coachin helfe ich meinen KollegInnen nun auch selbst bei ihren Entwicklungsthemen und Konflikten. Gleichzeitig beobachte ich, dass es immer noch einige Vorurteile und Vorbehalte gegenüber Coaching gibt.

„Der braucht mal ein Coaching!“ höre ich in meinem beruflichen Alltag, wenn es darum geht, dass Mitarbeitende nicht so performen wie erwartet.

„Als Coach verdienst du ja dann richtig Kohle und hast wenig Arbeit!“ höre ich von KollegInnen und Bekannten.

Diesen und anderen Vorurteilen begegne ich, seit ich meine Ausbildung zur systemischen Coachin angefangen habe. Dahinter stecken keineswegs böswillige Unterstellungen, sondern eher Unwissen und eine allgemein falsche Wahrnehmung von dem, was Coaching eigentlich ist.

In dieser Arbeit setze ich mich mit der Wahrnehmung und dem allgemeinen Verständnis von Coaching v.a. im unternehmerischen Kontext auseinander. Ich führe zu diesem Zweck gängige Vorurteile auf, denen ich selbst begegnet bin und befasse mich mit möglichen Ansätzen, damit aufzuräumen.

## Vorurteile über das systemische Coaching

Missverständnisse und mangelndes Wissen über systemisches Coaching führen zu einer Reihe von Vorurteilen, die sich in den Medien und im beruflichen Alltag oft zeigen. Im Folgenden sind fünf Vorurteile aufgeführt, denen ich selbst begegnet bin und die oft auch in diversen Artikeln zum Thema Coaching genannt werden.

### 1. Jeder darf sich Coach nennen

„Ich mach dich besser!“ mit diesem und anderen Versprechen werben vermeintliche Coaches für sich und ihre meist dubiosen Geschäfte.

Der Begriff „Coaching“ wird durch die Vielfalt an Angeboten am Markt unterschiedlich gebraucht. „Coach“ ist kein geschützter Begriff, was eben dazu führt, dass sich viele VertreterInnen in der Beratungsbranche auch so nennen. Am Ende reicht die Palette in alle Lebens- und Trendbereiche - vom klassischen Business Coach bis hin zum spirituellen Coach.

Das führt auch dazu, dass es für Hilfesuchende nicht einfach ist, einen passenden Coach zu finden. Im schlimmsten Fall gerät man an selbsternannte, unausgebildete „Gurus“, die gegen entsprechend hohe Honorare schnellen Erfolg versprechen.

Das Problem hierbei ist, dass eine Qualitätssicherung nur bedingt gewährleistet ist. Verbände steuern dagegen und definieren durch Richtlinien und Standards Qualitätskriterien für ihre Mitglieder. Die Vielzahl<sup>1</sup> und Vielfalt der Verbände zeigt zwar Uneinigkeit darüber, was einen guten Coach ausmacht, helfen aber bei der Suche, einen passenden Coach für die eigenen Bedürfnisse zu finden und geben dabei gewisse Sicherheit über dessen Qualifikationen.

### 2. Durch ein Coaching wird man erfolgreich

Coaching heißt erfolgreicher werden. Auch dieses Versprechen schürt Erwartungen und verzerrt das Bild von Coaching. Vor allem, wenn man Erfolg mit mehr Geld gleichsetzt. Doch was heißt Erfolg?

Man sollte individuell und differenziert betrachten, was „erfolgreich“ bedeutet. Verdient man am Ende ein Vielfaches mehr Geld oder ist man der gesündeste Mensch der Welt? Derartige Ergebnisse sind eher unwahrscheinlich. Ein Coaching kann jedoch dabei helfen, neue Perspektiven einzunehmen und sich dabei entlang eines Problems oder einer Herausforderung weiterzuentwickeln. Am Ende führt dies natürlich zu persönlichen Erfolgen allerdings eben entlang vordefinierter und realistischer Ziele.

Dieses Vorurteil zeigt sich vor allem im unternehmerischen Kontext, wenn Führungskräfte ihre MitarbeiterInnen zum Coaching schicken mit der Erwartung, dass diese Person besser performt.

---

<sup>1</sup> Lt. <https://www.rauen.de/coaching-report/coaching-markt/verbaende.html> sind es aktuell 24 Coaching- und Mischverbände allein in Deutschland

### 3. Der Coach gibt Ratschläge und löst Probleme

Diese Meinung hält sich hartnäckig, vor allem in Unternehmen. „Wenn ich mir einen Coach ins Haus hole, wird alles besser und ich muss nicht viel dazutun – ihn nur bezahlen.“ Vorgesetzte schicken ihre „problematischen“ MitarbeiterInnen ins Coaching und erwarten, dass sie danach besser und den eigenen Erwartungen entsprechend wieder herauskommen.

Hier wird oft Coaching mit Beratung vermengt. Eine Person kann natürlich beides ins Unternehmen bringen und je nach Situation, die eine oder die andere Tätigkeit ausführen. Eine mangelhafte Auftragsklärung kann aber dazu führen, dass erarbeitete Ergebnisse weit auseinander gehen und gewisse Erwartungen nicht erfüllt wurden. Beide Seiten setzen voraus, dass die Rollen klar sind, ohne explizit darüber gesprochen zu haben.

### 4. Wer ein Coaching braucht, hat ein Problem

Ähnlich zur Therapie, ist auch Coaching mit einem gewissen Tabu behaftet. Professionelle Unterstützung in Anspruch zu nehmen, kann mit einer gesellschaftlichen Stigmatisierung behaftet sein – vor allem, wenn es um Leistungsfähigkeit geht. Wird man in ein Coaching sogar geschickt, kann es wirken, als würde man als problembehaftet „abgestempelt“.

Dies führt dazu, dass viele immer noch für sich allein Versuche anstellen, Probleme zu lösen oder diese sogar zu ignorieren.

Dabei werden im Coaching Pläne und Strategien für die persönliche Entwicklung erarbeitet und nicht nur Ursachenforschung betrieben. Coaching findet zukunftsgerichtet und ressourcenorientiert statt.

### 5. Coaching ist zu esoterisch

Wie bereits erwähnt, ist der Markt voll von Leuten, die ihre Dienstleistungen als Coaches zu verschiedensten Lebensthemen anbieten. So wie es falsche Business Gurus gibt, gibt es auch aus dem Bereich der Esoterik Coaches, die den Eindruck vermitteln, dass ein Coaching immer mit einer Reise ins Innere verbunden ist und nicht gezielt und effizient auf Ziele des Klienten, v.a. im Kontext Business und/oder Karriere eingehen. Befeuert wird dieses Vorurteil noch durch teure Retreat-Seminare, die Erleuchtung versprechen.

Ja, eine gewisse Form von Auseinandersetzung mit seinem Inneren kann im Coaching stattfinden. Aber: In einer Sitzung geht man nur so weit, wie der Klient/die Klientin es zulässt und es hilft. Je nach Thema und Persönlichkeit werden passende Methoden angeboten.

## Was ist systemisches Coaching also wirklich

Kurz und knapp handelt es sich dabei um eine Form von professioneller Unterstützung bei der Lösung von individuellen Herausforderungen und Begleitung von Veränderungsprozessen.

Die Arbeit basiert dabei auf den Prinzipien des systemischen Denkens und zielt darauf ab, die Beziehungen zwischen einem Individuum und seinen sozialen und

beruflichen Umfeldern (Systemen) zu verstehen und zu verbessern. Themen werden nicht isoliert, sondern in ihrem größeren Kontext betrachtet und in Beziehung zu anderen Personen, Gruppen oder Systemen gesetzt.

Schlüsselkonzepte, die im systemischen Coaching greifen (und Teil der Ausbildung sind):

- Systemisches Denken:  
Probleme und Fragestellungen sind Teil eines größeren Systems. Lösungen sind dementsprechend auch in Wechselwirkung und Beziehung innerhalb dieses Systems zu betrachten.
  
- Kontextualisierung:  
Probleme und Herausforderungen sind in ihrem Kontext zu betrachten. Dabei gilt es zu verstehen, wie externe Faktoren und Beziehungen das Verhalten und die Situation der KlientInnen beeinflussen.
  
- Ressourcenorientierung:  
Es wird sich ausschließlich auf die Ressourcen und Stärken des KlientInnen fokussiert. Diese zu identifizieren und zu nutzen, führt zu positiven Veränderungen.
  
- Haltung:  
Zur Schaffung einer vertrauensvollen Arbeit mit KlientInnen gilt es, den Grundprinzipien des Coachings zu folgen: Respekt und Wertschätzung, Verschwiegenheit, Verantwortung, Neutralität und Allparteilichkeit. Der Coach nimmt eine Grundhaltung des Nicht-Wissens ein und ist damit Befähiger zur Entwicklung von Lösungen.

## Umgang mit Vorurteilen und mögliche Lösungsansätze

### Durch Coaching zeigen, was Coaching wirklich ist

Als Coach in der eigenen Firma ist es sehr wichtig die Rollen, in denen man agiert, immer transparent zu machen und zu kommunizieren. Bin ich gerade als Führungskraft in einem Entwicklungsgespräch oder als Coach? Was mir persönlich dabei hilft, ist bildlich von Hüten zu sprechen, die ich in solchen Situationen trage. Manchmal mache ich das sogar durch das physische Ab- und Umlegen eines Schals, um meinem Gegenüber deutlich zu machen, in welcher Rolle ich gerade in diesem Gespräch bin. Mit diesem transparenten und aufklärenden Umgang mit meiner Tätigkeit als Coachin, steuere ich direkt und indirekt gegen die oben aufgeführten Vorurteile.

Ein Beispiel:

*Eine Mitarbeiterin stand vor der Entscheidung, ob sie ein neues Projekt annimmt oder in ihrem alten Projekt verbleibt. Aus unternehmerischer Sicht war es egal, in welches Projekt sie geht, und ich als Führungskraft sah in beiden Optionen Entwicklungspotenziale für sie. Da sie mit der Entscheidung haderte, bot ich ihr an, in einem Entscheidungscoaching auszuprobieren, welche Option für sie die bessere*

wäre. Ich machte ihr eingangs klar, dass ich für diese Sitzung die Rolle der Führungskraft ablegte und nur als ihr Coach agierte. Ich erklärte ihr das Tetralemma und führte sie damit durch die Optionen. Am Ende kam sie zu einer für sie zufriedenstellenden Entscheidung.

Ein weiteres Beispiel:

*Im Jahresgespräch mit einer Mitarbeiterin hat sich ergeben, dass sie für sich noch Entwicklungspotenzial im Themenbereich Kundenkommunikation sieht. Im ersten Schritt ging ich mit ihr die grundlegenden Erwartungen und Vorgehensweisen, die wir im Unternehmen rund um diesen Themenkomplex entwickelt haben, durch, um genauer eingrenzen zu können, worum es ihr genau geht. Es stellte sich heraus, dass es um ihre innere Haltung in besonders brenzligen Situationen ging. Ich erklärte ihr, dass sie das in einer Coachingsession vertiefen könnte und bot ihr an, dies auch mit einem Kollegen zu tun, der ausgebildeter Coach ist. Sie wollte das Coaching dennoch lieber bei mir machen. In einer separaten Session setzten wir uns also zusammen und ich half ihr mit verschiedenen Fragetechniken ein Zielbild und Maßnahmen zu erarbeiten.*

Wichtig ist vor allem im Coaching mit eigenen Mitarbeitern, dass ich deutlich mache, wenn für mich ein Interessenskonflikt entsteht und welchen Einfluss dieser auf den weiteren Verlauf haben kann. Stehen wirtschaftliche Interessen zu stark im Vordergrund, lasse ich den Coachees die Wahl, ob wir weiter machen, oder ob er/sie ein Coaching bei jemand anderem machen möchte.

Als Führungskraft lassen sich Interessenskonflikte nicht vermeiden und ein transparenter Umgang damit hat sich bisher sehr gut bewährt.

Gleichzeitig zeige ich den Coachees, dass ich eben keine Lösungen anbiete, sondern ihnen dabei helfe, diese zu finden. Springe ich dann in meine Rolle als Führungskraft, kann ich es wiederum ermöglichen diese Lösungen auch umzusetzen. Als reine Coachin versuche ich so weit entfernt wie möglich von meinem Zuständigkeitsbereich zu wirken, damit ich mich vollkommen auf den Coachee konzentrieren kann.

## Selbstmarketing im Unternehmen

Naheliegender und mit wenig Aufwand verbunden ist es, sich als Coach im Unternehmen bekannt zu machen. Wie oben beschrieben, ist das A und O als Coach zu agieren und durch Coachingserfolge ein besseres Verständnis zu vermitteln.

Für mich war der erste Schritt unter meinen KollegInnen bekannt zu machen, dass ich in der Ausbildung zur systemischen Coach bin und Freiwillige zur Übung suche. Das Interesse war groß. Die Unterstützung durch andere KollegInnen, die bereits eine Ausbildung zum systemischen Coach abgeschlossen hatten, war dabei sehr hilfreich. Aktuell sind wir sogar im Prozess, offiziell als in-house Coaches ein entsprechendes Angebot für die KollegInnen zu entwickeln.

Seitdem werde ich häufiger gefragt, was systemisches Coaching ist. Entsprechend habe ich eine schnelle Antwort parat: „Es handelt sich um eine Form von professioneller Unterstützung bei der Lösung von individuellen Herausforderungen und Begleitung von Veränderungsprozessen.“ Das weckt Neugier und erzeugt weitere Fragen.

Des Weiteren hilft es, viel von meinen Erfahrungen, Erfolgen und Misserfolgen zu reden. Frei nach dem Motto „Tue Gutes und rede drüber“ teile ich im Kreis der Führungskräfte meine Erfahrungen als angehende Coach – dabei behandle ich vertrauliche Informationen natürlich auch als solche. Auch das weckt Neugier und Interesse und führt dazu, dass die Kolleginnen wiederum ihren MitarbeiterInnen empfehlen, zu mir ins Coaching zu gehen, wenn sie Themen haben.

Auch bitte ich MitarbeiterInnen und KollegInnen, die ein Coaching bei mir hatten, mich weiterzuempfehlen. Zum einen führt es dazu, dass ich auch als Coachin im Unternehmen Bekanntheit gewinne, zum anderen etabliert dies einen offenen Umgang mit persönlicher Entwicklung durch Coaching.

### Jeder Coachee kann ein handlungsfähiger Coachee sein

Wenn eine MitarbeiterIn selbst erkennt, dass er/sie ein Thema hat, an dem er/sie arbeiten will und damit einen Coach aufsucht, ist es einfach. Was ist aber, wenn eine MitarbeiterIn von seiner/ihrer Führungskraft direkt oder indirekt ins Coaching geschickt wird? Der Erfolg eines Coachings steht und fällt mit der Beziehung zwischen Coach und Coachee. Es ist wichtig, sich bewusst zu machen, welche Art von Interaktion gerade stattfindet und mit welchem Typ Coachee man es gerade zu tun hat.

Gerade im beruflichen Kontext begegne ich jedem dieser Typen, sowohl als Coach, als auch als Kollegin und Führungskraft. Coaching bzw. die Methodenvielfalt ermöglichen es mir, mit diesen Typen auch noch anders in die Interaktion zu treten und damit systemisches Coaching bekannter zu machen:

#### 1. Interaktion vom Typ „Kunde“

Diese Art von Coachees ist bereit zur Veränderung und sucht aktiv nach Unterstützung. Dabei ist ihnen auch bewusst bzw. leicht klarzumachen, dass sie aktiv mitwirken müssen.

MitarbeiterInnen und KollegInnen, die von sich aus etwas ändern wollen, melden sich dementsprechend und fragen nach einem Coaching. Das Ergebnis spricht dann oft für sich; die Veränderungen sind klar erkennbar und man bemerkt regelrecht „Sprünge“ in der Entwicklung.

*Eine Mitarbeiterin, die Konflikten gern aus dem Weg ging und vor allem in ihrer Arbeit als angehender Scrum Master mit Teamkonflikten besser umgehen wollte, bat um ein Coaching. Nach etwa 3 Coaching Sitzungen (mit einem externen Coach) wurde sie selbstsicherer und konnte ihr agiles Team konstruktiv durch Konflikte führen.*

#### 2. Interaktion vom Typ „Klagende“

Klagende Coachees sind stark problemorientiert und sehen Schuld und Lösung bei anderen oder den Umständen und sich als die Opfer. Die Einsicht darüber, dass man ein Coaching braucht, kommt bei diesem Typ nicht sofort. Dies kann dazu führen, dass sie stärker im Problemerleben verhaftet sind und sich gleichzeitig nicht eingestehen wollen (oder können), dass sie Hilfe gebrauchen könnten.



Wenn sie dann ins Coaching gehen, wird oft die Erwartung an den/die Coach gerichtet, dass er/sie etwas tun kann und soll. Hier gilt es zunächst zuzuhören und die Themen anzuerkennen, um den Coachee dann in die Kooperation zu bringen. Diese Art der Interaktion erfordert viel Geduld und die Anwendung von starkem Pacing. Mit Perspektivwechseln und kleinen Veränderungsschritten bringt man diese Coachees aus ihrer Opferrolle und kann erst dann in die weitere Zielerbeit gehen. Wichtig ist es dabei, als Coach (und auch als Führungskraft) ganz beim Coachee zu bleiben. Gewinnt man diese Art von Coachee und erzielt Erfolge durch Coaching, kann man auch die Einsicht erzeugen, dass Coaching nicht damit verbunden sein muss, dass man ein Problem hat. Gerade in leistungsorientierten Gesellschaften, kann man die Sichtweise dahingehend verändern, dass Coaching dazu führt, sich (und seine Leistung) weiterzuentwickeln.

*Ich habe Wege durch diese Art von Interaktion als Führungskraft mit einem solchen Mitarbeiter hart lernen müssen. Das Thema war Zeitmanagement und Stress – er lud sich zu viel Arbeit auf und konnte nicht „nein“ sagen. In jedem Gespräch habe ich mir die Zähne daran ausgebissen, ihm klarzumachen, dass nur er etwas an seiner Situation ändern kann. Erst als ich anfang seine Perspektive mit zirkulären und paradoxen Fragen zu verändern, öffneten sich Möglichkeiten zur Lösungsfindung und wir erarbeiteten Maßnahmen, um ihm seine Arbeit zu erleichtern.*

### 3. Interaktion vom Typ „Besucher“

Diese Art Coachees werden typischerweise (von der Führungskraft) geschickt. Es zeigt sich, dass die Führungskraft nicht weiter weiß – evtl. auch eher selbst ein Thema hat – und die Lösung auslagert. Der Besucher hat keinen Wunsch nach Veränderung und geht weniger freiwillig ins Coaching. Das Problem wurde von Dritten formuliert, wodurch es zwar einen Auftrag gibt, dieser sich aber nicht mit dem Ziel des Coachees deckt. Ein Beziehungsaufbau mit dem Coachee ist dadurch oft erschwert und als Coach stößt man eher auf Widerstand als Kooperation. In einer solchen Situation ist es wichtig, als Coach das Beste daraus zu machen und zunächst klarzustellen, dass es um den Coachee geht und nicht um das Thema, für das er/sie geschickt wurde. Jeder kann ein Thema haben, auch wenn es vielleicht nicht das ursprüngliche Thema ist. Das Coaching muss also nicht völlig umsonst stattfinden. Naheliegend ist es, mit dem Coachee zu ergründen, warum er ins Coaching geschickt wurde und darauf aufbauend eigene Ziele zu definieren. Man kann auch ins stärkenorientierte Arbeiten gehen und erarbeiten, was besonders gut für den Coachee läuft und wie er sich noch stärker darin entwickeln kann.

*Ein Kollege eckt oft bei anderen Kollegen und Kunden mit seinem Verhalten an, was zu Beschwerden führt. Er wurde mit den Auftrag zu mir geschickt, daran zu arbeiten. Im Gespräch mit dem Kollegen stieß ich auf Widerstand und Ablehnung. Er sah kein Fehlverhalten seinerseits. Da ich sein Verhalten auch selbst erlebt hatte, stieg ich mit einem WWW-Feedback ein und schilderte ihm, was ich in einer bestimmten Situation wahrgenommen hatte*

*und wie es auf mich wirkte. Ich verzichtete auf die Äußerung eines Wunsches, sondern regte einen Perspektivwechsel an (auch um klarzumachen, dass ich in diesem Moment als Coach und nicht als Kollegin agierte). Wie hätte es auf ihn gewirkt, wenn ich mich so verhalten hätte? Es zeigte sich, dass hinter dem Verhalten eine Unsicherheit lag. Die Erkenntnis darüber brach den Widerstand und wir konnten daran arbeiten.*

## Offizielle Benennung und Integration in die Unternehmensstruktur

In der Personalabteilung findet man starke Verbündete, wenn es um das Thema Mitarbeiterentwicklung geht. Die Anregung, nicht nur externe Coaches und Berater zu haben, sondern auch ein Angebot direkt im Haus zu etablieren, findet in vielen Unternehmen starke Befürwortung.

Bei meinem Arbeitgeber begann es mit der Entwicklung eines Trainingsprogramms für Führungskräfte, mit dem eine externe Beratung beauftragt wurde. Bei der Konzeption war es wichtig auch interne Co-TrainerInnen einzubinden und einzusetzen.

Coachingmethoden werden hier als wichtiger Teil der Führungskompetenz gesehen und vermittelt. Alle bestehenden und neuen Führungskräfte mussten dieses Training machen. Dabei wurde auch das Bewusstsein gestärkt, dass eine Führungskraft nicht alle Themen vollumfänglich betreuen kann und dafür Coaches notwendig sind. Darauf aufbauend haben KollegInnen und ich die Initiative ergriffen und angeboten, auch als Inhouse Coaches für KollegInnen zu agieren.

Damit war es uns aber nicht genug. Auf dem Führungskräfte Training aufbauend entwickeln wir ein Inhouse Trainingsprogramm für alle MitarbeiterInnen und behandeln dabei u.a. Themen wie Kommunikation, Konfliktmanagement, Selbst- und Zeitmanagement und agiles Arbeiten. Das soll nicht nur die professionellen Fähigkeiten der KollegInnen stärken, sondern gewisse Vorgehens- und Kommunikationsmodelle unternehmensweit etablieren und somit zur Unternehmenskultur beitragen.

## Fazit

Coaching spielt im unternehmerischen Kontext für die Entwicklung der Firma und der MitarbeiterInnen eine wichtige Rolle und fördert dabei auch eine positive Unternehmenskultur. Umso wichtiger ist es, die Vorurteile und Missverständnisse über Coaching auszuräumen und im allgemeinen das Bild zu vermitteln, dass Coaching eine wertvolle Ressource ist.

Mit den genannten Lösungsansätzen versuche ich, die aufgeführten Vorurteile direkt oder auch indirekt zu adressieren. Sie sind im Rahmen meiner Entwicklung und der Entwicklung bei meinem Arbeitgeber naheliegend und mit verhältnismäßig wenig Aufwand verbunden. Gleichzeitig erzielen sie den gewünschten Effekt: Es wird immer klarer, was Coaching ist (und was es nicht ist) und wie es eingesetzt werden kann. Und genau das ist der Kern, wenn es darum geht mit Vorurteilen und Missverständnissen aufzuräumen: Transparenz, Kommunikation und Aufklärung.

Es gibt sicher noch viele andere Möglichkeiten mit den genannten (und auch weiteren) Vorurteilen aufzuräumen. Im Laufe meiner Entwicklung als Coach werde ich sicher noch weitere ergreifen.

## Literaturverzeichnis

Anders, Carolin (17.02.2021). Coaching: 10 häufige Mythen. Abgerufen am 21.10.2023 unter <https://www.andersgedacht.com/blog/coaching-10-mythen>

Barczynski, Dawid (15.05.2019). Coaching Verbände. Abgerufen am 21.10.2023 unter <https://www.coaching-magazin.de/beruf-coach/coaching-verbaende>

Europäisches Verbraucherzentrum Österreich (27.02.2023) Coaching-Abzocke hält an. Abgerufen am 21.10.2023 unter <https://europakonsument.at/coaching-abzocke-haelt/64790>

Europäisches Verbraucherzentrum Österreich (27.02.2023) Schnelles Geld durch Coaching? Abgerufene am 21.10.2023 unter <https://europakonsument.at/schnelles-geld-durch-coaching/5781>

Hentschel, Carolin u. Kunkel, Eva (26.04.2023) Erleuchtet oder abgezockt= Im Sog der Coaching Szene. Abgerufen am 21.10.2023 unter <https://www.zdf.de/dokumentation/die-spur/coaching-bali-lebenshilfe-abzocke-100.html>

Janßen, Axel (03.06.2014). Warum Coaching nicht gleich Coaching ist und wie das Ende aussehen könnte.... Abgerufen am 21.10.2023 unter <https://www.hamburger-schule.net/2014/06/03/warum-coaching-nicht-gleich-coaching-ist-und-wie-das-ende/>

Stiftung Warentest (30.04.2014). Den richtigen Coach finden – nicht nur die Chemie muss stimmen. Abgerufen am 21.10.2023 unter <https://www.test.de/Den-richtigen-Coach-finden-Nicht-nur-die-Chemie-muss-stimmen-4697530-0/>