

„Focus“-Siegel für „Top-Coachs“ – Qualitätsversprechen oder Geschäftsmodell?

27.07.2016, 16:47 | Vereine & Verbände

Pressemitteilung von: *Deutscher Verband für Coaching und Training e.V. (dvct)*

Das „Top-Coach“-Auswahlverfahren aus Sicht des Deutschen Verbands für Coaching und Training e.V.

Hamburg, 27. Juli 2016. Die Focus Magazin Verlag GmbH, eine Tochterfirma des Burda-Verlags, bietet aktuell ein „Top-Coach-Siegel“ für Coachs an. Das Unternehmen will damit „Orientierung in einem unübersichtlichen Markt schaffen“. Doch die Erhebung, auf der die „Focus“-Liste mit 250 „Top-Coachs“ basiert, wirft aus Sicht des Deutschen Verbands für Coaching und Training e.V. (dvct) kritische Fragen auf.

Die Liste der 250 „Top-Coachs“, die in der „Focus“-Beilage „Network“ am 9. Juli veröffentlicht wurde, entstand auf Grundlage einer Recherche des Marktforschungsinstituts Statista. Nur Coachs, die besonders häufig von den 6.800 teilnehmenden Coaching-Kollegen oder Personalern empfohlen wurden, sind für die Liste ausgewählt worden. Die Vorstandsvorsitzende des dvct, Susanne Lübben, sieht diese Vorgehensweise kritisch: „Aus der Erhebung geht nicht hervor, welche Ausbildung die Coachs haben oder ob sie durch einen Coachingverband zertifiziert sind.“ Der Begriff „Coach“ sei nicht geschützt, so Lübben weiter. Daher könnten Coaching-Kunden über diese Liste an Coachs ohne fundierte Ausbildung und Qualifikation geraten. Unklar ist auch, wie viele Empfehlungen es brauchte, um auf die Liste zu gelangen oder wie viele Empfehlungen jeder einzelne „Top-Coach“ erhalten hat.

Beim genaueren Blick auf die „Focus“-Liste zeigt sich, dass mehr Empfehlungen von Kollegen als von Personalern stammen. Empfehlungen von Kollegen mögen freundlich sein – ein geeignetes Kriterium für die Qualität eines Coachs sind sie nicht. Susanne Lübben rät daher, in den Suchmaschinen der Coachingverbände nach einem passenden Coach zu suchen. Hier kann der Kunde sicher sein, auf hochwertig ausgebildete, spezialisierte und gegebenenfalls zertifizierte Fachkräfte zu treffen. Zudem wird hier, im Gegensatz zum „Focus“-Siegel, unterschieden zwischen Coachs, Trainern, Beratern und Psychotherapeuten – hilfreiche Informationen, um dem jeweils individuellen Bedarf zu entsprechen, im richtigen Kontext und mit den passenden Methoden. Coaching-Kunden können sich auch an einem

Positionspapier der elf größten Coachingverbände in Deutschland zum Professionsprofil im Coaching orientieren (www.roundtable-coaching.eu).

Besonders kontrovers diskutiert die Coaching-Szene auch die für eine werbliche Verwendung des Siegels fällige Gebühr von 5.000 Euro pro Jahr. Laut Kleingedrucktem darf lediglich das „Focus-Network“-Cover vier Wochen lang nach der Auszeichnung für die eigene Pressearbeit kostenlos genutzt werden. Um Siegel und Urkunde in der Außenkommunikation verwenden zu dürfen, werden 5.000 Euro fällig, erneut zu zahlen bei Verlängerung nach einem Jahr – ohne weitere Prüfung.

„Auch wenn unter den 250 „Top-Coachs“ sicherlich hervorragende Coachs, Trainer, Berater und Speaker sind, sorgt das Siegel unserer Meinung nach nicht für Transparenz im Markt und ist für Kunden nicht hilfreich“, stellt Lübben fest. „Die Kriterien sind intransparent und Berufsbezeichnungen unklar. Jeder „Top-Coach“ muss selbst entscheiden, ob er unter diesen Umständen jährlich 5.000 Euro für die Verwendung des Siegels investieren möchte.“

3.636 Zeichen

Portrait

Deutscher Verband für Coaching und Training e.V.

Der dvct, gegründet 2003, ist der größte Verband für Coaching und Training in Deutschland. Er fördert Qualifikation und Ansehen von Coaches und Trainern und entwickelt Verfahren zur Qualitätssicherung und -beurteilung von Coachings- und Trainingsleistungen. Heute hat der dvct annähernd 1.400 Mitglieder. www.dvct.de

News-ID: 912750 • Views: 1015 (Stand: 05.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/912750/Focus-Siegel-fuer-Top-Coachs-Qualitaetsversprechen-oder-Geschaeftsmodell.html>