

Das Kernproblem der Kontaktaufnahme besteht daher darin, einen *qualifizierten* Coach³ zu finden. Zudem ist es hilfreich, wenn der Coach über spezifische Branchenkenntnisse verfügt, sein Arbeitsschwerpunkt zum Anliegen des Klienten passt – kein Coach ist für jedes Anliegen geeignet – und er persönlich als Berater akzeptiert werden kann.⁴ In der Praxis kommen viele Kontakte zu einem Coach in Folge von Hinweisen durch Kollegen, Freunde, Bekannte usw. zustande; zuweilen aber auch durch Veröffentlichungen oder Broschüren (Schreyögg, 1995, S. 125).⁵

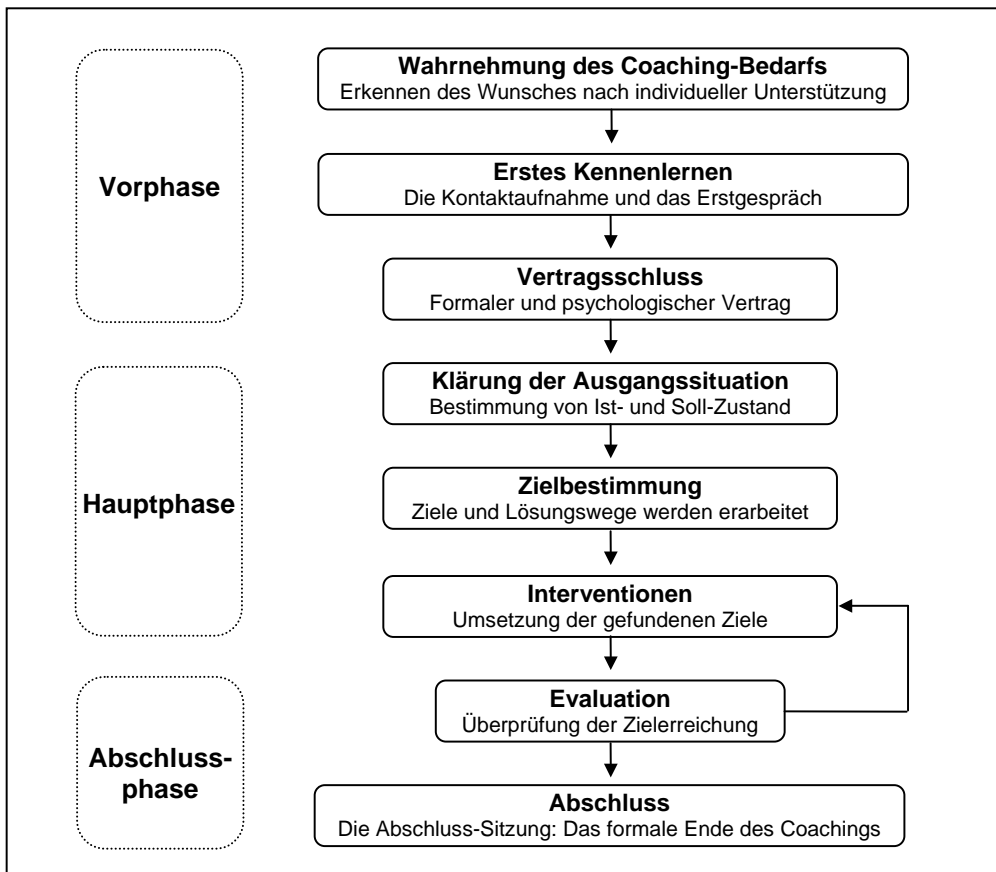


Abbildung 1: Der schematische Ablauf eines Coaching-Prozesses (nach Rauen, 2003)

³ Im Internet ist unter www.coach-datenbank.de eine Übersicht von professionellen Coaches verfügbar, deren Qualifikationsprofil dort eingesehen werden kann.

⁴ Im Kapitel „So finden Sie den richtigen Coach“ wird auf die Auswahl geeigneter Coaches detailliert eingegangen.

⁵ Da der Markt (immer noch) wenig Transparenz aufweist, werden Coaches oft als „Geheimtipps“ weitervermittelt (Böning in Lamparter, 1990, S. 89).