

Ein Pionier schaut zurück

«Bitte Rechnung erst bei Mehrwert bezahlen»

Peter Szabó ist Coach der ersten Stunde. Von Beginn weg hat er lösungsfokussiertes Kurzzeitcoaching zu seiner Methode gemacht. Für das Journal bso schaut er zurück auf seine Arbeit: Wie hat alles angefangen? Was fällt ihm heute auf? Und in welchem Bezug steht der Kuss des Prinzen zum Aufwachen von Dornröschen?

Peter Szabó

Teil 1: Es war einmal...

«Besorg dir doch einen Coach», hat mir mein seinerzeitiger Vorgesetzter vor über 25 Jahren vorgeschlagen. Ich hatte das Wort «Coach» im Management-Zusammenhang bis dahin gar nicht gekannt. Während meiner darauffolgenden ersten Erfahrung als Coaching-Kunde hat dann Coaching bei mir eingeschlagen wie ein Blitz aus heiterem Himmel: die Faszination mit der ungewohnten und völlig anderen Art, WIE dieser Coach mit mir redete sowie für das, was für mich in der Folge möglich wurde. Das Thema meines Führungsverhaltens, um das ES eigentlich gehen sollte, verlor daneben jegliche Bedeutsamkeit. Ich wollte von nun an nicht mehr eine bessere Führungskraft werden, sondern auch das machen, was mein Coach mit mir machte.

Coach-Ausbildung und Berufswechsel

Für meine Ausbildung zum Coach gab es seinerzeit erst einen Anbieter in der Schweiz. Von den drei Coaching-Modellen, welche ich am Kurszentrum Aarau kennenlernte, war es das lösungsfokussierte Kurzzeitberatungsmodell nach Steve De Shazer und Insoo Kim Berg, mit welchem ich mich sogleich rundum wohlfühlte. («Da woon ik drin» sagen die Holländer, wenn ein Kleidungsstück wirklich passt.) Ich war erleichtert, meine Gespräche auf das zu fokussieren, was an Kompetenzen vorhanden war und was bereits funktionierte. Das passte wunderbar zu meiner natürlichen Präferenz, vorhandene Ressourcen zu vermuten, solche zu entdecken und zu bestärken.

So habe ich meine nicht mehr passende Anstellung gekündigt, um mich mit Coaching und Training selbstständig zu machen.

Ein geschätzter Kollege brachte mich auf die Idee, selber Coaching-Ausbildungen anzubieten, da es für diesen Zukunftstrend kein ausreichendes Angebot gäbe. Kurzentschlossen habe ich eine Ausbildung für Coaches ausgeschrieben (und ich war bei der ersten Kurs-Durchführung den Teilnehmenden im Lehrbuch stets ein bis zwei Kapitel voraus :). Nachdem sich dieser Ausbildungsdurchgang bewährte, entstanden zunächst das Weiterbildungsforum in Basel und später «Solutionsurfers» auch international als durchführende Veranstalter.

Erste Coaching-Konferenzen

Zu Coaching-Konferenzen musste ich seinerzeit noch nach Nordamerika reisen. Ich erinnere mich, wie dort anlässlich der feierlichen Konferenzeröffnung der frisch gewählte Präsident des Internationalen Coaching Verbandes unter Tränen in den Augen proklamierte: «Wir stehen am Anfangspunkt einer Revolution für die ganze Welt. Gemeinsam werden wir das Leben so vieler Menschen dank Coaching zum Besseren verändern!»

Im Jahr 2001, gleich nach meiner ersten US-Konferenz, organisierten wir als wild zusammengewürfelte kleine Gruppe von Beseelten die erste Europäische Coaching-Konferenz in Grindelwald. Es war uns gelungen, drei prominente Vertreter:innen von Paradigmenwechseln im Coaching als Keynotes in die Schweiz zu bringen. Insoo Kim Berg bot eine Live-Demo über den Paradigmenwechsel im lösungsfokussierten Kurzzeitcoaching-Gespräch. Tim Gallway demonstrierte auf dem Tennisplatz vor dem Konferenzhotel den 350 Teilnehmenden mit einem Tennisspieler als Kunden den überraschenden Inner-Game-Dreh beim Weiterentwickeln von physischen Fertigkeiten. Und mit dem argentinischen Julio Olalla tanzten wir im Plenarsaal Salsa, um an Leib und Seele zu erfahren, wie es ist, wenn der Dialog nicht mit mir als Coachee, sondern mit meinem eigenen Beobachter von mir selber geführt wird.

In den Jahren danach entstanden mehr und mehr Coaching-Konferenzen in ganz Europa. Die Pionierzeiten waren vorbei und Coaching begann sich als Selbstverständlichkeit zu etablieren.

Teil 2: Coaching entwickelt sich Zertifizierung und Qualitätssicherung

Wenn sich eine Branche entwickelt, ist der Ruf nach Zertifizierung und Qualitätssicherung nicht weit.

Wir erste drei Anbieter von Coaching-Ausbildungen in der Schweiz (mit Werner Herren, Kurszentrum Aarau und Marc Agthe, Migros Genossenschaftsbund) waren wir uns einig: Der grosse Wert von Coaching-Gesprächen liegt gerade in ihrer unwiederholbaren Einzigartigkeit. Versuche der Reglementie-

rung gefährden die Freiheiten der einzigartigen Interaktionen zwischen zwei einzigartigen Menschen in einem einzigartigen Moment.

Als einziger von uns dreien bin ich unserem Prinzip untreu geworden: Schon bald wurde ich bei ICF (International Coach Federation) einer von damals total 14 Assessoren weltweit zur Zertifizierung von professionellen Coaches in verschiedenen Sprachen. Als kleines freiwilliges Assessoren-Team lernten wir über die Jahre in intensiver Zusammenarbeit, Coaching-Gespräche anhand von 10 simplen Kriterien valide zu beurteilen – am Schluss mit einer Reliabilität von 95%. Die Assessment-Besprechungen fanden jeweils zu zweit mit wechselnden als Master zertifizierten Kolleg:innen aus dem Team statt. Diese langen Gespräche mit erfahrenen Kolleg:innen zur Bewertung und Wertschätzung von 1:1-Coaching-Gesprächen gehören bis heute zu meinen wertvollsten Lernquellen als Coach.

Die Balance zwischen Förderung von Kundenkompetenz und Förderung von Coaching-Bedarf ist delikat.

Die riesige Zahl an Zertifizierungen, welche heute durch unterschiedlichen Coaching-Organisationen mithilfe von tausende von Assessoren bewältigt werden muss, erfordert mehr Reglementierung und höhere Detaillierung für eine wirksame Qualitätssicherung.

Ich denke wehmütig an die Anfangszeiten der Zertifizierung zurück im Bewusstsein, dass meine aktuell liebsten Coaching-Gespräche gerade wegen ihrer Einzigartigkeit im heutigen Zertifizierungsregime einen schwereren Stand haben würden.

Kommerz und Kundenkompetenz

Begegnungen mit Kommerz im Coaching stimmen mich immer wieder nachdenklich:

- Wenn mich meine nordamerikanischen Coaching-Kolleg:innen regelmässig in echter Sorge gefragt haben: «But as a Brief Coach, how do you make a living? How do you feed your family?» Erst mit der Zeit habe ich begriffen, dass sich diese Kollegen gewohnt sind, Kunden in regelmässigen wöchentlichen Sitzungen teilweise über Jahre zu begleiten, während ich die Mehrheit meiner Kundinnen nur ein- bis zweimal sehe.
- Wenn ein grosses deutschsprachiges Coaching-Netzwerk im aktuellen Februar-Newsletter promotet: «kontinuierlich gebucht zu sein, dank



mehr Sichtbarkeit und Expertenstatus» beziehungsweise: «welche Konzepte funktionieren gut im Coaching- und Beratungsmarkt?»

- Wenn mein letzter Keynote-Auftritt an einer grossen internationalen Coaching-Konferenz in Asien vornehmlich unter professionellen Promotern von Coaching-Dienstleistungen stattfindet und ich einer der wenigen auf der Konferenz-Bühne bin, der tatsächlich noch Coaching-Gespräche führt.

In meiner Enttäuschung nach der besagten Asien-Konferenz hatte ich mir vorgenommen, einen böartigen Verriss über die Kommerzialisierung im Coaching zu schreiben.

Zum Glück ist stattdessen eine kleine feine Sammlung an «Umstell-Geschichten» entstanden. Sie beschreiben fünfundzwanzig wahre Begebenheiten im Leben von unterschiedlichen Menschen rund um deren inhärente Kompetenz, sich selber neu einzustimmen, wenn das Leben nicht so will wie sie. Bei diesen Interviews zum Buch habe ich bewusst nicht ge-coacht, sondern mich bemüht, lediglich als Zeuge zugegen zu sein, wie meine Gesprächspartner ihre Selbstwirksamkeit beim Erzählen selber entdecken.

Seit diesen Interviews bin ich noch mehr sensibilisiert auf die delikate Balance zwischen beabsichtigter Förderung von Kundenkompetenz und unbeabsichtigter Förderung von Coaching-Bedarf. Auf meinen Rechnungen steht jedenfalls seither der Zusatz: «Diese Rechnung bitte nur dann und erst dann bezahlen, wenn Sie anfangen zu bemerken, auf welche Arten Sie konkret schon daran sind, für sich und Ihr Umfeld Mehrwert zu generieren nach unserem Gespräch.»

Von küssenden Prinzen und der inhärenten Aufwachkompetenz von Kund:innen

«Es ist ja so, dass im Märchen der Gebrüder Grimm gar nicht der Kuss des Prinzen kausal war für das Erwachen von Dornröschen, sondern vielmehr die Tatsache, dass der Fluch von 100 Jahren Schlaf so oder so gerade zu Ende ging und Dornröschen folglich eh erwachen musste, als der Prinz sie küsste.»

Obige Hypothese hatte ich vor vielen Jahren an einer Konferenz vor lösungsfokussierten Praktikern in den Raum gestellt. «Wie macht es für uns Coaches einen Unterschied, ob wir uns als küssende Prinzen verstehen oder eher als Zeugen des Selbsterwachens von Dornröschen?», habe ich gefragt. «Wie beeinflusst es unsere Coaching-Arbeit, die Art, in der wir präsent sind mit Kund:innen, unsere Wirksamkeit?»

In einer Plenumsabstimmung fand sich eine erstaunliche Mehrheit für das wertvolle Potenzial in der selbstwirksamen Aufwachkompetenz von Dorn-

röschen und somit auch für die Dankbarkeit von uns Coaches «zufällig» dabei sein zu können, wenn Kunden sich selber weiterentwickeln.

«Das könnt ihr mit mir nicht machen!» protestierte ein geschätzter Kollege aus dem unterlegenen Lager von bewusst küssenden Prinzen. «Ich habe über 20 Jahre meiner Berufstätigkeit so viel Sorgfalt und Engagement in die Verfeinerung der Wirksamkeit meiner Gespräche investiert.» Als grosser Bewunderer genau dieses Engagements genau dieses Kollegen, bin ich für die versöhnende Aussage einer Kollegin dankbar, welche die heftige Debatte zu einem gemeinsamen Lacher zusammenführte: «Ich sehe das so: Wenn ich nach 100 Jahren aus meinem bösen Fluch ohnehin erwache, dann gerne in Gegenwart eines wunderbaren küssenden Prinzen.»

So blicke ich nach all meinen Jahren als Coach in ganz besonderer Dankbarkeit auf jene «Koinzidenz-Momente» zurück, bei denen ich mit all meiner Aufmerksamkeit und Anteilnahme zugegen sein konnte beim Erwachen von Dornröschen.



*Peter Szabó: Freiwillige Sterbebegleitung und Begleitungen im individuellen Umgang mit der Klimakrise. Pensionierter Master Certified Coach und ehemaliger Ausbilder von Coaches.
szabo@bluewin.ch
www.peterszabo.ch (Stand Juli 2017)*