

# Coaching-Qualifizierungen

Zwischen individuellem Gusto und Master-Studium

Dr. Frank Strikker

Erschienen in:

Wegener et al. (Hrsg.): Coaching als individuelle  
Antwort auf gesellschaftliche Entwicklungen, Springer  
Verlag, Wiesbaden 2016, S. 415-425.

# Coaching-Qualifizierungen

## Zwischen individuellem Gusto und Master-Studium

Frank Strikker

*»Professionell, fröhlich, persönliche Weiterbildung, für Interessierte mit Lebenserfahrung, systemisch, humorig, interdisziplinär ... und am Ende der Ausbildung arbeiten Sie im Topmanagement«: Mit derartigen Stichwörtern werben derzeit Coaching-Aus- und Weiterbildungen am Markt um Teilnehmer/innen. Doch was verbirgt sich hinter einer Coaching-Ausbildung? Welche Trends sind zu beobachten? Wie können Ausbildungen den notwendigen Professionalisierungsschub von Coaching unterstützen?*

Dieser Beitrag befasst sich mit der zu beobachtenden Spreizung am Coaching-Ausbildungsmarkt<sup>1</sup> und plädiert für eine professionell und akademisch ausgerichtete Qualifizierung.

Während es Anfang der 1990er Jahre im deutschsprachigen Raum erst einzelne Coaching-Ausbildungen gab, steigerte sich das Angebot in den Jahren ab 2000 auf über 300 Ausbildungen (Rauen 2007, S. 29). Neuesten Daten zufolge absolvieren pro Jahr ca. 4000 Personen eine Coaching-Ausbildung (DBVC 2014). Daran zeigt sich, dass es nicht nur Interessent/innen für eine Ausbildung gibt, sondern auch einen lukrativen Markt, der von sehr unterschiedlichen Anbietern bedient wird. Hierzu zählen (Einzel-)Coaches, Beratungs- und Trainingsunternehmen, Institute, Verbände, Volkshochschulen, Industrie- und Handelskammern sowie mittlerweile Fachhochschulen und Universitäten. Wer allerdings erhofft, dass mit der Ausweitung des Marktes eine intensive Qualitätsdiskussion verbunden wäre, wird bitter enttäuscht. Auf der einen Seite bemühen sich einige Verbände (z. B. EASC, DBVC) um klare qualitative Standards und wetteifern in jüngster Zeit mit

---

1 In der Fachdiskussion werden die Begriffe Coaching-Ausbildung und Coaching-Weiterbildung einmal getrennt und dann wieder synonym genutzt. Da Coaching derzeit kein Ausbildungsberuf ist, wäre der Begriff Weiterbildung angemessen. Da andererseits am Markt aber vermehrt von Ausbildung gesprochen wird, wird in diesem Beitrag der Begriff Coaching-Ausbildung als Sammelbegriff benutzt.

Hochschulen um deren Qualitätsverständnis. Auf der anderen Seite gehen ständig neue Coaching-Ausbildungen an den Markt, die in keine Qualitätsdiskussion eingebunden sind und ihre eigenen Kriterien definieren. Das wachsende Interesse an Coaching-Ausbildungen zeigt sich auch daran, dass sich die Stiftung Warentest in jüngster Zeit mit dieser Thematik beschäftigt und ihre Gütekriterien formuliert (Stiftung Warentest 2013).

### **Professionalisierung durch Ausbildung?**

Die Diskussion um Standards und Professionalisierung im Coaching wird an verschiedenen Stellen geführt, in der fachlich interessierten Coaching-Szene, bei den Verbänden oder an den Hochschulen (Fietze 2011, 2014; Kühl 2008). Die Kriterien für eine Entwicklung zur Professionalisierung werden meist aus artverwandten Tätigkeiten wie Beratung (z. B. Steuerberater/in), Jura (z. B. Rechtsanwalt/Rechtsanwältin), Gesundheit (z. B. Ärztin/Arzt), Psychologie (z. B. Psychotherapeut/in) usw. auf Coaching übertragen. Klassische Kriterien sind

- u. a. unter inhaltlichen Gesichtspunkten: Fachterminologie, Qualitätsverständnis, wissenschaftlich fundiertes Wissen, professionelle Expertise;
- unter dem Aspekt des Selbstverständnisses: Berufsethik, eigene Normen und Werte, selbstständiger Berufsverband;
- unter der Perspektive des Marktes: ein definierter Marktzugang, ein exklusives Handlungskompetenzmonopol, Honorarregelungen, rechtlich fixierter Rahmen, soziale Schließung.
- Hinzu kommen klare Wege der Qualifizierung und Zertifizierung, die an definierten Institutionen stattfinden, möglichst eine staatliche Anerkennung umfassen und einen transparenten Kanon von theoretischem Wissen und praktischem Können benennen können.

Ausbildung und Qualifizierung sind zentrale Bausteine der Professionalisierung einer gesellschaftlich relevanten Tätigkeit (Böning & Strikker 2014). In der Historie der Coaching-Qualifizierung können drei Phasen unterschieden werden:<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Bezogen auf die Entwicklung der Professionalisierung der Beratungsform Coaching, beschreiben Fietze (2011, S. 25) und Greif (2014 a) eine vergleichbare Dreiteilung.

- *Phase 1 – Coaches der ersten Generation, bis in die 1990er-Jahre:* Trainer/innen und Berater/innen beginnen zu coachen. *Learning by doing* ist der qualifikatorische Hintergrund. Die eigene Tätigkeit und Erfahrung stehen im Vordergrund.
- *Phase 2 – Coaches der zweiten Generation, 1990er- und Nuller-Jahre:* Coaching bildet sich als eine spezifische Tätigkeit in unterschiedlichen Feldern heraus. Eine Vielzahl von Ausbildungen, die die Breite der Aktivitäten abdecken, von Business-, Life-, Sport-, TV- bis zu Dance-Coaching usw., gehen an den Markt. Coaching entwickelt sich zu einer Add-on-Qualifizierung für Personen aus fachlich artverwandten Feldern, meist aus einem pädagogischen, psychologischen, betriebswirtschaftlichen oder medizinischen Umfeld.
- *Phase 3 – Coaches der dritten Generation, Ende der Nuller-Jahre bis heute:* Coaching differenziert und popularisiert sich zunehmend, entwickelt auf der anderen Seite, besonders durch Verbände getrieben, mehr Qualitätsstandards und nimmt Einzug in die Hochschulen. Damit gehen eine neue Diskussion um Kriterien der Qualifizierung und eine Auseinandersetzung mit Akkreditierungsprozessen einher (Strikker & Strikker 2013). Personen, die auf diese Art eine Coaching-Qualifizierung erwerben, erhalten durch das Absolvieren eines Coaching-Studiums einen akademischen Grad und können in speziellen Fällen selbst von einer Fachhochschule direkt in eine Promotion einsteigen (Euro-FH 2014a, S. 129). Coaching wird durch die angebotenen Masterstudiengänge zur akademischen Ausbildung.<sup>3</sup>

Bezeichnend für die derzeitige Situation ist, dass alle drei Qualifizierungsvarianten parallel existieren.

### **Zur Motivationslage der Ausbildungsinteressierten**

Einen großen Einfluss auf die Vielzahl der Ausbildungsangebote kann der Heterogenität der Zielgruppen zugeschrieben werden. Die Interessen variie-

---

<sup>3</sup> Die Bezeichnung »Erstausbildung« ist nur eingeschränkt passend, da Coaching derzeit nur als Master-Studiengang angeboten wird. Es ist für Absolvent/innen also ein abgeschlossenes Bachelor-Studium vorausgesetzt. Andererseits besitzen diese Studierenden im Unterschied zu diplomierten Psycholog/innen, Pädagog/innen usw. keinen anderen Master-Abschluss. Der Coaching-Master ist ihr höchster und einziger Master-Abschluss.

ren zwischen Selbststudium über Selbsterfahrung, Erlangen eines Zertifikates bis hin zum Promotionsvorhaben. Die Motivation wird durch die vorhandenen Ausbildungen, Qualifizierungen, Studienabschlüsse und Arbeitserfahrungen bestimmt. Umfassende empirische Daten sind bisher zwar noch nicht vorhanden, dennoch lassen sich erste Systematisierungen der Motivlagen erkennen (Graefner & Strikker 2012, S. 46; Möller & Drexler 2011, S. 128; Stippler & Möller 2009, S. 81, 84; Strikker & Strikker 2013, S. 37; Vogelauer & Ruijs 2011, S. 228):

- Personen, die Coachings durchführen und nachträglich eine Zertifizierung für ihre bereits ausgeübte Tätigkeit erwerben wollen;
- Personen, die aufbauend auf einer pädagogischen, psychologischen oder betriebswirtschaftlichen Ausbildung und/oder ein Studium eine Coaching-Ausbildung als persönliche Weiterentwicklung bis hin zur Selbsterfahrung betrachten;
- Personen, die nach einer beruflichen Auszeit (Elternzeit) einen beruflichen Neustart wagen wollen;
- Personen, die mit einer Coaching-Ausbildung einen beruflichen Wechsel vorbereiten wollen;
- Personen, die nach einem grundlegenden Studium (Bachelor) einen fachlich spezifischen Master-Abschluss anstreben;
- Personen, für die ein akademischer Abschluss den Einstieg in eine berufliche Tätigkeit bedeutet;
- Personen, die nach einem theoretisch fundierten Studium in unterschiedlichen Feldern nun eine praxisdominierte Qualifizierung absolvieren wollen;
- Personen, die bei ihren Kund/innen, Klient/innen, Coachees zunehmend auf das Bedürfnis nach Coaching-Erfahrungen stoßen und sich daher auch als Coach weiterqualifizieren müssen;
- Personen, die ein Interesse an wissenschaftlichen und theoretischen fundierten Diskussionen, Methoden und Ergebnissen über Coaching haben und darüber hinaus eine Promotion anstreben.

### **Strukturierung von Coaching-Ausbildungen**

Diese sehr heterogenen Motivlagen sind kaum mit einem klar strukturierten oder eindimensionalen Angebot an Coaching-Ausbildungen zu befriedigen. Zudem hat sich der Markt der Coaching-Nachfrager/innen extrem differen-

ziert, popularisiert und polarisiert – von umfassenden Prozessen im Business-Coaching mit internen und externen Coaches über private oder persönliche Coaching-Wünsche (z. B. Gesundheits-, Bildungs-, Elterncoaching) mit begrenzten zeitlichen Ressourcen bis hin zu Anfragen nach Kurzzeitcoaching und mediengestütztem Coaching. Die Vielfalt der Motive für eine Coaching-Ausbildung und die Breite der Angebote scheinen sich gegenseitig zu bedingen. Eine erste Kategorisierung soll die Möglichkeiten zum Erwerb von Coaching-Kompetenzen strukturieren (vgl. [Tab. 1](#)).

Tabelle 1: Kategorien für Coaching-Qualifizierungen

Differenzierung	individualisiert	anbieter-spezifisch	vom Verband anerkannt	staatlich anerkannt
Gestaltung	Selbststudium Seminar-Hopping	Ausbildung nach eigenen Kriterien des Anbieters	Ausbildung nach Kriterien eines Verbandes	(Master-) Studium an einer Fachhochschule oder Universität
Qualitätssicherung	Person	Eigenregie des Anbieters	Anbieter und Verband	Kultusministerium Akkreditierungsagentur/ Hochschule
Inhalte	persönliche Auswahl	organisations-spezifisch	organisations-übergreifend	Wissenschafts-bezogen
Zertifikat	ohne	Anbieter	Anbieter und Verband	Master of Art/Science

1. *individualisiert*: Erwerb durch Selbststudium und/oder Seminar-Hopping;
2. *anbieterspezifisch*: Wildwuchs bei Ausbildungen von zwei bis zwanzig Tagen, die sich auf selbst definierte (Qualitäts-)Kriterien beziehen und ein eigenes Zertifikat vergeben;
3. *verbandlich anerkannt*: Ausbildungen, die sich auf Qualitätsstandards von Verbänden oder anderen Organisationen beziehen und ein entsprechendes Zertifikat vergeben;
4. *staatlich anerkannt*: Studiengänge, die einen Akkreditierungsprozess durchlaufen, eine staatlich anerkannt sind und einen anerkannten Studienabschluss (meist Master) vergeben.

An der Tabelle wird erkennbar, dass für Qualitätssicherung bei den Ausbildungen auf sehr unterschiedliche Weise gesorgt wird. Die Überlegungen reichen von der rein individuellen Entscheidung bis hin zur Prüfung durch ein Kultusministerium. Da die Bezeichnung »Coach« nicht geschützt ist, kann sich jede Form der Ausbildung mit dem Begriff »Coaching« schmücken. Zudem ist zu bedenken, dass »große« Abnehmer von Coaching, beispielsweise Unternehmen wie VW, Daimler oder BMW, für ihre Coaching-Pools eigene Zugangswege definiert haben, die eine Ausbildung nur eingeschränkt berücksichtigen. Einen weiteren Schritt zur Qualitätssicherung der Ausbildung bietet das Freiburg Institut an, indem es mit seinem *Freiburger Qualitätsbogen Coaching-Ausbildung* eine externe vergleichende Evaluation durchführt (Freiburg Institut 2014).

## Diskussion um Standards

Mit dem Begriff der Standardisierung ist noch nicht geklärt, wie genau die Standards fixiert sind und ob damit auch eine einheitliche oder vergleichbare Qualität bzw. Kompetenz bei den Absolventen/innen erwartet werden kann. Diese Diskussion ist in den Anfängen geführt und bedarf noch einer weiteren Abstimmung. Beispielsweise sind bei den Qualitätskriterien für eine Coaching-Ausbildung zwischen dem DBVC, der Stiftung Warentest und den Hochschulen deutliche Unterschiede zu erkennen. Ihnen ist jedoch bei aller Kritik zugute zu halten, dass die Kriterien veröffentlicht sind, dass sie transparent sind, dass sie eine Vergleichbarkeit und Wiederholbarkeit gewährleisten sollen und dass die Anbieter sich der fachlichen Diskussion stellen. Die Zusammenarbeit mit einem Verband signalisiert auf der einen Seite ein Mindestverständnis von Qualität, sie erschwert aber auf der anderen Seite die besondere Profilbildung einer spezifischen Ausbildung.

Neben den inhaltlichen Schwerpunkten, die changieren zwischen mehr systemischem Know-how, mehr NLP, mehr klientenzentrierter Gesprächsführung, mehr Wissen über Change-Prozesse oder Persönlichkeitspsychologie oder oder oder, kann allgemein konstatiert werden, dass sich bedeutsame Unterschiede in der Relation von Praxis und Theorie sowie der Integration von wissenschaftlich fundierten Ergebnissen erkennen lassen. Greif (2014a) unterscheidet vier Ansätze: praktisch fundiert, wissenschaftlich informiert, teilweise wissenschaftlich fundiert und wissenschaftlich fundiert. Möller,

Kotte und Liebelt (2001) formulieren weitergehend sechs Thesen zu einer guten Coaching-Ausbildung, die folgende Punkte umfassen:

- stimmiges Theorie-Praxis-Konzept;
- Methoden, Tools und eine Beraterische Identität vermitteln;
- Theorie, Praxis und Transfer mit unterschiedlichen Lernformen und einer Lernarchitektur verknüpfen, die an einem Lernort integriert werden;
- Bezüge zu anderen arbeitsweltlichen Beratungsformaten und zum beratungswissenschaftlichen Diskurs herstellen;
- klare Aufnahmevoraussetzungen definieren und die Motivation in der Ausbildung systematisch reflektieren;
- Leitung durch erfahrene Ausbilder/innen.

Ergänzend sollen zwei Punkte genannt werden

- ein klares didaktisches und curriculares Konzept für den Ablauf der Ausbildung;
- ein transparentes Kompetenzmodell.

### **Studiengänge für Coaching**

Auffällig ist, dass alle Studiengänge neben dem Begriff »Coaching« noch andere Begriffe ergänzend, differenzierend oder präzisierend in ihrem Titel führen: Change-Management, Organisationsberatung und -entwicklung, Supervision, Systementwicklung oder Psychologie. Weiter variieren die Bezeichnung der Abschlüsse mit Master of Art oder Science und die Zahl der vergebenen Credits zwischen 60 bis 120. Demzufolge sind auch der zeitliche Umfang und die Kosten sehr unterschiedlich (vgl. [Tab. 2](#)).

Tabelle 2: Coaching-Studiengänge im deutschsprachigen Raum

Hochschule	Studiengang	Abschluss
Euro-FH in Kooperation mit der Uni Bielefeld	Business-Coaching und Change-Management	Master of Arts
Uni Kassel	Mehrdimensionale Organisationsberatung, Supervision, Coaching und Organisationsentwicklung	Master of Arts
ZHAW Zürich	Coaching und Organisationsberatung	Master of Advanced Studies
FH Frankfurt am Main	Beratung in der Arbeitswelt – Coaching, Supervision und Organisationsentwicklung	Master of Arts

Bezeichnend für die Studiengänge ist, dass sie sich nicht mit einer theoretischen Qualifizierung begnügen, sondern darüber hinaus in praktisch orientierten Präsenzphasen Handlungskompetenzen vermitteln, die für die Ausübung von Coaching relevant sind. Diese neuen Player auf dem Markt für Coaching-Ausbildungen läuten eine Phase ein, die der Professionalisierung von Coaching sicherlich einen weiteren Schub geben. Ob die Abnehmer von Coaching diese Professionalisierung honorieren werden, muss die Zukunft zeigen. Einen – allerdings eher kritischen – Hinweis kann ein Ergebnis der Coaching-Umfrage des BCO aus dem Jahr 2013 geben. Auf die Frage »Welche Rolle bei der Auswahl eines Coaches spielen folgende Kriterien?«, wird von den Klient/innen an erster Stelle die Berufserfahrung, an zweiter die methodische Ausrichtung des Coaches, an dritter die Empfehlung einer vertrauenswürdigen Person und erst an vierter Stelle die Coaching-Ausbildung genannt. Nachdenklich stimmt vor allem, dass die Selbstdarstellung auf der Internetseite als wichtiger als eine von einem Verband zertifizierte Coaching-Ausbildung eingeschätzt wird (BCO 2014 S. 37f.).

Um Ausbildungen nicht vordergründig nach Marketingaktivitäten zu beurteilen, bieten sich Evaluationen der Ausbildungspraxis an. Eine erste Evaluation wird am Beispiel des weiterbildenden Master-Studiengangs Bu-

Business-Coaching & Change-Management der Euro-FH Hamburg vorgestellt. Bei einer internen Evaluation mit 23 Absolventen/innen, von denen 56 Prozent weiblich und 44 Prozent männlich sind, ist die Verteilung nach Alter von besonderem Interesse: Unter 34 Jahren sind 30,4 Prozent, zwischen 35 Jahren und 45 Jahren 30,4 Prozent und über 46 Jahre 39,1 Prozent. Daran wird deutlich, dass ein großer Teil der Studierenden viel Arbeitserfahrung mitbringt und offensichtlich bereit ist, auch im mittleren Alter eine intensive Qualifizierung zu erwerben (Euro-FH 2014b).

### **Ausgewählte Thesen zur Professionalisierung durch Qualifizierung**

Coaching ist eine Antwort auf den wachsenden Bedarf an individualisierter Bearbeitung von Fragestellungen, Problemen, Entwicklungen und Lösungen in unterschiedlichsten Lebens- und Arbeitsbereichen. Eine für die Professionalisierungsdiskussion zeitweise als förderlich erachtete alleinige Konzentration auf Business-Coaching ist nicht mehr tragfähig (Böning & Stricker 2014). Insbesondere Gesundheits- und Bildungscoaching werden den Kanon der spezialisierten Coaching-Varianten erweitern.

Die Heterogenität der Erwartungen bildet sich ab in der Vielfalt der Angebote. Es ist davon auszugehen, dass die verschiedenen Angebotsformen in absehbarer Zeit weiterhin parallel existieren werden. Die Spreizung der Coaching-Angebote wird sich auch in den Ausbildungswegen widerspiegeln. Aktuell werden selbst ernannte Coaches, die auf der Welle eines modernen Begriffs mitsurfen, und Coaches, die evidenzbasierte und wissenschaftliche Methoden erlernen und anwenden, am Markt präsent sein. Eine der zukünftigen Herausforderungen (Greif 2014b, S. 309) wird darin bestehen, die Vielfalt der Möglichkeiten zu konsolidieren und eine überzeugende wissenschaftliche Antwort zu formulieren. Verbände und Hochschulen dürften die besten Chancen haben, gehaltvolle Angebote zu entwickeln.

Das Format Coaching wird auf Dauer eine gelungene Professionalisierung erreichen, wenn es gelingt, qualifizierte, klar definierte, transparente und wissenschaftlich abgesicherte Ausbildungswege zu etablieren, die auch gegenüber angrenzenden Tätigkeitsfeldern die besondere berufliche/professionelle Tätigkeit Coaching begründen können.

Am Beispiel der Zulassungsvoraussetzungen wird deutlich, dass klar formulierte Voraussetzungen zugleich Einschränkungen beinhalten und folglich die Zahl der potenziellen Ausbildungsteilnehmer reduzieren. Der

freie Markt für die Anbieter müsste zugunsten einer professionellen Schließung aufgegeben werden. Die Hochschulen haben in dieser Beziehung einen Vorteil, da die Berechtigung für ein Studium durch die Bildungspolitik geregelt ist. Andererseits sind sie dadurch weniger flexibel in der Festlegung eigener Bedingungen und können in die Gefahr einer Verschulung durch zu enge administrative Vorgaben geraten.<sup>4</sup> Erfahrungen aus vergleichbaren Tätigkeitfeldern zeigen, dass eine (akademische) Professionalisierung nur durch entsprechende Studiengänge gelingen kann. Das Format Coaching kann verschiedene Ausbildungswege ertragen, ähnlich wie die Tätigkeit bzw. der Beruf Journalist. Verbände und Hochschulen können den Prozess der Professionalisierung vehement unterstützen, wenn sie gemeinsam eine Politik für die Professionsbildung betreiben. Nur im Dialog, als Zusammenarbeit von Praxis und Wissenschaft können sie eine Legitimations- und Orientierungsfunktion (Fietze 2011, S. 25) für die Entwicklung von Coaching übernehmen und eine professionelle Autonomie für das Format Coaching reklamieren. In jedem Fall ist es eine der zentralen Aufgaben der Coaching-Vertreter und der potenziellen Abnehmer von Coaching, die gesellschaftlich relevante Problemstellung zu definieren, für die Coaching eine professionelle Antwort anbietet (Fietze 2014, S. 291). Wenn der Weg zur Profession nicht gelingen sollte, bliebe zumindest ein klares Verständnis von Professionalität von Coaching erstrebenswert.

### Literatur

- BCO (Büro für Coaching und Organisationsberatung) Jörg Middendorf (Hrsg.) (2014). 12. Coaching-Umfrage Deutschland. Teilnehmer-Ergebnisbericht.
- Böning, U., & Strikker, F. (2014). Ist Coaching nur Reaktion auf gesellschaftliche Entwicklungen oder auch Impulsgeber? *Organisationsberatung, Supervision, Coaching (OSC)* 21 (4), 483–496.
- DBVC (Deutscher Bundesverband Coaching) (Hrsg.) (2012). *Coaching als Profession*. Osnabrück: DBVC.
- DBVC (2014). *Daten zur Coaching Ausbildung, vorgestellt beim DBVC Kongress 2014*, Bremen.
- Euro-FH (2014a) Master-Studienführer. Hamburg: hrsg. vom der Europäischen Fernhochschule Hamburg
- Euro-FH (2014b). *Befragung der Absolventen des Masterstudiengangs Business Coaching und Change Management*. Unveröffentlichtes Material. Hamburg: hrsg. von der Europäischen Fernhochschule Hamburg.

---

4 Derzeit entwickeln sich erste Öffnungsangebote für einen neuen Hochschulzugang. Beispielsweise bietet der Stadtstaat Hamburg unter bestimmten Kriterien ein Master-Einstiegsprogramm für Berufstätige ohne Erststudium an.

- Fietze, B. (2011). Chancen und Risiken der Coachingforschung – eine professionssoziologische Perspektive. In R. Wegener, A. Fritze & M. Loebbert (Hrsg.), *Coaching entwickeln. Forschung und Praxis im Dialog* (S. 24–33). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fietze, B. (2014). Coaching auf dem Weg zur Profession? *Organisationsberatung, Supervision, Coaching (OSC)* 21 (3), 279–294.
- Freiburger Institut (2014). Freiburger Qualitätsbogen Coachingausbildung, Freiburg hrsg. vom Freiburg Institut
- Graefbner, G., & Strikker, F. (2012). Professionalisierung für Coaches. *junior//consultant* (12), 46–47.
- Greif, S. (2014a). *Coaching in Grenzfeldern zwischen Praxis und Wissenschaft: Vergleich von 50 Coaching-Ausbildern*. Vortrag beim Coaching Kongress in Erding am 20./21. Februar 2014
- Greif, S. (2014b). Coaching und Wissenschaft – Geschichte einer schwierigen Beziehung. *Organisationsberatung, Supervision, Coaching (OSC)* 21 (3), 295–311.
- Kühl, S. (2008). *Coaching und Supervision*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Möller, H., & Drexler, A. (2011). Bildungscontrolling in der Coachingausbildung. In M. Stephan & P.-P. Gross (Hrsg.), *Organisation und Marketing von Coaching* (S. 115–136). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Möller, H., Kotte, S., & Liebelt, A. (2011). »Denn sie wissen (oft) nicht, was sie tun«. Sechs Thesen zu einer guten Coachingausbildung. *Wirtschaftspsychologie aktuell* (3), 25–30
- Rauen, C. (2007). Qualität von Coaching-Weiterbildungen. Entwicklung eines Qualitätsmessverfahrens. In F. Strikker (Hrsg.), *Coaching im 21. Jahrhundert* (S. 28–29). Augsburg: ZIEL.
- Stiftung Warentest (2013). *Coachen im beruflichen Kontext. Was eine gute Einstiegsqualifizierung bieten sollte*. [www.stiftungwarentest.test.de](http://www.stiftungwarentest.test.de) [27.9.2013].
- Stippler, M., & Möller, H. (2009). »Aber jetzt ist der Zeitpunkt reif für etwas anderes«. Zur Weiterbildungsmotivation von Teilnehmern/innen einer Coachingausbildung. *Organisationsberatung, Supervision, Coaching (OSC)* 16 (1), 72–85.
- Strikker, H. & Strikker, F. (2013). Coaching studieren? Akademisierung im Business-Coaching. *Coaching Magazin* (3), 36–41
- Vogelauer, W., & Ruijs, H. (2011). Coaching im Dreiländervergleich Deutschland, Österreich und der Schweiz. In R. Wegener, A. Fritze & M. Loebbert (Hrsg.), *Coaching entwickeln. Forschung und Praxis im Dialog* (S. 216–230). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.