

Die Zukunft von Coaching

Welche Bedeutung Coaching in der Gesellschaft von morgen hat, wird 2014 bei einem Coachingkongress diskutiert. Ein Interview mit dem Kongressleiter Robert Wegener.

Wie kam es zu dem Thema »Coaching in der Gesellschaft von morgen«?

Früher gab es Coaching vorwiegend im Sport, heute finden wir es in der Wissenschaft, im sozialen Bereich, in der Politik und natürlich auch in der Wirtschaft. Wir wollen beim Kongress 2014 herausfinden, welche Bedeutung Coaching mittlerweile für unsere Gesellschaft hat. Die weiteren Fragen, die wir uns auf dem Kongress stellen, sind naheliegend: »Welche Aufgabe übernimmt Coaching in der Gesellschaft von morgen?« und »In welcher Qualität muss Coaching angeboten werden, sodass es einen wertvollen Beitrag an gesellschaftliche Herausforderungen leisten kann?«. Weiters stellt sich auch die Frage, welche Forschung es für das Coaching von morgen braucht. Die für den Kongress relevante Hypothese lautet demnach, dass Coaching eine Kraft zur Entwicklung der Gesellschaft der Zukunft sein kann, die hilft, eventuelle Herausforderungen der Menschen zu bewältigen. Angenommen Coaching ist tatsächlich ein wichtiger Treiber für die zukünftige Gesellschaft, weil es die Bearbeitung existenziell wichtiger Anliegen unterstützt, dann steigt damit auch seine Bedeutung. Und je höher der Stellenwert von Coaching, umso wichtiger wird auch die Qualität und die Ausbildungen von Coaches. Und damit verbunden auch die Notwendigkeit seriöser Forschung – und zwar sowohl hinsichtlich dem, was Coaching tatsächlich leistet (Ergebnisforschung), als auch, wie diese Leistung zustande kommt (Prozessforschung). Auch die Frage, was konstitutive Merkmale von Coaching sind, gerade auch in Abgrenzung zu Psychotherapie, gehört hierher. Der Kongress soll die

wichtige Brücke zwischen Coachingpraxis und -forschung schlagen.

Wer ist die Zielgruppe für den Kongress?

Ganz allgemein gesprochen sind es Personen, die sich für ein differenziertes Verständnis von Coaching interessieren. Nicht die Methoden und Techniken des Coachings stehen bei diesem Kongress im Vordergrund, sondern der wissenschaftliche Blick auf Coaching, der hingegen durchaus auch mit höchst praxisrelevanten Konsequenzen verbunden ist. Andererseits sind natürlich auch praktizierende Coaches angesprochen, die gerne ihre eigenen Erfahrungen und Expertisen in die Diskussion mit einbringen wollen, um nicht zuletzt auch der Forschung wichtige Impulse zu geben. Interessant ist der Kongress bestimmt auch für die »Einkäufer von Coaching«, also für Personalverantwortliche, die hinter die Kulissen schauen und erfahren wollen, was die Forschung über Coaching sagt.

Was ist Ihr persönliches Highlight des Kongresses?

Das ist sehr schwer zu beantworten, es gibt zu viele. Ich denke, alle Keynotes sind sehr attraktiv, ganz besonders hervorheben möchte ich das Referat von Dirk Baecker, einem der führenden deutschen Soziologen mit dem Titel »Unruhe stiften: Wozu Coaching?«. Er wird versuchen, Coaching im Kontext der gegenwärtigen gesellschaftlichen Entwicklungen zu verorten. Der Beitrag von Reinhard Stelter wird, ebenfalls auf der Analyse gesellschaftlicher Bedingungen, das »Third Generation Coaching« präsentieren.

Was gibt es noch neben den Keynotes?

Es wird insgesamt 4 Keynotes geben und dazwischen haben wir sogenannte Themen- und Forschungslabs eingerichtet (ca. 100 Speaker). Dort gibt es zu jeweils einem Thema 3 bis 4 Beiträge von Experten und anschließend einen professionell moderierten Dialog mit allen Teilnehmern. Themenbeispiele für die Forschungslabs sind »Coaching in Organisationen« oder »Coaching und moderne Medien«. **T**



Robert Wegener

»Wir wollen beim nächsten Kongress 2014 herausfinden, welche Bedeutung Coaching mittlerweile für unsere Gesellschaft hat.«

Kongress

Coaching meets Research – Coaching in der Gesellschaft von morgen

17.–18. Juni 2014, Ort: Olten/Schweiz; ab 720,- € für beide Tage

www.coaching-meets-research.ch

Literaturtipp:

»Coaching-Praxisfelder«, Wegener/Loebbert/Fritze (Hg.).

Publikation zum 2. Coaching-Fachkongress 2012