

---

# DGfB – AG GÜTESIEGEL UND ANDERE QUALITÄTSBEWERTUNGSFORMEN SITZUNG VOM 09.06.2017, 10:00 – 13:00 UHR FRANKFURT/MAIN – PROTOKOLL

**Teilnehmer\_innen:** Dr. Christian Bernreiter, Prof. Dr. Martina Hörmann, Prof. Dr. Michael Märtens, Bernhard Schorn, Klaus Wagener, Jennifer Wagner, Stephan Schmitz

**Entschuldigt:** Michael Bremmer, Wolfgang Röttsches (vertreten durch Klaus Wagener), Michael Barg, Carsten Hennig

**Protokoll:** Stephan Schmitz

## ERÖFFNUNG/BEGRÜßUNG

Ch. Bernreiter eröffnet die Sitzung. Er stellt die Tagesordnung vor (**s. Fotoprotokoll, S. 2**). Die AG ist mit der Tagesordnung einverstanden.

## KURZE RUNDE

Da K. Wagener (in Vertretung von W. Röttsches) erstmals an einer AG-Sitzung teilnimmt, stellen sich alle Anwesenden kurz vor.

## VORSTELLUNG DER ARBEITSERGEBNISSE

Bei der vorherigen AG-Sitzung haben verschiedene Mitglieder der AG Rechercheaufgaben übernommen. Die Ergebnisse der Recherchen stehen in der Dropbox der AG Gütesiegel unter diesem Pfad zur Verfügung: [DGfB\\_AG\\_Guetesiegel\Recherche](#).

Die AG informiert sich über die Rechercheergebnisse. Dabei tragen, soweit möglich, die Autoren der Rechercheunterlagen ihre Ergebnisse persönlich vor. Im Verlauf des Vortrags werden die Ergebnisse ausführlich diskutiert und wichtige Aspekte für die weitere Arbeit am Flipchart notiert (**s. Fotoprotokoll, S. 3-5**).

## XING – COACHES (S. SCHMITZ)

S. Schmitz berichtet von seinen Recherchen zu XING-Coaches. Die Plattform dient in erster Linie der Vermarktung von Coaching. Sie enthält eine Beratersuche und ermöglicht Kund\_innen, ihre Coaches zu bewerten. Die Beratersuche funktioniert als Datenbankabfrage anhand der von den Coaches auf ihren Profilen eingegebenen Angaben zu Arbeitsfeld, Schwerpunkten, Region usw. Der Bewertung sind keine differenzierten Kriterien zugeordnet. Gegen Bezahlung eines erhöhten Mitgliedsbeitrags werden Coach-Profile zusätzlich mit dem Label "ProCoach" markiert und in den Suchergebnissen zuerst angezeigt. Die Plattform lässt keine zuverlässige Orientierung zur Qualität der angebotenen Beratung zu.

Dennoch ist für die AG wichtig, bei Vorhaben der DGfB die Einschätzung von Kunden auf angemessene Weise in Bewertungen einfließen zu lassen.

## GÜTESIEGEL UND ZERTIFIKAT. VERMARKTUNGSLABEL (W. RÖTTSCHE, K. WAGENER)

K. Wagener stellt das Papier der BVPPT zu Gütesiegel und Zertifikat vor. Es besteht kein substantieller Unterschied zwischen einem Gütesiegel und einem Zertifikat. Im vorliegenden Papier setzt sich der BVPPT für die schnelle Einführung eines Vermarktungsetiketts ein, mit dem Berater\_innen bescheinigt bekommen, dass sie erfolgreich an einer Qualifizierung teilgenommen haben, die den DGfB-Weiterbildungsstandards (Essentials) entspricht.

Dabei soll explizit mit Qualität geworben werden.

Das Vermarktungsetikett repräsentiert den gemeinsamen, vereinbarten Qualitätsanspruch der DGfB-Mitgliedsverbände und kann durch Zertifikate der Verbände mit höherem Qualitätsanspruch übertroffen werden.

Im Lauf der Zeit sollte das Vermarktungsetikett so gestaltet werden, dass es den Kriterien der Verbraucherinitiative e.V. ([www.label-online.de/unsere-bewertung](http://www.label-online.de/unsere-bewertung)) entspricht. Die Verbraucherinitiative prüft Vermarktungsetikett aus eigener Initiative und vergibt bis zu 12 Punkte. Mit mindestens 10 Punkten bewertete Siegel werden als "empfehlenswert" gekennzeichnet. Dies setzt voraus, dass in vier Kategorien besondere Ansprüche erfüllt werden, nämlich zu: Anspruch, Unabhängigkeit, Kontrolle und Transparenz. Hier wird auf die **Rechercheergebnisse von C. Hennig zu [www.label-online.de](http://www.label-online.de) und [www.siegelklarheit.de](http://www.siegelklarheit.de) mit dem Titel "Gütezeichen 'bestens beraten! – DGfB'"** verwiesen. – Diskutiert wird die Frage, ob tatsächlich die drei Instanzen "Zeichennehmer, Zeichengeber, Prüfer" in der dort vorgeschriebenen Weise getrennt sein müssen. K. Wagener weist darauf hin, dass dies nicht von der DGfB als Dachverband geleistet werden müsse. Nach seinem Kenntnisstand lassen die meisten DGfB-Verbände bzw. deren Weiterbildungsinstitute ihre Weiterbildungen bereits jetzt extern zertifizieren, so dass eine weitere externe Prüfungsinstanz nicht (sofort) nötig scheint, um ein glaubwürdiges Siegel im herauszugeben.

Die Bewertung von Vermarktungsetikett durch die Verbraucherinitiative ([www.label-online.de](http://www.label-online.de)) bietet hohen Nutzen für Kund\_innen, die hier tatsächlich unabhängig geprüfte Qualität finden, und für die verleihenden Verbände.

K. Wagener weist darauf hin, dass der Markt bereits weit entwickelt ist und dass die DGfB deshalb möglichst bald ein solches Vermarktungsetikett herausbringen sollte, das im Lauf der Folgejahre weiter entwickelt werden kann.

## GÜTESIEGEL WEITERBILDUNG (B. SCHORN)

B. Schorn berichtet von seinen Recherchen zum Gütesiegel des Weiterbildungsverbandes. Für Weiterbildungen besteht sogar eine ISO-Norm. Das Gütesiegel geht über ein konventionelles Weiterbildungszertifikat hinaus in Richtung Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung.

## DQR (S. SCHMITZ)

S. Schmitz berichtet aus der AG EQR-DQR und stellt das Projekt "Qualifikationsrahmen Beratung" vor. In der AG entsteht die Frage, ob der DQR tatsächlich auch die Entwicklung eines Kompetenzerfassungsverfahrens und einer Zertifizierungsinstitution vorsieht, da hierzu auf der Website des DQR ([www.dqr.de](http://www.dqr.de)) nichts Konkretes zu erfahren ist. S. Schmitz bestätigt, dass dies nach Auffassung der AG EQR-DQR so ist, wird aber noch einmal nachhören.

Im Mittelpunkt des DQR steht die Orientierung an Kompetenzen. Da die europäische Bildungspolitik diesen Weg eingeschlagen hat, liegt es nahe, bei der Entwicklung eines Gütesiegels oder anderer Qualitätsbewertungsformen ebenfalls auf Kompetenzen abzuheben.

Dabei wird ein wesentlicher Unterschied von Qualifikationsrahmen und Gütesiegel deutlich: Die Einstufung von Kompetenzen auf ein Niveau des EQR bescheinigt, dass eine Person einmal (früher oder aktuell) bestimmte Kompetenzen erworben hat. Hier werden Ergebnisse von Bildungsprozessen bewertet. Die Einstufung bleibt

nach einmaliger Zertifizierung erhalten, unabhängig davon, wie die tatsächlichen Kompetenzen einer zertifizierten Person sich im Laufe der Zeit entwickelt. Ein Gütesiegel kann darüber hinaus der Qualitätssicherung und –entwicklung dienen und Auskunft über aktuell vorhandene Qualität geben, wenn es immer wieder neu erworben werden muss.

## QUALITÄTSRICHTLINIEN DES BERUFSVERBANDES SUPERVISION, COACHING, ORGANISATIONSBERATUNG (BSO) SOWIE HÖHERE FACHPRÜFUNG PSYCHOSOZIALE/R BERATER/IN (CH) (PROF. DR. M. HÖRMANN)

M. Hörmann stellt ihre Rechercheergebnisse zu den Qualitätsrichtlinien des BSO (Schweiz) und der Höheren Fachprüfung Psychosoziale/r Berater/in (CH) vor.

### QUALITÄTSRICHTLINIEN BSO

Die Qualitätsrichtlinien BSO zeigen ein mittleres bis hohes Anspruchsniveau. Sie sind kompetenzorientiert ausgestaltet. Die Bescheinigung muss dabei immer wieder neu erworben werden. Hierfür sind Nachweise zu fünf Bereichen notwendig: Beratungskonzept, Kontraktverfahren, Evaluation und Feedback von Kund\_innen, Reflexion des beraterischen Handelns und der Beratungsprozesse, Weiterbildung. Eine wichtige Rolle bei der Re-/Zertifizierung spielt die Teilnahme an einem Qualitätsentwicklungsgespräch.

Das Qualitätsentwicklungsgespräch findet unter selbst gewählten Kolleg\_innen statt. Deshalb ist fraglich, ob es überhaupt vorkommt, dass Berater\_innen die Re-/Zertifizierung verweigert wird.

### HÖHERE FACHPRÜFUNG (CH)

Die höhere Fachprüfung Psychosoziale/r Berater/in (CH) kann nach Teilnahme an einem Vorbereitungskurs bestanden werden. Für die Teilnahme gibt es keine definierten Bildungsvoraussetzungen. Eine Aus- oder Weiterbildung oder ein abgeschlossenes Studium wird nicht vorausgesetzt. Die Schweizerische Gesellschaft für Beratung (SGfB) setzt sich dafür ein, die erworbene Kompetenz dem EQR-Niveau 7 zuzuordnen. Angesichts der eher niedrigen qualitativen Ansprüche scheint dies recht hoch. Die notwendige Unabhängigkeit von Vorbereitung, Prüfung und Zertifizierung scheint nicht gegeben. Der Qualitätsanspruch entspricht nicht den Qualitätsvorstellungen der DGfB.

## WAS FANGEN WIR DAMIT AN? (WAS BEDEUTET DAS FÜR UNS?)

Nach Vorstellung und Diskussion der Rechercheergebnisse erhebt die AG unter den anwesenden Mitgliedern ein Stimmungsbild zu zwei Fragen:

- Wie sinnvoll scheint mir die Entwicklung eines Gütesiegels für Berater\_innen für die DGfB? (Antwort entweder mit "ja" oder "nein" oder auf einer Skala von 0 bis 10)
- Vorausgesetzt, die DGfB würde ein Gütesiegel für Berater\_innen verleihen, wie hoch müsste der Qualitätsanspruch sein? (Antwort auf einer Skala von 1 – 10).

Die überwiegende Mehrheit der AG hält ein Gütesiegel für sinnvoll. Es sollte allerdings mit einem hohen Qualitätsanspruch verbunden sein. (s. **Fotoprotokoll, S. 6**).

Die Aufgabe der AG besteht darin, nach entsprechenden Rechercharbeiten Entscheidungsgrundlagen für die Mitgliederversammlung zu entwickeln. Es wird vereinbart, einen Vorschlag für ein Vermarktungsetiket/Gütesiegel (Arbeitstitel: "Bestens – beraten! – DGfB") zu erarbeiten.

Dabei ist folgendes zu berücksichtigen:

- Das Vermarktungsetiket wird schnell in Kraft gesetzt, um der Marktentwicklung gerecht zu werden. Mindeststandard zu Beginn sollten die Ansprüche der Essentials sein. In der ersten Auflage zertifiziert

das Vermarktungsetikett die erfolgreiche Teilnahme an einer Beratungsqualifizierung, die den DGfB-Essentials genügt.

- Das Vermarktungsetikett wird zeitlich befristet verliehen. Im Lauf der Jahre werden die Bedingungen geschaffen, die nötig sind, um ein Etikett zu erstellen, das den Ansprüchen der Verbraucherinitiative e.V. an ein Etikett mit der Bewertung "empfehlenswert" oder "besonders empfehlenswert" entspricht. Hierfür sind auch die nötigen Institutionen und Prozesse zu schaffen.
- Im Lauf der Entwicklung sollte das Vermarktungsetikett an Kompetenzen ausgerichtet werden, so dass es mit dem Qualifikationsrahmen Beratung harmonisiert werden kann.
- Es dient der Qualitätssicherung und -entwicklung.
- In der Endfassung sollen Prüfverfahren etabliert sein, in denen auch die Selbstreflexion der Berater\_innen (ähnlich den Qualitätsrichtlinien des BSO/Schweiz) z.B. in Form eines Qualitätsentwicklungsgesprächs angeregt wird.
- Auch die Bewertung erfolgreicher Beratung durch Kund\_innen sollte in angemessener Weise in den Prüfungsprozess einbezogen werden.

## VEREINBARUNGEN, TERMIN

K. Wagener legt bis zur nächsten Sitzung ein Konzept für das Vermarktungsetikett auf Basis der DGfB-Essentials vor, das schon in Kürze in Kraft treten kann.

M. Hörmann und S.Schmitz entwickeln ein Konzept für das Vermarktungsetikett in seiner endgültig anzustrebenden Form. Dafür wird S. Schmitz einen ersten Entwurf erstellen, der dann von M. Hörmann weiterbearbeitet und anschließend von M. Märten gelesen und ergänzt werden soll.

Bei der kommenden Sitzung soll das Konzept dann fertiggestellt und für die Mitgliederversammlung aufbereitet werden.

Die nächste Sitzung der AG Gütesiegel findet statt am

**Freitag, den 01. September 2017, 10:00 – 13:00 Uhr in Frankfurt/Main.**

---

**Anlage: Fotoprotokoll der Sitzung vom 09.06.2017**

Herzlich Willkommen

Guten Morgen

AG Gütesiegel

Deutsche Gesellschaft

für Beratung

2. Treffen

9.6.17

# Rahmen für heute

- kurze Runde (neue Themen)
- knappe Vorstellung der Arbeitsergebnisse
- Was heißt das für unsere Arbeitsgruppe
- Termine finden

(X/N/B - Goods)

-1-

- Inwieweit fließt die Einwirkung des Kunden in die Q.-Bewertung ein?
- Vermarktung als Ziel

(Vermarktungsetikette, Gütesiegel + Zertifizierung)

- unterschiedl. Niveaus v. Labels,  
aufsteigend → Dachlogo hat das niedrigste Niveau  
(Vereinbarung)

- Vermarktung mit Qualität (statt f. Geld)  
↓  
muss kommunizierbar sein

- kein signifikanter Unterschied von Gütesiegel +  
Zertifizierung mit Marktrelevanz

(Label - online, Siegelklarheit)

- 4 wesentl. Kriterien
- Unabhängigkeit d. Kontrollinstanz  
→ Verbände arbeiten mit externen  
Zertifizierern

- Zeichengeber, Zeichennehmer, Prüfer:  
müssen es 3 Instanzen sein?
- Bewertungszyklus lobd-online.de  
↳ unabh. Bewertung von Lobds aus  
Verbrauchericht
- hoher Nutzen f. Kundinnen/Kunden  
u. für einen vergleichenden Vergleich

(Güteriegel Weiterbildung)

- es gibt eine ISO f. Weiterbildungen
- Güteriegel geht über ein WB-Zertifikat  
hinaus in Richtung Qualitätssicherung +  
Q.-Entwicklung
- Grundkompetenz?

(DQR)

- Kompetenzorientierung
- Was wird von wem zertifiziert?



# (SGB + BSO)

- BSO:

+ Kompetenzorientierung

+ Zielklar

+ Prüfung durch den Verband selbst -> Unabhängigkeit?

+ Werden alle durchgenommen?

- Höhere Fachprüfung CH

+ Ziel: Niveau 7 EQR

+ niedriger Zugang zur Prüfung

+ Verbindung von Verb-kenn und Prüfung (SYB+a)

+ kollid: OE-Gespräche

- Recherche WHO?

# Was fangen wir damit an!

## Skizzen

Situations Ginkwige?	Q.-Anspruch
3	6-7
5	7
ja	Mit dem Vor- und Nachteil: 8-9 "empfehlenswert"
ja	7-8
Sandl-Druck	7-8
ja	7-8