

---

# DGfB - AG GÜTESIEGEL UND ANDERE QUALITÄTSMESSFORMEN SITZUNG VOM 28.04.2017, 11:00 – 15:00 UHR FRANKFURT/MAIN - PROTOKOLL

**Teilnehmer\_innen:** Dr. Christian Bernreiter (DGfB-Vorstand), Michael Bremmer (bbs), Carsten Hennig (DGSF), Prof. Dr. Martina Hörmann (VHBC), Lothar Klein (DGfC), Prof. Dr. Michael Märtens (VHBC), Wolfgang Röttsches (BVPPT), Bernhard Schorn (DGSF), , Jennifer Wagner (DG3S), Stephan Schmitz (DGfB-Vorstandsassistenz)

**Entschuldigt:** Michael Barg (GwG), Nicola Berstecher (ACC)

**Protokoll:** Stephan Schmitz

## ERÖFFNUNG/BEGRÜßUNG

Dr. Ch. Bernreiter begrüßt im Namen des DGfB-Vorstands die Mitglieder der Arbeitsgruppe und führt ein in den gewünschten Stil und Verlauf der Zusammenarbeit. Er verweist auf den von der Mitgliederversammlung 2016 formulierten Auftrag an die AG. In einer ersten Runde stellen sich die Mitglieder einander vor und teilen Aspekte zur Gütesiegeldiskussion aus ihren Verbänden mit.

## AUSTAUSCH ZUM GÜTESIEGEL

Die Mitglieder der AG tragen Überlegungen zum Stichwort "Gütesiegel" auf einer Vier-Felder-Tafel zusammen. Diese ist in die Felder "Vorteile" (+), "Nachteile" (-), "Fragen" (?) und "weitere Mitteilungen" (...) eingeteilt.<sup>1</sup>

Es folgt eine Aussprache, in der u.a. folgende Überlegungen und Fragen geäußert und teilweise diskutiert werden:

- Wie ist die von W. Röttsches aus den Diskussionen der AG Finanzierung vorab den Mitgliedern zugesandte Kalkulation zu verstehen? – Nach Auskunft von W. Röttsches beruht der Vorschlag auf der Basis gegenseitiger Wertschätzung: Das vorgeschlagene Gütesiegel erkenne an, dass die Weiterbildungen der Verbände gut sind. Praktisch bedeute das, dass für die Verleihung des Gütesiegels der Abschluss einer Beratungsweiterbildung entsprechend den DGfB-Essentials genügt. An eine weitere Prüfung sei nicht gedacht. Dies sei nur realisierbar, wenn alle davon profitieren. Mit einem DGfB-Gütesiegel würde eine bundesweite Lobby die Zertifikate der Verbände unterstützen. Außerdem sei wichtig, was für den Verbraucher wichtig sei.
- Berater\_innen können schon jetzt darauf hinweisen, dass eine von ihnen erfolgreich abgeschlossene Weiterbildung den DGfB-Ansprüchen entspricht. Weshalb sollten sie darüber hinaus für ein Gütesiegel bezahlen? Worin besteht die Werbewirkung für Berater\_innen?
- Der Dachverband profitiert vom Gütesiegel, da er damit bei minimalem Aufwand Erträge erwirtschaften kann. Das Siegel macht den Verband außerdem nach außen erkennbar, es ist plakativer als die Zertifikate der Verbände.
- Worin soll der Mehrwert eines Gütesiegels bestehen, wenn nichts Neues zum Bestehenden hinzugefügt wird?

---

<sup>1</sup> S. Fotodokumentation im Anhang, S. 6-10

- Soll ein Gütesiegel durch einen rein verwaltungsmäßigen Vorgang verliehen werden, oder soll an ein Prüfungsverfahren gedacht werden?
- Ein Gütesiegel dient nicht von vornherein der Qualitätssicherung.
- Da die DGfB sich als Qualitätsgemeinschaft versteht, wird grundsätzlich angenommen, dass Beraterinnen und Berater in den Mitgliedsverbänden gute Beraterinnen und Berater sind. Entweder kann dies als Minimalkonsens durch ein Siegel bestätigt werden. Eine Maximalversion würde dagegen regelmäßige Prüfungen und Rezertifizierungen erfordern.
- Parallel zur AG Gütesiegel bereitet die AG EQR/DQR die Entwicklung des Qualifikationsrahmens Beratung vor. Kern des DQR ist die Beschreibung von Kompetenzen. Falls ein Gütesiegel entwickelt werden soll, sollte dies deshalb ebenfalls an Kompetenzen orientiert sein. Bei einer konsequenten Kompetenzorientierung muss auch der Fall bedacht werden, dass eine Person über die notwendigen Kompetenzen verfügt, ohne an einer Weiterbildung teilgenommen zu haben.
- Was tun Beraterinnen und Berater dazu, ihre Kompetenzen zu erhalten? Wie werden Kompetenzen und Zertifikate überprüft? Soll dies den Mitgliedsverbänden überlassen bleiben?
- Was ist mit der Nachhaltigkeit? Ist die Sicherung der Nachhaltigkeit eine Aufgabe des Dachverbandes? Muss in diesem Zusammenhang ein Mindeststandard festgelegt werden, der nachzuweisen ist?
- Was soll den Verbänden aus der Hand genommen werden, was bleibt ihnen überlassen? Der Dachverband könnte zuständig sein für eine verbandsübergreifende Sicherung der Nachhaltigkeit der Qualität. Grundlage blieben dann die Zertifikate der Verbände.
- Die Verleihung und Rezertifizierung kann an die Verpflichtung geknüpft werden, regelmäßig an Fortbildungen und Supervision teilzunehmen, ähnlich dem Konzept der Fortbildungspunkte für Ärzte.
- Beraterinnen und Berater, die sich beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) registrieren lassen, müssen einen Qualitätsnachweis vorlegen, wenn sie ihren Kunden die Möglichkeit eröffnen wollen, BAFA-Zuschüsse für eine Unternehmensberatung in Anspruch zu nehmen. Dies kann geschehen, indem ein aktuelles externes Zertifikat vorgelegt wird (zum Beispiel aufgrund von ISO Normen), oder durch die Darstellung eines eigenen Qualitätsmanagementsystems. ([http://www.bafa.de/SharedDocs/Downloads/DE/Wirtschafts\\_Mittelstandsfoerderung/unb\\_leitfaden\\_qualitaetsnachweis.pdf;jsessionid=088434B03B3FBAEAE385B5FB025D10B5.2\\_cid378?\\_blob=publicationFile&v=2](http://www.bafa.de/SharedDocs/Downloads/DE/Wirtschafts_Mittelstandsfoerderung/unb_leitfaden_qualitaetsnachweis.pdf;jsessionid=088434B03B3FBAEAE385B5FB025D10B5.2_cid378?_blob=publicationFile&v=2)).
- Ein Gütesiegel macht nur Sinn, wenn immer wieder geprüft wird, ob jemand die bescheinigte Qualität auch erbringt. Das bedeutet, dass eine Prüfung erforderlich ist. Damit verbunden sind Kontrollverfahren.
- Die Sicherung der Nachhaltigkeit erzeugt einigen bürokratischen Aufwand.
- Der bürokratische Aufwand kann gering gehalten werden, wenn die DGfB keine eigenen Prüfungen und Kontrollverfahren einführt, sondern dies in der Verantwortung der Mitgliedsverbände belässt, die dies nach Einschätzung von Mitgliedern der AG wohl lieber selbst organisieren wollen.
- Genügt eine Selbstverpflichtung der Beraterinnen und Berater zu Fortbildung und Supervision?
- Ein Gütesiegel dient auch dem Verbraucherschutz. Im Sinn des Verbrauchers muss Qualität auch geprüft werden, denn letztendlich steht ein Gütesiegel für geprüfte Qualität.
- Im BBS wurde die Diskussion über ein Qualitätssiegel geführt. Die Mitglieder des Verbandes kommen aus unterschiedlichen Schulen, deshalb sagt das Qualitätssiegel des BBS nichts aus über inhaltliche Qualität. Akzeptiert wird der erfolgreiche Abschluss einer vom Verband anerkannten Weiterbildung. Das Qualitätssiegel wird jeweils für drei Jahre verliehen. Für die erneute Verleihung des Qualitätssiegels ist die permanente Arbeit an der eigenen Qualifikation erforderlich, zum Beispiel durch Weiterbildungen, die nachgewiesen werden müssen. Die vom Verband festgelegten Standards sind erreichbar. – Könnte sich die DGfB im Fall eines DGfB-Qualitätssiegels auf anerkannte Weiterbildungen der Verbände stützen? Dies könnte auch das gegenseitige Verständnis der Mitgliedsverbände fördern.

- Empirische Untersuchungen zeigen, dass von der Teilnahme an Qualifizierungen keine Auswirkungen auf die Beratungsqualität erwartet werden können. Die einzige wirksame Möglichkeit, Beratungsqualität zu sichern, scheint in der Überprüfung von Kompetenzen zu liegen.
- Wie können Qualitätsansprüche und Prüfungsverfahren angemessen für Verbraucher transparent gemacht werden?
- Es muss auch der Fall mitgedacht werden, dass einer Person die Güte entzogen werden muss. Liegt die Kompetenz hierfür bei den Mitgliedsverbänden?
- Ein Gütesiegel dient auch dem Verbraucherschutz. Mit zu bedenken sind deshalb auch Haftungsrisiken: Denkbar ist der Fall, dass Verbraucher Regressansprüche an den Aussteller eines Zertifikat stellen?
- Neben dem Gütesiegel sollte die AG auch andere Qualitätsbewertungsformen in den Blick nehmen. In der AG Coaching gab es bereits Diskussionen zur Einschätzung von Online-Bewertungsplattformen, auf denen Kunden Dienstleister bewerten. (z.B. die XING-Bewertungsplattform für Coaches).
- Wie sieht die Verknüpfung des Gütesiegels mit der Finanzierung der DGfB aus? Soll ein Gütesiegel für die Verbandsfinanzierung instrumentalisiert und damit als Qualitätsausweis möglicherweise abgewertet werden? Es ist eine angemessene Kosten-Nutzen-Kalkulation zu erstellen. Geld ist wichtig, sollte aber nicht prioritär sein.

## AUFTRAG UND ZIELE DER AG GÜTESIEGEL

Folgender Beschlussantrag wurde von der Mitgliederversammlung 2016 verabschiedet:

"Die Mitgliederversammlung möge die Wiederbefassung mit dem Thema 'Gütesiegel für Berater\*innen' und anderen Qualitätsbewertungsformen beschließen und dazu eine Arbeitsgruppe einsetzen.

Die Arbeitsgruppe hat den Auftrag, den Markt zu sondieren und die Vor- und Nachteile eines Gütesiegels für Berater\*innen zu prüfen.

Die Berichterstattung über die gewonnenen Erkenntnisse erfolgt auf der nächsten Mitgliederversammlung."

Die AG Gütesiegel sieht ihren Auftrag darin, für die Mitgliederversammlung 2017 Entscheidungsgrundlagen zu schaffen zu den Fragen, ob und, wenn ja, in welcher Form ein Gütesiegel oder andere Qualitätsbewertungsformen der DGfB eingeführt werden sollten. Diese umfasst folgende Aspekte:

- Eine verdichtete Darstellung: „Was gibt es alles?"
- Eine Betrachtung der Märkte
  - Interne Märkte der Mitglieder
  - Dynamik der DGfB  $\leftrightarrow$  externe Verbände (Dachverbände)
  - Markt der Gütesiegel
- Eine erste Einschätzung
  - bezogen auf bestimmte Kriterien
  - aus drei Perspektiven:
    - Verbraucher/Nutzer/Kunde
    - Berater\_innen
    - Verband/Dachverband
- Evtl. Darstellung von Entscheidungsoptionen

## ZUM WEITEREN VORGEHEN

Im nächsten Schritt sollen verschiedene Gütesiegel und Qualitätsbewertungsformen nach zwei Dimensionen untersucht werden<sup>2</sup>:

- Wie hoch ist ihr Anspruch? (niedrig, mittel, hoch)
- Welche Funktionen haben Sie für Nutzer, Berater und Verbände?

Folgende Aufträge werden in diesem Zusammenhang vergeben:

- B. Schorn untersucht Gütesiegel für Weiterbildungen.
- M. Hörmann untersucht zwei Beispiele aus der Schweiz (HSP und BSO).
- C. Hennig untersucht die beiden Internetangebote [www.siegelklarheit.de](http://www.siegelklarheit.de) und [www.label-online.de](http://www.label-online.de).
- S. Schmitz fasst für die AG wesentliche Informationen zum DQR zusammen und untersucht das XING-Top Coach-Siegel und die dazugehörige Bewertungsplattform.
- W. Röttsches informiert darüber, worin sich ein Gütesiegel von einem Zertifikat unterscheidet.

Alle Aufträge werden schriftlich bearbeitet. Die Ergebnisse werden den Mitgliedern der Arbeitsgruppe **bis zum 2. Juni** zur Verfügung gestellt.

## TERMIN DER NÄCHSTEN SITZUNG

Die nächste Sitzung der AG "Gütesiegel und andere Qualitätsbewertungsformen" wird vereinbart für Freitag, den **9. Juni 2017, 10:00 - 13:00 Uhr in Frankfurt.**

## ANLAGE

Fotoprotokoll (12 Seiten)

---

<sup>2</sup> siehe Fotodokumentation in der Anlage, Seite 11

# ***Fotodokumentation***

***zur Sitzung der AG Gütesiegel  
der DGfB***

***28.04.2017, Frankfurt/Main***

Herzlich Willkommen

Guten Tag

Arbeitsgruppe  
"Gütesiegel"

Fr. 28.04.17  
Frankfurt

DGfB

Dr. Christian Bernreiter  
Stephan Schmitz

## Vorstellen der Tku.

- ① Name und Verband
- ② Wie geht es Ihnen (heute)?
- ③ Was bringe ich von meinem Verband mit - für dieses Thema? (allgemein)

# Zusammenarbeit

- Respekt vor der Andersartigkeit des Anderen
- Zuhören - Perspektivenwechsel einnehmen
- je eigene Berater-Profession einbringen

## Beschluss:

Die MV möge die Wiederbefassung mit dem Thema "Gütesiegel" für BeraterInnen u. a. Qualitätsbewertungsformen beschließen u. dazu eine AG einsetzen.

Die AG hat den Auftrag,  
- den Markt zu sondieren und  
- die Vor- und Nachteile eines Gütesiegels f. BeraterInnen zu prüfen.

Berichterstattung → MV





### Linke Spalte

- Stärkung DGfB
- DGfB wird in den Verbänden + nach außen SICHTBAR
- Die Lobbybildung kann gelingen verbandsübergreifend
- Transparenz für Verbraucher
- Patent schützen lassen
- Nichtformalisierte Angebote müssen sich qualifizieren. Anbieter wollen "Siegel"
- Öffentlichkeitswirkung
- es wird sichtbar, dass jmd. die DGfB-Standards erfüllt ggf. werbewirksam

### Mittlere Spalte

- Vermarktung - Qualität -
- Einheitlichkeit erhöht die Lobby-Wirkung
- Aufwertung der Zertifikate der Verbände

- Berater und Beraterinnen können sich auf dem Markt etablieren
- Identität Zugehörigkeit --> Berater DGfB
- Wirkung Außen

### Rechte Spalte

- Anreiz zur Teilnahme. DGfB--> Wirkung
- Die DGfB wird durch fin. Ressourcen handlungsfähig
- Orientierungsmerkmal für Kunden
- Verbraucherschutz
- Orientierungsmöglichkeit für Kunden
- Einnahmequelle
- Vertrauensvorschuss f. Berater

### zwischen den Sektoren "+" und "-":

- Schulstreit



#### linke Spalte:

- Mittelmaßfalle!
- wir müssen anerkennen, dass es andere Berater gibt
- konkurriert zu den "Gütesiegeln" einzelner Verbände
- Konkurrenz zu bestehenden QS-Systemen
- Kosten
  - + Verwaltung
  - + Bürokratie
  - + Entzug der Güte

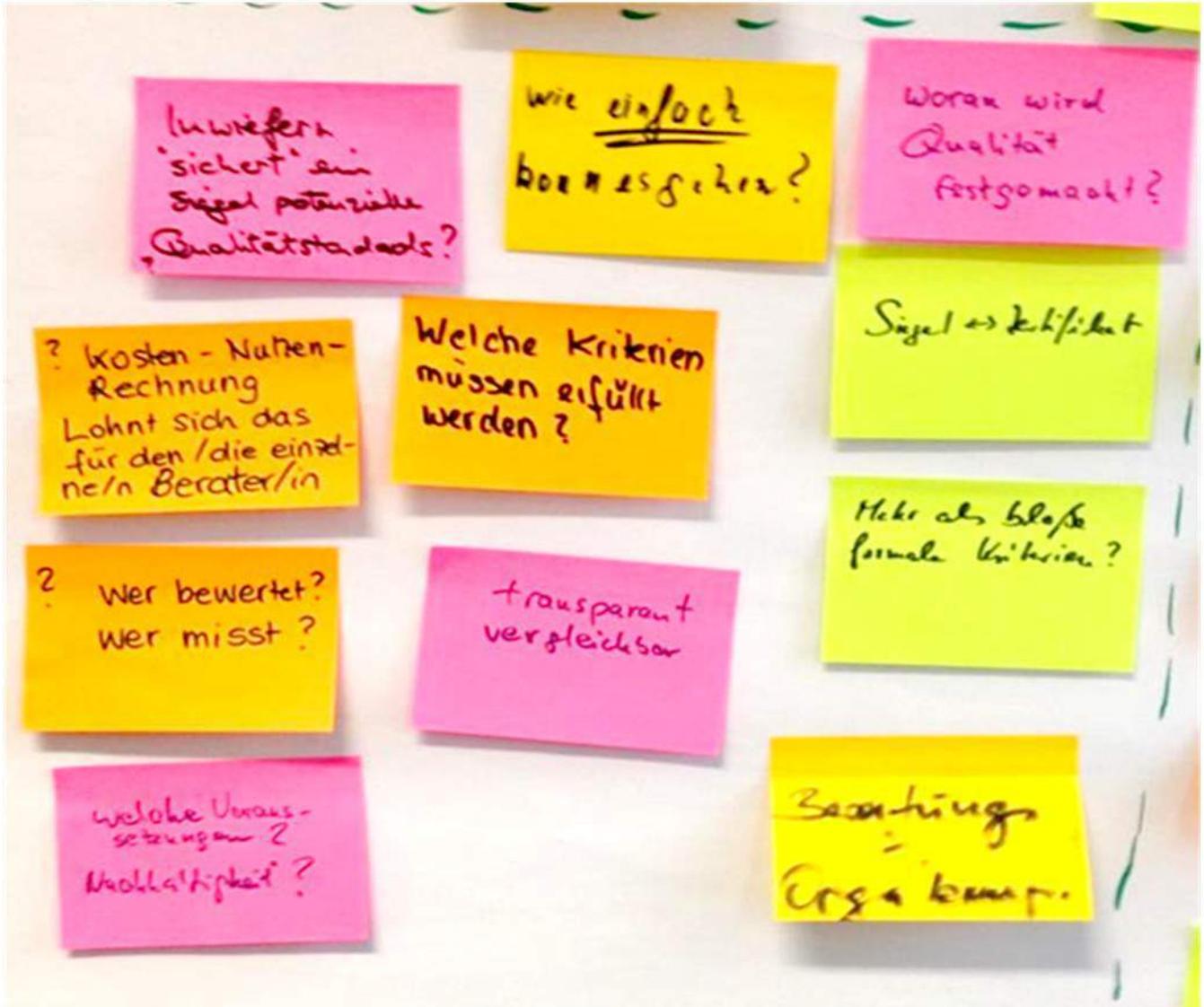
#### mittlere Spalte:

- wer prüft die Qualifizierung?
- Konkurrenz zu bestehenden V.
  - + abbauen?
  - + einbauen?
- Berater begeistern?

#### rechte Spalte:

- BÜROKRATIE
  - + Verwaltung
  - + Dokumentation
  - + Verwaltung
  - + wer macht's?
- Aufbau einer DGfB-Bürokratie
  - Gefahr
- "Arbeitsbeschaffungsmaßnahme"
  - > Verwaltung
  - > Kosten

?



#### linke Spalte:

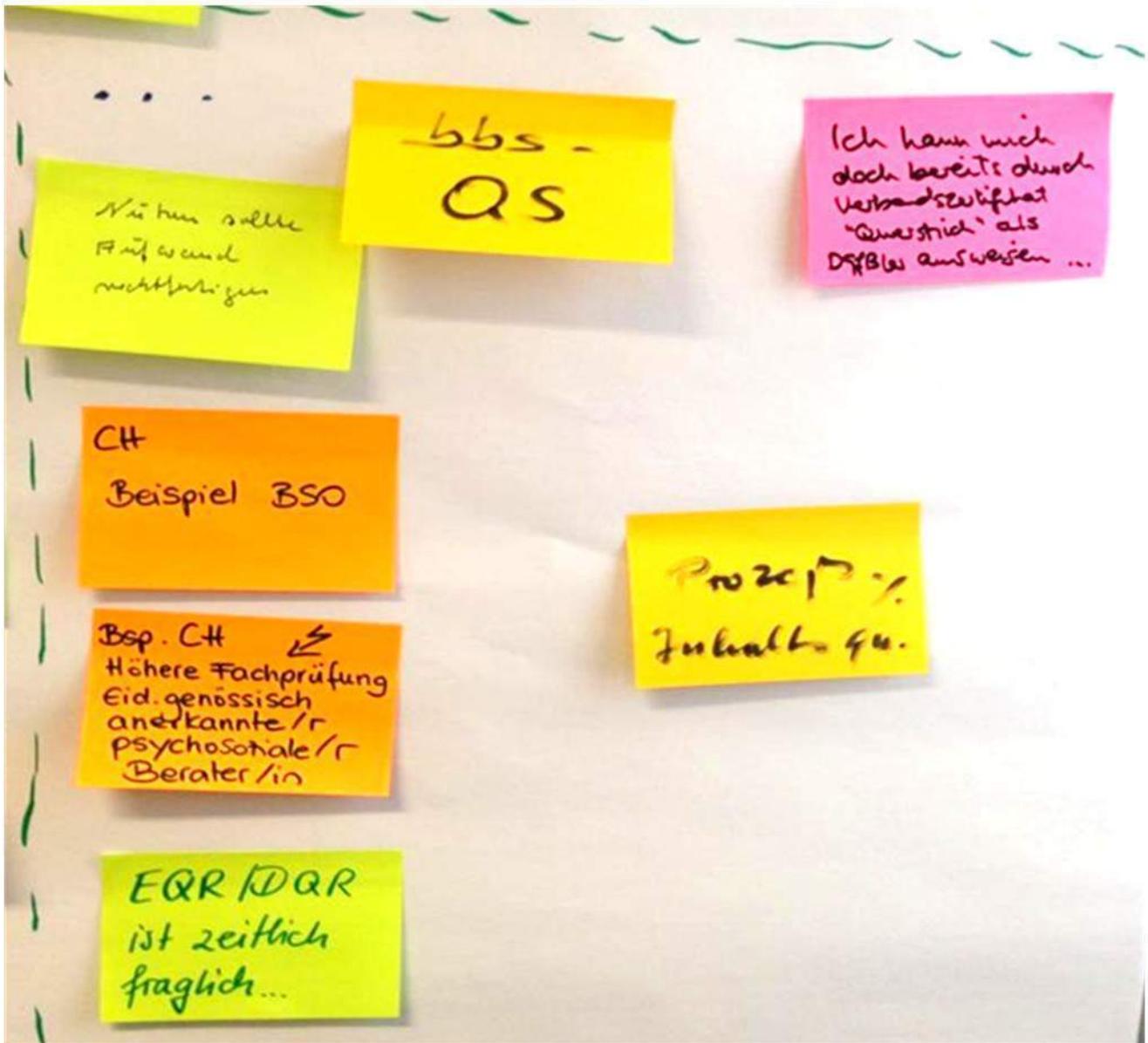
- Inwiefern "sichert" ein Siegel potenzielle Qualitätsstandards?
- Kosten-Nutzen-Rechnung. Lohnt sich das für den/die einzelne/n Berater/in?
- Wer bewertet?  
Wer misst?
- Welche Voraussetzungen?  
Nachhaltigkeit?

#### mittlere Spalte:

- wie einfach kann es gehen?
- Welche Kriterien müssen erfüllt werden?
- transparent  
vergleichbar

#### rechte Spalte:

- woran wird Qualität festgemacht?
- Siegel <--> Zertifikat?
- Mehr als bloße formale Kriterien?
- Beratungs / Orgakomp.



- Nutzen sollte Aufwand rechtfertigen
- CH  
Beispiel BSO
- Bsp. CH  
Höhere Fachprüfung Eid. genössisch anerkannte/r psychosoziale/r Berater/in [Blitz]
- EQR/DQR ist zeitlich fraglich ...
- bbs - QS
- Ich kann mich doch bereits durch Verbandszertifikat "Querstrich" als DGfBler ausweisen ...
- Prozess / Inhaltsqu.

# Ziel

- Entscheidungsgrundlagen schaffen:

+ Verdichtete Darstellung:

"Was gibt es alles?"

\* Erste Bewertung/Einschätzung,  
o bezogen auf bestimmte Kriterien

o aus 3 Perspektiven:

Verbraucher\*/Nutzer/Kunde

Berater

Verband/Dachverband

+ Betrachtung der Märkte

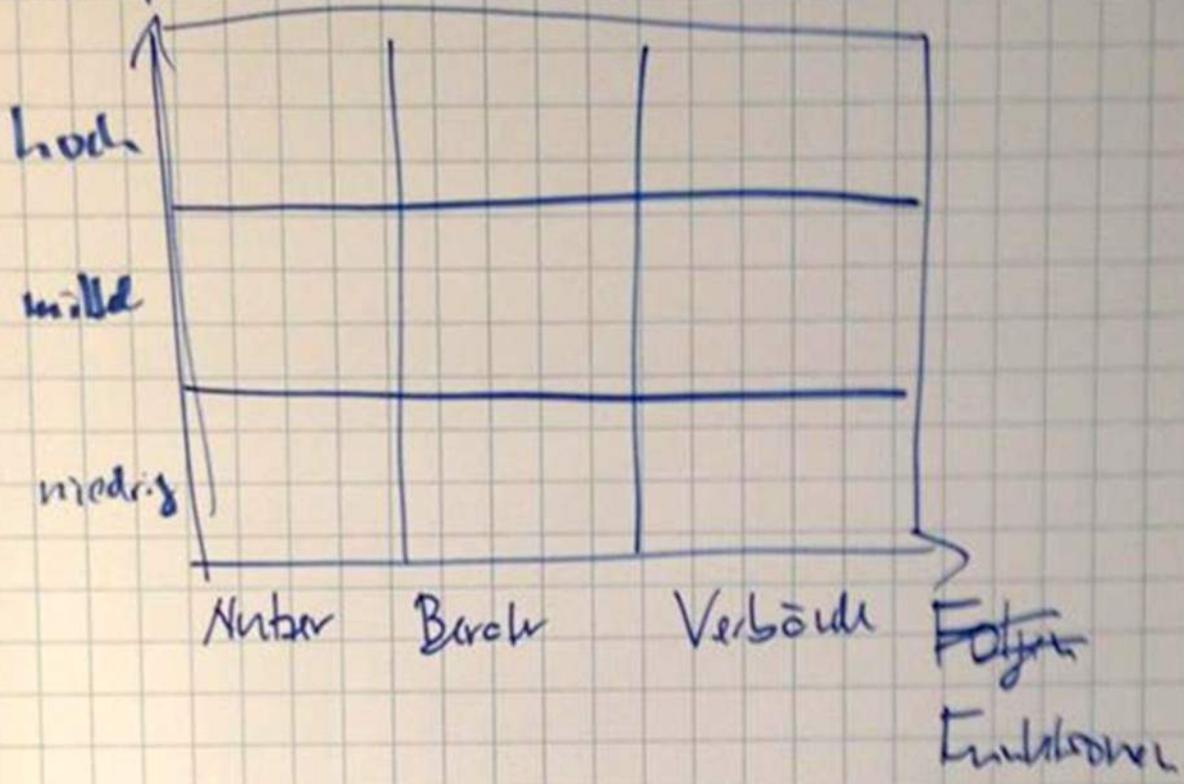
o interne Märkte d. Mitgliedere

o Dynamik DGB ↔ externe Verbände (Dachverbände)

o Markt d. Güterregel

+ evtl. Entscheidungsoptionen

Ausspruch | Güterregel / D.-ber.-formen | -2-



- Güterregel Verbände: B. Schorn
- XING-Toploch : S. Schmidt
- HFP u. BJO (CH) : F. Hörmann
- hww. Siegelstärke de : C. Hennig
- .labelstärke.de
- DQR : S. Sil
- Unterscheidung Güterregel-Zertifikat: V. Rottschä