



Sak: God markedsføringsskikk
Saksnummer: 2021/07

Forslag til vedtak: Navnet på Norsk bransjestandard for coaching endres til DNCFs bransjestandard for coaching

Bakgrunn: Markedsføring og merkevarebygging er å bevege seg i etiske utfordringer, og DNCF ser behovet for å rette oppmerksomheten mot god markedsføringsskikk. I arbeidet med å utvikle en norsk standard for coaching ble det i et komitemøte rettet søkelyset på noen uheldige markedsføringsmetoder. Bakgrunnen var NOCNAs varseltrekant der DNCF blir beskyldt for villedende markedsføring. I komitemøtet kom det fram at flere av organisasjonene og skolene opplever at å kalle vår bransjestandard for coaching for norsk bransjestandard for coaching skaper forvirring i markedet og at det kan se ut som det finnes en norsk standard for coaching i Norge som det ikke gjør ennå.

Vurdering: Det er viktig å være sannferdig i markedsføring og merkevarebygging blant annet for å unngå forvirring hos forbrukere enten det dreier seg om kjøpere av coaching-tjenester eller coach-utdannelser. En navneendring vil ha liten betydning for DNCF i og med bransjestandarden og kravene forblir uendret. DNCF er opptatt av å framstå kollegialt i overensstemmelse med våre vedtekter og etiske retningslinjer som blant annet sier:

Fra våre vedtekter:

§ 1-2 Formål

DNCFs formål er:

- a) *Fremme forståelse for og utbredelsen av coaching som profesjon og fag*

Og fra de etiske retningslinjene:

Generelt om profesjonell opptreden/adferd

1. *Jeg handler med integritet og opptrer på en måte som gagnar coaching som profesjon. Jeg anerkjenner og respekterer kundens/coachees integritet og verdighet.*
17. *Jeg forpliktet meg til å markedsføre mine tjenester på en etisk måte, i samsvar med norsk lov.*
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2009-01-09-2>

Konklusjon: DNCF ønsker å være samlende for den delen av bransjen som oppfyller kravene etter norsk standard for kjernekompetanse for coacher og framstå som forkjemper for god markedsføringsskikk. Vi lytter til våre konkurrenter og søker dialog for å finne gode løsninger på uenigheter som kan oppstå.

Fakta: Det finnes mange måter å markedsføre seg selv på, og det kan være fristende å gi inntrykk av å være bedre enn sine konkurrenter enten ved direkte eller indirekte snakke ned andre eller ved å kalle seg Norges beste eller markedets beste.

Her fra markedsføringsloven:

§ 3. Presentasjon og dokumentasjon av markedsføring

Markedsføring skal utformes og presenteres slik at den tydelig framstår som markedsføring.

Påstander i markedsføring om faktiske forhold, herunder om ytelsers egenskaper eller virkning, skal kunne dokumenteres. Dokumentasjonen skal foreligge på annonsørens hånd når markedsføringen skjer.

§ 7. Villedende handlinger

Det er også villedende dersom markedsføring av en ytelse, herunder sammenlignende reklame, forårsaker forveksling med en konkurrents ytelse eller varemerke, handelsnavn eller andre kjennetegn.

§ 25. God forretningsskikk

I næringsvirksomhet må det ikke foretas handling som strider mot god forretningsskikk næringsdrivende imellom.

Konsekvensanalyse:

Coaching er fremdeles en profesjon i vekst og utvikling i Norge. I og med at tittelen «coach» ikke er en beskyttet tittel, betyr det at alle kan kalle seg coach uavhengig om de har en coach-utdanning eller ikke. Nå jobbes det med en standard som beskriver kjernekompetanse for coacher, og selv om tittelen ikke vil bli beskyttet så vil det gi en annen tyngde å være sertifisert etter norsk standard. Det kan gi mer oppmerksomhet fra media og større synlighet i offentligheten. Da er det viktig at coaching-bransjen, som oppfyller kravene etter norsk standard, står samlet og snakker respektfullt om hverandre.

Dersom vi bruker anledningen til å kritisere hverandre, kan det være fristende for media og andre å heller angripe bransjen for ikke å leve som vi lærer. Det kan skape et inntrykk av at coaching ikke fører fram og at coaching-bransjen er mer opptatt av å kritisere hverandre enn å finne gode løsninger som alle kan leve med. En atferd som ikke er coachende vil kunne føre til mistillit til bransjen.

DNCFs vedtekter og etiske retningslinjer er tydelige, og det er anledning til utelukkelse av medlemmer som ikke overholder kravene.

§ 2.7 Utelukkelse av medlemmer

- b) *Medlemmer som utviser yrkesfaglig atferd i strid med foreningens formål og etiske retningslinjer skal utelukkes.*

- c) *Medlemmer som omtaler øvrige medlemmer og DNCF på en måte som er til skade for andre og foreningen skal utelukkes.*

Nå som en norsk standard er nært forestående og sannsynligvis blir gjeldende i løpet av 2021, kan det anses unødvendig å endre navnet ettersom Norsk standard for coacher vil være den allmenngyldige. DNCFs visjon er å samle coaching-Norge, og et viktig ledd i den sammenheng er å være førende for god markedsføringskikk blant våre medlemmer. Et strategisk første skritt vil være å endre navnet på vår bransjestandard så den ikke skaper forvirring i markedet og irritasjon blant våre kolleger i andre foreninger og skoler. Således kan vi bygge tillit til coaching som bransje.