

Coaching-Honorare stiegen um 9 Prozent



COACHING-UMFRAGE 2021. Wie hat sich die Coaching-Branche im Jahr 2020 im Vergleich zum Jahr 2019 entwickelt? Auskunft gibt die etablierte „Coaching-Umfrage“, die jedes Jahr von Jörg Middendorf und seinen Kooperationspartnern durchgeführt wird. Die gute Nachricht: Die Honorare für Business-Coachs sind deutlich um 9,1 Prozent gestiegen und lassen den Honorarrückgang des Vorjahres vergessen.

Der gemittelte Stundensatz für Coaching ist von 2019 zum Coronajahr 2020 von 151,25 Euro auf 165,04 Euro angestiegen. Das entspricht einer Steigerung von 9,1 Prozent und gleicht den Abfall im Honorar von 2018 auf 2019 von minus 9,3 Prozent praktisch aus. Der Wiederanstieg des gemittelten Stundensatzes lässt sich

sowohl auf ein Ansteigen des unternehmensbezahlten Stundensatzes von vorjährig 174,47 Euro auf 186,79 Euro wie auf ein Ansteigen des privat bezahlten Stundensatzes von vorjährig 125,18 Euro auf 133,57 Euro zurückführen. Die Anzahl der Coaching-Prozesse schwankt seit 2005 in einer Bandbreite

zwischen 21 und 26 Prozessen pro Jahr. Der Wert für 2020 liegt bei durchschnittlich 24,3 Prozessen.

Der Trend zu immer kürzeren Coaching-Prozessen bleibt erhalten. Mit 10,5 Stunden pro Coaching-Prozess wird ein neuer Tiefstand erreicht. Das kann mit der Dauer eines typischen Online-Coachings

zu tun haben, das im Jahr 2020 pandemiegemäß stark zugenommen hat. Dauern Präsenz-Coachings oftmals 1,5 bis zwei und mehr Stunden, so scheint es bei den Online-Coachings die Tendenz zu geben, dass Coachings eher eine Stunde dauern. So gilt bei Sharpist (einem der neuen „Digital Coaching Providern“) ein Standardwert von 30 Minuten für eine Coaching-Sitzung und bei Coach Hub (ebenfalls einer der „Digital Coaching Providern“) ist ein Wert von 45 Minuten normal.

Aufwand für Vor- und Nachbereitung steigt

Dem Rückgang der tatsächlichen Coaching-Stunden pro Prozess und damit der direkten Klientenstunden steht bei den Coachs ein allgemeiner Anstieg der Jahresarbeitszeit gegenüber. Die Arbeitszeit der Coachs ist durch den Mangel an geregelten Pausen im Homeoffice, unregelmäßigen Arbeitszeiten, der Abwesenheit von Kollegen und den gleichzeitig erhöhten Online-Abstimmungsbedarfen eher gestiegen als gesunken. Rein rechnerisch war im Jahr 2020 für jede Stunde Coaching fast eine weitere Arbeitsstunde ohne direkten Klientenkontakt erforderlich. Darin fließt die Auseinandersetzung mit der Technik ein und eine stärkere Vor- und Nachbereitung der Coaching-Stunden sowie ein stark verstärkter Marketingaufwand. Gerade bei den erwähnten „Digital Coaching Providern“ ist der Standard, dass neben der abrechenbaren Coaching-Sitzung Vor- und Nachbereitungen nicht vergütet werden. Solche Vorbereitungen oder Nachbereitungen sind: Coaching-Logbücher schreiben lassen, „Hausaufgaben“ für die Klienten aus einer entsprechenden Bibliothek auswählen und aufbereiten sowie Absprachen mit dem Vermittler der Coaching-Leistungen treffen.

Damit sind wir bei zwei der hervorsteckendsten Entwicklungen im Coronajahr 2020 angekommen: Der standardmäßigen Nutzung des Online-Coachings sowie der Etablierung der „Digital Coaching Provider“ als neue Akteure auf dem Coaching-Markt. Rund zwei Drittel der Befragten Coachs nutzen digitale Medien immer oder häufig, der Anteil derer, die digitale

Medien selten oder nie nutzen liegt bei geringen 10,6 Prozent. Erwartungsgemäß sind Coachs unter 35 Jahren sogar noch digitalaffiner als der Durchschnitt. Sie nutzen zu 69,2 Prozent digitale Medien immer oder häufig. Weniger erwartungsgemäß werden die Jungen aber übertroffen von den 54-jährigen, die digitale Medien zu 72,3 Prozent immer oder häufig nutzen. Auch die über 54-jährigen erweisen sich keineswegs als digitalavers und nutzen digitale Medien zu 62 Prozent immer oder häufig.

Dennoch wurde Präsenz-Coaching weiterhin als das beliebteste Coaching-Format angegeben (mit durchschnittlich einer 1,28 auf einer Fünferskala – wobei eins „sehr gerne“ und fünf „sehr ungerne“ bedeutet), gefolgt von 1:1-Video-Coaching (2,00). Nach dem Video-Coaching folgten in der aktuellen Umfrage mit Blick auf die Beliebtheit das Telefon (2,88), die E-Mail (3,37), der Chat (3,46) und das Avatar-Coaching (3,84). Auch wenn das Präsenz-Coaching das bevorzugte Format der Befragten war, so wurde auch deutlich, dass digitales Coaching keine Randerscheinung mehr ist, sondern

von vielen Coachs inzwischen als ein geschätztes und häufig genutztes Format wahrgenommen wird.

Neue Anbieter auf dem Coaching-Markt

Im Zuge der Pandemie und der fortschreitenden Digitalisierung haben nicht nur neue Formate den Weg in den Coaching-Mainstream gefunden, sondern die seit wenigen Jahren bekannten „Digital Coaching Provider“ sind endgültig in das Bewusstsein von Coachs und ihren Auftraggebern gelangt. Auch wenn digitales Coaching an sich schon seit längerem in der Branche diskutiert wird, so hat die Diskussion erst in den letzten zwei bis drei Jahren durch die „Digital Coaching Provider“ deutlich an Fahrt aufgenommen. Die „Digital Coaching Provider“ wollen, nach US-amerikanischem Vorbild (wie zum Beispiel „Betterup“), den Bedarf an Coaching für Unternehmen und zum Teil auch für den Privatbereich abdecken. Damit stehen sie in direkter Konkurrenz zu den einzelnen Coachs, die sich um die gleichen Kunden bemühen. →

Der „statistische“ Coach 2020

Umfrage. Wichtige Ergebnisse für das Jahr 2020 im Vergleich zu 2019 (in Klammern). Quelle: www.coaching-umfrage.de

Dimensionen	Männer 40,5 (44,9) %	Frauen 54,4 (55,1) %
Altersdurchschnitt	51,6 (54,4) Jahre	48,2 (49,4) Jahre
Berufserfahrung vor dem Coaching	17,1 (17,8) Jahre	15,6 (16,4) Jahre
Coaching-Erfahrung	12,4 (12,3) Jahre	9,6 (8,5) Jahre
Anteil Coaching an allen Tätigkeiten	32,3 (34,0) %	40,6 (38,8) %
Anzahl Coaching-Prozesse	22,3 (23,4) Prozesse	25,9 (25,7) Prozesse
Stunden pro Coaching-Prozess	11,0 (14,4) Stunden	10,0 (11,2) Stunden
Anteil der beruflichen Themen	80,0 (74,6) %	78,6 (75,0) %
Durchschnittlicher Stundensatz (60 Minuten/netto)	162,78 (158,16) €*	167,52 (147,83) €*
Stundensatz unternehmensbezahlt	182,39 (181,55) €	190,85 (169,68) €
Stundensatz privat bezahlt	131,80 (128,43) €	135,40 (125,07) €

* Stundensatz 2020, gewichtet gemittelt = 165,04 €, * Stundensatz 2019, gewichtet gemittelt = 151,25 €

→ Die „Digital Coaching Provider“ haben viele Gemeinsamkeiten als Vermittler und auch Anbieter von Coaching-Leistungen – aber es gibt auch einige Unterschiede zwischen ihnen. Die unterschiedlichen Schwerpunkte lassen sich auch aus der Historie ableiten. „Sharpist“ und „Bettercoach“ sind beide als Start-Ups mit ihrem Coaching-Produkt an den Markt gegangen. Aus dieser Position heraus kamen sie mit der Kundennachfrage nach weiteren PE- und OE-Angeboten in Berührung. Schnell hat Bettercoach sein Angebot und auch seinen Expertenpool entsprechend erweitert und auch Sharpist bietet über das reine Coaching hinaus E-Learning-Partnerschaften und personalisierte Entwicklungsprogramme an.

Ähnlich sieht es auch auf der anderen Seite des Atlantiks aus: Auch Betterup hat sein Geschäftsmodell bereits auf alle Bereiche der Unternehmens- und Lebensberatung erweitert. Immerhin gilt es für Betterup auch darum, eingesammeltes Investorenkapital auch langfristig zurückzahlen zu können. So verfügt das US-Unternehmen über ein Investorenkapital von 103 Millionen US-Dollar, Coach Hub aus Berlin über 25 Millionen US-Dollar und Sharpist aus Berlin über 5 Millionen US-Dollar. Der Nischenbereich des Coachings allein reicht offensichtlich wohl kaum aus, um einem Millionennvestment gerecht zu werden.

Bereits fast die Hälfte der befragten Coachs (49 Prozent) gaben an, schon mit einem „Digital Coaching Provider“ zusammengearbeitet zu haben. Eine beeindruckende Zahl, wenn man bedenkt, dass viele „Digital Coaching Provider“ erst seit zwei oder drei Jahren am Markt vertreten sind. Allerdings heißt das nicht, dass es auch immer zu einer konkreten Auftragsvergabe gekommen ist. Laut Angaben der Befragten konnten nur sechs von elf der derzeit existierenden „Digital Coaching Providern“ die befragten Coachs mit Aufträgen versorgen.

Mit den „digitalen Providern“ zusammenarbeiten?

Auch ist die Häufigkeit der über das gesamte Jahr 2020 erteilten Aufträge überschaubar. Diese geringe Bedeutung für viele Coachs wird unterstrichen, durch die geringe Zahl an Coaching-Prozessen, die mit den „Digital Coaching Providern“ und den Teilnehmenden an der Coaching-Umfrage durchgeführt wurden. Von den mehr als 9.500 Coaching-Prozessen, die die Befragten 2020 absolviert haben, wurden nur 560 Prozesse mit Beteiligung eines „Digital Coaching Providers“ durchgeführt. Unter den abgefragten Anbietern ragt lediglich Sharpist mit 362 Prozessen heraus, an zweiter Stelle folgt Coach Hub mit 108 Prozessen. Fünf der abgefragten

„Digital Coaching Provider“ wurden von keinem der Befragten genutzt. Trotz der etwas mageren Versorgung mit Aufträgen zeigten sich diejenigen Befragten, die bereits im Kontakt mit einem „Digital Coaching Provider“ waren, durchaus zufrieden mit der Qualität des Kontakts. Alle zehn „Digital Coaching Provider“ wurden in Sachen Zusammenarbeit im Durchschnitt mit einem „eher zufrieden“ bis „sehr zufrieden“ bewertet.

Dass die Bedeutung der „Digital Coaching Provider“ für die Zukunft des Coaching-Markts als durchaus hoch angesehen wird, zeigt folgendes: So stimmten die Coachs im Durchschnitt „eher“ oder sogar „voll und ganz“ den folgenden Statements zu:

- Coaching-Verbände und „Digital Coaching Provider“ sollten partnerschaftlich zusammenarbeiten.
- In Zukunft werden „Digital Coaching Provider“ eine wichtige Rolle im Coaching-Markt spielen.
- Langfristig werden Business-Coachs die Zusammenarbeit mit einem „Digital Coaching Provider“ nicht vermeiden können.

Skeptischer wird beurteilt, ob die „Digital Coaching Provider“ die gleiche Coaching-Qualität garantieren können, wie die Coaching-Verbände dies durch ihre Zertifizierungen tun.

Was sich trotz Pandemie nicht verändert hat

Neben all den Veränderungen gibt es Aspekte im Coaching-Markt, die sich unbeeindruckt von der Pandemie und der allgemeinen Digitalisierung kaum verändert haben. Die Themen des Coachings sind auch im Pandemiejahr 2020 stabil, auch wenn sich deren Reihenfolge etwas bewegt hat: „Selbstreflexion und der Abgleich Selbstbild/Fremdbild“ sind von Platz zwei auf Platz eins gerutscht. Umgekehrt sind „neue Aufgaben, Führungsverantwortung, Funktionen, Positionen“ von Platz eins auf zwei gewandert und „Persönlichkeitsentwicklung/Potenzialentwicklung“ bleibt in 2020 mit über 60 Prozent auf Platz drei der Themenliste. Die neun Tophemen bestimmen 3/4 der Coaching-Themen insgesamt: Stressmanagement und Burnout, Führungs-

AUTOREN



Jörg Middendorf

leitet das BCO Büro für Coaching und Organisationsberatung in Frechen bei

Köln. Er ist Diplom-Psychologe, Senior Coach (DBVC), Professional Certified Coach (ICF) und Fachautor zu den Themen (lösungsorientiertes) Coaching und Konfliktmanagement. Middendorf ist Organisator der jährlichen „Coaching-Umfrage Deutschland“.

BCO / Jörg Middendorf
Augustinusstraße 11d
50226 Frechen
Tel. 02234 / 9335191
www.BCO-Koeln.de



Lutz Salamon,

Diplom-Ingenieur und zertifizierter Lehr-Coach des Deutschen Coaching

Verbands (DCV) mit Sitz in Berlin, ist Vorstandsvorsitzender des Roundtable Coaching e.V. (RTC). Der RTC ist ein Zusammenschluss von Berufs- und Fachverbänden, die sich für die Positionierung von Coaching als professionelle Dienstleistung engagieren.

Roundtable Coaching e.V. (RTC)
Lutz Salamon
Waldstraße 32, 10551 Berlin
Tel. 0170 / 9044272
www.roundtable-coaching.eu

„Selbstreflexion ist auf Platz eins“

Interview. Der Business-Coach Jörg Middendorf führt jährlich eine Umfrage unter Deutschlands Coaches über deren Situation durch. Mit ihm sprachen wir über die Ergebnisse der aktuellen Umfrage, die Anfang 2021 abgeschlossen wurde.

Auf wieviel Milliarden Euro schätzen Sie das Volumen des Coaching-Markts in Deutschland?

Jörg Middendorf: Niemand kann das Marktvolumen seriös beziffern, weil keiner weiß, wie viele Coaches es in Deutschland gibt. Was ich aber auf der Basis unserer Coaching-Umfrage 2021 sagen kann: Wir hatten im Jahr 2019 einen Rückgang der Coaching-Honorare gemessen. Dieser Rückgang von rund neun Prozent wurde im Jahr 2020 wieder vollständig durch ein Wachstum der Honorare ausgegült, sodass man vermuten kann, dass es mit der Nachfrage nach Coaching aktuell gut läuft..

Wie breit und repräsentativ erfasst Ihre Coaching-Umfrage den Markt?

Middendorf: Wir rufen über die Coaching-Verbände, die Fachpresse und die Sozialen Medien Deutschlands Coaches einmal im Jahr dazu auf, online unseren Fragebogen auszufüllen. Diesem Wunsch kommen jedes Mal rund 400 selbstständige Coaches nach. Für die aktuelle Umfrage konnten wir sogar 487 Fragebögen auswerten. Die jährlichen Umfrageergebnisse weisen eine Konsistenz und eine innere Logik aus. Solch eine Auswertung über die Zeit ist derzeit die einzige Möglichkeit, einer gewissen Repräsentativität nahe zu kommen. Immerhin sind bei unserer Umfrage seit Jahren Antworten von Coaches dabei, die die gesamte Breite der Honorare repräsentieren.

Und Sie sind sicher, dass es in 2020 nicht doch Einbrüche im Coaching-Markt gab?

Middendorf: Coaching lief im Krisenjahr 2020 und im ersten Quartal 2021 ohne nennenswerte Einbrüche. Das liegt unter anderem daran, das Coaching relativ einfach in ein vollkommen digitales Format umgewandelt werden konnte. Die Kontaktaufnahme, das Kennenlerngespräch und die



Jörg Middendorf. Der DVCT-Senior-Coach wurde mit dem Buch „Lösungsorientiertes Coaching“ bekannt.

anschließenden Coaching-Stunden laufen sehr oft – zur Überraschung vieler – problemlos komplett virtuell ab.

Die Plattformökonomie hat auch die Coaching-Branche erreicht. Hätten da die Honorare nicht sinken müssen?

Middendorf: Die „Digitalen Coaching Provider“ machen noch zu wenig Umsatz, um mit ihren zum Teil niedrigen Honoraren einen Preissturz auszulösen. Und: Es gibt auch Provider, die nicht in das übliche Honorar der Coaches eingreifen, sondern lediglich on top ihre Provision aufschlagen.

Wie erklären Sie jemandem, wie ein Coach arbeitet?

Middendorf: Im Coaching geht es nicht darum, dass der Klient neue Kommunikations- oder Führungstricks lernt. Es geht darum, dass er mit seinem Coach reflektiert, welche Art von Führungskraft er sein will. Selbstreflexion steht auf Platz eins der von uns abgefragten Coaching-Themen.

Interview: Martin Pichler ●

kompetenzentwicklung, Konflikte und Beziehungsthemen, konkrete berufliche Problemsituationen, Organisationsveränderung und Change Management sowie Teamentwicklung und Teamthemen. Besonders hohe Stundensätze gehen aktuell mit den Topthemen „Führungskompetenzentwicklung“ (181,28 Euro), „Organisationsveränderungen und Change

Management“ (179,84 Euro), „Teamentwicklung und Teamthemen“ (176,36 Euro) einher. Auch die Bedeutung der „kleineren“ Themen bleibt über die Jahre stabil. Zu den „kleinen“ Themen gehören „New Work“ (182,16 Euro), „Komplexität“ (178,39 Euro) und „Digitalisierung“ (172,21 Euro), die ebenfalls überdurchschnittliche Stundensätze auf-

weisen. Als Fazit für das Pandemiejahr 2020 kann mit Blick auf den Coaching-Markt festgehalten werden, dass trotz massiver Veränderungen in den Rahmenbedingungen Coaching weiterhin einen festen Platz in der Personalentwicklung hat und als Betätigungsfeld für viele Berater attraktiv ist.

Jörg Middendorf, Lutz Salamon ●