

15. Coaching-Umfrage: Die Honorare steigen wieder

COACHING-MARKT. Das durchschnittliche Honorar für 60 Minuten Business-Coaching stieg von 2015 auf 2016 um 0,8 Prozent auf 184 Euro. Von 2014 auf 2015 war der Stundensatz noch um 2,3 Prozent gefallen. Der Stundensatz, den Privatleute bezahlen, stieg 2016 um 3,5 Prozent auf 125 Euro im Vergleich zum Vorjahr. Das ergab die „Coaching-Umfrage Deutschland 2016“, die wieder von Jörg Middendorf organisiert wurde.

Fast drei Viertel aller deutschen Coaches verfügen über mehr als zehn Jahre Berufserfahrung, bevor sie zu coachen begannen. Da verwundert es nicht, dass der statistische Coach stattliche 52 Jahre alt ist. Erfahrung, sei es als Coach oder auch Lebenserfahrung, wird von Klienten entsprechend wertgeschätzt.

Mit steigendem Lebensalter und höherer Berufserfahrung als Coach steigen auch die gezahlten Stundensätze. Doch auch im Durchschnitt sind die Honorare 2016

gestiegen. Für 60 Minuten Coaching wurden 2016 durchschnittlich 168 Euro bezahlt. Das ist der höchste durchschnittliche Stundensatz, der je in der Coaching-Umfrage erfasst wurde. Wird das Honorar von einem Unternehmen für seine Mitarbeiter bezahlt, liegt der durchschnittliche Satz sogar bei 184 Euro.

Im privaten Bereich liegt der Satz bei 125 Euro, was sich allerdings auch summieren kann, da ein privates Coaching im Schnitt 12 Stunden umfasst. Es sind also

nicht nur Unternehmen bereit, in die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter zu investieren, auch Privatpersonen geben für ihre Weiterentwicklung Geld aus.

Was hat aber nun eine größere Berufserfahrung der Coaches für Vorteile für den Kunden? Es ist genau das Kriterium, welches den Menschen mit am wichtigsten bei der Auswahl ihres Coaches erscheint (zumindest nach Meinung der befragten Coaches). Auf die Frage „Aufgrund welcher Kriterien werden Sie als Coach



von Ihren Kunden angefragt?“ landeten auf den ersten fünf Plätzen Empfehlungen von verschiedenen Stellen, Berufserfahrung als Coach sowie Feld- und Führungserfahrung. Deutlich weniger häufig genannt wurden die Coaching-Ausbildung, eine thematische Spezialisierung oder methodische Ausrichtung, eine Zertifizierung oder eine Mitgliedschaft in einem Berufs- oder Fachverband.

Also genau die Aspekte, die am ehesten eine Qualität des Coachings und eine Qualifizierung des Coachs formal belegen könnten, spielten bei der Coach-Auswahl eine geringere Rolle. Interessanterweise spielen gerade auch Zertifizierungen und die Mitgliedschaft in einem Coaching-Verband, der für definierte Qualitätsstandards und Ethikrichtlinien steht, die geringste Rolle. Coaching scheint also nach wie vor von der Mund-zu-Mund-Propaganda zu leben: „Ich kenne da jemanden ...“. Und da sich mit steigender Berufserfahrung oft auch ein größeres Netzwerk verbindet, kennen altgediente Coachs natürlich viel mehr Menschen als ein berufsjüngerer Coach, sei er noch so gut ausgebildet und zertifiziert.

AUTOREN



Jörg Middendorf,
Dipl.-Psychologe und
MSc. in Psychology,
leitet das auf die
Themen Business-

Coaching, Konflikt und Teamentwicklung spezialisierte BCO Büro für Coaching und Organisationsberatung bei Köln. Berufserfahrung sammelte er zuvor als Psychologe im Personalwesen der Bayer AG und als interner Coach bei McKinsey & Company. Er ist Organisator der jährlichen „Coaching-Umfrage Deutschland“.

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



Lutz Salamon,
Dipl.-Ingenieur und
zertifizierter Lehr-
coach (DCV) und
Gründungsmitglied

des Deutschen Coaching Verbandes. Zu seiner Berufserfahrung gehören Führungspositionen bei ABB. Heute arbeitet er freiberuflich als Business Coach und ist Senior Consultant Talent & Career der von Rundstedt GmbH. Er ist Presseverantwortlicher des Roundtables der Coachingverbände (RTC).

Roundtable der Coachingverbände
Lutz Salamon
Am Rathaus 9, 42489 Wülfrath
www.roundtable-coaching.eu

Ein weiteres Indiz für Qualität im Coaching könnte auch eine Spezialisierung sein. Daher wurden die Coachs gefragt, ob Sie überhaupt eine Spezialisierung haben. Dabei ist zu bedenken, dass Coaching nach wie vor für die meisten Coachs ein Nebengeschäft ist. Nur rund ein Drittel der Zeit und des Jahreseinkommens hängen bei den meisten Coachs am Coaching. Die meiste Zeit verbringen

Coachs mit Training, Personal- und Organisationsentwicklung sowie weiteren Formen der Beratung und Ausbildung. Für deutlich über sechzig Prozent der Coachs scheint eine Spezialisierung aber durchaus Sinn zu machen. Auch arbeitet der weitaus größte Teils der Coachs in der gewählten Spezialisierung. Hier wäre also zu erwarten, dass der hohe Grad an Spezialisierung auch mit einer entsprechend hohen Qualität einhergeht.

Honoriert wird dies von den Klienten allerdings nicht, da es so gut wie keinen Zusammenhang zwischen einer Spezialisierung und dem Honorar gibt. Natürlich verdient man als Executive Coach mehr als in anderen Bereichen der Spezialisierung, doch ist dies wiederum auch verbunden mit einer besonders langen Berufserfahrung, die ja von Klienten besonders geschätzt wird.

Spezialisierung bringt keine Vorteile

Generelle Unterschiede in den Honoraren lassen sich aber nicht grundsätzlich zwischen der Gruppe der spezialisierten Coachs und der nicht-spezialisierten Gruppe herleiten. Vielmehr werden die Formen der Spezialisierung besser bezahlt, bei denen sich Coachs engagieren, die über eine längere Berufserfahrung verfügen (Executive- und Führungskräfte-Coaching). Spezialisierung auf konkrete Themen (Burn-out, Konflikt), Organisationsformen (Non-Profit-Organisationen) oder Life-Coaching zeigen keinerlei be- →



Foto: Nelios / AdobeStock

training und coaching

→ sondere Wertschätzung in den Honoraren. Sehr erfreulich ist zu berichten, dass Coachs nach wie vor über eine sehr solide Ausbildung zum Coach verfügen. Durchschnittlich 361 Zeitstunden umfasste die Dauer der Primärausbildung zum Coach. Dabei gehen viele Ausbildungen weit über diesen Schnitt hinaus, sodass auch über 500 bis 1.000 Stunden in Deutschland keine Seltenheit sind.

Inhaltlich dominieren dabei ganz klar die systemischen Ausbildungen. Über 60 Prozent der Coachs gaben an, dass ihre Primärausbildung systemisch ausgerichtet war. Dieses Bild spiegelt sich auch bei den aktuellen Weiterbildungen von Coachs wider, die diese 2016 besucht haben. An erster Stelle stehen auch hier die systemischen Ausbildungen, gefolgt

von Ausbildungen im Bereich der Organisationsentwicklung und der Supervision. Wobei sich hier die Frage stellt, ob zum Beispiel eine Supervisionsausbildung besucht wird, um die eigenen Coaching-Kompetenzen zu steigern oder eher, um ein weiteres Standbein aufzubauen. Dies kann die aktuelle Umfrage nicht klären. Die Daten zeigen aber, dass über 70 Prozent der Coachs solche und ähnliche Ausbildungen im Jahr 2016 absolviert haben. Eine kontinuierliche Weiterbildung ist also ein hohes Gut für Coachs, was auch die investierte Zeit von durchschnittlich 76 Stunden im Jahr belegt. Hier geht es den Coachs in erster Linie um die eigene Weiterentwicklung und gegebenenfalls um Erweiterung der Kompetenzen oder des eigenen Produktportfolios. Denn

einen Zusammenhang zwischen Länge oder Art der Primärausbildung oder der aktuellen Weiterbildung mit dem erzielten Stundensatz im Coaching gibt es nicht.

Neben der offensichtlich selbstverständlichen Weiterbildung ist heute auch die Evaluierung von Coaching-Maßnahmen eine Selbstverständlichkeit für die meisten Coachs (84 Prozent). Die wenigen Coachs, die auf eine systematische Evaluation ihrer Coachings verzichten, erhalten in der Regel auch einen niedrigeren Stundensatz. Hier ist sicherlich kein ursächlicher Zusammenhang zu sehen. Zu vermuten ist eher, dass für erfahrene und professionelle Coachs eine Evaluation einfach dazugehört und sich ihre allgemeine Professionalität dann auch im

Was ist der „Roundtable der Coachingverbände“?

Hintergrund. Die aktuelle Coaching-Umfrage Deutschland wurde von Jörg Middendorf (BCO Köln) und dem Roundtable der Coachingverbände (RTC) herausgegeben.

Der Roundtable der Coachingverbände ist eine Interessensgemeinschaft aus Experten unabhängiger Berufs- und Fachverbände. Ziel dieser Initiative ist es, der Fachöffentlichkeit, aktuellen und zukünftigen Klienten sowie Auftraggebern Orientierung zu zentralen inhaltlichen Fragen des Coachings zu bieten. Der RTC besteht aus den bedeutendsten Verbänden für die aufkommende Profession Coach und entwickelt und unterstützt Aktivitäten zur Professionalisierung. Er arbeitet seit mehr als zehn Jahren mit wissenschaftlicher Unterstützung und über verbandliche und konzeptionelle Grenzen hinweg an relevanten fachlichen, berufspolitischen oder marktbezogenen Themen. In besonderen Fällen (zum Beispiel politische Brisanz oder das Berufsbild „Coach“ betreffend) verfasst der RTC gemeinsame Stellungnahmen, die in seinem Namen von den Verbänden veröffentlicht werden.

Folgende Verbände haben sich im Roundtable der Coachingverbände (RTC) zusammengeschlossen:

- **ACC** Austrian Coaching Council, <http://www.coaching-dachverband.at>
- **BDP** Berufsverband Dt. Psychologinnen und Psychologen, www.bdp-verband.org/
- **BDVT** Berufsverband für Trainer, Berater und Coaches e.V., www.bdvt.de
- **DBVC** Deutscher Bundesverband Coaching e.V., www.dbvc.de

- **DCV** Deutscher Coaching Verband e.V., www.coachingverband.org/
- **DGfC** Deutsche Gesellschaft für Coaching e.V., www.coaching-dgfc.de
- **DGSF** Deutsche Gesellschaft für Systemische Therapie, Beratung und Familientherapie, www.dgsf.org
- **DGSv** Deutsche Gesellschaft für Supervision und Coaching e.V., www.dgsv.de
- **DVCT** Deutscher Verband für Coaching und Training e.V., www.dvct.de/
- **EASC** European Association for Supervision and Coaching e.V., www.easc-online.eu
- **EMCC** European Mentoring & Coaching Council Deutschland e.V., www.emccouncil.org/de/de
- **ICF** International Coach Federation Deutschland e.V., www.coachfederation.de/
- **QRC** Qualitätsring Coaching und Beratung e.V., www.qrc-verband.de/
- **SG** Systemische Gesellschaft e.V., <https://systemische-gesellschaft.de>

Zu den ständigen Gästen und wissenschaftlichen Begleitern des Roundtables der Coachingverbände gehören: die Humboldt-Universität zu Berlin; die Fachhochschule Nordwestschweiz Basel/Olten; das Syndicat Professionnel des Métiers du Coaching, Paris. (www.roundtable-coaching.eu).

Honorar niederschlägt. Bei den Evaluationen selbst geht es weniger wissenschaftlich als vielmehr pragmatisch zu. Dabei haben sich die Methoden der Evaluation im Vergleich zu 2010 sogar reduziert: „Schriftliches Feedback durch Dritte, Interviews mit Dritten, Evaluationsbogen des Auftraggebers“ wurden wesentlich weniger häufig von den befragten Coaches als Methode angegeben als noch bei der Befragung 2010. Heute sind die mit Abstand gängigsten Formen der Evaluation das Abschlussgespräch mit Coaching-Klient und Auftraggeber, das Gespräch nur mit dem Coaching-Klienten und der eigene Evaluationsbogen. Gleichzeitig werden nun mehr „die Themen“ in die Evaluation miteinbezogen. Dabei sind die generellen Veränderungen sowie die Rahmenbedingungen und der Coaching-Prozess von besonderer Bedeutung bei der Bewertung des Coachings.

Regulierung der Coaching-Branche ist weiter umstritten

Ein Thema, das immer wieder im Zusammenhang mit der Entwicklung des Coachings als Profession diskutiert wird, ist der Sinn oder Unsinn einer stärkeren Regulierung. Durch die stark verbreitete und oft bizarre Verwendung des ungeschützten Begriffs Coaching oder auch Coach wird immer wieder diskutiert, ob man durch eine stärkere Regulierung das Coaching und damit auch die Coaching-Kunden besser vor Scharlatanen schützen kann. Dass eine stärkere Regulierung Vor- und Nachteile mit sich bringen kann, hat man in anderen Bereichen der Beratung (Psychotherapie, Mediation) bereits erleben können.

Dennoch sprechen sich fast die Hälfte der Befragten für eine stärkere Regulierung aus. Knapp ein Viertel ist sich in dieser Frage unsicher und das restliche Viertel lehnt eine stärkere Regulierung ab. Interessant ist allerdings, wer eine Regulierung befürwortet und wer diese ablehnt. Die Coaches, die die Regulierung ablehnen, zeichnen sich in der Regel durch deutlich überdurchschnittliche Stundensätze aus. Dies ist auch die Gruppe, die mehr Berufserfahrung als Coach hat und vielleicht am ehesten als etabliert beschrieben werden kann. Hier scheint der Druck

oder der Wunsch nach einer Regulierung nicht mehr so groß zu sein. Was könnte eine Regulierung bringen, wenn ich im Coaching-Markt angekommen bin und überdurchschnittliche Honorare erzielen kann? Birgt dann eine Regulierung nicht mehr Risiken als Nutzen? Müsste man sich durch ein weiteres, womöglich bürokratisches, Verfahren zertifizieren lassen? Würden weitere Fortbildungen zu bestimmten Themen oder bestimmte Arten der Supervision Pflicht? Und all dies, obwohl die Kunden sowieso nicht sehr auf Zertifizierungen achten, sondern einfach einen erfahrenen Coach haben möchten. Diese Risiken könnten ein Grund sein, warum in der Gruppe der berufserfahrenen Coaches eher Ablehnung in Bezug auf eine wesentlich stärkere Regulierung anzutreffen ist.

Die Befürworter dagegen sind häufiger noch nicht so lange im Markt aktiv und erzielen eher durchschnittliche oder auch nur unterdurchschnittliche Honorare. Hier könnte die Hoffnung bestehen, dass durch eine stärkere Regulierung die Konkurrenten vom Markt verdrängt werden, die eben nicht über eine umfangreiche Coach-Ausbildung und eine entsprechende Qualifizierung verfügen. Einigkeit besteht allerdings in der Frage, wer eine mögliche Regulierung inhaltlich prägen

sollte, wenn sie denn käme. Hier werden an erster Stelle die Coaching-Verbände in der Verantwortung gesehen. An zweiter Stelle werden Impulse von Coach-Praktikern (Coaches) und an dritter Stelle von der Wissenschaft erhofft. Der Gesetzgeber landet abgeschlagen auf Platz vier. Die Vorstellung, dass der Gesetzgeber in der Lage sei, in vernünftiger Art den Coaching-Markt zu regulieren, scheint nicht sehr verbreitet zu sein.

Abschließend kann festgehalten werden, dass man im aktuellen Coaching-Markt von vielen positiven Belegen und Ansätzen für die Qualitätssicherung im Coaching sprechen kann. Diese Ansätze werden ganz klar von den Coaches selbst verfolgt. Von der Primärausbildung über die Berufserfahrung und Spezialisierung, der ständigen Weiterbildung und der Evaluation von Leistungen haben sich heute De-facto-Standards durchgesetzt, die im Sinne des Kunden sind. Natürlich gibt es auch eine große Bandbreite in diesen Fragen, wenn man den einzelnen Coach betrachtet. Hier wäre es aber vielleicht stärker auch an den Coaching-Kunden, bei der Auswahl eines Coaches auf weitere Qualitätsmerkmale wie einer Verbandszugehörigkeit oder einer transparenten Zertifizierung zu achten.

Jörg Middendorf, Lutz Salamon ●

„Aufgrund welcher Kriterien werden Sie als Coach von Ihren Kunden angefragt?“

Marketing. Die befragten Coaches sagten, dass sich Neukunden überwiegend nach den Empfehlungen von anderen Menschen richten.

