



April 2017

## Erste Ergebnisse der Marburger Coaching-Studie 2016 liegen vor



Seit 2009 wird die Marburger Coaching-Studie durchgeführt, die es sich zum Ziel gesetzt hat, Licht in den „unübersichtlichen Coaching-Markt“ (Zitat) zu bringen. Teilnehmen durften an der Studie ausschließlich Coachs, die im Bereich Businesscoaching/Coaching in Organisationen tätig sind und Vertreter von Unternehmen, die Coaching nachfragen. Schwerpunkt der Umfrage, die in 2016 zum vierten Mal durchgeführt wurde, waren Erhebungen zum Thema Mentoring.

Teilnehmer an der Marburger Studie haben bereits exklusiv vorab eine kurze Ergebniszusammenfassung erhalten. Wir beschränken uns im Folgenden darauf, einige interessante Ergebnisse und Veränderungen zu den vorigen Umfragen zu zitieren:

So konnten die Forscher eine signifikante Zunahme von Business-Coachings feststellen, die von Einzelpersonen beauftragt wurden und nicht von Unternehmen. Sie sehen darin ein Indiz, dass die Bereitschaft bei Fach- und Führungskräften steigt, ein Business Coaching aus eigener Tasche zu bezahlen und damit in die eigene berufliche Zukunft zu investieren. Die Übergänge zu persönlichen Themen und zum Thema Work-Live-Balance sind dabei fließend.

Erheblich an Bedeutung gewonnen hat auch das Thema Marketing für Coachs, insbesondere im Bereich Social Media hat die Befragung eine Zunahme des Engagements gegenüber der letzten Studie feststellen können, auch das Bewusstsein für die Etablierung der eigenen Dienstleistung als Marke hat zugenommen, festzustellen unter anderem an höheren Ausgaben fürs Marketing.

Auf der Nachfragerseite, also bei Auftrag gebenden Unternehmen gab es ausschließlich positive bzw. sehr positive Rückmeldungen zum Thema Coaching. Über 60% der teilnehmenden Unternehmen verwalten einen eigenen Coaching-Pool, der meist aus externen und internen Coachs besteht. Bei der Auswahl der Coachs steht an vorderster Stelle die Ausbildung des Coachs, gleich gefolgt von der Berufserfahrung und von Empfehlungen durch Dritte.

Das meistgenannte Thema unter den behandelten Coachinganliegen war die Reflexion des eigenen Führungsverhaltens.

Zur allgemeinen Marktentwicklung ist zu sagen, dass Coaching sich innerhalb von Unternehmen neue Zielgruppen erschließt, von einer Maßnahme lediglich für die obere Führungsebene hin zu einem Angebot auch für mittleres Management, Nachwuchsführungskräfte und Mitarbeiter. Anzahl der jährlichen Coachingaufträge sowie durchschnittliches Stundenhonorar tendieren ebenfalls nach oben.

Mitte 2017 wird die Umfrage in vollständig ausgewerteter Form bei der [Uni Marburg](http://www.uni-marburg.de) zu beziehen sein.

[www.marburgercoachingstudie.de](http://www.marburgercoachingstudie.de)