

Coachs und ihre Verbände auf dem Prüfstand

COACHING-MARKT. Eigentlich ging es nur darum, dass geschulte, berufserfahrene Testkäufer sich bei Coachs im Rhein-Main-Gebiet über deren Honorare für Privatzahler erkundigen sollten. Doch dann erfuhr die Frankfurt University of Applied Sciences (www.maxo-frankfurt-university.de) anlässlich ihrer Studie eine ganze Menge über die Stärken und Schwächen von Coaching-Verbänden in Sachen „Qualität des Erstkontakts“.

Gerade weil auf dem deutschen Coaching-Markt viele Informationen nicht zu erhalten sind, ist eine breit angelegte Abfrage der Coaching-Honorare (wenn auch nur in einer bestimmten Region) ein wichtiger Beitrag zur Orientierung.

Vorbemerkung der Redaktion

Prof. Dr. Ingmar Maurer hatte eine sehr einleuchtende, aber auch sehr aufwendig zu realisierende Idee für eine Studie: Alle in der Wirtschaftsmetropole Frankfurt/Rhein-Main ansässigen Coachs sollten von geschulten, am Telefon glaubwürdig

klingenden Testkäufern angerufen und gefragt werden, zu welchem Stundensatz sie privatzahlende Berufstätige coachen würden. Falls der erste Anruf nicht zum Erfolg führen würde, sollte gemailt und eventuell später nachtelefoniert werden. Maurer unterstellte, dass alle Profis Mitglied in einem Verband seien und durch die Analyse der Mitgliedsverzeichnisse von 15 Coaching-Verbänden (mit dabei waren auch die „gemischten“ Verbände für Trainer und Coachs) kam er auf insgesamt 794 Coachs mit Sitz in der Region. Berücksichtigt wurden nur Verbände, die mehr als 125 Mitglieder haben. Doppel-

mitgliedschaften in den Verbänden führten dazu, dass letztlich weniger Coachs kontaktiert wurden, als es als Summe aller Verbandsmitgliedschaften eigentlich hätten sein müssen.

Die Studie wurde als eine „Silent-Shopping-Studie“ konzipiert. Als potenzielle Kunden traten 3 Männer und 12 Frauen auf, die Maurer unter seinen Studenten akquiriert hatte. Der Begriff „Student“ darf allerdings nicht dazu verleiten, die Testkäufer als „ahnungslos in Sachen Berufsleben“ zu bezeichnen. Maurer leitet seit 2008 den Masterstudiengang „Beratung in der Arbeitswelt“. Unter der Mit-

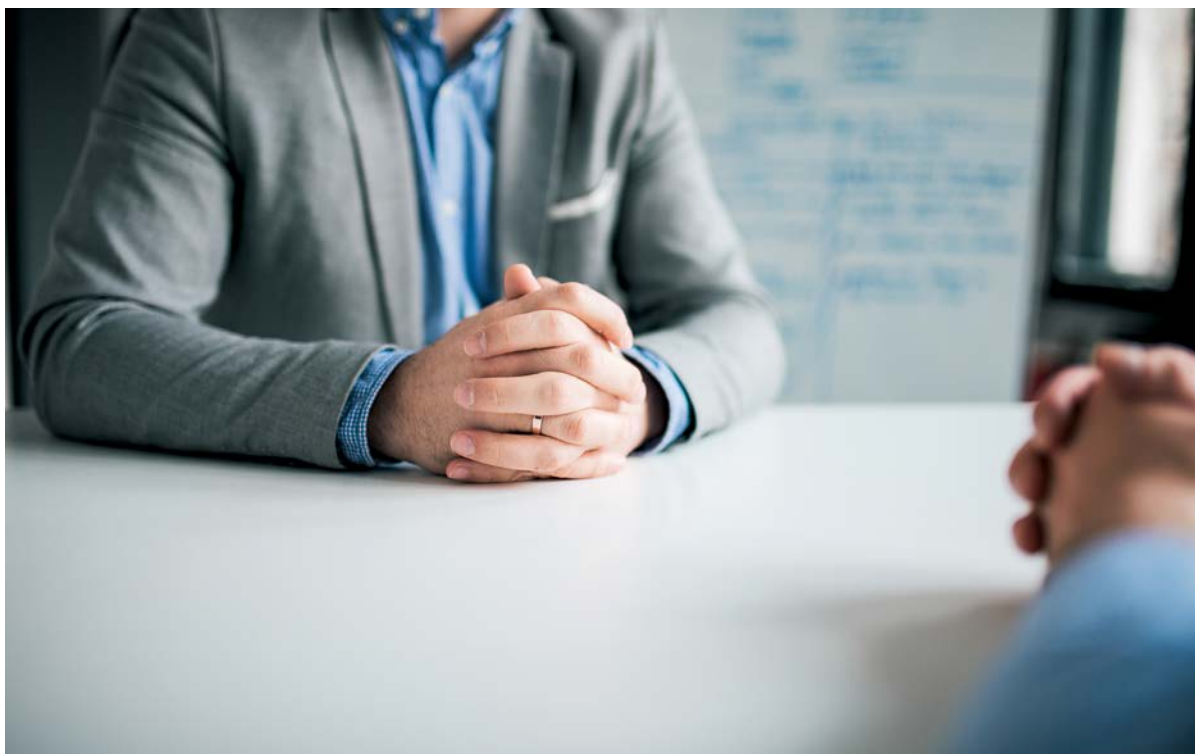


Foto: brennin / AdobeStock

wirkung namhafter Dozenten wie zum Beispiel dem Mediationspabst Prof. Dr. Dr. Friedrich Glasl genießt der Studiengang deutschlandweit einen ausgezeichneten Ruf. Maurers Studenten studieren berufsbegleitend und haben im Schnitt bereits 17 Jahre Berufserfahrung gesammelt. Sie konnten laut Maurer souverän als Testkäufer auftreten und hatten sich eine glaubwürdige Entscheidungssituation zurechtgelegt, bei der sie von einem Coach eine professionelle Unterstützung gebrauchen könnten.

Maurer geht außerdem davon aus, dass jeder Coach auch Repräsentant seines Verbands ist und umgekehrt die Verbände jeweils ihre Coachs als Aushängeschilder betrachten. Deshalb rechnete er die Preisangaben und das Verhalten der Coachs in der Kontaktphase immer auch den einzelnen Verbänden zu. So kommt es, dass einzelne Verbände als kundenorientierter als andere bezeichnet werden können. Es kam also nicht nur eine Studie zur Honorarstruktur zustande, es wurden auch grundlegende Aspekte der Dienstleistungsqualität (Art der Kontaktgestaltung und Auskunftsbereitschaft) erfasst und auf die Coaching-Verbände „umgerechnet“.

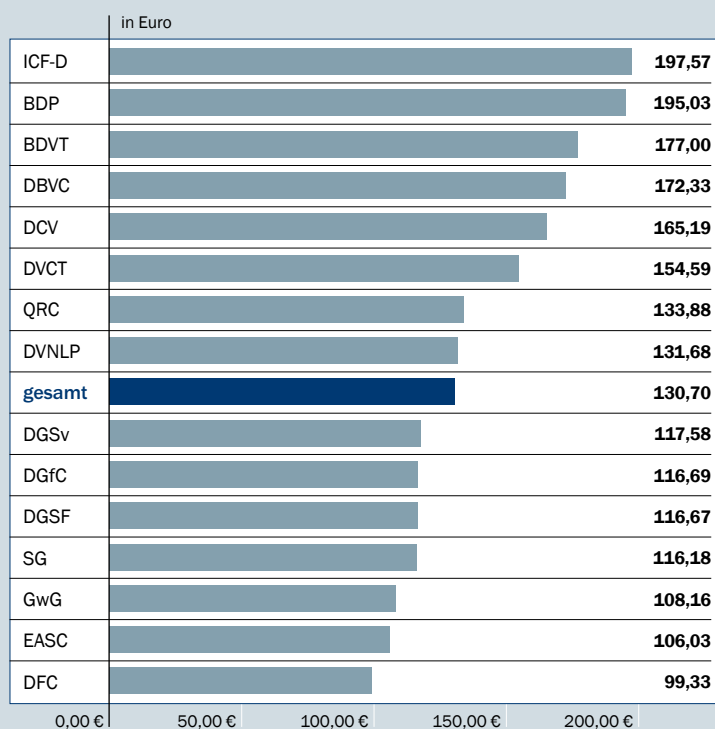
Im Einzelnen berichtet Prof. Dr. Ingmar Maurer Folgendes über seine Studienergebnisse:

794 Coachs aus dem Rhein-Main-Gebiet kontaktiert

Im Jahr 2014 hat die Stiftung Warentest in Berlin mit zuvor geschulten Testern insgesamt fünf Erstgespräche bei Coaching-Anbietern in den Blick genommen und damit vielen Interessierten Anregungen für die Auswahl eines passenden Coachs geliefert. Nun habe ich mit meinem Team im Rahmen einer groß angelegten Studie zu Coaching-Honoraren auch grundlegende Aspekte der Dienstleistungsqualität von Coachs erfasst. Einbezogen wurden in die Coaching-Studie alle in der Wirtschaftsmetropole Frankfurt/Rhein-Main ansässigen Coachs, die einem Coaching-Verband mit mehr als 125 Mitgliedern angehören. Das waren insgesamt 794 Coachs aus 15 Coaching-Verbänden. 88,4 Prozent der Coachs sind aus einem der Verbände des „Roundtable der Coaching- →

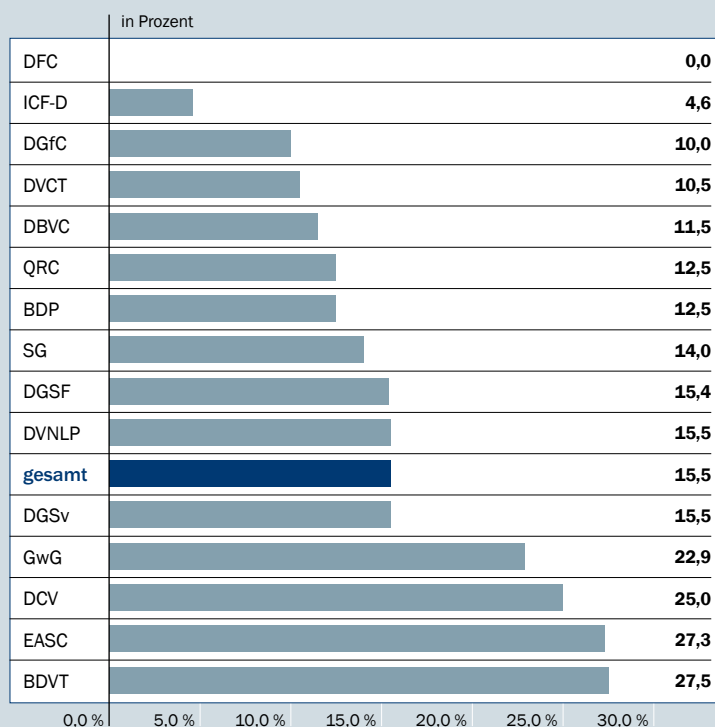
Mittlere Honorarsätze nach Verbänden

Grafik 1. Was eine Stunde Coaching für Privatzahler in der Metropolregion Rhein/Main kostet (inklusive Mehrwertsteuer) – Durchschnittswerte aufgeschlüsselt nach Coaching-Verbänden.



Datenbankfehler beim Verband

Grafik 2. Aufgelistet ist der Prozentsatz der fehlerhaften Kontaktdaten, die sich in den Mitgliederverzeichnissen der Verbände eingeschlichen haben.



training und coaching

→ verbände“ (RTC). Dort engagieren sich Verbände, die sich zusammengeschlossen haben, um einheitliche Qualitätsstandards zu etablieren und die Professionalisierung von Coaching voranzutreiben. Neben der Vollerhebung besteht eine weitere Besonderheit der Studie darin, dass sie als Silent-Shopping-Studie konzipiert wurde. Bei dieser Methode treten zuvor geschulte Testkunden als normale Kunden auf dem Markt auf und stellen Coaching-Anfragen. Hierdurch lassen sich nicht nur die tatsächlichen Honorare erheben – es können darüber hinaus auch noch wichtige Qualitätsaspekte der Kundenorientierung erfasst werden.

Die Ergebnisse zeigen: Eine Coaching-Stunde kostet in der Wirtschaftsmetropole Frankfurt/Rhein-Main für Selbstzahler durchschnittlich 130,70 Euro inklusive Mehrwertsteuer. Es gibt allerdings beträchtliche Preisunterschiede: Das niedrigste Stundenhonorar betrug 45,00 Euro, während der Höchstsatz mit 446,25 Euro angegeben wurde. Der größte Teil der Coachs – nämlich 57,4 Prozent – verlangt jedoch Honorare zwischen 51 und 150 Euro für die Coaching-Stunde. Lediglich 2,3 Prozent der Coachs lassen sich eine Coaching-Sitzung von 60 Minuten mit mehr als 250 Euro vergüten.

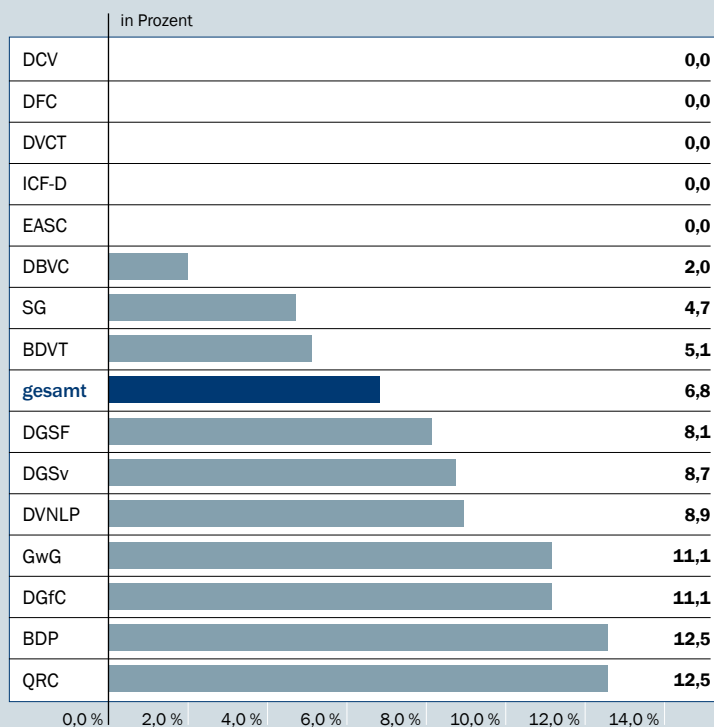
Wer kümmert sich um die Mitgliederverzeichnisse?

Bei einer verbandsspezifischen Honorarauswertung zeigt sich, dass auch die mittleren Honorare der Verbände teilweise beträchtlich voneinander abweichen. An der Spitze stehen die Durchschnittshonorare der ICF Deutschland mit 197,57 Euro und des BDP mit 195,03 Euro, die fast doppelt so hoch sind wie das des DFC mit 99,33 Euro. Verglichen mit dem Jahr 2015 – da wurde die Silent-Shopping-Studie aus Ressourcengründen nur mit 430 Coachs aus neun Verbänden durchgeführt – hat sich das Honorar um 18,9 Prozent erhöht. Das entspricht einer jährlichen Steigerung von 4,7 Prozent. Bei den einzelnen Verbänden lag diese jährliche Honorarsteigerungsrate bei bis zu 16,4 Prozent.

Bei 23,4 Prozent der erfassten Coachs konnten keine Angaben zum Honorar in Erfahrung gebracht werden, wobei die

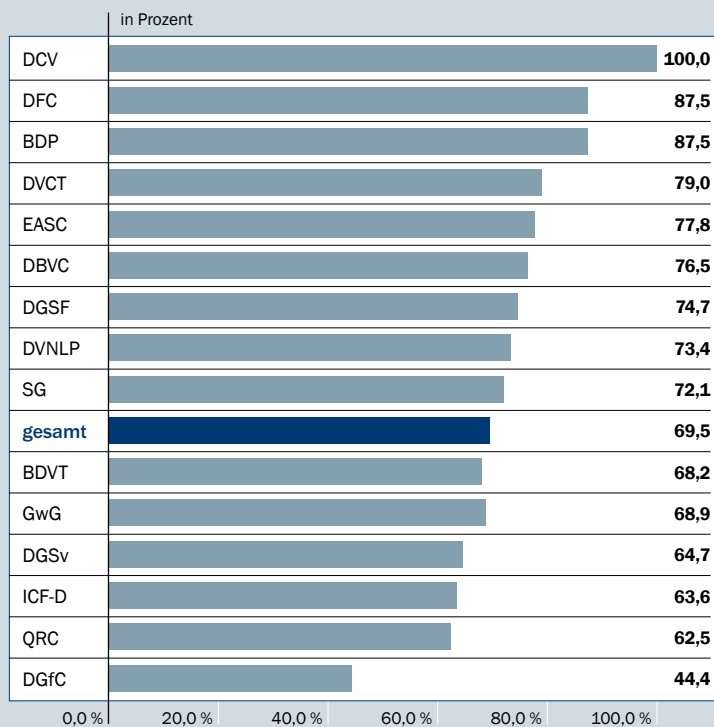
Keine Reaktion erhalten

Grafik 3. Gezählt wurde, wie viele Mitglieder (in Prozent) nach zehn Tagen auf eine Anfrage nicht antworteten. DCV, DFC, DVCT, ICF-D und EASC hatten eine Antwortverbindlichkeit von 100 Prozent.



Antwortquote auf die erste Anfrage

Grafik 4. Verbände, deren Mitglieder unverzüglich auf die erste Anfrage eines Interessenten reagierten, erreichten eine „Antwortquote auf die Erstanfrage“ von 100 Prozent (trifft nur auf den DCV zu).



Quote je nach Verband zwischen 0,0 und 36,4 Prozent schwankt. Diese fehlenden Angaben gehen sowohl auf Datenbankfehler (bei den Verbänden) als auch auf das Antwortverhalten der Coachs zurück. Datenbankfehler liegen vor, wenn Coachs entweder aufgrund fehlerhafter Kontaktdaten in den Mitgliederverzeichnissen der Verbände nicht angefragt werden können oder sich bei der Anfrage herausstellt, dass sie nicht für ein Coaching zur Verfügung stehen, weil sie grundsätzlich nicht als Coach arbeiten, inzwischen im Ruhestand sind, in eine Festanstellung gewechselt sind oder prinzipiell nicht für Selbstzahler, sondern nur für Unternehmen tätig werden.

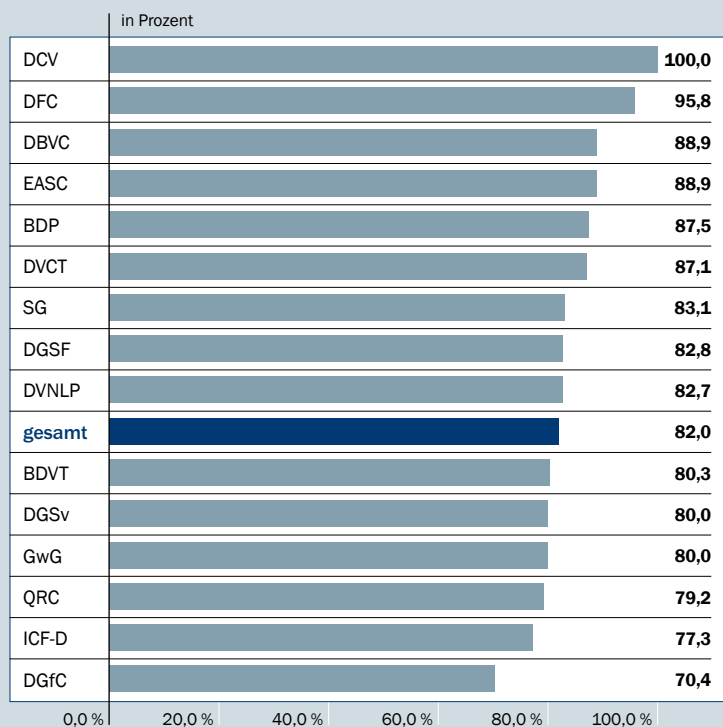
Die durchschnittliche Datenbankfehlerquote liegt bei 15,5 Prozent. Das ist alarmierend! Man kann die kundenseitige Frustration förmlich spüren, wenn man sich vor Augen führt, dass sich in etwa jeder sechste Anfrageversuch als Zeitverschwendung erweist. Bei der GwG, dem DCV, der EASC und dem BDVT geht der Anteil der Datenbankfehler sogar über 20 Prozent hinaus. Einzig der DFC führt vorbildlich die Liste ohne Datenbankfehler an. Bei 7,9 Prozent der Coachs war deren Antwortverhalten verantwortlich für die fehlende Honorarinformation. Sie haben entweder auf die Coaching-Anfrage nicht geantwortet oder blieben während des Erstkontakts hinsichtlich des Honorars intransparent. Zum Verständnis: Die Studie war so angelegt, dass zunächst eine telefonische Coaching-Anfrage gestartet wurde. Hat ein Coach darauf nicht reagiert, wurde am vierten Tag per Mail und wenn nötig nochmal am siebten Tag telefonisch nachgefasst. Erst wenn nach Ablauf des zehnten Tages keine Reaktion vorlag, wurde die Anfrage letztlich abgebrochen und als „nicht geantwortet“ verbucht.

Viele Coachs antworten zu langsam

Beim DFC, der DGfC, dem DVCT, dem DCV und der ICF-D lag diese Quote bei 0,0 Prozent. Das heißt, dass fünf Verbände sich durch eine Antwortverbindlichkeit von 100 Prozent auszeichnen. Zu bedenken ist, dass damit lediglich gemeint ist, nach drei Anfrageversuchen →

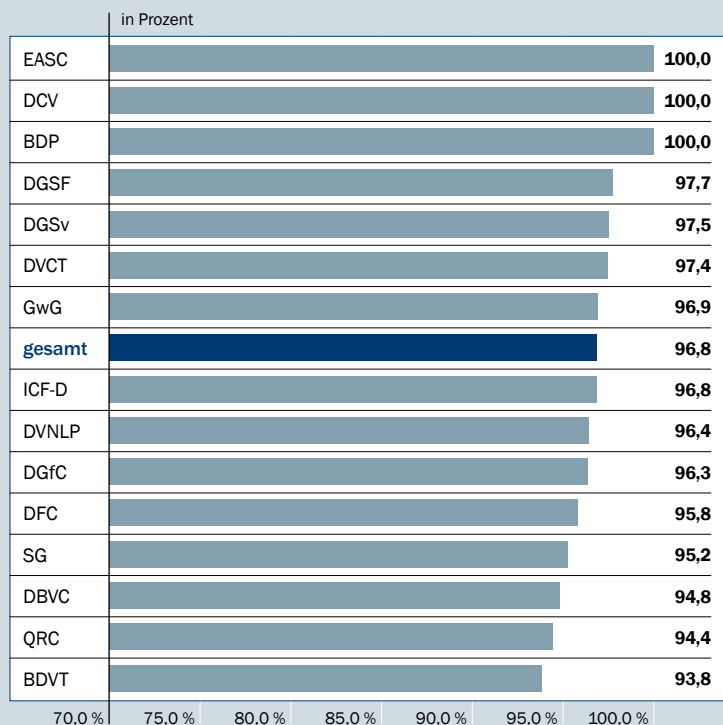
Reaktionsqualität insgesamt

Grafik 5. Ob überhaupt und wie schnell ein Coach antwortete sagt die „Reaktionsqualität“. DVC-Mitglieder reagierten immer und am schnellsten. ICF-D-Mitglieder reagierten immer, aber sehr langsam.



Honorartransparenz

Grafik 6. Einige wenige Coachs nannten trotz Nachfrage keine konkrete Höhe ihres Stundenhonorars, verschleierten die Höhe oder wollten die Höhe erst im Erstgespräch bekannt geben.



training und coaching

→ überhaupt zu reagieren. Die Grafik zeigt, dass der Anteil der Coachs, die überhaupt nicht reagieren, beim BDP und QRC sogar bis 12,5 Prozent reicht. Auch wenn man erwarten sollte, dass in unserer dynamischen, von permanenter Erreichbarkeit geprägten Arbeitswelt auf eine telefonische Kundenanfrage umgehend reagiert wird, hatten lediglich 69,5 Prozent aller Coachs beim ersten Versuch geantwortet. Vergleicht man die Antwortbereitschaft zwischen den Verbänden, so eröffnet sich ein Spektrum von nur 44,4 Prozent bei der DGfC bis zu vorbildlichen 100 Prozent beim DCV.

Überhaupt auf eine Kundenanfrage zu reagieren (Antwortverbindlichkeit), ist die eine Sache, dies auch zeitig zu tun, die andere. Die ICF-D hat zwar eine Antwortverbindlichkeit von 100 Prozent, die Antwortquote bei der Erstanfrage liegt jedoch bei lediglich 63,6 Prozent. Auf die erneute Anfrage hin stieg die Antwortquote auf 68,2 Prozent und erst nach dem dritten Anfrageversuch wurden die 100 Prozent

Qualitätsindex „Erstkontakt“

Grafik 7. Jedem Verband wurde ein sogenannter Qualitätsindex „Erstkontakt“ (1. Datenbankqualität, 2. Antwortbereitschaft, 3. Reaktionsqualität, 4. Honorartransparenz) zugewiesen.

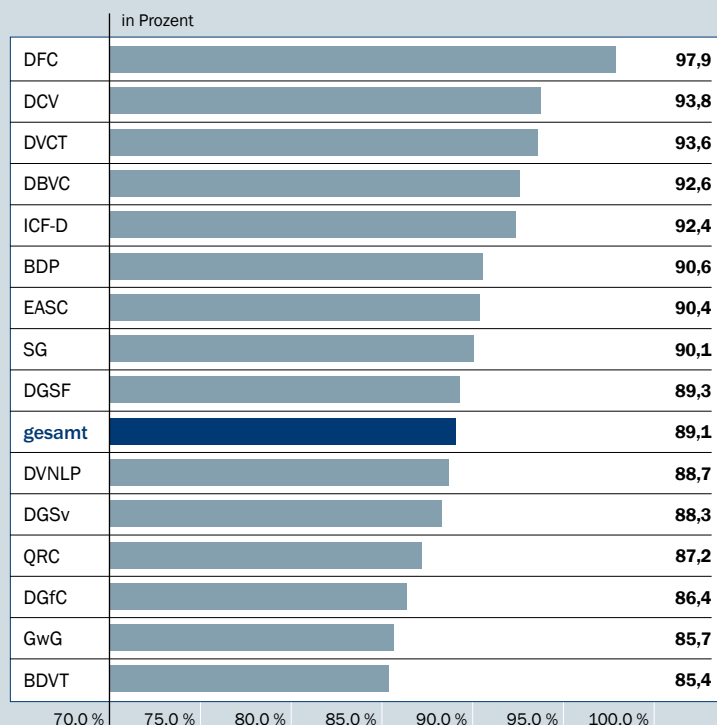


Foto: Martin Pichler

Prof. Dr. Ingmar Maurer. Der Diplom-Psychologe promovierte zur Wirksamkeit von Coaching und ist jetzt Professor an der Frankfurt University of Applied Sciences.

erreicht. Um diese Antwortträgheit zu berücksichtigen, wurde das arithmetische Mittel der gewichteten Antwortquoten des ersten, zweiten und dritten Anfrageversuchs als Maß für die Reaktionsqualität berechnet.

Qualität des Erstkontakts kann gemessen werden

Die Grafik bestätigt nochmal die hohe Antwortträgheit des ICF-D, die nur noch vom DGfC mit einer Reaktionsqualität von 70,4 Prozent übertroffen wird. An der Spitze stehen der DCV mit 100 Prozent und DFC mit 95,8 Prozent.

Bei einer Coaching-Anfrage kann man erwarten, dass man neben Informationen zur Arbeitsweise, Qualifikation und fachlichem Hintergrund des Coachs auch eine konkrete Aussage zu den Kosten bekommt, was bei 92,4 Prozent der antwortenden Coachs auch der Fall war. Andere blieben unkonkret, indem sie lediglich eine – teilweise eher grobe – Honorarspanne mitteilten und manche Coachs ließen die Honorarfrage gänzlich unbeantwortet und verwiesen stattdessen auf ein zu vereinbarendes Vorgespräch. In

der betreffenden Grafik wird die Honorartransparenz verbandsspezifisch aufgelistet. Sie setzt sich zusammen aus dem arithmetischen Mittel der gewichteten eindeutigen, unkonkreten und fehlenden Antwortquoten. Im Durchschnitt liegt die Honorartransparenz bei 96,8 Prozent. Während bei der EASC, dem DVC und dem BDP das Honorar durchgängig eindeutig war, ist beim BDVT die Honorartransparenz für Selbstzahler am geringsten.

Fasst man abschließend die vier untersuchten Qualitätsaspekte „Datenbankqualität“, „Antwortbereitschaft“, „Reaktionsqualität“ und „Honorartransparenz“ zu einem „Qualitätsindex für den Erstkontakt“ zusammen, heißen die Top-Fünf-Verbände DFC (97,9 Prozent), DCV (93,8 Prozent), DVCT (93,5 Prozent), DBVC (92,6 Prozent) und ICF-D (92,4 Prozent). Dennoch geben die Ergebnisse auch diesen Verbänden konkrete Hausaufgaben auf: Der DCV hat an seiner Datenbankqualität zu arbeiten, DFC und DBVC sollten auf mehr Honorartransparenz ihrer Coachs hinwirken und die ICF-D tut gut daran, die Antwortträgheit ihrer Coachs zu überwinden. Einzig die

DVCT zeigt konstant in allen vier Qualitätsaspekten überdurchschnittliche Werte – hat aber überall auch noch etwas Luft nach oben.

Vor größeren Herausforderungen stehen die fünf Verbände am Ende der Liste: die DGsv (88,3 Prozent), der QRC (87,2 Prozent), die DGfC (86,4 Prozent), die GwG (85,7 Prozent) und schließlich der BDVT mit 85,4 Prozent. Diese Verbände sind in jeweils drei von vier Qualitätsaspekten unter dem Durchschnitt. DGsv und GwG müssen sich vor allem ihrer Datenbankqualität sowie der Antwortbereitschaft und Antworttrügheit ihrer Coachs widmen. Teilweise bilden sie sogar das Schlusslicht und haben dort deutlichen Handlungsbedarf. So schneidet der QRC im Hinblick auf die Antwortbereitschaft besonders ungünstig ab, die DGfC hat die höchste Antworttrügheit und der BDVT steht bei der Datenqualität und der Honorartransparenz am Listenende. Setzt man die Qualitätsergebnisse ins Verhältnis zum Honorar – der BDVT hat den dritthöchsten Stundensatz – dann besteht für den BDVT erst recht massiver Handlungsbedarf.

Nur 63 Prozent der Coachs sind „Profis“

Fazit: Grundsätzlich sollten die Verbände dafür sorgen, dass ihre Verzeichnisse regelmäßig aktualisiert werden und sie müssen für Kunden sichtbar machen, ob und für wen ihre Coachs zur Verfügung stehen. Das ist vor allem für Mischverbände wichtig. Wichtig ist aber auch, ihre Coachs darin zu unterstützen – beispielsweise durch gezielte Schulungen – die Professionalität ihres Verhaltens im Kundenerstkontakt zu optimieren – erst recht, wenn man berücksichtigt, dass der Anteil der Vollprofis (geschlossen aus der Verpflichtung zur Mehrwertsteuer) – unter den verbandlich organisierten Coachs lediglich bei 63,3 Prozent liegt. Die Studie hat ihren Zweck, Coaching-Verbänden Anhaltspunkte zur Qualitätsentwicklung zu liefern, voll erfüllt – jetzt ist der Umsetzungswille der Verbände gefragt. Die nächste Studie kommt bestimmt.

Prof. Dr. Ingmar Maurer ●

Frankfurt University of Applied Sciences
www.frankfurt-university.de

Alle Verbände, die Teil der Studie sind

Überblick: 15 Verbände der Studie (sortiert nach der Anzahl ihrer Mitglieder in 2019). Das „x“ markiert die Teilnahme eines Verbands am RTC und „n“ ist die Anzahl der jeweiligen Verbandsmitglieder, die als Coach in der Region arbeiten.

Verband		Mitglieder	n	RTC
BDP	Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen e. V. www.bdp-verband.org	11.000	8	x
DGSF	Deutsche Gesellschaft für Systemische Therapie, Beratung und Familientherapie e. V. www.dgsf.org	7.000	91	x
DGSv	Deutsche Gesellschaft für Supervision und Coaching e. V. www.dbsv.de	4.200	347	x
SG	Systemische Gesellschaft – Deutscher Verband für systemische Forschung, Therapie, Supervision und Beratung e. V. www.systemische-gesellschaft.de	2.500	43	x
GwG	Gesellschaft für Personenzentrierte Psychotherapie und Beratung e. V. www.gwg-ev.org	2.000	48	x
DVNLP	Deutscher Verband für Neuro-Linguistisches Programmieren e. V. www.coach-dvnpl.de	1.900	84	
DVCT	Deutscher Verband für Coaching und Training e. V. www.dvct.de	1.600	57	x
DFC	Deutscher Fachverband Coaching www.fachverband-coaching.de	670	8	
EASC	European Association for Supervision and Coaching e. V. www.easc-online.eu	610	11	x
BDVT	Berufsverband für Trainer, Berater und Coaches www.bdvt.de	600	40	x
DGfC	Deutsche Gesellschaft für Coaching e. V. www.coaching-dgfc.de	541	10	x
ICF-D	International Coach Federation - Deutschland e. V. www.coachfederation.de	540	22	x
DBVC	Deutscher Bundesverband Coaching e. V. www.dbvc.de	426	52	x
DCV	Deutscher Coaching Verband www.coachingverband.org	179	4	x
QRC	Qualitätsring Coaching und Beratung e.V. www.qrc-verband.de	137	8	x