

MindMove Coachingbarometer 2010 – Hauptergebnisse

Bereits zum fünften Mal hat MindMove 2010 den Schweizer Coachingmarkt untersucht. Erstmals wurde die Befragung mit Trigon Entwicklungsberatung abgestimmt, die ähnliche Befragungen in Deutschland und Österreich durchführen. Die Hauptergebnisse des MindMove Coachingbarometers werden hier kurz zusammengefasst.

- Die Modellberechnungen zeigen, dass der Markt für Business-Coaching weiterhin mit etwa 5 % pro Jahr wächst. Die Wirtschafts-Krise 2008 hat dieses Wachstum volumenmässig nicht beeinflusst. Das Marktvolumen Schweiz wird auf CHF 48 Mio. geschätzt.
- Das Marktwachstum ist ein klares Indiz dafür, dass Krisen für Coaching durchaus Chancen bietet. Verändert haben sich die Themen: Change Management und Hilfe bei der Bewältigung schwieriger Arbeitssituationen sind neue Themen in der Themenrangliste. Diese wird unverändert von den drei Topthemen „Persönlichkeitsentwicklung“, „Reflexion von Führungsaufgaben“ und „Rollencoaching“ angeführt.
- Coaching ist weiterhin eine Dienstleistung vor allem für Führungskräfte. Sieben von 10 Kunden sind Mitglied des mittleren oder oberen Kaders. Drei von zehn Firmen bieten Coaching quer durch die Hierarchie an.
- Die Investitionen in eine Coachingbeziehung belaufen sich dieses im Jahr 2010 auf durchschnittlich CHF 1'948.-.
- Der Anteil externer Coaches ist von 20 % in der letzten Untersuchung auf nun 29 % angestiegen.

Vergleichen wir die Ergebnisse der Untersuchung 2010 mit den vorherigen Marktbefragungen seit 2003, so stellen wir die folgenden Trends fest:

1. Coaching substituiert Training. Mehr und mehr finden wir im Markt „Blended Learning“-Lösungen, bei denen Coaching und Training kombiniert werden. Der Transfer von Trainingsinhalten in die Praxis kann mit Coaching hervorragend optimiert werden. Teile der Trainingsbudgets gehen dadurch neu an Coaches.
2. Von Stundenansätzen zu Coachingpaketen. Durch das Verkaufen von Paketlösungen (zum Beispiel drei Monate unlimitedes Coaching statt Verrechnung pro Stunde/Sitzung) entstehen win-win-win Situationen. Der Auftraggeber/Sponsor ist zufrieden, wenn die externe Unterstützung innert kurzer Zeit im Rahmen des Kostendachs messbare Ergebnisse bringt. Der Coachee beansprucht während dieser Zeit den Coach gemäss seinem Bedürfnis, und der Coach hat einen kalkulatorisch umso höheren Stundenansatz, je weniger ihn sein Kunde beanspruchen muss. Die ökonomischen Anreize sind so optimaler ausgestaltet als bei der Verrechnung von Einzelsitzungen.
3. Von Defizit- zu Entwicklungsorientierung. Wir stellen insgesamt eine Tendenz fest, Coaching vermehrt als Personalentwicklungsmassnahme zu sehen und weniger als Intervention, um Defizite bei Führungskräften zu beseitigen. 29 % der befragten Personalverantwortlichen bezeichnen die Haltung in ihrer Unternehmung eine klare Entwicklungskultur, nur 21 % sehen in Ihrer Unternehmung eine Defizithaltung zu Coaching. Jede zweite Firma bezeichnet die Coachingkultur als „Mischkultur“.

Ausführliche Ergebnisse der Studie werden im Januar 2011 im Rahmen der Kongresspublikationen zu „Coaching meets Research“ der Fachhochschule Nordwestschweiz publiziert (www.coaching-meets-research.ch)

Einzelne Auskünfte erteilt der Autor auf Anfrage: MindMove GmbH, Thomas Freitag, freitag@mindmove.ch, +41 43 268 53 33.