

Warum der Coaching-Boom keiner war

31.03.2026, 16:19 | Persönlichkeitsentwicklung, Bewusstsein & Spiritualität

Pressemitteilung von: *Leben auf Kurs*



Logo von Leben auf Kurs

In den vergangenen Jahren war häufig vom „Coaching-Boom“ die Rede. Ausbildungsinstitute verzeichneten steigende Teilnehmerzahlen, neue Spezialisierungen entstanden, soziale Medien füllten sich mit Angeboten rund um Persönlichkeitsentwicklung und Beratung. Auf den ersten Blick wirkte es wie ein wachsender Zukunftsmarkt. Auf den zweiten Blick zeigt sich ein anderes Bild. Was tatsächlich gewachsen ist, ist vor allem der Ausbildungsmarkt. Immer mehr Menschen investierten in Qualifikationen, Methoden und Spezialisierungen, in der Hoffnung auf ein tragfähiges berufliches Standbein. Doch ein breiter, stabiler Nachfragemarkt ist im gleichen Maße nicht entstanden. Viele gut ausgebildete Coaches stehen einem begrenzten Pool zahlender Klienten gegenüber. Die Nachfrage wächst nicht im gleichen Tempo wie das Angebot. Der Wettbewerb verschärft sich – nicht, weil die Qualität fehlt, sondern weil die Marktstruktur asymmetrisch ist.

Aktuelle Branchenanalysen wie die RAUEN Coaching-Marktanalyse zeigen zudem eine Entwicklung, die seit Jahren bekannt ist, sich inzwischen jedoch deutlich verschärft hat: Der Großteil der Coaches arbeitet als Einzelunternehmer, häufig mit lediglich 10 bis 20 Klienten pro Jahr. Für viele stellt Coaching kein eigenständig tragfähiges Haupteinkommen dar, sondern bleibt ein ergänzendes Tätigkeitsfeld. Gleichzeitig ist die Zahl der Anbieter weiter gestiegen. Der Markt ist dichter geworden ohne dass sich die Nachfrage im gleichen Maße entwickelt hat. In dieser Situation verschiebt sich der Fokus: Wer keine Aufträge hat, sucht nach Sichtbarkeit. Zusätzliche Investitionen in Positionierung, Branding, Social-Media-Strategien und Marketingberatung folgen. So entsteht eine zweite Dynamik: Nicht nur Coaching wird verkauft, sondern zunehmend auch das Versprechen, Coaching erfolgreich verkaufen zu können. Das Problem liegt jedoch nicht primär in fehlender Marketingkompetenz. Es liegt in einer strukturellen Schieflage. Das System ist angebotsgetrieben aufgebaut. Viele investieren in Ausbildung und Selbstständigkeit, ohne dass ein entsprechend großer, stabiler Nachfragemarkt vorhanden ist. Jeder versucht, für sich eine Nische zu finden, optimiert sein Profil und bemüht sich um Aufmerksamkeit. Doch Aufmerksamkeit ersetzt keine gesicherte Nachfrage. Selbstständige Einzelunternehmer sind in vielen Branchen normal, vom Schreiner bis zum Elektriker. Dort existiert jedoch ein klar definierter Bedarf. Menschen benötigen Möbel oder Elektroinstallationen unabhängig davon, wie viele Anbieter es gibt. Im Coaching- und Begleitmarkt hingegen ist der Bedarf weniger selbstverständlich und stark erklärungsbedürftig. Nachfrage muss häufig erst erzeugt werden. Das erzeugt strukturellen Druck. Solange das Marktgleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage nicht stabil ist, führt Individualisierung zwangsläufig zu Konkurrenzdruck. Nicht weil Einzelunternehmertum problematisch wäre, sondern weil die Marktgrundlage nicht

ausreichend tragfähig ist. Die entscheidende Frage lautet daher nicht, wie Coaches sich noch besser positionieren können. Entscheidend ist, welche Strukturen den Markt künftig tragen sollen. Ein zukunftsfähiger Begleitmarkt braucht weniger Mythen vom Boom und mehr realistische Strukturen, die Angebot und Nachfrage wieder in ein tragfähiges Verhältnis bringen.

Leben auf Kurs, Tanja Schillmaier

Carl-Orff-Str. 12
83374 Traunwalchen
Deutschland

TanjaSchillmaier (Gründerin)

086699092565

mail@leben-auf-kurs.de

leben-auf-kurs.de/

Portrait

Leben auf Kurs ist eine Plattform für Gemeinschaft, Begegnung und Orientierung in alltäglichen – beruflichen wie privaten – sowie herausfordernden Lebensphasen. Sie schafft Gesprächsräume durch die Community „Tacheles mit Honig“, in der bald selbst organisierte Formate in Form von Online-Stammtischen sichtbar werden dürfen. So entstehen Begegnungsräume, in denen Menschen miteinander ins Gespräch kommen, Gleichgesinnte sich leichter finden und gemeinsam neue Perspektiven entwickeln können.

Ziel ist es, den Coaching- und Begleitmarkt mit neuen, gemeinschaftlich tragfähigen Konzepten weiterzuentwickeln und Wege zu fördern, die Kooperation, Passung und nachhaltiges Wirken über den klassischen Einzelkämpfer-Modus hinaus ermöglichen.

News-ID: 1308170 • Views: 212 (Stand: 01.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1308170/Warum-der-Coaching-Boom-keiner-war.html>