

## Marketing für Coaches

# Als Coach das nötige Honorar erzielen

**Welches Honorar sollte bzw. muss ich für meine Beratungsleistungen fordern, um meinen Lebensunterhalt zu finanzieren? Das fragen sich viele Coaches - insbesondere solche, die erst vor kurzer Zeit den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt haben. Bernhard Kuntz gibt Aufschluss über diese schwierige Frage.**

### Bernhard Kuntz

Generell gilt: Sie können für Ihre Coachingleistungen jeden Preis fordern. Also zum Beispiel für eine Coachingstunde 5, 50, 500 oder gar 5.000 Euro. Niemand macht Ihnen diesbezüglich irgendwelche Vorschriften.

Doch angenommen, Sie würden für eine einstündige Coachingsitzung zum Beispiel nur 5 Euro verlangen. Vermutlich könnten Sie hiermit nicht Ihren Lebensunterhalt finanzieren - außer Sie leben wie Diogenes in einer Tonne. Und wenn Sie hierfür 5.000 Euro verlangen würden? Dann hätten Sie vermutlich keine Kunden - außer Sie hießen zum Beispiel Mark Zuckerberg, Ihren potenziellen Coachees würde sozusagen das Geld aus den Ohren quellen und sie wären ganz heiß darauf, den Facebook-Gründer mal persönlich kennenzulernen. Solche Kunden würden für eine Coachingsitzung eventuell sogar 50.000 oder 500.000 Euro bezahlen.

### Frage 1: Welchen Umsatz will, muss ich erzielen?

Doch vermutlich heißen Sie nicht Mark Zuckerberg. Also stehen Sie vor der Herausforderung, einen Preis für Ihre Coachingleistungen zu fixieren, der es Ihnen ermöglicht,

- den Umsatz zu erzielen, den Sie zum Finanzieren Ihres Lebensunterhalts brauchen, und
- bei dem Sie, trotz Ihrer vielen Konkurrenten, noch ausreichend Coachees finden.

Einige Tipps, wie Ihnen dies als (relativer) Newcomer im Markt mittelfristig gelingt:

Angenommen, Sie möchten pro Monat einen Bruttoerlös, also ein zu versteuerndes Einkommen, von 4.500 Euro erzielen. Dann sollten Sie zu diesem Betrag zunächst den Betrag addieren, den Sie als Selbstständiger Monat für Monat für Ihre Krankenversicherung bezahlen müssen und den Sie in Ihre Altersvorsorge investieren möchten: Sagen wir beispielsweise 1.500 Euro/Monat. Hierzu sollten Sie dann noch Ihre monatlichen Büro- und Administrationskosten (Miete, IT, Telefon, Steuer-

berater usw.) addieren, zum Beispiel 1.000 Euro — womit wir bei einer Zwischensumme von 7.000 Euro wären.

Doch damit sind wir noch nicht am Ende. Denn gerade in der Phase des Auf- und Ausbaus Ihrer Unternehmung müssen Sie auch Geld in Ihr Marketing und in Ihre Werbung investieren. Außerdem wollen Sie sich als echter Profi vermutlich in einem gewissen Umfang weiterbilden. Also addieren wir zu der Zwischensumme nochmals 1.000 Euro, sodass wir auf einen Endbetrag von circa 8.000 Euro gelangen, den Sie Monat für Monat erwirtschaften müssen, um ein zu versteuerndes Einkommen von 4.500 Euro zu erzielen.

### Frage 2: Wie viele Coachingstunden kann ich pro Monat maximal fakturieren?

Wie viel muss, um dieses Ziel zu erreichen, eine Coachingstunde bei Ihnen kosten? Das können Sie wie folgt ausrechnen: Ausgangspunkt ist zunächst, dass ein Monat im Schnitt nur 18 Arbeitstage hat. Auf diese Zahl kommt man, wenn man von der Zahl von 30 Tagen pro Monat die Wochenenden, die Feiertage, die Urlaubstage und eventuell noch einen Weiterbildungs- oder Krankheitstag abzieht.

Und wie viele Stunden können Sie an diesen 18 Arbeitstagen coachen? Mehr als durchschnittlich 5 Stunden pro Tag schafft kein Coach, selbst wenn die Coachees zu ihm ins Büro kommen und somit Fahrt- und Reisezeiten entfallen. Denn neben Ihrer Coachingarbeit müssen Sie gerade in der Aufbauphase Ihrer Unternehmung auch noch Zeit für administrative Tätigkeiten, fürs Marketing, für die Akquise von Kunden usw. aufwenden. Zudem ist Ihre Konzentrations- und Aufnahmefähigkeit irgendwann erschöpft.

Das heißt, Sie können bei einer vollen Auslastung sozusagen nur  $5 \times 18$ , also 90 Coachingstunden abrechnen. Das bedeutet wiederum: Sie müssen ein Honorar von fast 90 Euro pro Stunde erzielen, um einen monatlichen Umsatz von 8.000 Euro zu erwirtschaften.



### Keine „Dumping-Preise“ - auch bei schlechter Auslastung

Das ist für die meisten Coaches in der Start- und Aufbauphase ihrer Unternehmung, wenn ihre Bekanntheit in ihrer Zielgruppe noch recht niedrig ist und sie noch wenig Kunden haben, unrealistisch — insbesondere für solche, deren Klienten primär Privatpersonen und somit Selbstzahler sind (zum Beispiel, weil Sie sich auf das Thema Karrierecoaching spezialisiert haben). Denn sehr viele Personen, die eigentlich einen Coachingbedarf hätten, sind entweder nicht bereit oder finanziell nicht in der Lage dazu, aus eigener Tasche 90 Euro für eine Stunde Coaching zu bezahlen. Was also tun?

Zunächst gilt für alle Newcomer im Coachingmarkt:

- Sie sollten entweder ein gewisses finanzielles Polster haben oder gewillt sein, einen Kredit aufzunehmen, um Ihre Existenzgründung und den Aufbau Ihrer Unternehmung zu finanzieren (wie dies auch fast alle Existenzgründer tun, die eine Imbissbude oder ein Cafe eröffnen).
- Sie sollten bereit sein, für einen Zeitraum von zwei, drei Jahren überdurchschnittlich viel und lange zu arbeiten, selbst wenn Sie in dieser Zeit nur ein recht „mickriges“ Einkommen erzielen (ebenso wie fast alle anderen Existenzgründer).

Auf keinen Fall sollten Sie als (relativer) Newcomer Ihre Leistung jedoch unter 70, 80 Euro pro Stunde anbieten (außer Sie möchten oder müssen als „Berufseinsteiger“ noch Praxiserfahrung im Coachen sammeln) — selbst wenn Sie dann nur zwei oder eine Handvoll Kunden haben. Investieren Sie Ihre freie Zeit lieber in den Aufbau Ihrer Bekanntheit und Ihres Beziehungsnetzwerks zu den Milieus, in denen sich Ihre Zielkunden bewegen. Denn Ihre Leistung hat ihren Wert. Und wenn Sie

mit Dumpingpreisen im Markt agieren, erreichen Sie Ihr Ziel von 8.000 Euro Umsatz/Monat nie.

### Zahlungskräftige Kunden mit passenden Formaten ansprechen

Zudem sollten Sie Ihre Werbeunterlagen (also zum Beispiel Ihre Webseite) so konzipieren, dass diese aufgrund des Inhalts, der Sprache usw. vor allem die „Besserverdienenden“ ansprechen, die es weniger schmerzt, 90 oder mehr Euro pro Stunde zu bezahlen - entweder

- weil sie ein überdurchschnittliches Einkommen haben (bzw. gut betuchte Erben sind) oder
- weil sie das Coaching von der Steuer absetzen können (wie zum Beispiel alle Selbstständigen).

Außerdem sollten Sie überlegen, ob Sie neben Einzelcoachings eventuell auch Team- oder Gruppencoachings anbieten können. Das erfordert zwar einen höheren Akquise- und Kundenbetreuungsaufwand, dafür lassen sich damit aber auch höhere Erlöse erzielen - selbst dann, wenn zum Beispiel vier oder fünf Teilnehmer pro Stunde jeweils statt 90 nur 40 Euro bezahlen. Dann kommen Sie immer noch auf einen Stundensatz von 160 beziehungsweise 200 Euro.

### Bernhard Kuntz

Inhaber des (Online-)Marketing- und PR-Büros Die PROfilBerater, Darmstadt, das seit über 20 Jahren Trainer, Berater und Coaches beim Entwickeln und Umsetzen ihrer Marketingstrategie unterstützt ([www.die-profilberater.de](http://www.die-profilberater.de)). Er ist u. a. Autor des Buches *Die Katze im Sack verkaufen: Bildung und Beratung mit System vermarkten - offline und online.*

