



**Dr. Annette-Christina Pannenberg**

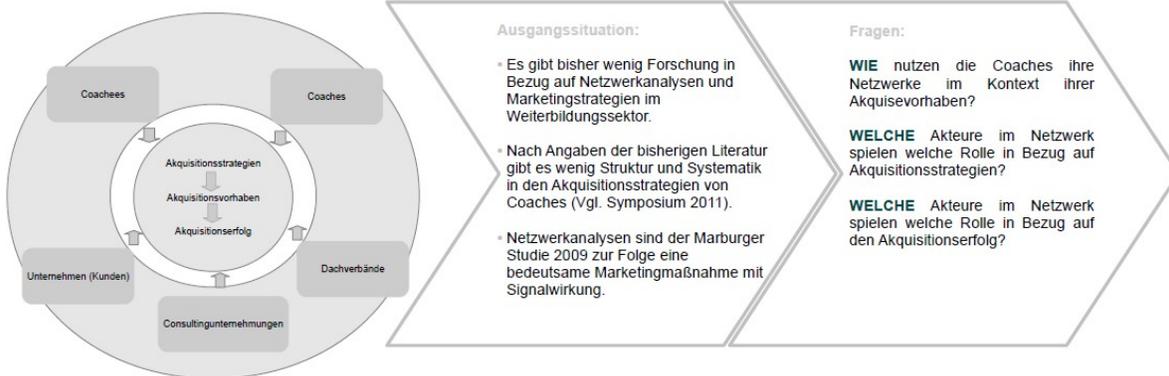
Themenlab, 18. Juni 2014

**„Netzwerkanalyse und Akquisitionsstrategien von Coaches“**

Die Anzahl an Coaches steigt kontinuierlich. Deshalb steigt die Notwendigkeit für Coaches ein klares Profil ihres Angebotes und ihrer Person zu präsentieren. Es ist naheliegend, dass daran anknüpfend auch die Vielfalt an Akquisitionsstrategien und eingesetzten Akquisemaßnahmen wächst, die bisher in der Branche nicht gegeben war (Vgl. Stephan/Gross (2011)).

Die Studie ermöglicht es, weitere Transparenz in die Entwicklung der Akquisitionsstrategien auf dem Markt der Coaches zu bringen und die wachsende Vielfalt der Strategien auf diese Weise für den Coachingmarkt nutzbar zu machen. Ebenso werden unterschiedliche Netzwerkstrukturen sichtbar, die in der Praxis als Anregungen zur Netzwerkgestaltung dienen können.

Der Fokus der Studie liegt auf der Ausgestaltung der Akquisitionsstrategien von Coaches, insbesondere mit Bezug zu Netzwerkpartnern bzw. weiteren Akteuren im Netzwerk. Das bedeutet einerseits einen Überblick über die Häufigkeit von bestimmten Akquisemaßnahmen, andererseits auch die Reflexion über den Erfolg der verschiedenen Maßnahmen.



Weiterhin ist relevant, welche Akteure im Rahmen des Netzwerks eine tragende Rolle in Bezug auf die Akquisitionsstrategien spielen. Als Akteure werden neben Kunden (Unternehmen), Coachees und weiteren Beratungsunternehmen auch die Dachverbände einbezogen sowie externe Coaches, bei denen die Coaches/Beratungsunternehmen selbst Coaching in Anspruch nehmen. Um einen Einblick zu erhalten, wie die Netzwerk von Coaches, respektive Beratungsunternehmen mit dem Angebot von Coachingmaßnahmen, ausgestaltet sind, werden Experteninterviews (ca. 30 Minuten) mit den Coaches/Geschäftsführern des Beratungsunternehmens sowie mit einzelnen Akteuren im Netzwerk der Coaches geführt. Im Rahmen der Interviews werden weiterhin Netzwerkkarten von den interviewten Coaches gezeichnet.

Die leitfadengestützten Experteninterviews werden inhaltsanalytisch ausgewertet (Vgl. Meuser/Nagel (1991)). Die Netzwerkkarten werden in Anlehnung an Hollstein und Straus verwendet (Vgl. u.a. Hollstein/Straus (2006)).



Die Erhebungsphase der Studie startete im Januar 2013 und wird Ende 2013 beendet. Parallel wird mit ersten Auswertungen begonnen. Bisher nehmen 9 Beratungsunternehmen an der Studie teil. Die Anzahl der Interviews hängt davon ab, wie viele Akteure aus dem Netzwerk der Beratungsunternehmen für ein Interview zur Verfügung standen. Bisher wurden 21 Interviews geführt.

Anhand der pseudonymisierten Netzwerkkarten, die im Rahmen der Interviews entstanden sind, wird deutlich, welche Akteure im Netzwerk üblicherweise eine starke Rolle in Bezug auf die Akquise spielen und welche Akteure, abhängig von der Situation oder dem Status und der Rolle des Beratungsunternehmens, eine Rolle im Netzwerk und der Akquise spielen. Anhand der qualitativen Untersuchung werden Hinweise dafür abgeleitet.

Als zweiten Schwerpunkt der Ergebnispräsentation werden Resultate der Frage nach der Einbindung des Netzwerks in Akquisemaßnahmen vorgestellt.

Die Ergebnisse werden mit zwei Fragen an das Plenum verknüpft:

1. Welche möglichen Netzwerkakteure werden bisher selten in der Branche eingebunden?
2. Welche Akquisemaßnahmen bieten sich zur Unterstützung durch das Netzwerk an?

### Literatur

- Aulinger, Andreas (Hrsg.) (2008): Netzwerk-Evaluation. Herausforderungen und Praktiken für Verbundnetzwerke. Stuttgart, W. Kohlhammer Verlag.
- Hollstein, Betina/ Straus, Florian (Hrsg.) (2006): Qualitative Netzwerkanalyse. Konzepte, Methoden, Anwendungen. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Meuser, Michael/ Nagel, Ulrike (1991): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Detlev Garz & Klaus Kraimer (Hrsg.). Qualitativ-empirische, Sozialforschung. Konzepte, Methoden, Analysen. Opladen, Westdeutscher Verlag, S.441-471
- Sydow, Jörg (2008): Die Evaluationsperspektive der Netzwerkforschung. In: Aulinger, Andreas (Hrsg.). Netzwerk- Evaluation. Herausforderungen und Praktiken für Verbundnetzwerke. Stuttgart, W. Kohlhammer Verlag, S.55-71.
- Rauen, Christopher (2011): Fehler und Erfolgsfaktoren bei der Marktdarstellung von Coaches. In: Michael Stephan & Peter-Paul Gross (Hrsg.). Organisation und Marketing von Coaching. Aktueller Stand in Forschung und Praxis. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, S.79-90.
- Stephan, Michael/ Gross, Peter-Paul (2011): Coaching aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht - Ergebnisse der Marburger Coaching Studie 2009. In: Michael Stephan & Peter-Paul Gross (Hrsg.). Organisation und Marketing von Coaching. Aktueller Stand in Forschung und Praxis. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, S.3-34.

### Angaben zur Person

Dr. Annette-Christina Pannenberg (geb. Kopatz) ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Bielefeld. Sie war bis 12.2011 wissenschaftliche Mitarbeiterin in dem Verbundprojekt QualitAS- Lehre; seit Ende 2011 ist sie in ihrer Position für die BiSEd (Universität Bielefeld) tätig. Weiterhin hat Frau Dr. Pannenberg an der Gestaltung eines Fernstudiengangs der Euro-FH in Kooperation mit der Universität Bielefeld (Fakultät für Erziehungswissenschaften) (2008-2011) mitgewirkt und hier den Schwerpunkt Changemanagement begleitet. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Fragen des Bildungscontrollings in den Forschungsfeldern Anreiz- und Steuerungssysteme an Hochschulen, Rentabilität von Weiterbildungsmaßnahmen in Unternehmen und Bildungsmonitoring zu zuordnen.

E-Mail: [annette.pannenberg@uni-bielefeld.de](mailto:annette.pannenberg@uni-bielefeld.de)