DAS GESCHÄFT MIT DER FÜLLE

TEIL 2 · DIE FÜLLE-MASCHINE

Eine kritische Marktanalyse: Wer verkauft welche Versprechen – und wie viel Geld fließt in die einzelnen Geschäftsfelder?

Recherche-Dossier · Stand: 15. Oktober 2026 · Internationale Märkte und deutschsprachiger Schwerpunkt

LESEHINWEIS

Dieses Dossier trennt durchgehend zwischen veröffentlichten Marktschätzungen, publizierten Stichproben und eigenen Szenariorechnungen. Verschiedene Marktforscher definieren ihre Kategorien unterschiedlich. Überschneidende Summen werden nicht addiert.

Leitfragen

Wie groß ist die Coaching- und Selbsthilfeökonomie? Welche Untersparten lassen sich unterscheiden? Wer verdient an Abonnements, Seminaren, Zertifikaten, Retreats und Wiederholungskäufen? Welche Wirkungen sind unabhängig überprüfbar?

Zentrale Befunde in Kürze

Messgröße	Wert	Art
Weltweite professionelle Coach-Praktiker (ICF 2025)	122.974	Studienhochrechnung
Jährlicher Coaching-Umsatz weltweit (ICF 2025)	5,34 Mrd. USD	Studienhochrechnung
Selbstverbesserung weltweit (GWI, 2024)	60,8 Mrd. USD	Marktschätzung
Meditation & Achtsamkeit weltweit (GWI, 2024)	7,1 Mrd. USD	Marktschätzung
Mental Wellness insgesamt (GWI, 2024)	268,3 Mrd. USD	breiter Obermarkt
Wellnessökonomie insgesamt (GWI, 2024)	ca. 6,8 Bio. USD	sehr breiter Obermarkt

Zahlengrößen sind nicht vergleichbar und größtenteils nicht addierbar. Quelle: [1], [2].

1. Die richtige Marktkarte: vom Riesentopf bis zur Einzelsparte

Die verlockendste Fehlrechnung wäre: gesamte Wellnessindustrie + Selbsthilfemarkt + Coachingmarkt + Achtsamkeit = „Umsatz der Gurus“. So funktioniert das nicht. Wellness enthält unter anderem Kosmetik, Ernährung, Reisen und Immobilien. Selbstverbesserung enthält Bücher, Apps und Veranstaltungen. Professionelles Coaching ist nur ein Teil – und wird teils schon in anderen Kategorien gezählt.

Ebene	Abgrenzung	2024 / 2025
A · Wellness	11 breite Konsummärkte, nicht gleich Coaching	ca. 6.800 Mrd. USD (2024)
B · Mental Wellness	Schlaf, mentale Wellnessprodukte, Selbsthilfe und Meditation	268,3 Mrd. USD (2024)
C · Selbstverbesserung	Life-Coaching, Training, Bücher, Seminare, Plattformen u.a.	60,8 Mrd. USD (2024)
D · Meditation/Achtsamkeit	Kurse, Apps, Bücher, Zubehör etc.	7,1 Mrd. USD (2024)
E · Professionelles Coaching	von ICF abgegrenzte Coach-Dienstleistungen	5,34 Mrd. USD (2025)

Die Kategorien C und D gehören zu B; B gehört zu A. E ist methodisch separat erhoben und kann sich teilweise mit C überschneiden. [1], [2]

2. Die messbare Wachstumsdynamik

Indikator	Früher	Neu	Entwicklung
ICF Coaches	2023: ca. 107.000	2025: 122.974	+15 %
GWI Selbstverbesserung	2019: 37,6 Mrd. USD	2024: 60,8 Mrd. USD	ca. +62 %
GWI Meditation/Achtsamkeit	2019: 3,0 Mrd. USD	2024: 7,1 Mrd. USD	ca. +137 %
GWI Mental Wellness	2019: 149,9 Mrd. USD	2024: 268,3 Mrd. USD	ca. +79 %

Wachstum im Umsatz belegt mehr Konsum und Verkauf; es belegt nicht, dass die Probleme der Käufer entsprechend abgenommen haben. [1], [2]

3. Die Sparten: eine systematische Taxonomie

Für die spätere Personenrecherche verwenden wir 15 Sparten. Diese sind redaktionelle Kategorien, keine offiziellen, trennscharfen Statistikklassen. Viele Anbieter gehören gleichzeitig zu mehreren Sparten.

01 Business, Führung, Karriere
Führung, Team, Karrierewechsel, Executive-Coaching
Einnahmen: Stundenhonorar, B2B-Pakete, Workshops

02 Erfolg & Unternehmertum
Onlinebusiness, Verkaufscoaching, Umsatzaufbau
Einnahmen: Kurse, Mentoring, Mastermind

03 Finanzen & Money-Mindset
Geldglaubenssätze, Reichtum, finanzielle Freiheit
Einnahmen: Programme, Events, VIP-Betreuung

04 Persönlichkeitsentwicklung
Selbstwert, Ziele, Motivation, Resilienz
Einnahmen: Einzelcoaching, Bücher, Kurse

05 Beziehung & Partnerschaft
Liebe, Dating, Trennung, Paar-Kommunikation
Einnahmen: Pakete, Community, Gruppenprogramme

06 Gesundheit & ganzheitliches Wohlbefinden
Lebensstil, Schlaf, Stress, körperbezogene Versprechen
Einnahmen: Beratung, Produkte, Retreats

07 Manifestation & Fülle
Anziehungsgesetz, Visualisierung, Wunschrealität
Einnahmen: Webinare, Kurse, Membership

08 Spiritualität & Bewusstsein
Aufstieg, Erwachen, energetische Entwicklung
Einnahmen: Seminare, Retreats, Abos

09 Energiearbeit & alternative Heilversprechen
Frequenzen, Chakren, energetische Blockaden
Einnahmen: Sitzungen, Ausbildungen, Shop

10 Meditation & Achtsamkeit
Meditation, Atemarbeit, Entspannung
Einnahmen: Apps, Kurse, Retreats

11 Esoterische Deutungsangebote
Astrologie, Karten, Numerologie, Channeling
Einnahmen: Readings, Abos, Beratungen

12 Geheimwissen & Wahrheitskanäle
exklusive Deutungen, Insider-Communitys
Einnahmen: Spenden, Mitgliedschaften, Medien

13 Coach-Ausbildungen & Zertifikate
Lehrerbildung, Train-the-Trainer, Lizenzsysteme
Einnahmen: Lehrgänge, Zertifikate, Rezertifizierung

14 Influencer & digitale Selbsthilfe
Video, Podcasts, E-Books, bezahlte Kanäle
Einnahmen: Werbung, Affiliates, Digitalprodukte

15 Retreats & Erlebnisformate
Intensivtage, Reisen, Transformationsevents
Einnahmen: Tickets, Unterkunft, Zusatzangebote

4. Geschätzte Umsätze nach Sparte: Was sich seriös beziffern lässt

Für die 15 oben definierten Sparten liegen aus den hier geprüften offenen Quellen keine voneinander getrennten, weltweit vollständigen Jahresumsätze vor. Eine exakte Verteilung wäre erfunden. Stattdessen bilden die folgenden empirischen Marktblöcke eine belastbare Ober- bzw. Vergleichsgröße.

Öffentliche Marktkategorie	Weltweiter Jahreswert	Enthaltene Angebote
GWI Self-Improvement (2024)	60,8 Mrd. USD	Sparten 1–5, 7–8, 12–14 teilweise; plus Bücher, Plattformen
GWI Meditation & Mindfulness (2024)	7,1 Mrd. USD	v. a. Sparte 10; auch Geräte, Bücher, Apps
ICF professionelles Coaching (2025)	5,34 Mrd. USD	v. a. 1, 4, 5; Definition der ICF maßgeblich
GWI gesamte Mental Wellness (2024)	268,3 Mrd. USD	inkl. Produktmärkte, Selbsthilfe und Meditation
GVR Personal Development (2030)	67,21 Mrd. USD	Prognose, keine Ist-Zahl; eigene Marktdefinition

Quellen: GWI [2], ICF [1], Grand View Research [3]. Die Schätzung von 67,21 Mrd. USD gilt für 2030, nicht für 2024 oder 2026. Die GVR-Definition darf nicht mit GWI gleichgesetzt werden.

5. Sparte für Sparte: Datenlage statt erfundener Milliarden

01 Business, Führung, Karriere · Besser dokumentiert, aber keine trennscharfe Weltspartenzahl.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme, Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

02 Erfolg & Unternehmertum · Keine belastbare, separat ausgewiesene globale Spartensumme identifiziert.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme, Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

03 Finanzen & Money-Mindset · Keine belastbare, separat ausgewiesene globale Spartensumme identifiziert.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme, Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

04 Persönlichkeitsentwicklung · Besser dokumentiert, aber keine trennscharfe Weltspartenzahl.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme, Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

05 Beziehung & Partnerschaft · Keine belastbare, separat ausgewiesene globale Spartensumme identifiziert.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme, Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

06 Gesundheit & ganzheitliches Wohlbefinden · Keine belastbare, separat ausgewiesene globale Spartensumme identifiziert.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme, Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

07 Manifestation & Fülle · Keine belastbare, separat ausgewiesene globale Spartensumme identifiziert.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme, Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

08 Spiritualität & Bewusstsein · Keine belastbare, separat ausgewiesene globale Spartensumme identifiziert.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme,

Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

09 Energiearbeit & alternative Heilversprechen · Keine belastbare, separat ausgewiesene globale Spartensumme identifiziert.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme, Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

10 Meditation & Achtsamkeit · Besser dokumentiert, aber keine trennscharfe Weltspartenzahl.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme, Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

11 Esoterische Deutungsangebote · Keine belastbare, separat ausgewiesene globale Spartensumme identifiziert.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme, Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

12 Geheimwissen & Wahrheitskanäle · Keine belastbare, separat ausgewiesene globale Spartensumme identifiziert.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme, Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

13 Coach-Ausbildungen & Zertifikate · Keine belastbare, separat ausgewiesene globale Spartensumme identifiziert.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme, Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

14 Influencer & digitale Selbsthilfe · Keine belastbare, separat ausgewiesene globale Spartensumme identifiziert.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme, Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

15 Retreats & Erlebnisformate · Keine belastbare, separat ausgewiesene globale Spartensumme identifiziert.
Zu prüfen: Zahl aktiver Anbieter, zahlender Kundschaft, typische Jahresausgaben, Anteil hochpreisiger Programme, Wiederholungskäufe und Überschneidung mit Nachbarsparten.

6. Modellrechnung: Was eine Sparte umsetzen könnte

Es folgen keine tatsächlichen Branchenumsätze. Die Szenarien zeigen, wie sensibel ein Marktvolumen auf Anbieterzahl und Umsatz pro Anbieter reagiert. Formel: aktive Anbieter × durchschnittlicher jährlicher Bruttoumsatz. „Umsatz“ ist weder Gewinn noch persönliches Einkommen.

Rechenmodell	Anbieter	Umsatz je Anbieter/Jahr	Gesamtumsatz
Klein	1.000	20.000 EUR	20 Mio. EUR
Mittel	5.000	75.000 EUR	375 Mio. EUR
Groß	15.000	150.000 EUR	2,25 Mrd. EUR
Sehr groß	30.000	200.000 EUR	6,00 Mrd. EUR

Diese vier Beispiele sind frei gewählte Sensitivitätsszenarien; sie gelten für keine bestimmte Sparte und dürfen nicht als Tatsachenübersicht publiziert werden.

7. Angebotsökonomie: Ein Kundenweg in sieben Zahlungen

Station	Beispielpreis	Ergebnis bei 200 Käufern
Einsteiger-Webinar	39 EUR	7.800 EUR
Videokurs	249 EUR	49.800 EUR
Gruppenprogramm	990 EUR	198.000 EUR
VIP-Mentoring	4.500 EUR	900.000 EUR
Jahresmitgliedschaft	240 EUR	48.000 EUR
Ausbildung	3.500 EUR	700.000 EUR
Retreat	1.800 EUR	360.000 EUR

Wichtig: In der Realität kaufen unterschiedliche Teilgruppen; 200 Käufer in jeder Zeile wäre ein unrealistisch pauschaler Gleichverkauf. Die Tabelle illustriert ausschließlich Umsatzeffekte einzelner Produktarten; nicht kumulieren!

8. Der Verkaufstrichter: wie aus Reichweite Geld wird

Typisches untersuchbares Modell: frei zugänglicher Content → Registrierung → kostenloses Webinar → günstiges Einstiegsprodukt → Hauptprogramm → Premium-Betreuung → Ausbildung → Partner- oder Empfehlungsprogramm. Nicht jeder Anbieter nutzt diese Struktur.

Kennziffer	Beispielformel	Warum wichtig?
Reichweite	100.000 Videoaufrufe	nicht 100.000 Kunden
Registrierungen	2 % = 2.000 Leads	Kontaktpotenzial
Käufe	5 % der Leads = 100 Käufer	Konversionsrate
Umsatz	100 × 990 EUR = 99.000 EUR	vor Kosten, Steuern, Refunds
Wiederkehrende Einnahmen	300 Mitglieder × 25 EUR × 12	90.000 EUR/Jahr vor Kündigungen

Alle Zahlen dieser Seite sind Modellparameter, keine empirischen Durchschnittswerte.

9. Netzwerke und Zertifikatsketten

• Lehrer–Schüler-Ketten: Von wem stammt die Methode? Welche Lizenz- oder Markennutzung wird verlangt?

• Zertifikate: Verband, private Akademie, staatlich anerkannter Abschluss oder bloße Teilnahmeurkunde?

• Affiliate-Netze: Wer erhält Provisionen für Empfehlungen, Upgrades und neue Teilnehmer?

• Sichtbarkeit: gegenseitige Interviews, Gastauftritte, Cross-Promotion, bezahlte Kooperationen.

• Interessenkonflikte: Geht es um unabhängige Empfehlung oder bezahlte Akquise?

Ein mehrstufiges Ausbildungssystem ist noch kein illegales Schneeballsystem. Für eine entsprechende Bewertung müssen konkrete Vertragsbedingungen, Vergütungslogiken und Kundennutzen geprüft werden.

10. Deutschland: Was aktuelle Branchenbefragungen wirklich zeigen

Die RAUEN Coaching-Marktanalyse 2025/2026 beruht auf Angaben von 916 Coaches und 101 Klienten. Sie ist wichtig, bildet aber vor allem den professionellen deutschsprachigen Coachingmarkt ab und nicht sämtliche spirituellen Influencer, Heiler oder Online-Mentoren.

Kennzahl RAUEN 2025/26	Wert
Durchschnittliches Bruttojahreseinkommen befragter Coaches	84.980 EUR
Mittleres Nettohonorar je Zeitstunde	172,79 EUR
Veränderung Bruttojahreseinkommen gegenüber Vorjahr	−4,8 %
Stichprobe Coaches	916
Stichprobe Coachingklienten	101

Das Bruttojahreseinkommen ist kein Coaching-Gesamtumsatz und kann weitere Tätigkeiten abdecken. Stichprobenmittelwerte sind nicht auf jedes Marktsegment oder alle deutschen Anbieter übertragbar. Quellen: [4], [5].

11. Wie würde man deutsche Spartensummen sauber schätzen?

Ein transparenter Ansatz benötigt pro Sparte (a) die deduplizierte Anzahl aktiver Anbieter, (b) Umsatz aus genau dieser Sparte statt Gesamtfirmenerlös, (c) Verteilung der Anbietergrößen, (d) Gegenprobe über Käuferausgaben und (e) Doppelzählungskorrekturen. Ohne diese Daten bleiben die Spartenumsätze offen.

• Anbieterregister: Websites, Impressen, Steuer-/Unternehmensregister und Social-Media-Profile zusammenführen.

• Preisarchiv: Preise dokumentieren, Produktkategorien und Aktionsfristen erfassen.

• Umsatzbelege: veröffentlichte Jahresabschlüsse, Handelsregisterinformationen, belegte Teilnehmerzahlen.

• Gegenprobe: Kundenbefragung zur tatsächlichen Jahresausgabe – getrennt von reinen Interessenten.

• Bandbreite: konservative und expansive Schätzung mit offengelegten Annahmen.

12. Die sechs Prüfkomplexe unserer Serie

I. Gurus und Identitäten

Künstlername, Personen- und Firmenbezug, Verantwortliche, Impressum, Domainhistorie, Bildung und Qualifikation.

II. Versprechen

Konkrete Formulierungen im Werbematerial; zeitlich messbare Aussagen von allgemeinen Lebenshaltungen trennen.

III. Geldströme

Preise, Stufen, Mitgliedschaften, Stornobedingungen, Spenden, Werbung, Partnerlinks und Ausbildungen.

IV. Netzwerke

Lehrer, Verbände, Zertifikatsanbieter, gemeinsame Projekte, Affiliate- und Lizenzverbindungen.

V. Ergebnisse

Präregistrierte Ziele, unabhängige Wirksamkeitsstudien, dauerhafte Wirkung und Berichte von Teilnehmenden.

VI. Wiederholung und Abhängigkeit

Wie oft bucht dieselbe Person nach? Bedeutet ein Folgeprodukt echten Mehrwert – oder nur verlängerten Verkaufsdruck?

13. Welche Ergebnisse sind überprüfbar?

Behauptung	Möglicher Beleg	Grenze
„Kunden verdienen mehr“	Einkommensdaten vor/nach Programm mit Vergleichsgruppe	Selbstauswahl, wirtschaftliche Lage
„Beziehungen verbessern sich“	validierte Skalen, Follow-up, Kontrollgruppe	subjektive Bewertung
„Coaching heilt Krankheit“	klinische Studien und diagnostische Endpunkte	besondere Gesundheitsrisiken
„Manifestation zieht Geld an“	vorab festgelegte, replizierbare Tests	Zufall und selektive Erfolgsstories
„Unsere Absolventen sind erfolgreich“	vollständige Kohorten inkl. Abbrüche	Survivorship Bias

14. Kritische Hypothesen: Was prüfen wir – und was behaupten wir nicht?

H1 – Anschlussverkauf

Bei manchen Geschäftsmodellen kann wirtschaftlicher Anreiz bestehen, Kunden fortlaufend neue Pakete zu verkaufen. Test: Vertrags- und Wiederkaufdaten.

H2 – Coach wird Coach

Ein erheblicher Teil der Umsätze einzelner Bildungsanbieter könnte aus der Qualifizierung neuer Verkäufer ähnlicher Leistungen stammen. Test: Teilnehmerverbleib, Erlösstruktur, Affiliate-Bedingungen.

H3 – Erfolgsverzerrung

Öffentliche Testimonials könnten überdurchschnittlich erfolgreiche Teilnehmer zeigen. Test: vollständige Stichproben und unabhängige Befragungen.

H4 – Qualifikationslücke

Zwischen Marketingtitel und nachweisbarer Berufsausbildung könnten erhebliche Unterschiede bestehen. Test: Abschlussnachweise und Akkreditierung.

H5 – Unmessbare Nutzenversprechen

Manche Aussagen sind so unbestimmt, dass Erfolg und Misserfolg kaum objektiv prüfbar sind. Test: präzise und überprüfbare Werbung.

Hypothesen sind Prüfaufträge. Sie beschreiben nicht pauschal ein Fehlverhalten aller Anbieter.

15. Fragen an jeden untersuchten Anbieter

- Was ist die genaue versprochene Leistung, und was kostet alles zusammen?
- Wie viele Menschen kauften in den letzten drei Jahren, wie viele brachen ab?
- Wie viele Wiederkäufer und Ausbildungsabsolventen gibt es?
- Wie viele Absolventen erwirtschaften selbst Umsätze durch Coaching?
- Welcher Anteil der Unternehmensumsätze kommt aus Ausbildungen, Abos und Provisionen?
- Gibt es belastbare Wirkungsnachweise jenseits ausgewählter Kundenstimmen?
- Wer überprüft Methodik und fachliche Qualifikation?
- Welche Aussagen sind Marketing, welche rechtlich verbindliche Zusagen?

16. Redaktionsplan – von der Branche zur Person

Teil 2 (dieses Dossier): Begriffe, Marktvolumen, Sparten, Geldströme, Datenlücken, prüfbare Hypothesen.

Teil 3: Professionelles Business- und Erfolgstraining – Qualifikation, Honorare, Wirkung.

Teil 4: Fülle, Money-Mindset, Manifestation – Produkte und dokumentierte Erfolgsversprechen.

Teil 5: Spirituelle Coachings, Energiekonzepte, sogenannte Heilprogramme – Aussagen und Belegqualität.

Teil 6: Ausbildungs- und Zertifikatsgeschäft: Wer bildet wen aus?

Teil 7: Netzwerke, Cross-Promotion, Empfehlungs- und Provisionsmodelle.

Danach: Einzelprofile anhand derselben Matrix, damit Unterschiede sichtbar und Vergleiche fair bleiben.

17. Fazit: Der große Markt – und die kleine, schwierige Frage

Der Umsatz der Selbstverbesserungsbranche lässt sich zumindest in breiten Kategorien schätzen. Der tatsächliche nachhaltige Nutzen jedes einzelnen Programms ist erheblich schwerer zu messen. Die entscheidende Trennlinie verläuft zwischen ökonomischem Erfolg des Angebots und nachweisbarem Erfolg seiner Käufer.

„Wenn die Fülle bei den Kunden ankommen soll, warum lassen sich die Einnahmen der Anbieter oft leichter nachweisen als die versprochenen Erfolge?“

Mit dieser Frage beginnt die Einzelfallrecherche. Nicht jede Coachingmethode ist wertlos. Aber große Versprechen verdienen große Nachweise.

18. Quellen und Nachprüfbarkeit

[1] International Coaching Federation (ICF), Global Coaching Study 2025
https://coachingfederation.org/resources/research/global-coaching-study/

[2] Global Wellness Institute, Global Wellness Economy Monitor 2025 (Daten 2019–2024), insbesondere Kapitel Mental Wellness, Seiten 40–45
https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2025/11/2025-GWI-WE-Monitor_DIGITAL-FINAL.pdf

[3] Grand View Research, Personal Development Market, Pressemitteilung März 2025 (Prognose bis 2030)
https://www.grandviewresearch.com/press-release/global-personal-development-market

[4] RAUEN, Coaching-Marktanalyse 2025/2026, Pressemitteilung 6. Oktober 2026
https://www.rauen.de/kontakt/presse.html

[5] Coaching-Magazin, Veröffentlichung der Coaching-Marktanalyse 2025/2026, 6. Oktober 2026
https://www.coaching-magazin.de/news/2026/coaching-marktanalyse-2026

[6] RAUEN, Coaching-Marktanalyse 2024, ergänzender methodischer Vergleich
https://www.rauen.de/coaching-report/coaching-marktanalyse.html

Datenetiketten für spätere Beiträge

- A = geprüfter Jahresabschluss / Primärdokument
- B = offizielle Verbandsstudie oder Marktmodell, mit Methodengrenzen
- C = Betreiberangabe / Selbstdarstellung, unbestätigt
- D = modellierte Szenariorechnung mit offen gelegten Parametern
- E = keine belastbare Zahl verfügbar

Stand 15.10.2026. Diese Recherche ersetzt keine Prüfung einzelner Verträge, Angebote oder Studien. Die verfügbaren Zahlen wurden nach ihrer jeweiligen Definition wiedergegeben; verschiedene Kategorien sind nicht direkt addierbar.