DAS GESCHÄFT MIT DER FÜLLE · TEIL 4

Die Coaching-Pyramide: Wer ernährt eigentlich wen?

Eine kritisch-humorvolle Recherche über Kategorien, Karrierestufen, Geldströme und den ewigen nächsten Kurs. Stand: 15. Oktober 2026.

Wenn jeder jeden zum Coach ausbildet – wer bleibt dann übrig, der noch gecoacht werden muss?

1 · Die Zahlen unter dem Glitzer

Die International Coaching Federation (ICF) schätzt in ihrer Global Coaching Study 2025 weltweit 122.974 professionelle Coaches und einen Branchenumsatz von 5,34 Mrd. US-Dollar. In der deutschsprachigen RAUEN-Marktanalyse 2024 lag das durchschnittliche Nettohonorar bei 175,98 Euro je Stunde; Coaching machte im Mittel 47,10 % des Bruttojahreseinkommens der befragten Anbieter aus. Diese Erhebungen sind keine vollständige Erfassung des gesamten spirituellen Online-Markts.

Achtung beim Rechnen: Die Kategorien unten überschneiden sich. Die Summe der Sparten ist kein Gesamtmarkt. Für einzelne spirituelle Nischen existieren keine belastbaren getrennten Umsatzzahlen. Wir erfinden deshalb keine.

2 · Die 20 Coaching-Kategorien: eine Landkarte

Sparte	Typische Themen
01 Business & Unternehmertum	Strategie, Gründung, Umsatzsteigerung
02 Führung & Management	Executive- und Teamcoaching
03 Karriere & Bewerbung	Berufswechsel, Neuorientierung
04 Geld & Vermögen	Finanz-Mindset, Reichtumsversprechen
05 Marketing & Vertrieb	Kundenakquise, Personal Branding
06 Online-Business & Skalierung	Funnels, Launches, Agenturmodelle
07 Persönlichkeitsentwicklung	Ziele, Selbstwert, Gewohnheiten
08 Resilienz & Stress	Belastung, Burnoutprävention
09 Beziehung & Partnerschaft	Dating, Trennung, Bindung
10 Familie & Elternschaft	Erziehung, Familienalltag
11 Ernährung & Gesundheit	Lebensstil, teils medizinische Aussagen
12 Fitness & Körper	Training, Body-Transformation
13 Spiritualität & Bewusstsein	Erleuchtung, Bewusstseinsarbeit
14 Manifestation & Frequenz	Gesetz der Anziehung, Fülle

Sparte	Typische Themen
15 Energiearbeit & Heilversprechen	Chakren, Schwingung, Energiearbeit
16 Astrologie & Human Design	Deutungssysteme, Persönlichkeitsprofile
17 Trauma-/Blockaden-Angebote	Inneres Kind, Glaubenssatzarbeit
18 Weiblichkeit/Männlichkeit	Rollenbilder, Retreats, Identität
19 Coach-Ausbildungen & Zertifikate	Train-the-Trainer, Lizenzmodelle
20 Mitgliedschaften & Communities	Abos, Clubs, VIP-Gruppen

3 · Die Pyramide: sechs Rollen, keine Schuldzuweisung

Ebene A · Reichweitenstars – Bekanntheit, Bücher, Events, eigene Marken; der Vertrieb kann über Partner laufen.

Ebene B · Akademien und Ausbildungsunternehmen – Verkaufen Zertifikate, Programme, Methoden und Lizenzen.

Ebene C · Multiplikatoren und Affiliates – Empfehlen Produkte oder vermitteln Kunden; Provisionen sind möglich.

Ebene D · Selbständige Coaches – Bieten persönliche Beratung, Gruppen und eigene Kurse.

Ebene E · Einsteiger und Ausbildungsteilnehmer – Investieren in Qualifikation und versuchen anschließend selbst Kunden zu gewinnen.

Ebene F · Endkunden – Suchen Hilfe, Weiterbildung, Sinn, Gesundheit oder berufliche Orientierung.

Diese Ebenen sind ein Analysemodell, keine Behauptung, die gesamte Branche sei ein Pyramidensystem. Ein illegales Schneeballsystem lässt sich allein aus einer mehrstufigen Struktur nicht ableiten.

4 · Wohin fließt das Geld?

• Endkunde → Kursanbieter: Kursgebühr, Einzelsitzung, Abo oder Eventticket.

• Kursanbieter → Plattformen: Zahlungsabwicklung, Hosting, Werbung, Technik.

• Kursanbieter → Vermittler: mögliche Affiliate-Provisionen und Empfehlungsvergütungen.

• Auszubildender → Akademie: Lehrgang, Prüfung, Supervision, Zertifikat.

• Zertifizierter Anbieter → Lizenzgeber: mögliche Lizenz- oder Markennutzungsgebühren.

• Teilnehmer → nächstes Angebot: Upgrade, Retreat, Masterclass, jährliche Verlängerung.

5 · Die Modellrechnung: Ein Kunde, viele Kassen

Rein fiktives Beispiel einer Angebotsleiter, kein realer Anbieter: Einstiegsprodukt 49 € + Gruppenkurs 499 € + Masterclass 1.999 € + Ausbildung 4.999 € + Jahresmitgliedschaft 240 € = 7.786 € Gesamtumsatz, wenn ein einziger Kunde alle Angebote kauft. Das ist kein Gewinn: Marketing, Personal, Steuern, Honorare, Stornos und technische Kosten fehlen.

Ein anderes Modell: 600 Verkäufe eines 299-Euro-Kurses entsprechen 179.400 Euro Umsatz. Wie viele Käufer damit ihre Ziele erreichen, bleibt eine eigene, noch zu messende Frage.

6 · Was müsste man wissen, um die Pyramide wirklich nachzuweisen?

- Wie viele Kunden kaufen nur einmal, wie viele bleiben jahrelang?
- Welcher Umsatzanteil stammt von Endkunden, welcher von zukünftigen Coaches?
- Gibt es Provisionen für bloße Rekrutierung oder für echte Verkäufe an Endkunden?
- Wie viele Ausgebildete erzielen mit Coaching ein nachhaltiges Nettoeinkommen?
- Wie hoch sind Rücktritts-, Beschwerde- und Erstattungsquoten?
- Gibt es überprüfbare Wirkungsdaten nach 6 und 12 Monaten?

7 · Das Kleingedruckte: Warum Sparten-Umsätze kaum addierbar sind

Ein Anbieter kann zugleich Business-, Mindset-, Manifestations- und Ausbildungscoach sein. Ein Umsatz mit einem Kombikurs lässt sich ohne interne Buchhaltung nicht sauber einer einzelnen Sparte zuordnen. Öffentliche Preislisten zeigen Angebote, keine Verkaufszahlen. Deshalb bleiben wir bei belegten Summen, Angebotsstrukturen und transparenten Szenarien.

8 · Ein fairer Prüfmaßstab

Wir trennen professionelle Beratung mit nachprüfbaren Qualifikationen und Zielen von weltanschaulichen oder medizinischen Wirkaussagen, deren Evidenz gesondert geprüft werden muss. Die Verbraucherzentrale Niedersachsen warnt vor Zeitdruck, vagen Erfolgsversprechen und teuren Verträgen nach kostenlosen Einstiegsangeboten. Sie betont damit Risiken einzelner Verkaufspraktiken, nicht eine pauschale Bewertung aller Coaches.

9 · Der rote Faden für die nächsten Teile

Teil 5: Der Markt der Coach-Ausbildungen. Teil 6: Der immerwährende Kurs – Abos, Masterclasses, Upgrades. Teil 7: Wer misst eigentlich Erfolg? Danach: konkrete Anbieterprofile mit einheitlichen Kriterien und Quellenprüfung.

Die Pointe: Wenn alle irgendwann Coach sind, brauchen wir vielleicht einen Coach für die Suche nach den letzten Kunden.

Quellen und Transparenz

ICF Global Coaching Study 2025: https://coachingfederation.org/blog/global-coaching-industry-surpasses-5-34-billion-as-emerging-markets-drive-growth/
RAUEN Coaching-Honorar / Marktanalyse 2024: https://www.rauen.de/coaching-report/coaching-markt/honorare.html
RAUEN Marktanalyse 2024: https://www.rauen.de/coaching-report/coaching-marktanalyse.html
Verbraucherzentrale Niedersachsen, 21.08.2026: https://www.verbraucherzentrale-niedersachsen.de/pressemitteilungen/coaching-unserioese-anbieter-erkennen-125306
Verbraucherzentrale, Stand 23.07.2026: https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/vertraege-reklamation/kundenrechte/kostenfalle-coachingprogramm-so-schuetzen-sie-sich-vor-unserioesen-anbietern-98817

Methodik: Kategorien sind eine redaktionelle Gliederung, keine statistisch offiziell getrennten Wirtschaftssektoren. Sämtliche Modellrechnungen sind ausdrücklich hypothetisch.

ERGÄNZUNG ZU KAPITEL 2

Wer steht hinter den 20 Coaching-Kategorien?

Erste namentliche Marktlandkarte (15. Oktober 2026). Diese Namen sind **Beispiele aufgrund öffentlich angebotener Themen** – keine Rangliste, keine Behauptung über Seriosität, Umsatz oder Zugehörigkeit zu einem mehrstufigen Vertriebssystem. Mehrfachnennungen sind gewollt, weil Angebote sich überschneiden.

01 Business & Unternehmertum

Beispiele: Dr. Christopher Rauen; Christian Bischoff

Zuordnung: Business-/Karriere- und Unternehmerbegleitung

02 Führung & Management

Beispiele: Dr. Christopher Rauen; Andreas Steinhübel

Zuordnung: Management- und Organisationscoaching

03 Karriere & Bewerbung

Beispiele: Christian Bischoff

Zuordnung: Karriere-Mindset; Bewerbungs-Spezialisten gesondert erfassen

04 Geld & Vermögen

Beispiele: Bodo Schäfer; Laura Malina Seiler

Zuordnung: Finanzthemen bzw. Geldbeziehung und Mindset

05 Marketing & Vertrieb

Beispiele: Dirk Kreuter

Zuordnung: Vertriebsseminare, Verkauf und Akquise

06 Online-Business & Skalierung

Beispiele: Dirk Kreuter (Überschneidung); weitere Anbieter offen

Zuordnung: Vertriebs- und digitale Seminarangebote

07 Persönlichkeitsentwicklung

Beispiele: Christian Bischoff; Veit Lindau; Laura Malina Seiler

Zuordnung: Mindset, Sinn, Entwicklung

08 Resilienz & Stress

Beispiele: Christian Bischoff (angrenzend); spezialisierte Anbieter offen

Zuordnung: Abgrenzung von Psychotherapie wichtig

09 Beziehung & Partnerschaft

Beispiele: Robert Betz; Laura Malina Seiler

Zuordnung: Beziehungs- und Vergebungsarbeit

10 Familie & Elternschaft

Beispiele: Spezialanbieter: noch einzeln zu verifizieren

Zuordnung: Eigenständige Sparte, nicht mit Paarcoaching gleichsetzen

11 Ernährung & Gesundheit

Beispiele: Spezialanbieter: noch einzeln zu verifizieren

Zuordnung: Fachqualifikation und Heilbehauptungen separat prüfen

12 Fitness & Körper

Beispiele: Spezialanbieter: noch einzeln zu verifizieren

Zuordnung: Sportwissenschaft, Trainingspläne, digitale Programme

13 Spiritualität & Bewusstsein

Beispiele: Laura Malina Seiler; Robert Betz; Silke Schäfer

Zuordnung: Spirituelle Inhalte, Bewusstseinsarbeit, Retreats

14 Manifestation & Frequenz

Beispiele: Laura Malina Seiler

Zuordnung: Manifestation und persönliche Lebensvision

15 Energiearbeit & Heilversprechen

Beispiele: Robert Betz (spirituelle Energiegesetze); weitere offen

Zuordnung: Kein medizinisches Heilversprechen daraus ableiten

16 Astrologie & Human Design

Beispiele: Silke Schäfer; AstroHD-Team (Human Design Astrologie)

Zuordnung: Astrologieschule und Human-Design-Ausbildung

17 Trauma-/Blockaden-Angebote

Beispiele: Robert Betz; Laura Malina Seiler

Zuordnung: Emotionale Klärung, Vergebung; klinische Therapie abgrenzen

18 Weiblichkeit/Männlichkeit

Beispiele: Laura Malina Seiler (Empowerment); weitere offen

Zuordnung: Identität, Selbstbild und Empowerment

19 Coach-Ausbildungen & Zertifikate

Beispiele: Dr. Christopher Rauen; Laura Malina Seiler; Robert Betz; Silke Schäfer

Zuordnung: Eigene Ausbildungssysteme und Zertifikate

20 Mitgliedschaften & Communities

Beispiele: Laura Malina Seiler; Silke Schäfer

Zuordnung: Mitgliederbereiche, Online-Communitys

Warum diese Liste noch wächst

Nicht jede Sparte wurde bereits mit verlässlichen Originalquellen belegt. Wo „offen“ steht, wurden bewusst keine Namen erfunden. Die nächste Stufe ergänzt pro Kategorie kleine, mittlere und große Anbieter, offizielle Webauftritte, Ausbildung, Preispunkte und nachweisbare Geschäftsverbindungen.

Besonders aufschlussreich ist die Ausbildungskette: Laura Malina Seiler betreibt neben eigenen Angeboten einen Coach Finder für Absolventen ihrer Ausbildung. Robert Betz veröffentlicht eigenständige Ausbildungsprogramme. RAUEN bietet eine berufsbegleitende Business-Coaching-Ausbildung an. Diese Strukturen sind sichtbar, ihre Bewertung verlangt aber die

getrennte Prüfung tatsächlicher Zahlungs- und Vermittlungswege.

Originalquellen für diese erste Zuordnung

Rauen Ausbildung: https://www.rauen.de/coaching-ausbildung.html

Rauen Profil: https://www.rauen.de/kontakt/christopher-rauen.html

Christian Bischoff – Business: https://www.christian-bischoff.com/business/

Laura Seiler – Angebote: https://lauraseiler.com/

Laura Seiler – Coach Finder: https://spiritual-coach-finder.com/

Silke Schäfer – Schule: https://www.silkeschaefer.com/astrologie-schule/astrologie-lernen

Silke Schäfer – Webseite: https://www.silkeschaefer.com/

Robert Betz – Ausbildung: https://robert-betz.com/transformationsprozess-ausbildung/anmeldeformulare-broschueren

Dirk Kreuter – Vertrieb: https://www.dirkkreuter.com/blog/vertriebsseminar

Human Design Astrologie: https://humandesign-astrologie.com/