



Fachausschuss Mittelstand stellt vor:

„Coaching Kompass Mittelstand“

Präsentationsunterlage zur Vorstellung der
Herangehensweise und der Inhalte

Version 1.0 // Januar 2024

Step 1:

Segmentierung des Marktes anhand der Unternehmensgröße //

Quelle: Institut für Mittelstandsforschung - <https://www.ifm-bonn.org/>

Leitfrage:

Wer ist potenzieller Kunde für professionelle Coachingleistungen, und wer wäre Ansprechpartner:in für unsere Dienstleistungen?

Segmentierung

		FK	HR	Personl. outw.
①	KleinstU. ≤ 9 MA	GF	-	-
②	Kleine U. ≤ 49 MA	+/-	+/-	-
③	Mittlere U. ≤ 499 MA	+	+	+/-
④	"gr. Mittelstand" ≤ 4.999 MA	+	+	+

Step 2:

Themensammlung der **Coachinganlässe im Mittelstand**

Arbeitsergebnisse aus der Projektgruppe mit Ergänzungen aus dem Plenum

Leitfrage:

Was sind die Themen, mit denen unsere Kunden im Mittelstand zu tun haben?





Step 3:

Clustering der Themensammlung der Coachinganlässe im Mittelstand

Überführung in Arbeitsdatei zur Filterung nach Unternehmenskategorie / Ansprechpartner:in

Leitfrage:

Welche Themen tauchen – unserer Expertise nach – in welcher Unternehmensgröße auf?

Anspruchspartner	Anspruchspartner		Thema	
	1. Ansprechpartner	2. Ansprechpartner	1. Thema	2. Thema
Kleinunternehmen	1-00	01	1. Führung & Vision 2. Personalmanagement 3. Kommunikation 4. Marketing 5. Vertrieb 6. Kundenbeziehungen 7. Innovationen 8. Nachhaltigkeit 9. Digitalisierung 10. Compliance	1. Personalmanagement 2. Kommunikation 3. Marketing 4. Vertrieb 5. Kundenbeziehungen 6. Innovationen 7. Nachhaltigkeit 8. Digitalisierung 9. Compliance
Mittelunternehmen	11-01	02	1. Führung & Vision 2. Personalmanagement 3. Kommunikation 4. Marketing 5. Vertrieb 6. Kundenbeziehungen 7. Innovationen 8. Nachhaltigkeit 9. Digitalisierung 10. Compliance	1. Personalmanagement 2. Kommunikation 3. Marketing 4. Vertrieb 5. Kundenbeziehungen 6. Innovationen 7. Nachhaltigkeit 8. Digitalisierung 9. Compliance
Großunternehmen	21-02	03	1. Führung & Vision 2. Personalmanagement 3. Kommunikation 4. Marketing 5. Vertrieb 6. Kundenbeziehungen 7. Innovationen 8. Nachhaltigkeit 9. Digitalisierung 10. Compliance	1. Personalmanagement 2. Kommunikation 3. Marketing 4. Vertrieb 5. Kundenbeziehungen 6. Innovationen 7. Nachhaltigkeit 8. Digitalisierung 9. Compliance
Wirtschaftsprüfung	31-03	04	1. Führung & Vision 2. Personalmanagement 3. Kommunikation 4. Marketing 5. Vertrieb 6. Kundenbeziehungen 7. Innovationen 8. Nachhaltigkeit 9. Digitalisierung 10. Compliance	1. Personalmanagement 2. Kommunikation 3. Marketing 4. Vertrieb 5. Kundenbeziehungen 6. Innovationen 7. Nachhaltigkeit 8. Digitalisierung 9. Compliance



Step 4:

Erarbeitung von Persona zur zielgruppengerechten Beschreibung der Ansprechpartner:innen und deren Anliegen

Unterschiedliche Rollen:

- Geschäftsführer, Inhaber und Gründer, bis 50 MA, keine dedizierte HR-Führungskraft
- Angestellter Geschäftsführer, ab 50 MA, keine dedizierte HR-Führungskraft
- HR-Leitung (inkl. Personalentwicklung) in Unternehmen 50 – 250 MA
- HR-Leitung in Unternehmen mit etablierter Personalentwicklung (250+ MA)
- ...

DBVC DRAFT: Geschäftsführer, Inhaber und Gründer, bis 50 MA, keine dedizierte HR-Führungskraft

DBVC DRAFT: HR-Leitung in Unternehmen mit etablierter Personalentwicklung (250+ MA)

DBVC DRAFT: HR-Leitung (inkl. Personalentwicklung) in Unternehmen 50 – 250 MA

Identifikatoren:

- Selbstbewusst, sicher im Umgang mit Menschen, möchte mehr Bedeutung für ihr Thema und sich, sozial, zugewandt
- Persönlich, emotionale, Teamer
- Berufliches Personal-Netzwerk, Fachportale, Fachzeitschriften
- Empfehlung aus eigenem Netzwerk, Fachportale, Datenbanken
- Fachkollegen, Freunde, Geschäftspartner

Erwartungen, Ziele & Emotionen:

- Personalauswahl oder Mitarbeitergespräch?
- Rapidüberweilung durch Zufluss von Know-how rund um Personalthemen? Expertenrat, Glaubwürdigkeit zu kaufen
- Rufe für die Zukunft ausstellen, Mitarbeiter:innen entwickeln, zünftiger Horizont für 12 Monate
- Hoffnung, Begabeförderung, Angst vor der falschen Entscheidung
- Die falsche Wahl zu treffen
- Positives Feedback der Mitarbeitenden und Dankbarkeit!

Stärke Lösung:

- Helfen! Sicherheit geben für die Wahl (you'll never be fired for choosing (her))
- Wie können wir ihre Erwartungen überbieten? Erfolg mit weniger Aufwand als gedacht
- Sicherheit und Zuversicht in Personal und HR. Transparenz und Verlässlichkeit
- Wie helfen wir, dass sie ihre Ziele erreicht? Ihre Challenges lösen

Häufige Einwände:

- Warum möchte die Person unsere Produkte/Dienstleistung nicht kaufen? Gute Erklärung, überzeugend
- Welche Gegenargumente: Kosten, Vertraulichkeit, aktuell kein Bedarf?
- Vermeintlich? Zweifel an der Kompetenz

Leitfrage:

Welche Rollen haben – je nach Unternehmensgröße – welche Bedürfnisse?



Hintergrund zur Person: (Beruf, Karriere, Bildung, Familie)

- Wie sieht der/die typische/r Vertreter/in dieser Kundengruppe aus?
- Welchen Beruf übt der Vertreter aus?
- Wie sind die familiären Verhältnisse?
- Was ist der Person im Leben wichtig?

Demographie:

- Alter
- Geschlecht
- Wirtschaftlicher Status

Foto:

Identifikatoren:

- Was macht die Persona aus (z. B.: Hobbys, Interessen)?
- Wie ist ihr Auftreten?
- Welches sind ihre bevorzugten Kommunikationskanäle?
- Wie ist das Informationsverhalten (On-/Offline & welche Kanäle)?
- Wie ist das Einkaufsverhalten (On-/Offline)?
- Wer übt Einfluss auf die Persona aus (Freunde, Arbeitskollegen, Vorbilder etc.)?

Erwartungen, Ziele & Emotionen:

- Was möchte diese Persona mit dem Coaching erreichen?
- Welche Probleme will sie lösen?
- Welchen Nutzen will sie erzielen?
- Und welche Gefühle könnten dies alles begleiten?
- Welche Ängste könnte sie haben?
- Und was könnte sie ganz besonders begeistern?

Herausforderungen:

- Welche Herausforderungen treten für die Persona bei der Entscheidung bzw. Anbieter-& Produktauswahl auf?
- Womit hat sie zu kämpfen?
- Was fällt ihr schwer?

Ideale Lösung:

- Wie können wir der Persona helfen, die Herausforderung zu meistern?
- Wie können wir ihre Erwartungen übertreffen?
- Mit welchen Emotionen können wir die Persona abholen?
- Wie helfen wir, dass sie ihre Ziele erreicht?

Häufige Einwände:

- Warum würde die Persona unser/e Produkt/Dienstleistung nicht kaufen?
- Welche Gegenargumente können aufkommen?
- Was könnte sie stören oder verunsichern?



Step 5:

Erstellung eines Leitfadens / einer Handreichung zur Erläuterung der einzelnen Schritte und der Herangehensweise.

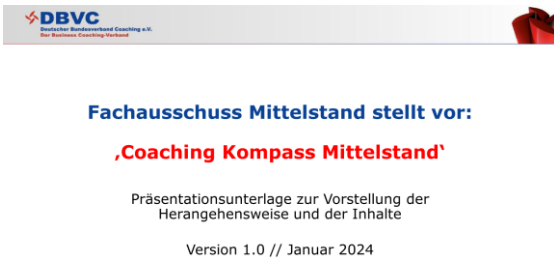
Beinhaltet die Beschreibung der vorherigen Schritte:

- » **Marktsegmentierung des Mittelstandes**
- » **Coaching Anlässe im Mittelstand**
- » **Persona im Mittelstand**





1) Übersichtspräsentation:
Übersicht über die Vorgehensweise
(DBVC Coaching Kompass_v01.pdf)



2) Leitfaden:
Zusammenfassung der Ergebnisse
(Coaching Kompass Mittelstand_v01.pdf)



3) Coaching Anlässe:
Coachinganlässe im Mittelstand
(Anlässe nach Unternehmensgröße_v01.pdf)

Kategorie	IHK-Anzahl	Themencontainer		
		Unternehmer	Organisation	Person
Kleinst Unternehmen	1-99	<ul style="list-style-type: none"> Haltung & Werte Employer Brand Personalbeschaffung in Zeiten von Personalmangel 	<ul style="list-style-type: none"> Hybride Arbeitswelt gestalten Transformation zu nachhaltiger Organisation begleiten 	<ul style="list-style-type: none"> Resilienz entwickeln Haltung & Wertearbeit Führen in Umbrüchen Digitale Transformation gestalten Perfektivwechsel Handlungssicherheit herstellen Unternehmensschöpfung Periodische Standortbestimmung zunehmende Dynamik & Komplexität
Kleine Unternehmen	10-49	<ul style="list-style-type: none"> Haltung & Werte Unternehmenskultur Employer Brand Personalbeschaffung in Zeiten von Personalmangel Perfektivwechsel Unternehmensschöpfung Transformation zu nachhaltiger Organisation begleiten 	<ul style="list-style-type: none"> Handlungssicherheit (operativ) herstellen Lenk OS etablieren Hybride Arbeitswelt gestalten Transformation zu nachhaltiger Organisation begleiten 	<ul style="list-style-type: none"> Resilienz entwickeln Haltung & Wertearbeit Führungskompetenzentwicklung Führen in Umbrüchen Digitale Transformation gestalten Perfektivwechsel Handlungssicherheit herstellen Unternehmensschöpfung Periodische Standortbestimmung höhere Frequenz bei Entscheidungen zunehmende Dynamik & Komplexität
Mittlere Unternehmen	50-499	<ul style="list-style-type: none"> Haltung & Werte Unternehmenskultur Employer Brand Personalbeschaffung in Zeiten von Personalmangel Digitale Transformation gestalten Perfektivwechsel Unternehmensschöpfung Transformation zu nachhaltiger Organisation begleiten 	<ul style="list-style-type: none"> Personalentwicklung Resilienzentwicklung Handlungssicherheit (operativ) herstellen Lenk OS etablieren Digitale Transformation begleiten Hybride Arbeitswelt gestalten Transformation zu nachhaltiger Organisation begleiten 	<ul style="list-style-type: none"> Karrierenwicklung Resilienz entwickeln Haltung & Wertearbeit Stabilität Führungskompetenzentwicklung Führungskompetenzbegleitung Führen in Umbrüchen Digitale Transformation gestalten Perfektivwechsel Handlungssicherheit herstellen Unternehmensschöpfung Periodische Standortbestimmung höhere Frequenz bei Entscheidungen zunehmende Dynamik & Komplexität
Großer Mittelstand	499-4.999	<ul style="list-style-type: none"> Haltung & Werte Unternehmenskultur Employer Brand Personalbeschaffung in Zeiten von Personalmangel Digitale Transformation gestalten Perfektivwechsel Unternehmensschöpfung Transformation zu nachhaltiger Organisation begleiten 	<ul style="list-style-type: none"> Personalentwicklung Resilienzentwicklung Handlungssicherheit (operativ) herstellen Lenk OS etablieren Digitale Transformation begleiten Hybride Arbeitswelt gestalten Transformation zu nachhaltiger Organisation begleiten 	<ul style="list-style-type: none"> Karrierenwicklung Resilienz entwickeln Haltung & Wertearbeit Stabilität Führungskompetenzentwicklung Führungskompetenzbegleitung Führen in Umbrüchen Digitale Transformation gestalten Perfektivwechsel Handlungssicherheit herstellen Unternehmensschöpfung Periodische Standortbestimmung höhere Frequenz bei Entscheidungen zunehmende Dynamik & Komplexität

4) Persona im Mittelstand:
Übersicht über die Persona im Mittelstand
(Persona BC Entscheider_v01.pdf)



Finalisierung und Bereitstellung der Unterlagen unter:

<https://www.dbvc.de/coach-werden/unsere-gremien-and-arbeitskreise/fachausschuesse/mittelstand>



Wir freuen uns, wenn wir Euch mit unserer Arbeit hilfreich sein konnten, und stehen Euch für eventuelle Rückfragen jederzeit gern zur Verfügung. ツ

Deutscher Bundesverband Coaching e.V.
Fachausschuss Mittelstand

Sprecher: Joachim Norf (Professional Coach DBVC)

E-Mail: [info \(at\) duesselnorf.de](mailto:info@duesselnorf.de)
[mittelstand \(at\) dbvc.de](mailto:mittelstand@dbvc.de)

Wir freuen uns auch auf Euer Feedback unter: <https://forms.office.com/e/TBPYiW66zJ>,
um den Coaching Kompass Mittelstand in Zukunft noch weiter entwickeln zu können.