

Wer hat Angst vor Mediation? Unternehmen und Wirtschaftsmediatoren in Deutschland

In Deutschland gibt es seit einigen Jahren eine große Zahl gut ausgebildeter Wirtschafts- und Arbeitsmediatoren, die viel Geld und Zeit in ihre Ausbildungen investiert haben. Die meisten von ihnen haben jedoch Schwierigkeiten, Fälle zu akquirieren und betreiben Mediation deshalb nur als Nebenerwerb. Warum haben Mediatoren und Unternehmen in Deutschland Schwierigkeiten, zu einander zu finden?

Ergebnisse einer Befragung

Ausgangspunkt unserer Untersuchung [3] war die Frage, warum Wirtschaftsmediation in Deutschland – anders als in den USA, Großbritannien oder den Niederlanden – so selten zum Einsatz kommt. Um diese Frage zu beantworten, wurden zunächst bundesweit 75 Mediatoren schriftlich zu ihrer Tätigkeit, ihrem Verdienst, ihrer Ausbildung, ihrer Zufriedenheit und ihren Erfahrungen mit der Akquisition von Fällen befragt. Mit diesen Daten konnte ein erster Überblick über die Lage deutscher Mediatoren gewonnen werden.

Im Anschluss wurden 19 Mediatoren und 15 Unternehmen telefonisch zur Akzeptanz von Wirtschaftsmediation in Deutschland befragt. Bei den Mediatoren ging es vordergründig um ihre Vermarktungsstrategien und ihre Erfahrungen mit Unternehmen. Einige der von uns befragten Unternehmensvertreter hatten bereits Erfahrungen mit Mediation gesammelt, andere nicht. Hier sollten vor allem zwei Fragen beantwortet werden:

- Wie unterscheiden sich Unternehmen, die Mediation nutzen, von solchen, die dies nicht tun? Und:
- Welche Erfahrungen haben deutsche Unternehmen mit Mediation gemacht?

In der Gesamtauswertung war es dann möglich, die Vermarktungsstrategien der Mediatoren mit den Erwartungen, Vorstellungen und Erfahrungen der

Unternehmen abzugleichen und so erste Hinweise zu geben, wie Mediatoren sich in einer Art und Weise vermarkten können, die auf die Bedürfnisse deutscher Unternehmen abgestimmt ist.

92 Prozent der Befragten hatten eine oder sogar mehrere Mediationsausbildungen absolviert und dafür zwischen 2.500 und 7.500 Euro ausgegeben. Die meisten zeigten sich sowohl mit dem Kosten-Nutzen-Verhältnis als auch mit der Praxisrelevanz ihrer Ausbildung zufrieden. Nur 13 Prozent der Mediatoren machten mit Mediation einen Jahresumsatz von über 20.000 Euro. Da verwundert es nicht, dass sich 70 Prozent der Befragten unzufrieden mit ihrem wirtschaftlichen Erfolg als Mediator zeigten. Interessanterweise waren gerade die wenigen Mediatoren ohne klassische Mediationsausbildung eher mit ihrem wirtschaftlichen Erfolg zufrieden.

Wie erklärten sich die Mediatoren ihre **Schwierigkeiten bei der Akquisition**? Die Antworten auf die

*Dipl.-Psych. Katrin Lambrette,
BIDART Consultants, München
lambrette@web.de*



*Dipl.-Psych. Melanie Herrmann,
Internationaler Bund e.V., Dresden
herrmann.melanie@t-online.de*

