

Herkunftsberufe von Wirtschaftsmediatoren

von Dr. iur. Detlev Berning, Hannover

Gibt es eine Eindeutigkeit in den Herkunftsberufen von Mediatoren, die sich für ein spezialisiertes Angebot im Bereich der Wirtschaft entschieden haben?

Wirtschaftsmediation ist das Einsatzfeld, von dem sich Mediatoren erhoffen, auch wirtschaftlich erfolgreich sein zu können. Aus welchen Bereichen kommen die Anbieter am Markt?

Was verstehen die Anbieter unter Wirtschaftsmediation?

Vorab sei geklärt, was die Anbieter in der Regel unter Wirtschaftsmediation verstehen, was zu können sie also anbieten¹. Als Anwendungsbereiche/Einsatzfelder werden beworben:

- Konflikte zwischen Kunden - Lieferanten
- Konflikte in und zwischen Teams in einer Organisation
- Konflikte in der Unternehmensleitung
- Konflikte zwischen Leitung und Aufsichtsgremium (Aufsichtsrat/Beirat)
- Konflikte bei Unternehmenskooperationen
- Konflikte zwischen Arbeitgebern - Arbeitnehmern
- Konflikte im Rahmen der Unternehmensnachfolge
- Konflikte im Rahmen der Aufgaben-, Kompetenz- u. Ressourcenverteilung in Unternehmen
- Konflikte mit der Bank (Bankmediation)
- Konflikte bei (geschlossenen) Fonds (Fondsmediation)
- Konflikte im Franchisesystem zwischen Franchisegeber und Franchisenehmer

Die Einsatzbereiche weisen eine große Nähe zum Recht auf. Deshalb war es interessant, herauszufinden, ob sich der Anbietermarkt entsprechend strukturiert.

Ergebnisse einer Marktanalyse

Eine – nicht repräsentative – Erhebung will einen Eindruck geben. Die ersten 100 Anbieter bei einer Recherche nach Wirtschaftsmediatoren (Google) ergab folgendes Ergebnis:

	<u>in %</u>
Rechtsanwälte	40
Steuerberater	11
Unternehmensberater	18
sonst. "Grundberufe"	22
	<hr/>
	91
	<hr/>

91% aller mit der Qualifikation Wirtschaftsmediator/Wirtschaftsmediatorin werbende haben demnach einen „Grundberuf“, bieten also nicht ausschließlich Mediation an. Mit 40% (aller recherchierter Anbieter) sind die Rechtsanwälte deutlich führend, gefolgt von verschiedenen Tätigkeiten wie Sachverständige (und Tätigkeiten, die im weiteren Sinne der Unternehmensberatung zugeordnet werden können – beispielsweise Betreuung von ärztl. Praxen) und den klassischen Unternehmensberatungen

¹ Die Aufzählung zitiert ausschließlich Aussagen der Wirtschaftsmediatoren, die in die statistische Auswertung Eingang gefunden haben.

mit 18%. Steuerberater bilden die letzte Gruppe, die sich eindeutig evaluieren lässt. Knapp 10% der Dienstleister bieten ausschließlich Wirtschaftsmediation an².

Interessant ist, dass von allen Anbietern nur 7% zugleich Mediationsausbilder sind.

Qualifikation/Qualität

Über die Qualität eines Mediators lässt sich trefflich streiten. Dass Ausbildungszeiten und –inhalte nur ein Mittel ist, einen guten Mediator zu schaffen, wird nicht wirklich in Frage gestellt. Dennoch spielt der belegbare Nachweis einer seriösen Ausbildung nach allgemeiner Einschätzung für den Marktzugang eine große Rolle. Auch das MediationsG³ weist in diese Richtung.

Die BAFM verlangt etwa für die Zulassung/Anerkennung als Familienmediator ein abgeschlossenes Hochschulstudium der Rechte, der Sozialwissenschaften oder der Psychologie⁴. Ein Hochschulstudium oder eine vergleichbare Ausbildung sowie mindestens 3 Jahre Berufserfahrung sind Voraussetzung für eine Anerkennung als Mediator BMWA⁵. Der BM kennt solche Vorbedingungen nicht; die Qualität des vom BM anerkannten Mediators setzt keinen Grundberuf voraus, wohl aber – die auch bei den anderen Verbänden übliche – 200-Stunden-Ausbildung. Auch andere Ausbildungsgänge und Anerkennungen sind in dieser Weise unterschiedlich aufgebaut. Immer tritt dann die spezifische Ausbildung zum Mediator hinzu, die bei den großen Verbänden 200 Stunden umfasst.

Wirtschaftsmediatoren weisen in ihrer Selbstdarstellung darauf hin, dass für ihre Tätigkeit eine entsprechende Qualität notwendig ist. Die „Nachweise“ für Qualität sind sehr unterschiedlich. Bei 67% der Anbieter ist das der Bezug auf eine Ausbildung mit Abschluss und Anerkennung/Zertifikat. Soweit Anerkennungen eine Rolle spielen, ergibt sich folgendes Bild:

	<u>in %</u>
B-Verbände ⁶	10
IHK	23
RA-Akademie ⁷	22
Master	4
sonst.	8
	<hr/>
	67
	<hr/> <hr/>

Die IHK-Ausbildung mit dem entsprechenden (bundeseinheitlichen) Zertifikat (Mediator IHK) ist deutlich Marktführer. Den Ausbildungsnachweis der Anwälte (90-Stunden-Ausbildung) habe ich daraus geschlossen, dass sich die Anwälte mit der Gebietsbezeichnung nur schmücken dürfen, wenn sie ihrer Kammer gegenüber diesen Nachweis erbracht haben⁸. Interessant ist, dass die Anwälte auf

² Wobei ich nicht recherchiert habe, ob die Anbieter andere Dienstleistungen über andere Portale anbieten.

³ Ausführungsbestimmungen zu § 5 Mediationsgesetz – zugleich Anweisungen an den Verordnungsgeber gem. § 6 MediationsG

⁴ Ausbildungsordnung der BAFM <http://www.bafm-mediation.de/ausbildung/ausbildungs-richtlinien-der-bafm/1-einleitung-und-ubersicht>

⁵ Checkliste BMWA-Mediator <http://www.bmwa.de/zertifikat.php?myOID=&myUID>

⁶ Bundesverband Mediation e.V.(BM), Bundesarbeitsgemeinschaft Familienmediation (BAFM) und Bundesverband Mediation in Wirtschaft und Arbeit (BMWA)

⁷ Die Anwaltsakademie ist nicht der einzige Ausbilder, steht hier als größter Ausbilder für Anwälte

⁸ Die Anwaltskammern prüfen, ob sie eine Ausbildung gem. §7a BORA als geeignet ansehen, damit ein Anwalt die Zusatzbezeichnung *Mediator* tragen darf. Das ist üblicherweise bei einer 90-Stunden-Ausbildung der Anwaltsakademie der Fall.

ihre Ausbildung nicht ausdrücklich Bezug nehmen; im Vordergrund steht die juristische Qualifikation. Dass Anwälte auch gute Mediatoren sind, wird unterstellt. Die meisten Anwälte, die auf ihre Ausbildung verweisen (45% aller recherchierten Anwaltsmediatoren), verfügen über eine Anerkennung durch den BM bzw. den BMWA. Die Master-Ausbildung spielt mit 4% (noch) eine unbedeutende Rolle.

Steuerberater müssen ebenfalls – wie die Rechtsanwälte – ihrer Kammer gegenüber den Nachweis einer geeigneten Ausbildung erbracht haben, um sich als Mediatoren werbend darstellen zu dürfen. Steuerberater verweisen häufig auf eine IHK-Ausbildung und sind bei den 8% mit sonstigen Ausbildungen zu finden.

Die restlichen 33% verweisen auf ihre erfolgreiche berufliche Tätigkeit in der Vergangenheit (als Manager oder Anbieter unterschiedlicher Dienstleistungen) und versuchen so dem Leser die fachliche Eignung zu verdeutlichen. Warum diese Tätigkeit ein Qualitätsmerkmal für den Einsatz als Mediator in der Wirtschaft ist, wird nicht ausgeführt. Übersetzt bedeutet das, dass sich 1/3 ihre Qualität aus der Feldkompetenz herleitet⁹.

Interpretation

Abschließend sei der Versuch gewagt, die Erhebung zu interpretieren.

Es fällt auf, dass 40% der Anbieter Anwälte sind, die mit dem Angebot Wirtschaftsmediation ihre wirtschaftsrechtliche Kompetenz untermauern. Für große Kanzleien in diesem Marktsegment gehört es inzwischen zum guten Ton, einen Wirtschaftsmediator in der Kanzlei vorweisen zu können.

Dann folgt als nächstgrößte Gruppe die 33% aller Anbieter, die ohne Bezug auf eine Ausbildung ihre sonstigen Kompetenzen (Berufserfahrung) als Referenz dafür nutzen, Wirtschaftsmediation anbieten zu können.

Wenn man die Steuerberater mit 11% hinzurechnet, dominieren mit 84% die Wirtschaftsmediatoren, die ihre Klientel aus der eigentlichen beruflichen Tätigkeit rekrutieren. Hier noch einmal die Zahlen:

	<u>in %</u>
Rechtsanwälte	40
Steuerberater	11
Mediatoren ohne Ausbildungsangabe	33
	<hr/>
	84
	<hr/> <hr/>

Es sind nur 16% der Wirtschaftsmediatoren, die auf den ersten Blick keinen unmittelbaren Zugriff auf den Markt für Wirtschaftsmediation haben. Darunter sind die meisten der Ausbilder (mit 7% der Gesamterhebung), von denen nicht recht erkennbar ist, ob sie ihre Mediationstätigkeit im Bereich der Wirtschaft nur deshalb bewerben, um der Ausbildungskundschaft eine einschlägige Marktpräsenz vorweisen zu können.

Fazit

Diese Betrachtung schließt mit der Feststellung, dass nur max. 10% der Wirtschaftsmediatoren an Kunden kommen möchten, ohne eine einschlägige Feldkompetenz vorweisen zu können oder bereits

⁹ Zumindest werblich, um damit Kunden zu locken

aufgrund ihres Grundberufs, der weiterhin ausgeübt wird, einen direkten Zugriff auf den einschlägigen Markt haben. Dieses Ergebnis lässt folgende Schlüsse zu:

- Der Markt erwartet vom Wirtschaftsmediator Feldkompetenz, d.h. ein Wissen um das organisatorische Umfeld und die wirtschaftliche Bedeutung der Konflikte
- Der Markt fordert gar nicht sondern die Wirtschaftsmediatoren bzw. deren Umfeld (die Sozien der Anwalts- oder Steuerberaterkanzlei bzw. Partner der Unternehmensberatung u.ä.) schaffen den Bedarf durch ihre Hinführung zu Mediation in geeigneten Fällen.

Diese zwei Aspekte verstehen sich nicht zwingend als Alternativen; gut möglich ist auch, dass sich beide Gesichtspunkte ergänzen.

Dieser Zustand hat seinen guten Grund, den ich zu analysieren versucht habe. Wenn es richtig ist, dass Mediation von der Wirtschaft künftig mehr nachgefragt wird und die Auftraggeber Mediatoren mit Feldkompetenz bevorzugen, brauchen alle anderen Marktinteressierten eine Strategie, wie sie den Marktzugang finden.