

NOBCO

Nederlandse orde
van beroepscoaches

Affiliated with



ONDERZOEK PROFESSIONELE COACHMARKT

92%
60%



40%
26%

1.705
respondenten

58%

72%



3/4



Vooruitkijken, verdiepen en verbinden: de staat van professionele coaching in Nederland in 2025

Wat beweegt de Nederlandse coachmarkt in 2025? Wat zijn actuele thema's in het coachvak, welke werkwijzen winnen aan populariteit en hoe ontwikkelt het vak zich als professie? In deze vijfde editie van het tweejaarlijkse onderzoek professionele coachmarkt van de Nederlandse Orde van Beroepscoaches (NOBCO) bieden we opnieuw een rijk beeld van de stand van zaken in coaching in Nederland.



David Brode,
bestuurslid NOBCO

'Naast de interessante inzichten die dit onderzoek oplevert, is het vooral een leuke klus om de samenstelling van de professionele coachmarkt in kaart te brengen.'

Sinds 2016 volgen we elke twee jaar de ontwikkelingen in de coachmarkt op de voet. Deze vijfde editie bouwt voort op de eerdere onderzoeken, maar verbreedt én verdiept. Elke editie vragen we duizenden coaches uit Nederland naar hun inzichten. In aanvulling daarop hebben we ook twee nieuwe doelgroepen benaderd om een beter beeld te krijgen van onze potentiële klanten. Hoe kijkt men in Nederland naar coaching? En hoe wordt coaching in het bedrijfsleven toegepast?

De inzichten in dit rapport helpen daarom niet alleen coaches om hun eigen praktijk te spiegelen aan bredere ontwikkelingen, maar bieden ook organisaties, HR-professionals en andere afnemers van coaching waardevolle handvatten.

Nieuw in deze editie is dat we coaches hebben gevraagd naar het vertrouwen in het voortbestaan van hun coachpraktijk. Maken zij zich zorgen, bijvoorbeeld door de opkomst van AI of de verzadigde markt, of zien zij de toekomst juist rooskleurig tegemoet door de toenemende vraag naar coaching?



Inhoudsopgave

Vooruitkijken, verdiepen en verbinden:

de staat van professionele coaching in Nederland in 2025	2
1. Introductie	4
2. Onderzoeksopzet	6
Achtergrond en ervaringen van deelnemers	7
3. One-pager: kerncijfers opvallende onderzoeksresultaten	10
4. Wat vindt Nederland? Resultaten uit de steekproef	11
Interview met Sergio van der Pluijm	13
5. Alle cijfers:	
Wie en hoe wordt er gecoacht?	15
Coachsessies	17
Certificering en professionalisering	19
Interview met bestuur NOBCO, Marieke Jellema en Geeske te Gussinklo	21
Marketing & vindbaarheid	23
6. Onderzoek professionele coachmarkt over de jaren heen	25
7. One-pager: vergelijking met voorgaande jaren	26
Financieel	27
Interview met kapitein Lisanne Bolderheij	28
8. Ontwikkelingen op de coachmarkt	30
9. Conclusie en vooruitblik	32



HR-resultaten:
de inzichten van HR-
professionals vind je bij
[marketing & vindbaarheid](#).

[Bekijk verderop](#)
de one-pager met
het overzicht van de
belangrijkste resultaten

[Bekijk verderop](#)
een vergelijking met
de resultaten van
voorgaande jaren.

Introductie

Coaching beweegt mee met de vragen van deze tijd

In een arbeidsmarkt die hoge wendbaarheid vraagt en waarin welzijn en professionele groei steeds centraler staan, zoeken organisaties en individuen naar bewezen manieren om veerkracht, leiderschap en samenwerking te versterken. Professionele coaching is daarin geen luxe, maar een instrument dat reflectie verbindt met resultaat. Steeds meer mensen ervaren de waarde ervan. Uit internationaal onderzoek van de *International Coaching Federation (2025)* blijkt dat het aantal coach practitioners de afgelopen twee jaar wereldwijd met 15% is gegroeid, en dat de markt inmiddels een omvang heeft van ruim \$ 5,3 miljard (ca. € 5 miljard). Ook in Nederland zien we die groei terug: coaching wordt steeds vaker ingezet bij thema's als duurzame inzetbaarheid, werkdruk en mentale gezondheid (CBS/TNO, 2024).

Met dit rapport bieden we een tweejaarlijks kompas voor de Nederlandse coachpraktijk

Deze vijfde editie verbreedt en verdiept: naast een brede uitvraag onder coaches hebben we dit jaar ook een onderzoeksbureau gevraagd een representatieve groep binnen onze maatschappij te bevragen, én vroegen we HR-professionals en leidinggevendenden naar hun ervaringen met coaching in organisaties. Daarmee brengen we drie perspectieven samen: het vak zelf, de toepassing binnen organisaties en de maatschappelijke blik.

Wat valt op in 2025?

Uit de gegevens komt een beeld naar voren van een vak dat stevig geworteld is én volop in ontwikkeling blijft. Meer dan duizend mensen namen deel aan dit onderzoek: 811 coaches, 33 HR-professionals en 182 burgers uit een representatieve steekproef. Thema's als werk-privébalans (78%), zelfontplooiing (70%) en loopbaanontwikkeling (69%) staan hoog op de agenda, terwijl ook stress en burn-out (67%) nadrukkelijk blijven terugkomen. Oplossingsgericht werken (62%) en systemisch coachen (54%) winnen verder aan terrein. Opvallend is dat de vindbaarheid van coaches grotendeels via relaties verloopt: 80% van de coachees en 69% van de opdrachtgevers vindt een coach via het eigen netwerk. Certificering en professionalisering worden breed gewaardeerd: 77% van de coachees gaf aan begeleid te zijn door een gecertificeerde coach, en voor bijna een kwart daarvan was dit doorslaggevend. Tegelijkertijd spreekt tweederde van de coaches veel vertrouwen uit in de toekomst van hun praktijk, ondanks zorgen over marktverzadiging of de opkomst van AI.



David Brode, bestuurslid NOBCO:

'Ik geloof dat coaching niet alleen individuen sterker maakt, maar ook bijdraagt aan een veerkrachtige samenleving'

Dat maakt coaching relevant. Wereldwijde gebeurtenissen zijn zichtbaar door de wijze waarop we 24/7 verbonden zijn. Ze lijken elkaar ook sneller op te volgen en we worden ons hier meer en meer bewust van. Dat bewustzijn vergroot ook ons gevoel van onzekerheid. Uiteraard lost coaching die problemen niet op, maar ik ben wel trots op de rol die we kunnen spelen in de wijze waarop mensen omgaan met die onzekerheid.

Een concreet voorbeeld laat zien hoe dit ook internationaal resoneert

Ik sprak met Anne de Pagter, die onlangs in Amerika een opleiding volgde. Zij vertelde dat er in de boardrooms van grote multinationals steeds meer aandacht komt voor welzijn als serieuze factor naast financiële en sturingsinformatie. Zij noemde het voorbeeld van organisaties die inmiddels Chieft Wellbeing Officers aanstellen. Een ontwikkeling die laat zien dat welzijn en professionele groei niet langer bijzaak zijn, maar kernwaarden van goed bestuur.



Van data naar dialoog.

Deze bevindingen bevestigen dat coaching zich ontwikkelt als een volwassen vak én als maatschappelijke voorziening. De cijfers bieden houvast, maar de waarde zit vooral in de betekenis die we er gezamenlijk aan geven. Dit rapport nodigt uit om te reflecteren op de plaats van coaching in organisaties en samenleving, en geeft bestuurders, HR-professionals en coaches concrete handvatten om keuzes te maken die werken—nu en in de toekomst.



Onderzoeksofzet

Het onderzoek is voor de vijfde keer uitgevoerd, met als doel een beeld te krijgen van de samenstelling en ontwikkelingen binnen de professionele coachmarkt in Nederland. Net als in eerdere edities richt dit onderzoek zich op het verkrijgen van een actueel en representatief beeld van het werkveld van professionele coaches. Daarnaast zijn dit jaar ook andere doelgroepen bevroegd.

De dataverzameling vond plaats in het eerste kwartaal van 2025, met een looptijd van een maand. De vragenlijsten zijn ontwikkeld door NOBCO, in samenwerking met onderzoekdoen.nl.

Eén onderzoeksrapport, drie doelgroepen, drie vragenlijsten

Deze editie hebben we niet één, maar drie verschillende vragenlijsten verspreid, met elk een andere doelgroep.



Coaches in Nederland

De vragenlijst werd voorgelegd aan verschillende groepen coaches: het grootste deel van de ondervraagde coaches zijn aangesloten bij NOBCO. De vragenlijst met een totaal van 48 vragen, bestond uit een mix van meerkeuzevragen, schaalvragen en enkele open vragen. De focus lag op thema's als doelgroep en werkwijze van coaches, coachvragen, gebruikte methodieken, certificering en professionalisering, verdienmodellen en de manier waarop coaches worden gevonden. Ook actuele onderwerpen zoals financiën, coachthema's en de rol van technologie in coaching zijn opgenomen. In totaal hebben 811 respondenten deze vragenlijst ingevuld.



Foto: De Commissie Wetenschappelijk Onderzoek (CWO) van NOBCO

Respons

Coaches

De grootste leeftijdsgroep is tussen **51 en 60 jaar (43%)**.

Van de respondenten zegt 0,1% zich anders te identificeren en 1% zegt dit liever niet.

Als hoogste opleidingsniveau heeft **94% hbo of wo** afgerond.

76%
Vrouw

23%
Man

0% 20% 40% 60% 80% 100%

811 respondenten

141

85%

● volledig ingevuld ● deels ingevuld

HR, management & directie

De grootste leeftijdsgroep is **50+ jaar (50%)**.

Als hoogste opleidingsniveau heeft **64% hbo en 32% wo** afgerond.

59%
Vrouw

41%
Man

0% 20% 40% 60% 80% 100%

33 respondenten

16

67%

● volledig ingevuld ● deels ingevuld

Steekproef onder inwoners*

De grootste leeftijdsgroep is tussen **61 en 70 jaar (34%)**.

Van de respondenten zegt 1% het geslacht liever niet te delen.

Als hoogste opleidingsniveau heeft **33% mbo en 25% hbo** afgerond.

58%
Vrouw

41%
Man

0% 20% 40% 60% 80% 100%

182 respondenten

99%

● volledig ingevuld ● deels ingevuld

* We hebben een onderzoeksbureau gevraagd een representatieve steekproef van inwoners van Nederland te bevragen.

Publieksperspectief

Deze groep is tot stand gekomen via een onderzoekspanel van onderzoekdoen.nl en vormt een representatieve steekproef van inwoners van Nederland. De vragenlijst aan deze groep bestond uit 14 vragen. Onder deze groep werd de perceptie van coaching onderzocht: Ervaringen, bekendheid met coaching en investeringsbereidheid. Ook werd het belang van certificering van coaches uitgevraagd. In totaal hebben 182 respondenten deze vragenlijst geheel ingevuld.

Professionals met zicht op de inzet van coaching binnen hun organisatie

Tot slot is er een vragenlijst verspreid onder professionals die zicht hebben op de inzet van coaching binnen hun organisatie. Het doel van deze vragenlijst was om inzicht te verkrijgen in de toepassing van coaching binnen het bedrijfsleven. Onder deze doelgroep vallen onder andere HR-professionals, leidinggevenden en directieleden. Deze vragenlijst bestond uit 24 vragen, waarin onder andere werd gevraagd naar de manier waarop coaching in het bedrijfsleven wordt ingezet. Daarnaast is uitgevraagd welke groepen vooral worden gecoacht, en wat de investeringsbereidheid is van de organisatie in coaching. Ook aan deze groep is gevraagd hoe zij kijken naar certificering van coaches. In verband met de relatief lage hoeveelheid respondenten (33) worden deze resultaten enkel als eerste indruk weergegeven en worden de resultaten in het rapport daarom met voorzichtigheid geïnterpreteerd.



Benadering

Coaches in Nederland en professionals die zicht hebben op coaching binnen hun organisatie zijn benaderd via e-mail, nieuwsbrieven en partnerorganisaties, waaronder beroepsverenigingen en diverse publieke en private instellingen.

Daarnaast zijn algemene uitnodigingen verspreid via de NOBCO-website en social-mediakanalen om de respons te vergroten. Ondanks dat we bij het verzamelen van de gegevens hebben getracht om zo veel mogelijk coaches in Nederland te benaderen, blijkt vanuit het overgrote deel van de respondenten aangesloten bij NOBCO/EMCC-NL (90%).

Om tot een steekproef te komen van Nederlandse inwoners, hebben we gebruik gemaakt van een panel van zogenoemde 'ippies'. Dit panel beschikt over een diverse groep. Als 'beloning' voor het invullen van een vragenlijst krijgen deze panelleden 'ippies' waarmee ze in meer dan 2.000 webshops producten kunnen aanschaffen. Panelleden zijn benaderd totdat een betrouwbaar aantal volledig ingevulde vragenlijsten was bereikt. Nadat dit aantal was behaald, werd de vragenlijst gesloten. De dataverzamelingsperiode voor deze doelgroep liep daarmee van 21 maart 2025 tot en met 26 maart 2025.



Hoe zijn de vragenlijsten opgebouwd?

Stellingen

De vragenlijsten bestonden voor een deel uit stellingen. Respondenten konden een antwoord geven op een schaal van 1 tot 5 (helemaal oneens tot helemaal eens). De respondenten konden ook de optie 'Weet ik niet' kiezen. De resultaten van de stellingen worden telkens weergegeven met de gemiddelde score van alle respondenten.

Meerkeuzevragen

De vragenlijsten bestonden voor een groot deel uit meerkeuzevragen. De resultaten van deze vragen worden telkens weergegeven in percentages. Wanneer respondenten meerdere antwoorden konden selecteren, tellen de percentages op tot meer dan 100%.



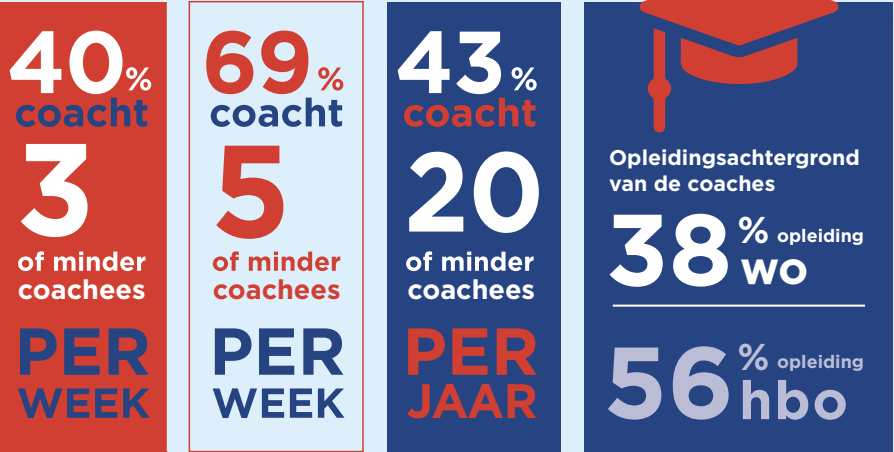
Open vragen

Er zijn een aantal open vragen aan de respondenten gesteld. Niet alle antwoorden van de open vragen worden getoond in dit rapport. Ook de antwoorden bij 'Anders, namelijk:' (bij meerkeuzevragen) worden niet allemaal in deze rapportage getoond. Bij een deel van de open vragen konden respondenten een getal (bijvoorbeeld uren of euro's) invullen, in deze gevallen zijn de antwoorden gecategoriseerd in grafieken en worden gemiddelden getoond.

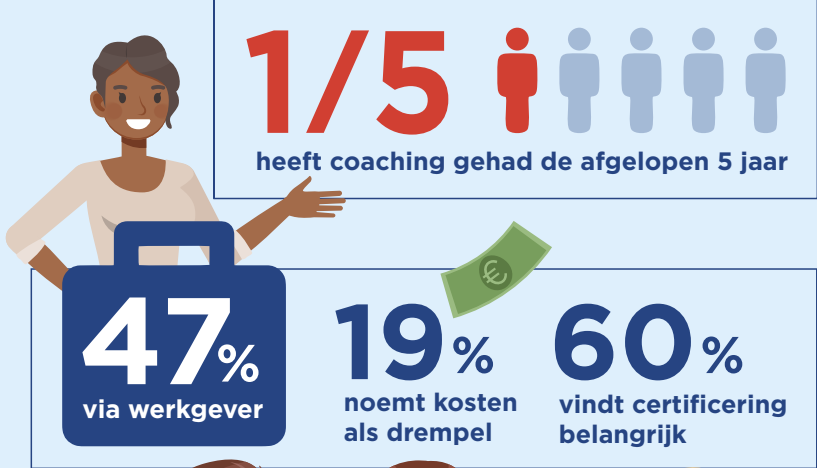


Opvallende resultaten

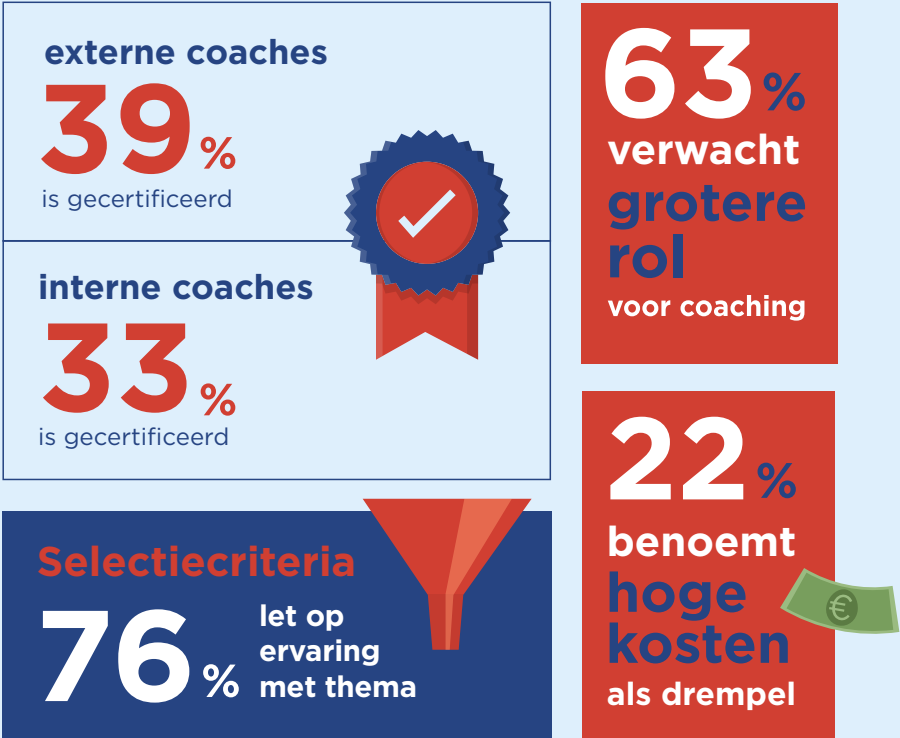
Coaches



Algemene steekproef uit inwoners



HR, management & directie



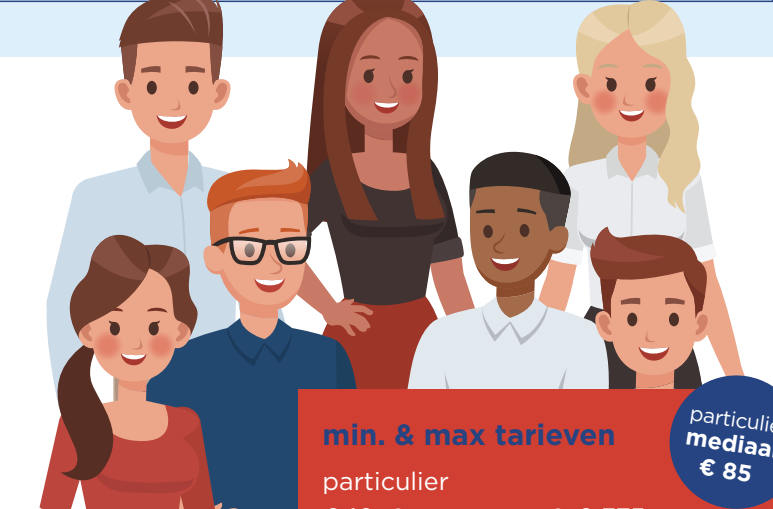
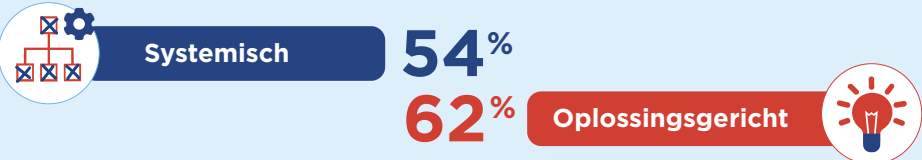
Wie en hoe wordt er gecoacht?



coachvragen over



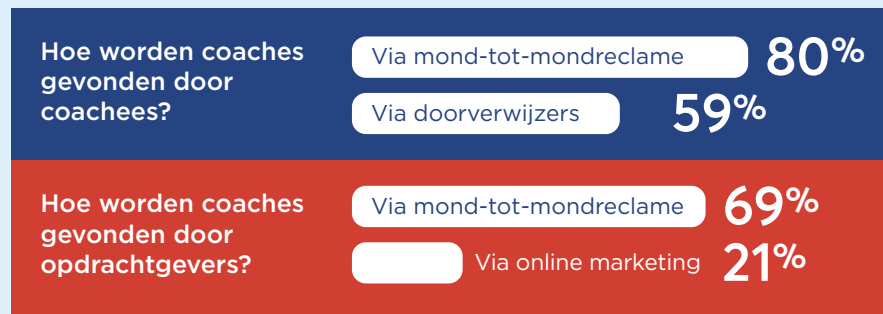
Meest gebruikte coachmethodieken



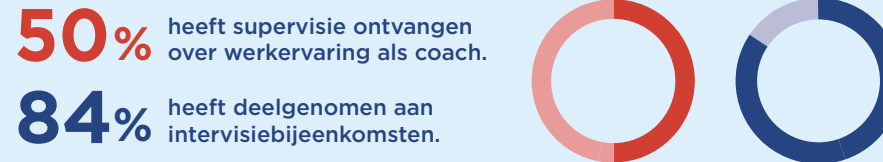
Financieel



Vindbaarheid



Supervisie & intervisie



Resultaten uit de steekproef

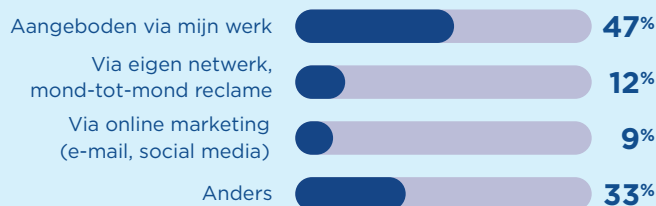
182 Mensen hebben meegedaan met het onderzoek en hun inzichten over de Nederlandse professionele coachmarkt gedeeld. Daarmee krijgen we een eerste indruk hoe er in Nederland naar de coachmarkt wordt gekeken. Wat zijn de belangrijkste beweegredenen om voor een specifieke coach te kiezen? En in hoeverre hecht men waarde aan gecertificeerde coaches?

Van de ondervraagde respondenten heeft 18% in de afgelopen vijf jaar gebruik gemaakt van één of meerdere coachtrajecten. Het merendeel (77%) van de respondenten gaf aan dat hun coach gecertificeerd was. Wil je weten of deze groep bij het kiezen van een coach let op certificering? **Lees verder op pagina 19.**

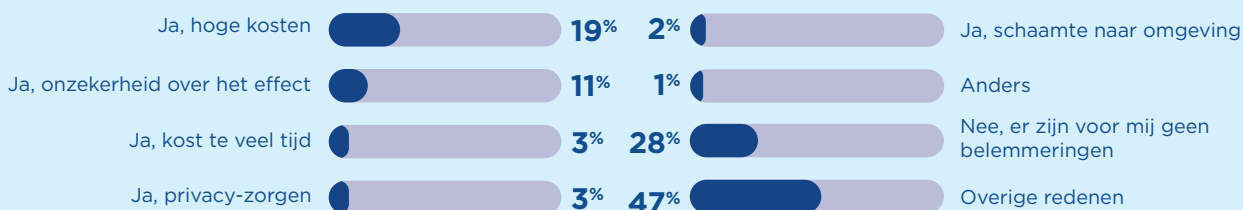
Heeft u de afgelopen vijf jaar gebruik gemaakt van een coach?



Via welk kanaal heeft u uw coach gevonden?



Zijn er voor u belemmeringen om een coach in te schakelen?



Hoe belangrijk vindt u het dat uw coach gecertificeerd is?



Aan de groep uit de steekproef is gevraagd of ze bekend zijn met beroepsorganisaties gerelateerd aan coaching. Van de respondenten was 51% niet bekend met beroepsorganisaties. Van de groep die al eerder een coachtraject hebben gevolgd, gaf 50% aan dat hun coach was aangesloten bij een beroepsvereniging, 6% gaf aan dat hun coach niet was aangesloten bij een beroepsvereniging, 44% gaf aan het niet te weten. Slechts een deel van de ondervraagden lijkt zich bewust van het bestaan van beroepsorganisaties voor coaching. Hiermee lijkt er een taak te liggen voor beroepsorganisaties om hun bekendheid bij het bredere publiek te vergroten.

De meeste coaches worden aangeboden via de eigen werkgever

Van de respondenten gaf 47% aan hun coach te hebben gevonden doordat deze werd aangeboden via het werk, 12% gaf aan hun coach te hebben gevonden via connecties uit het eigen netwerk en 9% via online marketing. Voor coaches lijken er dus kansen te liggen door hun promotie te richten op bedrijven of verwijzingen binnen het eigen netwerk.





Interview met coach, opleider en auteur **Sergio van der Pluijm**

Werk-privébalans wordt het vaakst genoemd als onderwerp waarmee coachees bij hun coach komen (78%). Is dat iets dat jij herkent vanuit de praktijk?

Sergio: Het verbaast me niet als ik nadenk over de tijd waarin we leven. Als ik bijvoorbeeld kijk naar wat coaches inbrengen tijdens trainingen dan komt iets dat daarop lijkt veel terug. Als ik hardop nadenk dan is het eigenlijk heel logisch, want werk en privé lopen enorm door elkaar, zeker sinds de pandemie waarin we zijn gaan thuiswerken. Dat roept vragen op bij mensen. Bijvoorbeeld of ze zichzelf of hun partner tekort doen door teveel te werken, maar ook of ze hun werkgever tekort doen als ze bijvoorbeeld thuis een keer de was doen onder werktijd. Ik kan me wel voorstellen dat het voor veel mensen zoeken is naar die balans.

Oplossingsgericht coachen is met 62% de meest toegepaste benaderingswijze. Jij hebt een boek uitgebracht over oplossingsgericht coachen en leidt coaches op in deze aanpak. Zijn de resultaten uit het onderzoek voor jou verrassend?

Sergio: Dat hoge percentage had ik niet verwacht. Ik heb nog steeds het gevoel dat veel coachende professionals en zeker ook veel therapeuten een probleemgerichte blik hebben. Dat ze toch het idee hebben een beetje te moeten graven in het verleden. Dat er zo'n hoog percentage uit naar voren komt daar word ik dus heel blij van.

Waarom denk jij dat zoveel coaches kiezen voor deze benaderingswijzen?

Sergio: Ik kan me voorstellen dat veel coaches het inderdaad fijn vinden om te denken in oplossingen. Wat ik me wel afvraag is of deze coaches dan ook echt werken volgens de oplossingsgerichte coaching van Steve de Shazer en Insoo Kim Berg of dat de term gewoon aanspreekt, natuurlijk ben je als coach voor oplossingen. Oplossingsgericht coachen lijkt inderdaad meer mainstream te worden.

Wat is jouw visie op de toegankelijkheid van coaching voor diverse doelgroepen? Je hebt onder andere bij de reclassering gewerkt en daar is jouw coachcarrière eigenlijk begonnen.

Sergio: Ik denk niet dat coaching voor alle groepen even toegankelijk is. Alleen al financieel bijvoorbeeld. Als ik denk aan mijn tijd bij de reclassering, dan leek wat daar gebeurde inderdaad veel op coaching, maar niemand noemde dat zo. Dan wordt het toch eerder hulpverlening genoemd of begeleiding. En ja, die vormen van hulpverlening die zijn in principe kosteloos. Maar daar word je naar toegestuurd, of je wil of niet. Dat is bij coaching anders. Bovendien moet coaching toch meestal uit de eigen portemonnee worden betaald. Een sessie kost al snel € 100. Dus alleen daar al gaat het scheef denk ik.

Het merendeel van de coaches heeft veel of heel veel vertrouwen in het voortbestaan van hun eigen coachpraktijk (66%). Wat herken jij daarvan in de praktijk? Welke zorgen of juist kansen hoor of zie jij?

Sergio: Wat ik vooral zie is dat mensen diep in hun hart heel graag een eigen coachpraktijk zouden willen. Vaak zijn ze dan in loondienst en dromen ze van het opbouwen van een eigen praktijk. En dan hebben ze vaak de overtuiging dat er al zoveel coaches zijn. Hoe gaan ze zich dan profileren? Ze zijn vooral bezig met zorgen over de vele concurrentie, maar stellen zichzelf niet de vraag: is coaching over 10 jaar nog wel relevant? Ik kan me wel voorstellen dat mensen die al wat langer in het coachvak zitten,

en die ook een beetje volgen wat gaande is, zich wel wat zorgen maken. En dan denk ik aan AI. Ik merk dat ik zelf ook wel nadenk over hoe ik ga anticiperen op deze veranderende wereld. Ik heb zelf een tijdje op twee benen gehinkt. Aan de ene dacht ik: ik kan natuurlijk zelf lekker veel experimenteren met AI en zorgen dat ik het snap en kan inzetten voor coaching. Aan de andere kant dacht ik: ik kan me natuurlijk ook helemaal toelagen op een manier van coachen die AI nooit zal kunnen.

Hoe zou dat er dan uit kunnen zien?

Sergio: Ik overweeg om iets met lichaamsgerichte coaching te gaan doen. Coaching chatbots worden alleen maar beter, en ik denk dat een chatbot prima een oplossingsgericht gesprek kan voeren. Maar wat ze nog niet kunnen is als levend mens met hart en ziel aanwezig zijn in dezelfde ruimte en bijvoorbeeld een oefening doen. Ik ben 55 en ik vind mijn werk ontzettend leuk. Ik hoop echt nog wel 20 jaar te kunnen en mogen werken in het coachvak. Ik neig dus nu wel naar die laatste optie, om iets te gaan doen dat AI niet zou kunnen.

Wat denk jij dat de komende jaren belangrijke thema's gaan worden waarmee mensen bij een coach aankloppen?

Sergio: Waar ik bang voor ben, is dat veel mensen straks met een zingevingprobleem zitten omdat hun baan is overgenomen door AI. Dat is nu al gaande, bijvoorbeeld bij vertalers. Je zal maar ontslagen worden doordat je baan overgenomen is door AI. Als je voorheen ergens ontslagen werd, dan kon je het nog wel opnieuw proberen bij een ander bedrijf. Maar als jouw functie wordt wegbezuinigd doordat AI je vak overneemt, dan hoef je natuurlijk ook niet ergens anders aan te kloppen. Het zal je maar overkomen, dat je op die manier je dierbare baan kwijtraakt. Nou, dan kun je wel een coach gebruiken.

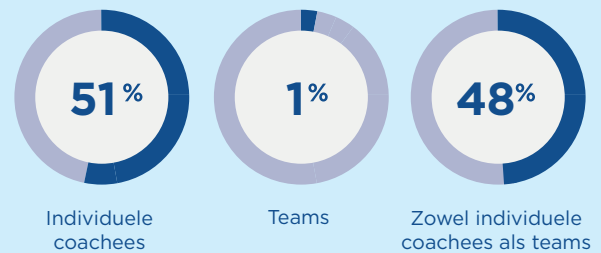
Wie en hoe wordt er gecoacht?

Uit de vragenlijst onder coaches blijkt dat de mensen die zij coachen ('coachees') voornamelijk hoogopgeleide professionals en managers/leidinggevers zijn. Veel minder vaak zijn het studenten, starters of werkzoekenden. Dit blijkt ook uit de vragenlijst aan professionals met zicht op coaching binnen hun organisatie: de grootste groep die coaching ontvangt binnen organisaties bevindt zich op managementniveau.

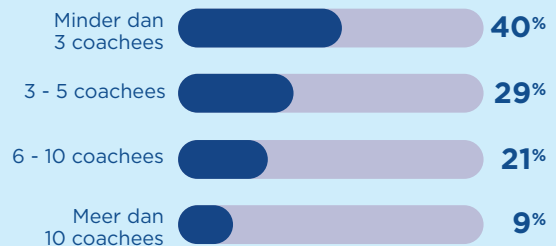
Werk-privébalans wordt het vaakst genoemd als onderwerp waarmee coachees bij hun coach komen (78%). Dit komt overeen met het onderzoek van 2 jaar geleden (tevens 78%). Op de tweede plaats staat zelfontplooiing (70%), gevolgd door loopbaan/carrière (69%) en stress of burn-out (67%). Ook in de algemene steekproef zien we deze thema's terugkomen. Van de respondenten geeft 38% aan dat hun coachtraject betrekking had op stress of burn-out, bij 24% ging het coachtraject over loopbaan/carrière, en bij 21% over werk-privébalans.

Als we kijken naar de gekozen benaderingswijzen door coaches, dan zien we dat oplossingsgericht coachen met 62% de meest toegepaste benaderingswijze is, gevolgd door systemisch coachen (54%) en ontwikkelingsgericht coachen (50%). 48% van de coaches geeft aan zowel teams als individuele coachees te coachen, dat percentage ligt hoger dan twee jaar geleden, toen was het percentage nog 29%.

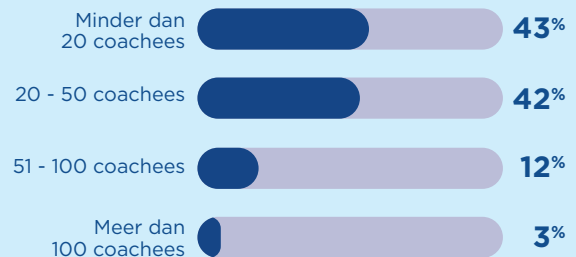
Coacht u voornamelijk individuele coachees of teams?



Hoeveel coachees coacht u gemiddeld per week?

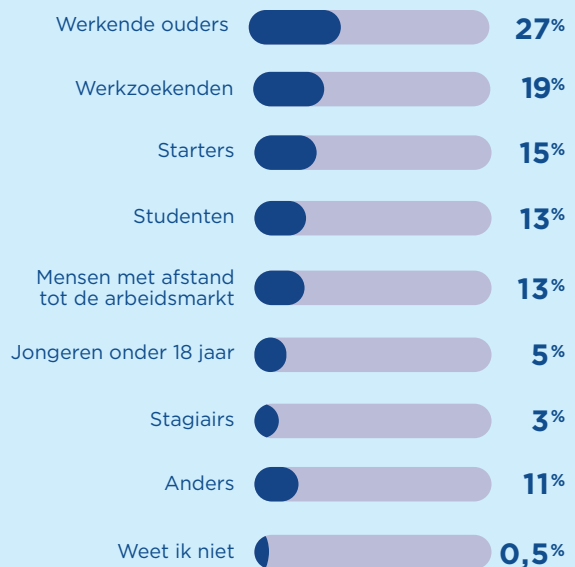


Wat is de omvang van uw jaarlijkse coacheebestand?



Wie waren het afgelopen jaar uw coachees?

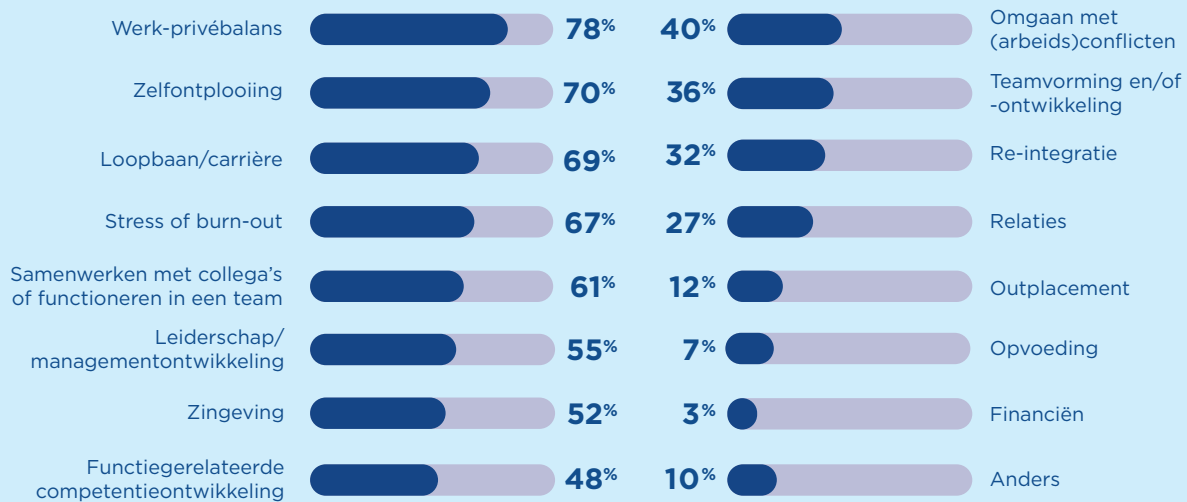
(Meerdere antwoorden mogelijk)



Coachvragen en benaderingswijze

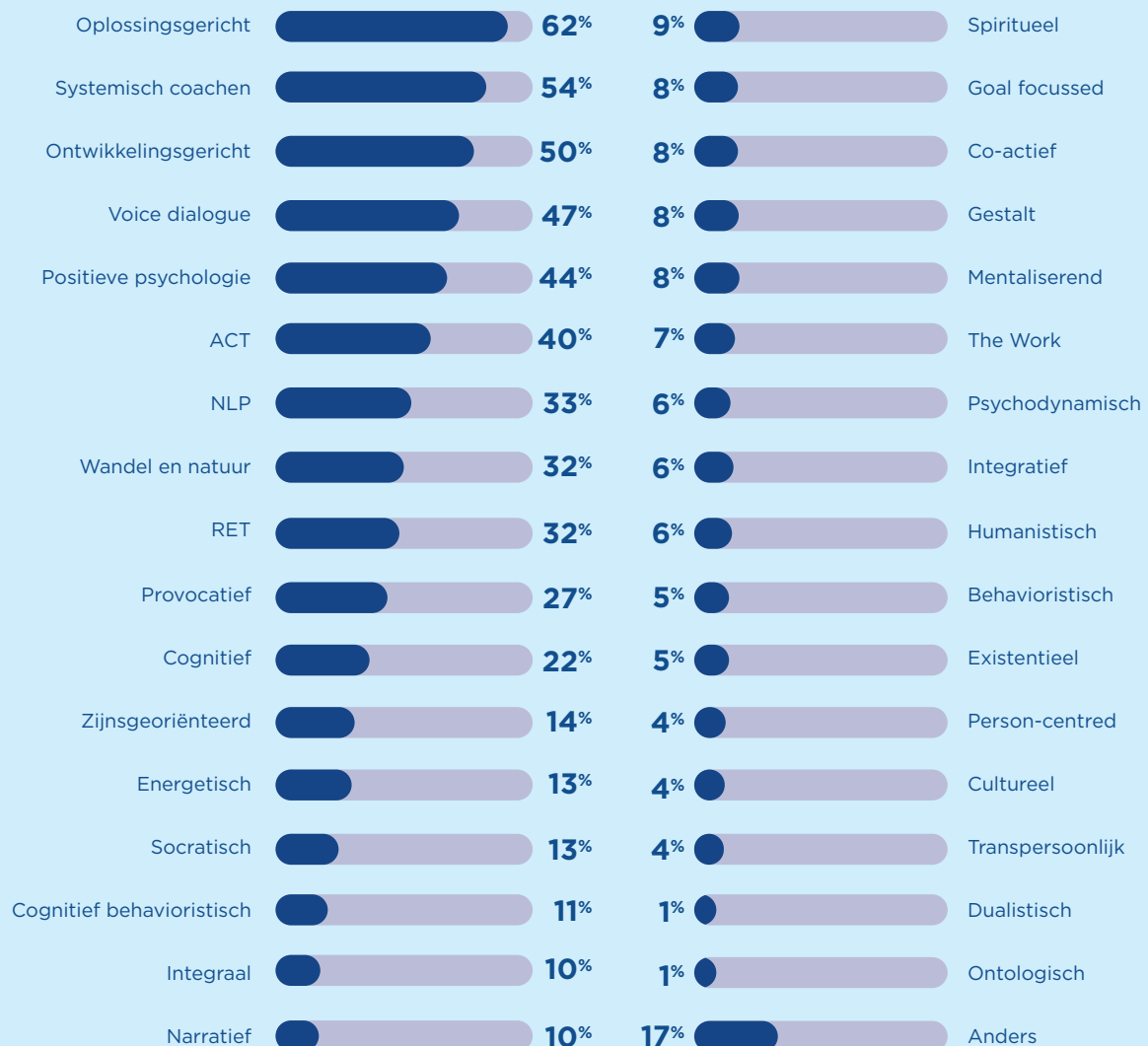
Op welk(e) gebied(en) komen coachees vooral bij u met coachvragen?

(Meerdere antwoorden mogelijk)



Welke benaderingswijze(n) gebruikt u over het algemeen binnen uw coaching?

(Meerdere antwoorden mogelijk)



Coachsessies

In de vorige editie van het trendrapport in 2023 verwachtten we dat de opkomst van technologische invloeden in 'rap tempo zou toenemen'. Logischerwijs zouden we anno 2025 verwachten dat, mede door de komst van ChatGPT, deze ontwikkelingen steeds sneller gaan.

Uit de resultaten van het onderzoek blijkt echter nog nauwelijks een verschuiving zichtbaar. Van de respondenten geeft 96% aan gesprekken face-to-face plaats te laten vinden. 61% geeft aan dat de coachgesprekken plaatsvinden via videobellen en 36% geeft aan op de blended manier te coachen (een combinatie van face-to-face en andere contactvormen binnen één coachtraject). Het totale percentage overstijgt 100% omdat er op deze vraag meerdere antwoorden mogelijk waren. In de voorgaande editie van het trendrapport gaf 98% van de respondenten aan face-to-face te coachen, 66% gaf aan te coachen via videobellen via de computer en 22% gaf aan te coachen via videobellen via telefoon.

Wat opvalt aan de resultaten uit het huidige onderzoek is dat coachtrajecten die face-to-face, online of blended plaatsvinden van iets kortere duur zijn (gemiddeld 21 weken) dan coachtrajecten die via chat of e-mail plaatsvinden (gemiddeld 25 weken).

Bovendien laten de resultaten van het onderzoek zien dat slechts 0,5% van de respondenten aangeeft coachgesprekken plaats te laten vinden door middel van geautomatiseerde chat (AI). Afgaande op de algemene marktontwikkelingen zou er te verwachten zijn dat coaches ook AI zouden toepassen in hun coachpraktijk, maar dit blijkt dus slechts door enkele coaches uit ons onderzoek in de praktijk te worden toegepast.



Gemiddelde lengte van een coachtraject

21 weken

Face-to-face,
online of blended

25 weken

E-mail of chat

Ten opzichte van de editie van twee jaar eerder kunnen we geen harde conclusies trekken over de verschuiving van technologische invloeden. Bovendien is er niet bekend of de voorkeur van de coachlocatie (online of fysiek) wordt gedreven door de voorkeur van de coaches of van coachees. Dit zou een interessante nuancering zijn om verder uit te zoeken.

Daarbij is het belangrijk de resultaten van dit onderzoek in de juiste context te plaatsen. De vragenlijst aan coaches was gericht op en ingevuld door professioneel werkende coaches in Nederland: een groep die voornamelijk werkt met persoonlijke, face-to-face of hybride trajecten. Tegelijkertijd zien we dat aanbieders van AI-gestuurde coachoplossingen langzaam terrein winnen op de bredere coachmarkt. Mogelijkerwijs vallen deze aanbieders niet onder de doelgroep van dit onderzoek. Voor reguliere coaches is het daarom van essentieel belang om de ontwikkelingen rondom technologie zoals ChatGPT actief te blijven volgen, om te voorkomen dat ze op termijn worden ingehaald door nieuwe marktpartijen die wél op grote schaal digitale en laagdrempelige alternatieven aanbieden.

We zien geen toename in het gebruik van online coaching t.o.v. 2 jaar geleden.

Slechts 0,5% geeft aan chatbotcoaching in te zetten als dienst.



Op welke manier coacht u uw coachees?

(Meerdere antwoorden mogelijk)

96%
face-to-face

61%
videobellen
mobiel &
computer

36%
combi van
face-to-face
en andere
contactvorm

19% Telefonisch (bellen)

6% Per e-mail

5% Live-chat

0,5% Geautomatiseerde chat

4% Anders

Waar vinden de persoonlijke (face-to-face) coachsessies plaats?

(Meerdere antwoorden mogelijk)

Op mijn werkplek **73%**

Op werk van de coachee **31%**

Op een publieke plek **21%**

Bij mij thuis **21%**

Bij de coachee thuis **10%**

Anders **21%**

Hoelang duurt een coachsessie gemiddeld?

1% 1 tot en met 30 minuten

30% 31 tot en met 60 minuten

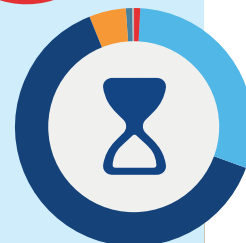
64% 61 tot en met 90 minuten

5% 91 tot en met 120 minuten

1% 121 tot en met 180 minuten

0,1% 181 minuten of meer

**Gemiddeld
80 minuten**



Certificering en professionalisering

De trend naar verdere professionalisering lijkt duidelijk: van de deelnemende coaches aan het onderzoek vindt 65% certificering (heel) belangrijk. Opmerkelijk genoeg zien we echter dat slechts 33% van de coaches merkt dat de organisaties met wie zij samenwerken certificering (heel) belangrijk vinden. Het merendeel van de deelnemende professionals met zicht op coaching binnen hun organisatie geeft echter aan dat hun organisatie certificering voor externe coaches belangrijk vindt (58%). Voor interne coaches is dit aanzienlijk minder, namelijk slechts 28%.

Los van de erkenning of waarde aan certificering, draagt certificering bij aan het verhogen van de professionele standaard van coaches en biedt het meer transparantie. De kern van certificering blijft namelijk de toetsing van een coach door een onafhankelijke assessor.



Certificering is voor mensen uit de algemene steekproef niet het belangrijkste aspect bij het kiezen van een coach.

De resultaten uit de vragenlijsten onder een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking geven een ander beeld. Zoals al eerder in het rapport valt te lezen, had 19% van de respondenten in de afgelopen vijf jaar gebruik gemaakt van één of meerdere coachtrajecten. Van de door hen gekozen coaches was het merendeel (77%) gecertificeerd. Van de respondenten geeft een deel aan niet te weten of hun coach gecertificeerd was (24%). Dat laat zien dat er nog ruimte bestaat voor het werken aan verdere bekendheid van certificering. Van de deelnemende respondenten die ervaring hebben met coaching, geeft het grootste deel aan het belangrijk te vinden dat hun coach gecertificeerd is (60%). Dat laat zien dat certificering door het merendeel van deze respondenten ook als toegevoegde waarde wordt gezien.

Er is een groeiend bewustzijn is dat er onderscheid is tussen professionele coaching en zelfbenoemde coaches. Certificering is in toenemende mate belangrijk, maar onder coaches niet het onderscheidende criterium voor de hulpvraag van de coachee.

Onder de doelgroep van coaches zien we dat 50% van de coaches gebruik maakt van supervisie, en 84% heeft deelgenomen aan intervisie. Daarnaast zien we dat 72% van de respondenten over registraties of certificeringen beschikt die relevant zijn voor hun coachactiviteiten.

HR, management & directie

Hoe belangrijk vindt uw organisatie het dat de interne coaches gecertificeerd zijn?

17 %
Heel belangrijk

11 %
Belangrijk

17 %
Neutraal

39 %
Niet belangrijk

6 %
Helemaal niet belangrijk

Hoe belangrijk vindt uw organisatie het dat de externe coaches gecertificeerd zijn?

29 %
Heel belangrijk

29 %
Belangrijk

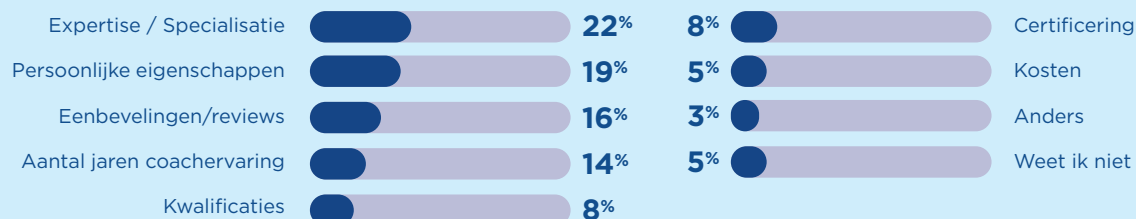
23 %
Neutraal

13 %
Niet belangrijk

6 %
Helemaal niet belangrijk

Algemene steekproef inwoners

Wat komt er volgens een representatieve steekproef onder de bevolking naar voren als het belangrijkste aspect bij het kiezen van een coach?



Coaches

In hoeverre vindt u certificering voor uzelf als coach belangrijk?

26 %
Heel belangrijk

39 %
Belangrijk

23 %
Neutraal

9 %
Niet belangrijk

3 %
Helemaal niet belangrijk



In hoeverre merkt u dat organisaties met wie u samenwerkt certificering van coaches belangrijk vinden?

8 %
Heel belangrijk

25 %
Belangrijk

30 %
Neutraal

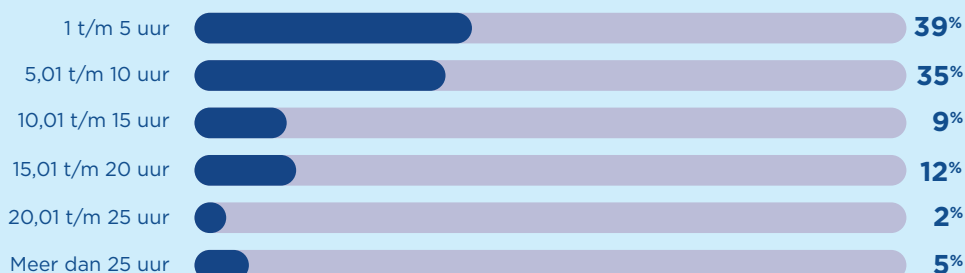
22 %
Niet belangrijk

8 %
Helemaal niet belangrijk

Heeft u het afgelopen jaar supervisie ontvangen over uw werkervaringen als coach?

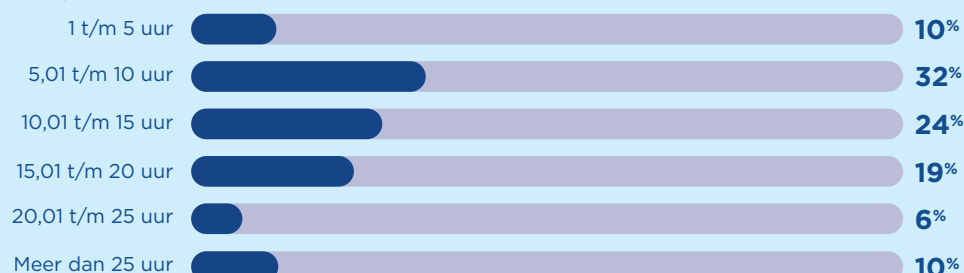
50 %
nee
50 %
ja

Ja, aantal uur:



Heeft u het afgelopen jaar deelgenomen aan intervisiebijeenkomsten over uw werkervaringen als coach?

Ja, aantal uur:



16 %
nee
84 %
ja



Interview met Marieke Jellema & Geeske te Gussinklo

NOBCO-bestuurslid
Communicatie en Platform-
ontwikkeling Geeske te Gussinklo
(links) en NOBCO voorzitter
Marieke Jellema (rechts)

‘Professionaliteit in het coachvak gaat over een aantal objectieve zaken zoals opleiding, supervisie en intervisie, scholing, je toetsbaar opstellen en op jezelf reflecteren. Daarnaast gaat het over houding en gedrag, ethische afwegingen en zorgvuldigheid in een belangrijk beroep. Met de beroepscode professionele coaching bieden we transparantie in de coachmarkt en een onafhankelijk klachtenloket voor de samenleving. Als je een coach kiest die onder deze beroepscode valt, zijn bovenstaande zaken getoetst en geregeld en dat geeft zekerheid. Het is een mooie stap vooruit!’

Van de groep uit de algemene steekproef die ervaring heeft met coaching geeft het grootste deel aan het belangrijk te vinden dat hun coach gecertificeerd is. Certificering blijkt echter nog geen doorslaggevende factor bij het kiezen van een coach. Van de respondenten let slechts 6% op certificering. Wat zou dit volgens jullie kunnen betekenen?

Geeske: Allereerst vinden we het belangrijk dat de coachee is meegenomen in het onderzoek van dit jaar, dat is een grote verbetering. Goed dat 60% het belangrijk vindt dat de coach gecertificeerd is, dat is relevante informatie voor ons. De 6% voor wie certificering uiteindelijk de doorslag geeft, laat zien dat wij beter moeten uitleggen welke zekerheid dat biedt.

Marieke: Ik vind het heel begrijpelijk dat mensen ook op andere dingen letten bij het selecteren van een coach. We zijn pas de afgelopen twee jaar begonnen met veel aandacht te geven aan het onderscheid tussen een professionele coach en een zelfbenoemde coach. Wij zien het als onze taak om mensen erop te wijzen dat je iemand kan kiezen die is aangesloten bij een beroepsorganisatie.

Uit de resultaten blijkt dat er nog veel ruimte is voor verdere bekendheid voor beroepsorganisaties in Nederland. Welke rol zien jullie daarin weggelegd voor NOBCO?

Marieke: Wat ik vooral zie, is dat het percentage mensen dat zich bewust is van de beroepsorganisaties al best hoog is, namelijk 49%. Dat mogen we als een mooie oogst zien. Met de Beroepscode Professionele Coaching hebben we een belangrijke rol in laten zien wat een professionele coach is, en waar je die kunt vinden. Daar wordt volop aan gewerkt.

Geeske: We zien het als onze taak om professionele coaching onder de aandacht te brengen, direct aan coachees, maar zeker zo belangrijk zijn ook de doorverwijzers zoals HR, leidinggevend, huisartsen of bedrijfsartsen. Daarnaast zijn ook subsidieverstrekkingen belangrijk. Als die weten dat je beter bij een professionele coach terecht kan, dan bereiken we voor een groot deel wat we willen.

Van de groep uit de algemene steekproef die nog geen ervaring heeft met coaching, geeft 64% aan te verwachten de komende vijf jaar geen behoefte te hebben aan coaching. Is dat voor jullie een verrassende uitkomst?

Marieke: Dat betekent dat meer dan een derde misschien wel behoefte heeft aan coaching, dat zijn hoge getallen en het verbaast me niet.

Geeske: Als je dat voor heel Nederland doorrekent dan kunnen we onze borst natmaken. Het betekent ook dat als iedereen regelmatig een coach preventief in gaat zetten of nodig heeft, we in de toekomst nog veel meer professionele coaches nodig gaan hebben.

Het merendeel van de coaches heeft veel of heel veel vertrouwen in het voortbestaan van hun eigen coachpraktijk (66%). Delen jullie dat vertrouwen?

Marieke: Dat een groot deel vertrouwen heeft sluit aan bij het beeld dat er een toenemende vraag is naar coaching. Het sluit ook aan bij maatschappelijke ontwikkelingen waarbij er steeds meer aandacht is voor onder andere duurzame inzetbaarheid en stress en burn-out.

Geeske: Er is een aantal ontwikkelingen dat impact heeft op het coachvak. De AI-coach zou bijvoorbeeld een deel van het werk over kunnen nemen. Die ontwikkelingen volgen we op de voet. De situatie in de GGZ (die kampt met toenemende wachtlijsten) zou er juist voor kunnen zorgen dat er meer werk voor coaches te doen is. Ik vind het fijn dat coaches vertrouwen hebben in hun praktijk, maar of het werk hetzelfde blijft en vanzelf zal komen, daar ben ik niet zo zeker van. Dat vraagt ook op landelijk niveau om samenwerking met bijvoorbeeld vakbonden en subsidieverstrekkingen. Zo is er een subsidieregeling waarbij professionele coaches zonder tussenkomst van een werkgever kunnen worden ingezet. Daarnaast werken we aan het inbedden van coaching binnen de verschillende cao's.

Tot slot: Waar ligt voor NOBCO de komende jaren de prioriteit?

Marieke: Democratiseren, Professionaliseren en Innoveren zijn de drie pijlers van onze strategie. Democratiseren betekent hier dat we coaching toegankelijk willen maken voor iedereen die het nodig heeft. Met professionaliseren bedoelen we dat we professionaliteit van coaches transparant maken voor de markt en coaches in onze community motiveren om hun professionele ontwikkeling vorm te geven. En met innoveren bedoelen we dat we de ontwikkelingen op gebied van AI volgen en integreren in het coachvak. We zien daarbij AI niet als vervanging van de coach, maar de coach als eindverantwoordelijke waarbij AI ondersteunend kan zijn.

Marketing & vindbaarheid

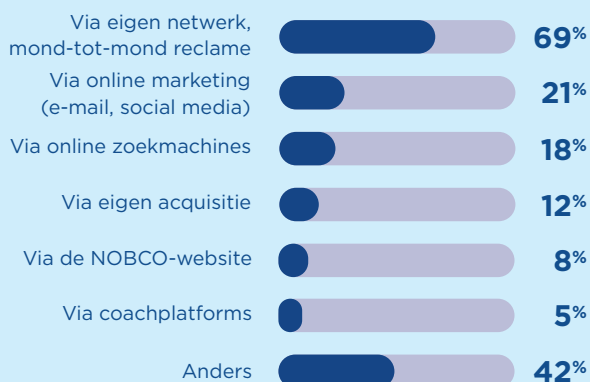
Met meer dan 100.000 KVK-registraties met coaching als dienstverlening, wordt vindbaarheid en positionering in een volle markt steeds belangrijker. Dat vraagt om reflectie: hoe onderscheid je jezelf als coach in een drukke markt? En hoe maken klanten een geïnformeerde keuze?

In het slotwoord van de editie van het onderzoek in 2023 voorspelden we een toename van **coachplatforms**. Nu, twee jaar later, zien we dat 80% van de coaches aangeeft gevonden te worden via hun eigen netwerk/mond-tot-mondreclame, gevolgd door doorverwijzers (59%), en online marketing (32%). Op de zesde plek staan coachplatforms; slechts 12% van de respondenten geeft aan gevonden te worden via coachplatforms.

In sommige gevallen worden coaches ingehuurd via een opdrachtgever; een tussenpartij die de coaching regelt voor iemand anders (de coachee), en niet voor zichzelf. Coaches geven aan ook bij opdrachtgevers een enigszins vergelijkbare verdeling terug te zien; 69% van de coaches geeft aan door hun opdrachtgevers gevonden te worden via het eigen netwerk/mond-tot-mondreclame, gevolgd door online marketing (21%) en online zoekmachines (18%). Ook hier staan coachplatforms op de zesde plek, met een schamele 5%.

Hoe wordt u gevonden door uw opdrachtgevers (geen coachees)?

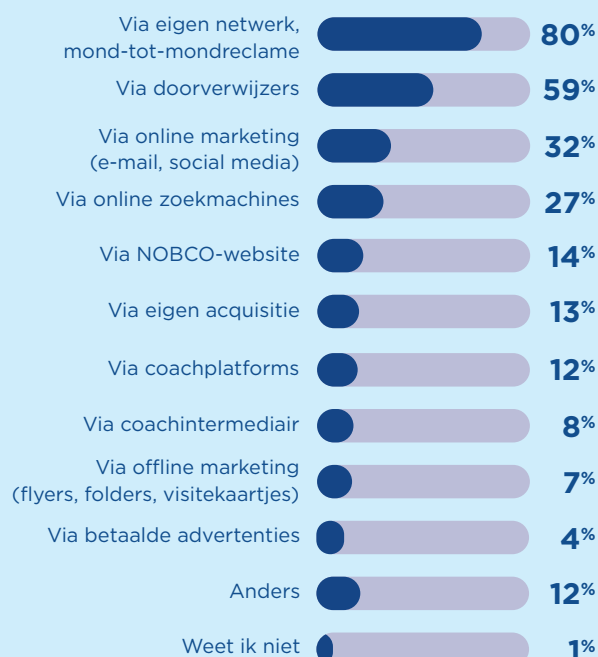
(Meerdere antwoorden mogelijk)



Kijkend naar het bedrijfsleven spelen coachplatforms een grotere rol. Van de professionals met zicht op coaching binnen hun organisatie geeft 32% aan dat externe coaches voor hun organisatie worden gevonden via coachplatforms. Echter geeft het merendeel van de respondenten aan dat externe coaches nog steeds gevonden worden via aanbevelingen van het netwerk (74%). Deze manier van werving door organisaties kan ertoe leiden dat coaches bepaalde doelgroepen of kansen mislopen, en andersom dat bepaalde doelgroepen specifieke coaches ook niet kunnen vinden. Een groot bereik vergroot de toegankelijkheid van coaching in diverse doelgroepen. De resultaten laten zien dat er kansen liggen voor coaches om ook buiten hun eigen netwerk zichtbaar te maken over welke kwaliteiten zij beschikken. Het duidelijk communiceren van expertise of thema's kan bij het bedrijfsleven in ieder geval helpen: Organisaties letten bij het selecteren van een (externe) coach met name op ervaring van de coach met een specifiek thema (76%). Ook ondervraagden uit de steekproef geven aan te letten op expertise/specialisatie (22%) bij het kiezen van een coach.

Hoe wordt u gevonden door uw coachees

(Meerdere antwoorden mogelijk)



HR, management & directie

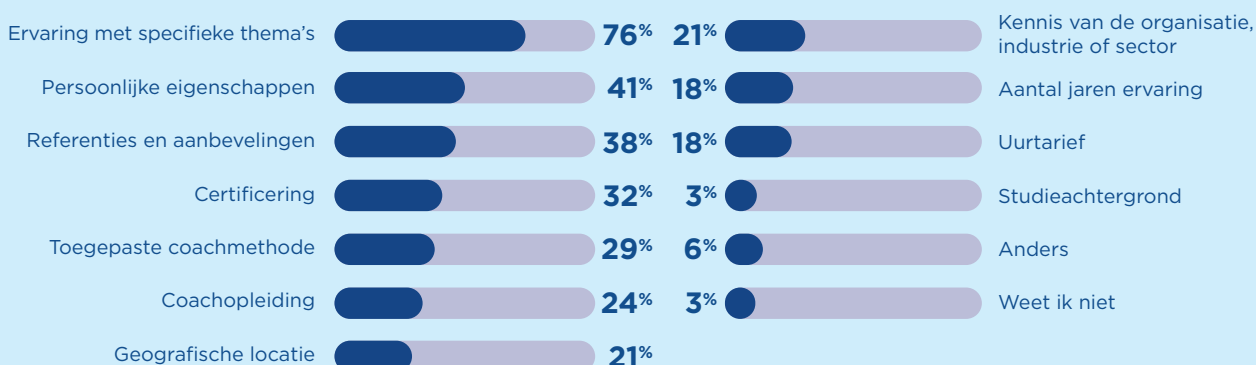
Hoe vindt uw organisatie doorgaans een externe coach voor medewerkers?

(Meerdere antwoorden mogelijk)



Waar letten organisaties op bij het selecteren van een (externe) coach?

(Meerdere antwoorden mogelijk)



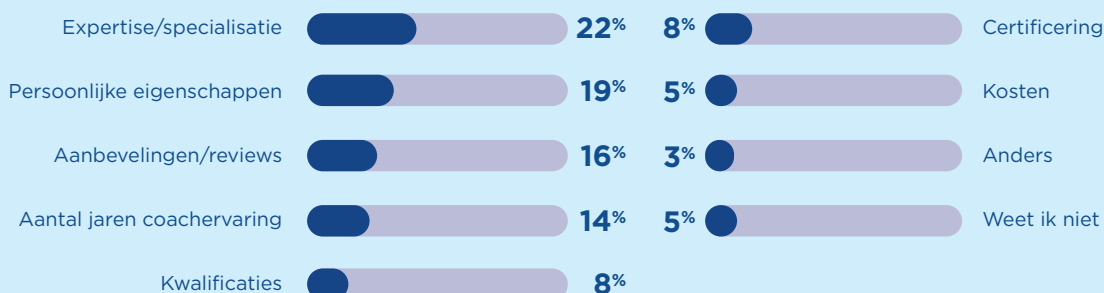
Algemene steekproef onder inwoners

Via welk kanaal heeft u uw coach voor het meest recente coachtraject gevonden?



Welk aspect vindt u het belangrijkste bij het kiezen van een coach?

(Meerdere antwoorden mogelijk)



Onderzoek professionele coachmarkt over de jaren heen

Het is inmiddels de vijfde keer dat NOBCO het onderzoek naar de professionele coachmarkt uitvoert. Dankzij deze opeenvolgende onderzoeken kunnen we ontwikkelingen over meerdere jaren volgen en veranderingen binnen het vakgebied zichtbaar maken. Ook dit jaar zijn een aantal vaste onderwerpen meegenomen om trends te kunnen vergelijken.

Zo kunnen we een vergelijking maken naar diverse onderwerpen die we over meerdere jaren volgen: de Top 5 coachvragen waarmee coachees zich melden, de Top 5 toegepaste coachtechnieken, en de gemiddelde tarieven voor zakelijke en particuliere opdrachtgevers. Hiermee ontstaat een duidelijk beeld van hoe de coachpraktijk zich inhoudelijk en financieel heeft ontwikkeld.



Niet alle onderzoeksvragen zijn gelijk gebleven; soms zijn formuleringen aangepast of zijn thema's verfijnd om beter aan te sluiten bij actuele ontwikkelingen. Toch bieden de vergelijkingen inzicht in een aantal belangrijke bewegingen binnen de coachmarkt.



Vergelijking met voorgaande jaren

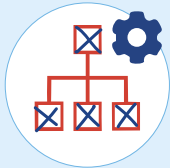
Meest gebruikte coachtechnieken



Oplossingsgericht



Ontwikkelingsgericht



Systemisch

2018

72%

oplossings-
gericht

61%

ontwikkelings-
gericht

51%

Systemisch coachen

38%

Cognitief coachen

36%

ntp-coachen

2021

70%

oplossings-
gericht

60%

ontwikkelings-
gericht

50%

Systemisch coachen

44%

Positieve psychologie

38%

Cognitief

2023

63%

oplossings-
gericht

58%

ontwikkelings-
gericht

51%

Systemisch coachen

43%

Positieve psychologie

37%

Voice dialogue

2025

62%

oplossings-
gericht

54%

systemisch
coachen

50%

Ontwikkelingsgericht

47%

Voice dialogue

44%

Positieve psychologie

Coachsessies

gemiddelde duur van een coachsessie

84

minuten

2018

82

minuten

2021

81

minuten

2023

80

minuten

2025

gemiddelde aantal sessies per coachee

8

sessies

2018

7

sessies

2020

8

sessies

2023

7

sessies

2025

Kenmerken coachees

	2018	2021	2023	2025
Hoogopgeleide professionals	75 %	74 %	71 %	68 %
Middenkader management	67 %	63 %	46 %	47 %
Operationeel leidinggeven	57 %	53 %	41 %	44 %
Hogere kader management/ leidinggevend	50 %	48 %	38 %	45 %
Beginnend leidinggevend	42 %	41 %	33 %	34 %
Ondernemers	37 %	37 %	39 %	37 %
Oudere werknemers (50+)	-	34 %	34 %	42 %

Top 5 coachvragen



Loopbaan/
carrière



Werk -
privé balans



Stress of
burn-out



Zelf-
ontplooiing



Samenwerken
in een team

Top 5 per jaar	2016	2018	2021	2023	2025
Werk - privébalans	2#	1#	1#	1#	1#
Zelf- ontplooiing	1#	2#	2#	2#	2#
Loopbaan/ carrière	4#	5#	3#	3#	3#
Stress of burn-out	5#	3#	4#	4#	4#
Samenwerken in een team	3#	4#	5#	5#	5#

Uurtarief
zakelijk



€120

2016

€126

2018

€122

2021

€135

2023

€147

2025

Uurtarief
particulier



€84

2016

€90

2018

€90

2021

€105

2023

€102

2025

Opleidingsachtergrond coaches

	2018	2021	2023	2025
1 Hoger beroeps- onderwijs (HBO)	60 %	60 %	60 %	56 %
2 Universiteit	35 %	30 %	35 %	38 %
3 PhD	2 %	2 %	2 %	2 %

Financieel

Het gemiddelde uurtarief van coaching voor particulieren (gemiddeld € 102) verschilt flink van dat voor zakelijke opdrachtgevers (gemiddeld € 147). In de meeste gevallen betaalt de werkgever voor het coachtraject (61%).

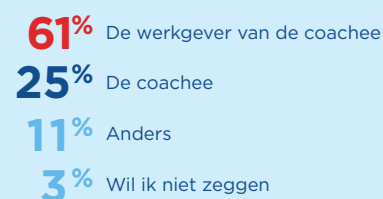
Voor Nederlanders die in de afgelopen vijf jaar gecoacht zijn, waren kosten niet het belangrijkste aspect bij het kiezen van een coach. Dit lijkt tegenstrijdig met reacties uit de steekproef die in de afgelopen vijf jaar gecoacht zijn: De belangrijkste belemmering voor hen om een coach in te schakelen zijn hoge kosten (19%) en onzekerheid over het effect (11%). 28% geeft aan geen belemmeringen te ervaren om een coach in te schakelen, tegenover 47% die geen behoefte heeft aan een coach. Van de Nederlanders die coaching hebben gehad, geeft 47% aan dat dit verliep via de werkgever. Mogelijk betaalt de werkgever in deze gevallen (een deel van) de kosten van het coachtraject, al kan dat niet met zekerheid gesteld worden omdat dit niet is uitgevraagd in het huidige onderzoek.

Als we kijken naar mogelijke belemmeringen of uitdagingen bij de inzet van coaching in het bedrijfsleven, dan zien we dat de hoge kosten van

coaching het vaakst (22%) worden genoemd als mogelijke uitdaging van het inzetten van coaching binnen organisaties.

Voor een deel van de mensen die géén coaching heeft gebruikt is geld een belemmering om voor coaching te kiezen. Dat betekent dat om coaching toegankelijk te maken voor iedereen, het aanbieden van financiële middelen een oplossing kan zijn. Hiervoor bestaan reeds diverse initiatieven. Zo biedt de Stichting Onderwijsarbeidsmarkt MBO (SOM) werkenden in het MBO een tegemoetkoming van € 500 voor professionele coaching. De coaching wordt (deels) vergoed als de coach bij NOBCO is aangesloten en de coachee binnen het MBO werkt.

Wie betaalt de kosten voor het coachtraject?



Wat is het gemiddelde uurtarief voor particulieren?

Gemiddeld € 102 /uur (incl. btw)



Wat is het gemiddelde uurtarief voor zakelijke opdrachtgevers?

Gemiddeld € 147 /uur (excl. btw)



Kunt u aangeven hoeveel omzet u jaarlijks (ongeveer) behaalt binnen uw coachpraktijk?

Gemiddelde € 142.912 per jaar

Mediaan 30.000 per jaar

33% €1 t/m € 15.000	19% €15.00, ⁰¹ t/m € 30.000	12% €30.00, ⁰¹ t/m € 45.000
13% €45.00, ⁰¹ t/m € 60.000	6% €60.000, ⁰¹ t/m € 75.000	17% Meer dan € 75.000

Interview met

Lisanne Bolderheij



Kapitein Lisanne Bolderheij, Hoofd collega-coaching bij het Ministerie van Defensie.

De grootste groep die coaching ontvangt binnen organisaties behoort tot het managementniveau. Is dat iets dat jij herkent als hoofd collega-coaching bij defensie?

Lisanne: Bij defensie is coaching voor iedereen bedoeld en we maken het aanbod via verschillende kanalen zichtbaar. Wel zien we dat het hoger management vaker gebruik maakt van coaching, bijvoorbeeld als onderdeel van leiderschapsprogramma's. Misschien hebben zij een andere ontwikkelbehoefte of is de andere groep minder bekend met coaching. Maar we krijgen ook aanvragen voor coaching van bijvoorbeeld werkstudenten. En als het gaat om thema's als stress en burn-out, waar we een aparte coachpool voor hebben, dan zien we eigenlijk alle niveaus voorbij komen van de organisatie.

Het merendeel van de deelnemende HR-professionals geeft aan dat hun organisatie certificering voor externe coaches belangrijk vindt (58%). Voor interne coaches is dit aanzienlijk minder, namelijk slechts 28%. Hoe belangrijk is certificering voor (interne danwel externe) coaches bij defensie?

Lisanne: Wij werken met een interne coachpool en we hanteren binnen defensie ons eigen kwaliteitssysteem. We noemen dat "coachfit" zijn. Een vereiste is bijvoorbeeld dat interne coaches een geaccrediteerde coachopleiding hebben gevolgd. Ook moeten interne coaches minimaal twee coachtrajecten per jaar verzorgen, deelnemen aan intervisie, hun eigen trajecten evalueren en workshops volgen. Er zijn wel een aantal interne coaches die voor certificering gaan, maar we stellen dat niet verplicht. Wel vragen we nog aanvullende eisen aan coaches die zich bezighouden met thema's als burn-out en stress. Zij volgen bijvoorbeeld extra bijscholing en intervisie.

Het thema stress en burn-out komt ook uit het onderzoek duidelijk terug als veelvoorkomend onderwerp van coaching. Wat zie jij daarvoor als mogelijke verklaringen?

Lisanne: Binnen defensie zie ik een aantal ontwikkelingen. Er moet bijvoorbeeld fors uitgebreid worden bij defensie, er wordt dus veel gevraagd van medewerkers. De werkdruk wordt daarmee hoger en medewerkers zullen veel ballen hoog moeten houden. De gevolgen daarvan kunnen nu al zichtbaar zijn, maar het kan ook dat deze pas later tot uiting komen. Door de uitbreiding binnen defensie krijgen we ook veel nieuwe medewerkers. Die kunnen soms vastlopen, omdat ze bijvoorbeeld te zwaar belast zijn of teveel hun beste beentje voor willen zetten. Ik denk dus dat meerdere factoren een rol spelen. Zelf ben ik ook coach naast mijn functie, en ik zie het thema stress inderdaad veel terugkomen in coachtrajecten. Misschien niet altijd als hoofdthema, maar wel als onderwerp.

De hoge kosten van coaching wordt het vaakst genoemd (22%) als mogelijke uitdaging van het inzetten van coaching binnen organisaties. Herken jij dit? En welke uitdagingen zie jij (nog meer) bij de inzet van coaching binnen defensie?

Lisanne: Nee, dat herken ik niet. De collega coachpool binnen Defensie bestaat inmiddels 11 jaar en we bieden een volwaardig en relevant product. Het bestaansrecht van de afdeling collega coaching staat naar mijn gevoel niet ter discussie. Wij hopen dat, onder andere door goede ervaringen met onze dienstverlening, deze discussie bij ons wegblijft. Daarnaast werken we met vrijwillige nevenfuncties, wat ervoor zorgt dat de investering met name ligt in tijd beschikbaar stellen van onze coaches. We zijn heel blij dat onze organisatie het belangrijk vindt om te investeren in de persoonlijke ontwikkeling van medewerkers en dat zowel coaches als coachees tijd krijgen voor coaching. Natuurlijk zijn er altijd uitdagingen, zoals hoe we de kwaliteit kunnen blijven borgen van zo'n grote groep coaches. Daarnaast is coach zijn bij ons een nevenfunctie die vrijwillig is

maar niet vrijblijvend. Dat betekent dat er soms vanuit verschillende kanten aan coaches wordt getrokken, omdat zij natuurlijk ook nog hun eigen functie en taken hebben. Hoe kunnen we er dus voor zorgen dat medewerkers hun nevenfunctie als coach goed uit kunnen blijven voeren?

63% van de deelnemende HR-managers verwacht dat de rol van coaching binnen hun organisatie groter wordt. Hoe zie jij dit binnen defensie?

Lisanne: We krijgen ruim 300 aanvragen gemiddeld per jaar, maar we zien daarin eigenlijk geen extreme groei. Of de rol van coaching binnen defensie groter zal worden weet ik niet. Defensie heeft een bijzondere taak binnen de samenleving en staat momenteel voor verschillende uitdagingen. In conflictsituaties zal de primaire taak van defensie leidend zijn en wordt coaching wellicht secundair aan het primaire proces. Daarnaast zitten er in de coachpool ook militairen die dan bij inzet mogelijk niet meer beschikbaar zijn als coach. Er zijn dus verschillende scenario's waar we rekening mee moeten houden.

Wat verwacht jij dat in de toekomst belangrijke thema's zullen worden bij coaching?

Lisanne: Stress en leiderschap zijn thema's die relevant blijven. Daarnaast denk ik aan thema's als assertiviteit, mentale weerbaarheid en het aangeven van grenzen. Wat ik daarnaast verwacht, is dat er een coachbehoefte zal komen bij een grote groep nieuwe medewerkers die we gaan krijgen door de uitbreiding bij defensie. Die zullen allemaal een onboardingsproces doorlopen, en daar komt vaak een coachbehoefte uit voort. Ik zie bij defensie dus eerder een nieuwe doelgroep die behoefte zal gaan hebben aan coaching dan een specifiek thema dat in de toekomst belangrijk zal worden.

Ontwikkelingen op de coachmarkt

Het merendeel van de coaches heeft veel of heel veel vertrouwen in het voortbestaan van hun eigen coachpraktijk (66%). Als toelichting op hun antwoord, geven zij bijvoorbeeld aan dat coaching steeds gebruikelijker wordt. Ook geven zij aan dat de druk op de gezondheidszorg toeneemt, en dat vragen over stress en burn-out toe lijken te nemen.

De toelichtingen van coaches bij de open vragen geven wisselende resultaten weer. Sommige coaches geven aan over te lopen in het werk en hebben wachtlijsten van enkele maanden, waar andere coaches juist aangeven slechts mondjesmaat en met moeite aan coachees te komen. Wat opvalt is dat meerdere coaches aangeven richting pensioenleeftijd te bewegen en daarom bewust hun coachpraktijk af te bouwen. Daarnaast geven een aantal startende coaches aan dat het moeilijk is om aan coachees te komen.

Ook geven meerdere coaches aan zich bewust te specialiseren in bepaalde thema's, zodat zij zichzelf als expert kunnen profileren. Tot slot geven ook meerdere coaches in de open antwoorden aan dat thema's zoals stress en burn-out in de afgelopen periode zijn toegenomen. Naast individuele coaching geven diverse coaches aan zich meer te richten op teamcoaching. Deze inhoudelijke toelichtingen van coaches ondersteunen de resultaten uit de vragenlijsten.

'Mijn praktijk loopt goed, zonder dat ik daar (inmiddels) enige moeite voor doe. Ik verwacht dat dit zo zal blijven gaan.'

'Het is als beginnend coach erg moeilijk om aan opdrachten te komen ondanks zichtbaarheid door on- en offline marketing.'

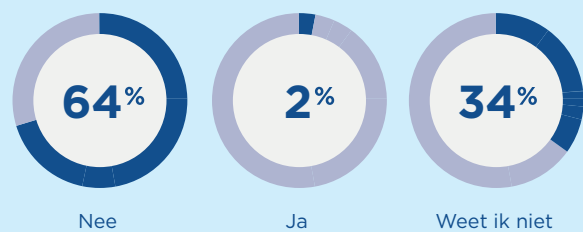
HR, management & directie

Hoe verwacht u dat de rol van coaching binnen uw organisatie de komende jaren verandert?



Algemene steekproef inwoners

Overweegt u in de komende vijf jaar gebruik te maken van een coach?



'De coachmarkt is een enorme vechtmart geworden met een groot overschot aan nieuwe (life) coaches die online erg aanwezig zijn.'

'De markt raakt overspoeld, klanten zijn niet geïnteresseerd in certificering en ik zit in de groep die op enig moment vanwege leeftijd gaat stoppen.'

'Ik heb een volle praktijk, al jaren. Minstens drie aanmeldingen voor coachtrajecten per week. Een wachttijd van 2-3 maanden. Ik zie dat alleen maar toenemen.'

Een vak in beweging vraagt om gezamenlijke richting

De resultaten van dit onderzoek laten zien dat de Nederlandse coachmarkt niet alleen groter wordt, maar ook rijker van karakter. De praktijk is divers, veelzijdig en er klinkt een roep om kwaliteit, certificering en professionalisering. Dat sluit aan bij de internationale trend: de *ICF Global Coaching Study (2025)* laat zien dat steeds meer coaches zich verbinden aan beroepsorganisaties en ethische codes, en dat opdrachtgevers vaker expliciet vragen naar kwaliteitskeurmerken.

Wat dit onderzoek bijzonder maakt, is de breedte van de blik

Voor het eerst zijn niet alleen coaches bevroegd, maar ook HR-professionals en een representatieve groep burgers. Dat geeft een completer beeld van de plaats van coaching in werk en maatschappij. Zo blijkt dat 20% van de ondervraagde burgers in de afgelopen vijf jaar gebruik heeft gemaakt van een coach, vaak via de werkgever (47%). De bereidheid om te investeren in kwaliteit is groot: ruim de helft van de respondenten geeft aan bereid te zijn meer te betalen voor een gecertificeerde coach. Tegelijkertijd worden ook drempels benoemd, zoals hoge kosten (19%) en onzekerheid over het effect. Dat maakt duidelijk dat de toegankelijkheid en zichtbaarheid van het vak een blijvende opgave vormen.

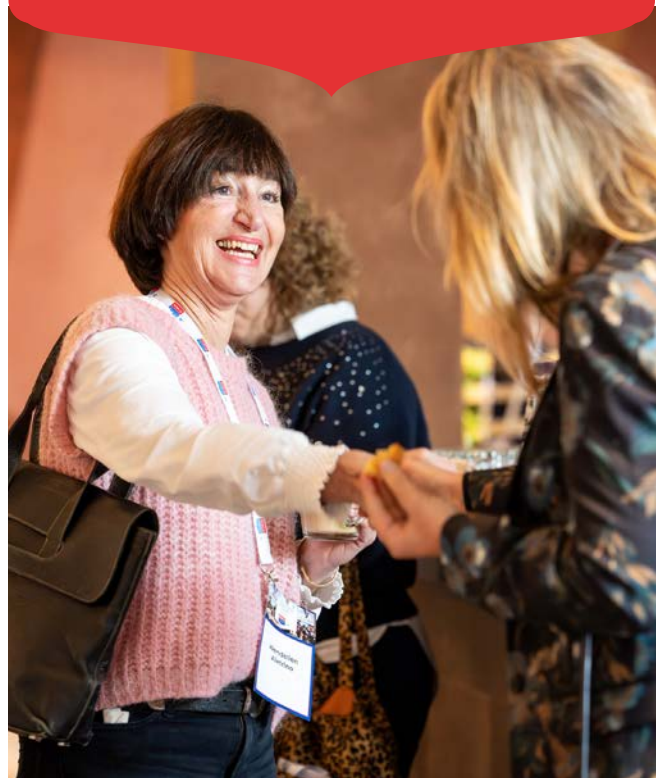
De resultaten van dit onderzoek zijn ook voor onszelf richtinggevend

Ze vormen regelmatig onderwerp van gesprek tijdens onze bestuursvergaderingen en helpen ons bij het duiden van de strategie voor de komende jaren. Welke accenten leggen we in onze beleidsagenda? Hoe versterken we de verbinding met HR, opdrachtgevers en samenleving? Dit onderzoek biedt daarvoor de ankerpunten.

De uitnodiging aan u. Gebruik deze inzichten als startpunt voor dialoog en actie.



Of u bestuurder, HR-professional of coach bent de uitkomsten bieden aanknopingspunten om de rol van coaching verder te verdiepen. Van het versterken van leiderschap tot het voorkomen van uitval door stress; van het ondersteunen van persoonlijke groei tot het bouwen aan wendbare organisaties. Alleen samen zorgen we voor een markt die niet alleen groeit in omvang, maar vooral in betekenis voor mensen en organisaties.



Conclusie en vooruitblik

Met deze vijfde editie van het onderzoek naar de professionele coachmarkt in Nederland krijgen we een rijk en veelzijdig beeld. Drie perspectieven zijn samengebracht: dat van de coaches zelf, van HR en leidinggevenden, en van een representatieve groep uit de samenleving. Samen geven ze een actueel beeld van waar ons vak staat.

Wat opvalt, is dat coaching inmiddels stevig verankerd is als instrument voor ontwikkeling. Het gaat vooral over vraagstukken die ieder van ons kan herkennen: de balans tussen werk en privé, het zetten van stappen in onze loopbanen, persoonlijke groei en omgaan met stress. Coaches kiezen daarbij vaak voor oplossingsgerichte of systemische benaderingen. Coaching is geen tijdelijke trend, maar een vak dat zich bewezen heeft en een vaste plek inneemt in leren en ontwikkelen.

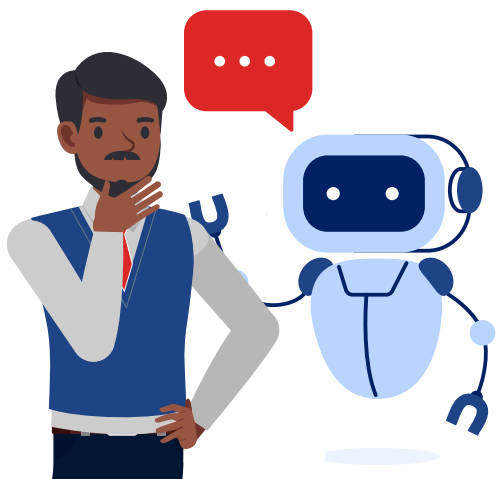
Tegelijk zien we duidelijke uitdagingen. Voor veel mensen is coaching nog niet vanzelfsprekend of bereikbaar. Een deel kent de weg niet, anderen ervaren kosten als drempel. Bekendheid met beroepsorganisaties is beperkt, terwijl – opmerkelijk genoeg – certificering door wie al gecoacht werd wel degelijk wordt gewaardeerd (en misschien wel verwacht). Ik zie dat vooral als een vraag naar helderheid: wat mogen klanten van een professional verwachten, en hoe herken je die kwaliteit? Hier ligt een gezamenlijke opdracht: voor coaches zelf, maar ook voor ons als beroepsorganisatie.



HR en leidinggevenden bevestigen de waarde van coaching binnen organisaties

Zij zien dat de rol ervan groeit, maar rekruteren nog steeds vooral via persoonlijke aanbevelingen. Dat werkt goed, maar het maakt de toegang ook smal. Er is winst te behalen door coaching beter in te bedden in loopbaan- en leiderschapsontwikkeling, en door het effect meetbaar en zichtbaar te maken. Dat laatste doen we al jaren met de Coaching Monitor, maar ook hier laten wij en coaches kansen liggen. Dat is wat mij betreft een open uitnodiging. We doen tweejaarlijks onderzoek naar de samenstelling van de coachmarkt, maar coaches die bij NOBCO zijn aangesloten kunnen gebruik maken van een instrument waarmee ze het verloop en succes van een coachtraject inzichtelijk kunnen maken. Dat levert een berg aan waardevolle informatie op.





De samenleving verandert snel

Nieuwe technologieën, waaronder kunstmatige intelligentie, vinden hun weg naar leren en werken. Voor coaching is dat geen bedreiging maar een uitnodiging om alert te blijven. De kern van ons vak is en blijft de ontmoeting tussen mensen. Maar er ontstaan ook nieuwe vormen die toegankelijkheid vergroten en ondersteuning bieden. De kunst is om daarin mee te bewegen, zonder het hart van ons vak te verliezen.

Als ik vooruitkijk, zie ik een vak dat stevig staat en tegelijk ruimte heeft om te groeien in betekenis. Door kwaliteit zichtbaar te maken, toegankelijkheid te vergroten en nuchter te vernieuwen, zorgen we ervoor dat coaching beschikbaar blijft voor iedereen die wil investeren in ontwikkeling. Dat vraagt iets van coaches, van HR, van leidinggevend en ook van ons als dé grootste onafhankelijke beroepsorganisatie voor professionele coaching in Nederland.

Ik ben dankbaar voor alle collega's en respondenten die dit onderzoek mogelijk hebben gemaakt. Hun inbreng laat zien dat coaching ertoe doet. Niet in grootse woorden, maar in het dagelijkse werk van mensen en organisaties. Dat is precies waar we het voor doen.

David Brode
Bestuurslid
Onderzoek en Deskundigheidsbevordering





NOBCO

Nederlandse orde
van beroepscoaches

Affiliated with
EMCC
GLOBAL

Contactgegevens

Nederlandse Orde van Beroepscoaches
Postbus 1167
3860 BD Nijkerk
033-247 34 28 (ma - vrij 9.00 - 12.00 uur)
info@nobco.nl
www.nobco.nl

Inlichtingen pers

Wilt u als journalist of redactie meer weten over NOBCO en/of heeft u vragen over coaching, de ontwikkelingen van het coachvak en/of coaches? Neem dan contact op via het algemene telefoonnummer 033-247 34 28. U wordt dan in contact gebracht met het bestuurslid Marketing en Communicatie.