

Inhaltsverzeichnis

1	Management Summary:	5
1.1	Zentrale Ergebnisse der Befragung	5
1.2	Zehn Empfehlungen zum Vertrauensmarketing der Mediatoren	8
2	Mediation im Verbund rechtlicher Dienste	13
3	Stand der Forschung	15
4	Untersuchungsdesign und Ablauf der Befragung	27
5	Generelle Charakteristika der Befragten	27
6	Verbandsmitgliedschaft	28
7	Ausbildung zum Mediator / Mediatorin und Einstieg in den Markt.....	31
8	Das faktische Marktverhalten der Mediatoren	34
8.1	Gegenstandsbereiche der Mediation	35
8.2	Verhältnis von Anfragen zu tatsächlichen Mediationen	38
8.3	Breite des Dienstleistungsspektrums	41
8.4	Gründe für die Inanspruchnahme von Mediation	43
8.5	Widerstände im Markt: Entscheidungen gegen Mediation	46
9	Wirtschaftlicher Erfolg	49
9.1	Umfang und Umsatzanteil mediativer Tätigkeit	49
9.2	Stundensatz als Mediator / Mediatorin	50
9.3	Unterstützung durch Mediatorenverbände	53
10	Einschätzung der Marktpotenziale	55
11	Kommunikation	58
11.1	Verwendung der Tätigkeitsbezeichnung	58
11.2	Das Spektrum der Kommunikationsmaßnahmen	59
11.3	Empfehlungsnetzwerke	63
11.4	After-Sales-Service	65
11.5	Einschätzung von Erfolgsfaktoren	66
11.6	Qualitätssicherung	67

12	Erfolgsfaktoren.....	69
13	Gesamtzufriedenheit mit der Mediatorentätigkeit	78
14	Anhang.....	81
15	Literaturverzeichnis.....	89