

UNTERNEHMERISCHE POTENZIALE ENTFALTEN

Wertschätzung für Solo-Selbstständige



Foto: Caia Image

Trainer und Coaches, die sich gut um sich selbst kümmern, sind auch mit ihrem Unternehmen erfolgreicher.

Wer als selbstständiger Trainer oder Coach erfolgreich sein will, braucht ein positives unternehmerisches Selbstverständnis. Um das zu erreichen, muss man sich selbst und seinen Kunden Wertschätzung entgegenbringen. Ein genauer Blick hilft hier, noch verborgenes Potenzial auszuschöpfen.

Es lässt sich trefflich darüber lamentieren, dass Deutschland (und in ähnlichem Maß wohl auch Österreich und die Schweiz) ein hartes Pflaster für Unternehmer ist: Wer mit seinem unternehmerischen Projekt scheitert, hat mit Häme und Spott zu rechnen, wer erfolgreich ist, kämpft zuweilen mit Neid und Unterstellungen. Im angelsächsischen Raum wird Unternehmern im Großen und Ganzen mehr Wertschätzung entgegengebracht, und die gesetzlichen Rahmenbedingungen dort fördern die Entstehung einer unternehmerisch geprägten Kultur stärker.

Doch ungünstige Rahmenbedingungen sind nur die eine Seite der Medaille. Viele Unternehmer scheitern auch an einem negativen Selbstbild.

Kommen Ihnen folgende Sätze möglicherweise bekannt vor?

- ▶ „Ich kann mich nicht verkaufen, das liegt mir einfach nicht.“
- ▶ „Mit Zahlen kann ich nicht umgehen. Die interessieren mich auch nicht.“
- ▶ „Ich bin Coach, kein Unternehmer!“
- ▶ „Ich werde nie verstehen, wie XY so bekannt werden konnte – das, was der kann, habe ich mindestens genauso gut drauf.“
- ▶ „Irgendwie lebe ich noch nicht mein ganzes Potenzial.“
- ▶ „Ich bin eher der spontane Typ.“
- ▶ „Strategie ist nicht so mein Ding.“

Erfolgreiche Unternehmer kennen ihre Defizite

Die meisten selbstständigen Trainer und Coaches dürften bei mindestens einem dieser Sätze innerlich nicken. In diesem Fall lohnt es sich, das unternehmerische Selbstverständnis zu überprüfen. Denn erfolgreiche Unternehmer kennen ihre Defizite und sind bereit, einiges dafür zu tun, sich neue Kompetenzen anzueignen. Dazu gehören auch Tätigkeiten, die zuweilen unangenehm und lästig sein können: Administration, Buchhaltung, strategische Planung, Marketing, Selbstmarketing, Honorarverhandlungen und Selbstfürsorge. Sie sind unabdingbar, wenn Sie sich nachhaltig erfolgreich unternehmerisch betätigen wollen.

Unabhängig von den äußeren Rahmenbedingungen können Sie also sehr viel dafür tun, Ihre unternehmerischen Potenziale auszuloten und in die Tat umzusetzen. Alles beginnt mit Ihrem Selbstwert. Und dieser wiederum hat sehr viel mit Wertschätzung auf den vier Ebenen zu tun: 1. Wie wir uns selbst wertschätzen, 2. welche Haltung wir gegenüber unseren Leistungen einnehmen, 3. was wir unseren Kunden durch unser Verhalten signalisieren, und 4. in welcher Weise wir uns gegenüber der Welt wertschätzend verhalten. All das wirft ein Schlaglicht auf unser unternehmerisches Selbstverständnis. Diese vier Aspekte ergänzen und verstärken sich gegenseitig:

1. Wertschätzung sich selbst als Person gegenüber

Wie sprechen Sie mit sich? Achten Sie einmal ganz bewusst darauf, welche Worte und Formu-

lierungen Sie wählen, wenn Sie innerlich mit sich sprechen – vor allem dann, wenn Sie einen Fehler gemacht haben oder sich antreiben wollen. Sehr oft schlagen wir uns selbst gegenüber einen Ton an, den wir uns gegenüber anderen Personen niemals herausnehmen würden.

Liebevoll mit sich selbst sprechen

Das erste Gebot der Wertschätzung lautet daher: Sprechen Sie liebevoll mit sich selbst. Gönnen Sie sich so oft wie möglich ein Lob. Wenn Sie einen Fehler gemacht haben, signalisieren Sie sich im inneren Dialog Verständnis und versprechen Sie sich, es beim nächsten Versuch besser zu machen. Sie erlösen sich dadurch auf lange Sicht von der ständigen Suche nach Anerkennung von außen.

Wie sorgen Sie für sich? Viele Solo-Selbstständige treiben Raubbau mit ihrer Gesundheit. Sie arbeiten zu viel, ernähren sich unregelmäßig und schlecht und bewegen sich zu wenig. Praktizieren Sie Wertschätzung sich selbst gegenüber, indem Sie sich, Ihren Körper und Ihre Gesundheit ernst nehmen und auf Ihre Bedürfnisse hören. Denken Sie daran: Sie sind die wichtigste Person in Ihrem Unternehmen. Wenn Sie ausfallen, gibt es unter Umständen auch Ihr Business nicht mehr.

2. Wertschätzung gegenüber Ihren Leistungen

Was denken Sie über sich? Ich kenne eine ganze Reihe von Coaches, Trainern und Beratern, die solo-selbstständig sind und Großartiges leisten. Doch ziemlich oft gestehen sie mir, dass sie insgeheim stets befürchten, jemand merkt eines Tages, dass sie eigentlich gar nichts können. Diese Angst ist auch als Hochstapler-Syndrom bekannt. Den Betroffenen fällt es extrem schwer, ihre eigenen Leistungen anzuerkennen. Sie setzen sich damit stark unter Druck und

würdigen ihre Leistung nicht in angemessener Form. Die gute Nachricht ist, dass Sie das lernen können – und es auch lernen sollten. Spätestens dann, wenn Sie sich auch von außen mehr Wertschätzung wünschen.

Selbstwert und Geldwert hängen untrennbar zusammen

Verdienen Sie Ihr Honorar? Wer nicht wirklich an die Qualität seiner Leistungen glaubt, macht häufig schlechte Umsätze. Und wer der Meinung ist, dass er mit Dingen, die ihm leichtfallen und sogar Spaß machen, kein Geld verdienen darf, zeigt gegenüber seinen Leistungen ebenfalls wenig Wertschätzung. Selbstwert und Geldwert hängen meist untrennbar miteinander zusammen.

Gestehen Sie sich zu, dass Sie wirklich gut sind in Ihrem Job, seien Sie stolz auf das Erreichte, feiern Sie Ihre Erfolge! Nach meinem Verständnis bedeutet Erfolg, in der Lage zu sein, sein Business so zu gestalten, dass es den eigenen Potenzialen und Visionen weitgehend entspricht.

3. Wertschätzung gegenüber Ihren Kunden

Wie gut kennen Sie Ihre Kunden? Sie können Ihre Kunden am besten beraten, wenn Sie deren Themen sehr genau erforscht haben und sich stets auf dem Laufenden halten. Sie drücken Ihre Wertschätzung ihnen gegenüber u.a. dadurch aus, indem Sie ständig daran feilen, mit welchen Angeboten Sie wirklich ihren Nerv treffen. Also unterhalten Sie sich mit ihnen, fragen Sie ihnen Löcher in den Bauch, lesen Sie die entsprechenden Fachmedien. Erstellen Sie ansprechende Unterlagen und versorgen Sie sie mit interessanten Infos. Sie werden sehen, das wirkt sich aus.

Wie kann man Sie erreichen? Reagieren Sie in einem angemessenen Zeitraum auf Kundenanfragen, und sind

Sie über mehrere Kanäle zu erreichen? Wertschätzung drückt sich auch darin aus, dass Sie Ihren Kunden hier entgegenkommen und nicht allein Ihren eigenen Vorlieben folgen.

Können Sie auch Nein sagen? Viele Solo-Unternehmer glauben erstens, sie dürften keinen Job ablehnen und dürften zweitens ihren Kunden nichts abschlagen. Das ist kein wirklich wertschätzendes Verhalten. Denn wenn ich genau weiß, dass ich für bestimmte Anfragen nicht die beste Dienstleisterin bin, dann empfehle ich meinen Kunden lieber an einen spezialisierten Kollegen weiter, weil der den Job besser erledigen kann. Und wenn ich absehen kann, dass ein Kundenwunsch kontraproduktiv für das definierte Ziel ist, dann rate ich davon ab – auch wenn das im Einzelfall bedeuten mag, weniger Umsatz zu machen.

Wertschätzung kann bedeuten, auch mal unbequem zu sein

Wertschätzung bedeutet unter Umständen auch, einmal unbequem zu sein und mit den Konsequenzen zu leben. Das gehört zum unternehmerischen Selbstverständnis dazu. Denn niemand kann es allen recht machen – wer das versucht, macht es sich selbst am wenigsten recht.

4. Wertschätzung gegenüber der Welt
Inwieweit trägt das, was Sie tun, dazu bei, die Welt zu einem besseren Ort zu machen? Eine Frage, die wir uns hin und wieder stellen sollten, weil die Antworten darauf unserem Tun womöglich noch einmal eine ganz andere Tiefe geben. Indem Sie sich fragen, welchen Sinn Ihr unternehmerisches Handeln eigentlich hat, finden Sie Inspiration und Motivation auch in schwierigen Zeiten und machen sich unabhängiger von äußeren Bewertungen. Interessanterweise folgt der Erfolg oft der inneren Ausrichtung.

Vielleicht haben Sie sich bei diesen vier Aspekten von Wertschätzung an manchen Stellen schon gefragt, weshalb es Ihnen beispielsweise so schwerfällt, die eigenen Leistungen anzuerkennen. Oder Sie haben erstaunt festgestellt, dass Sie sich eigentlich noch nie Gedanken dazu gemacht haben, wieso Sie eigentlich all das tun, was Sie eben so tun.

Manchmal hilft es, einen Blick in die Vergangenheit zu werfen, um herauszufinden, welche Lebensabschnitte für Sie besondere Bedeutung hatten. Denn die Antwort auf manche der oben ange-

sprochenen Fragen mag durchaus dort zu finden sein. Vielleicht merken Sie dabei beispielsweise, dass Sie viele Ihrer Kunden eigentlich nicht mögen und dass Ihr Business immer dann einen Sprung nach vorn gemacht hat, wenn Sie sich von unliebsamen Kunden verabschiedet haben – egal ob freiwillig oder unfreiwillig. Oder Sie stellen fest, dass Ihr Business nach einer Krankheitsphase einen richtigen Aufschwung erlebt hat. Woran könnte das liegen? Solche Erkenntnisse können Ihnen wichtige Impulse geben, was Ihre zukünftige Ausrichtung betrifft.

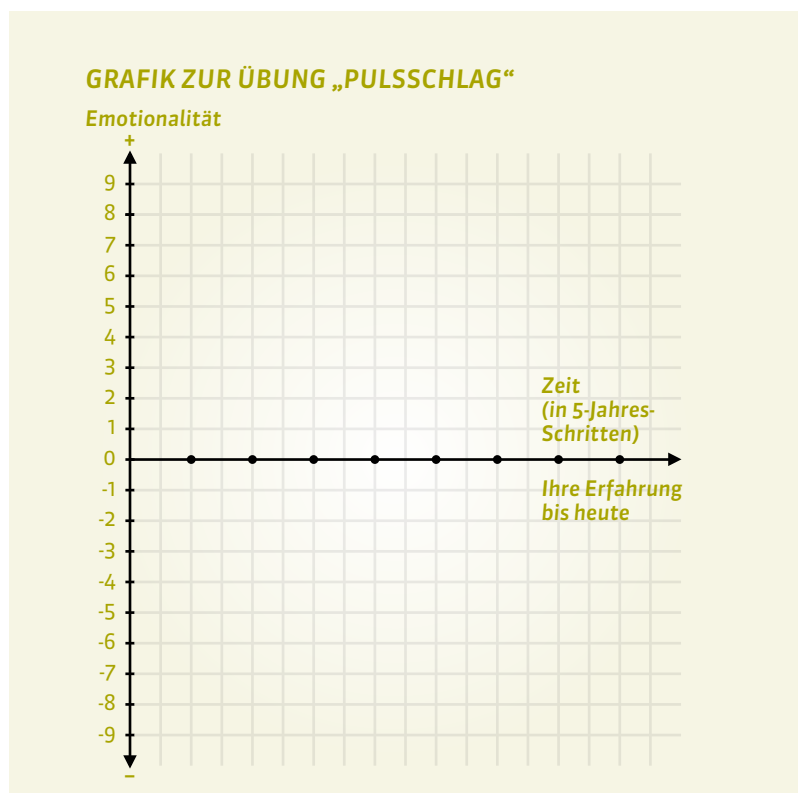
Übung „Pulsschlag“

Mit der folgenden Übung, die ich „Pulsschlag“ nenne, weil das fertig

ausgefüllte Sheet oft Ausschläge zeigt wie ein EEG, gewinnen Sie einen guten Überblick über Ihren bisherigen Lebensweg und seine Hoch- und Tiefpunkte in beruflicher wie privater Hinsicht. Betrachten Sie die Grafik oben. In der Mitte sehen Sie eine Zeitlinie, die Ihr Leben im Abstand von jeweils fünf Jahren abbildet. „0“ ist der Beginn Ihrer beruflichen Tätigkeit. Die vertikale Achse gibt Ihnen die Möglichkeit, prägende Ereignisse in jedem fünfjährigen Abschnitt in ihrer emotionalen Intensität zu bewerten. Wählen Sie zwei Farben und tragen Sie mit der ersten beruflich relevante Stationen ein, mit der anderen private Ereignisse. Im oberen Bereich können Sie Pluspunkte eingeben, im unteren Bereich entsprechend die weniger schönen Abschnitte markieren.

Folgende Leitfragen können Sie für den beruflichen Teil unterstützen:

- ▶ Womit startete Ihre berufliche Laufbahn?
- ▶ Welche Höhe- und Wendepunkte gab es?
- ▶ Wann fiel ggf. die Entscheidung für die Selbstständigkeit?
- ▶ Wann sind Sie damit gestartet?
- ▶ Wann hatten Sie Ihren ersten Kunden?
- ▶ Wann haben Sie Ihren ersten Lieblingskunden gewonnen?
- ▶ An welcher Stelle trat vielleicht ein Mentor in Ihr Leben?
- ▶ Welche Projekte waren besonders erfolgreich?
- ▶ Welche sind gescheitert?
- ▶ Wann gab es Krisen, gleich welcher Art, die Sie bewältigt haben?
- ▶ Wann haben Sie ggf. begonnen, mit Partnern/Netzwerken zusammenzuarbeiten?
- ▶ Welche Weiterbildungen haben Sie abgeschlossen?
- ▶ Welche Impulse waren für Ihren unternehmerischen Erfolg besonders wertvoll? Bei welcher Gelegenheit haben Sie am meisten gelernt?
- ▶ Wann haben Sie eigene Räumlichkeiten bezogen oder sich vergrößert?
- ▶ Zu welchem Zeitpunkt haben Sie ggf. eine Umoorientierung oder Neupositionierung vollzogen?



► Was war Ihr schönster Auftritt in der Öffentlichkeit?

► Wann haben Sie ggf. den ersten Mitarbeiter eingestellt?

Auch im privaten Umfeld gab es sicher besonders wichtige Ereignisse und diverse Krisen, die Sie meistern mussten. Nehmen Sie sich für diese Übung einige Zeit und gehen Sie Ihre berufliche Laufbahn sowie Ihr persönliches Leben Jahr um Jahr durch.

Erfolgslebnisse nehmen zu

Wenn es Ihnen wie vielen anderen Unternehmern geht, haben Sie in Ihrer beruflichen Laufbahn schon einige Krisen gemeistert, und die Ausschläge nach unten sind inzwischen nicht mehr ganz so tief, während umgekehrt die Erfolgserlebnisse an Zahl und teilweise auch an Intensität zunehmen. Das einmal in dieser Weise zu visualisieren, relativiert vielleicht auch die bisherige Einschätzung Ihrer unternehmerischen Erfolge. Denn viele von uns neigen dazu, den Fokus eher darauf zu lenken, was noch nicht zufriedenstellend verläuft. Wir vergessen darüber oft völlig, wie viel wir tatsächlich schon erreicht haben. Gönnen Sie sich also diesen Moment des Stolzes über die bereits umgesetzten Projekte und Ziele.

Nun haben Sie übersichtlich versammelt, in welchen Bereichen Sie bereits auf einem guten Weg sind, Sie haben jedoch auch Ihren Blick dafür geschärft, wo einige Ihrer Defizite liegen könnten. Insbesondere haben Sie erkannt, welche Bereiche Ihres derzeitigen Lebens mehr Wertschätzung vertragen könnten.

Unsere Selbstwahrnehmung hat unbestritten großen Einfluss auf unser Selbst-

bild, und dies wiederum bestimmt, wie wir von außen wahrgenommen werden. Wenn Sie also bisher eine eher geringe Meinung von sich und Ihren Leistungen hatten, sollte es Sie nicht überraschen, dass Sie unternehmerisch vielleicht (noch) nicht dort stehen, wo Sie gerne stehen würden. Auch umgekehrt wird im Übrigen ein Schuh daraus: Wer sich ständig selbst überschätzt, wirkt nach außen nicht authentisch, weil Anspruch und Wirklichkeit zu weit auseinander klaffen. Auch in diesem Fall stellt sich der unternehmerische Erfolg oft nicht wie gewünscht ein. Der erste Fall ist meiner Erfahrung nach allerdings wesentlich häufiger.

Wer weiß, wofür er arbeitet, hat einen längeren Atem

Aus dieser Perspektive heraus ist es sinnvoll, sich zu fragen, wie das eigene Selbstbild eigentlich beschaffen sein muss, damit man sich selbst aufs Erfolgsgleis setzen kann. Menschen mit einem positiven Selbstbild glauben grundsätzlich daran, dass sie und die Art und Weise, wie sie ihr Business bzw. ihr Leben gestalten, tatsächlich einen Einfluss hat auf die Welt. Sie sind davon überzeugt, dass sie wichtig sind und einen Beitrag leisten mit ihrem Tun. Deshalb ist es so bedeutend, sich damit



Die Autorin: Heide Liebmann ist seit 2002 als Coach, Trainerin und Beraterin unterwegs und hat in dieser Zeit viele Höhen und Tiefen als Selbstständige erlebt. Seit vielen Jahren gibt sie ihre Erfahrungen weiter und unterstützt Trainer und Coaches dabei, sich auf einem immer enger werdenden Markt erfolgreich zu vermarkten. Sie bloggt rund um persönliche und unternehmerische Weiterentwicklung. Kontakt: www.heide-liebmann.de

LITERATUR

» Heide Liebmann: *Die Magie der unternehmerischen Persönlichkeit. Wie Trainer und Coaches auf allen Ebenen erfolgreich werden.* managerSeminare, Bonn 2016, 49,90 Euro. Für Abonnenten zum Sonderpreis von 39,90 Euro. Zu bestellen unter: www.managerSeminare/EditionTA

In ihrem jüngst erschienenen Buch unterstützt die Autorin selbstständige Trainer und Coaches dabei, ihr unternehmerisches Potenzial zu entdecken und auszubauen.

» Monika Birkner, Strategie-Consultant für Solo-Unternehmer, hatte 2013 zu einer Blogparade zum Thema „Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer“ ausgerufen. Das kostenlose E-Book dazu umfasst 56 Beiträge. Link: bit.ly/1Zglwwf

zu befassen, wofür man eigentlich arbeitet – für Unternehmer in besonderem Maße. Denn sie müssen auf unterschiedlichen Ebenen sehr viel leisten. Und wenn sie jederzeit wissen, wofür, geht ihnen nicht so schnell die Puste aus.

Heide Liebmann ■