



Klare Linie

Von Heide Liebmann

Potenziale der unternehmerischen Persönlichkeit. Wie wir als Trainerinnen und Trainer unsere „Selbstständigkeit“ definieren.

Manchen Trainer- und Coachpersönlichkeiten gelingt es, aus dem „selbst und ständig“ in ihrer Arbeit herauszukommen und finanziell erfolgreich zu sein. Andere, fachlich ohne Frage genauso qualifiziert, gelangen nie über einen bestimmten Punkt hinaus. Woran liegt das? Kurz: An einem Selbstverständnis, das mangelhaft unternehmerisch geprägt ist. Die entscheidenden Schritte hin zu einem Erfolg, der sich auch auf dem Bankkonto bemerkbar macht, gelingen mir vor allem mit einem konkreten Bild im Kopf von meiner Rolle als Unternehmerin. Den Unternehmergeist kennzeichnen verschiedene Merkmale, die natürlich bei jeder und jedem unterschiedlich stark ausgebildet sind.

Ich fasse hier einmal zwölf Bereiche zusammen, die zum unternehmerischen Gelingen auf dem Weiterbildungsmarkt beitragen.

Wozu mache ich das?

1. Unternehmerisches Selbstbild. Wenn ich Kunden zu Beginn eines Coachings bitte, die zehn wichtigsten Rollen aufzuschreiben, in denen sie unterwegs sind, dann fehlt sehr oft die Rolle des Unternehmers, der Unternehmerin. Das hat individuelle Gründe, und es ist ein Zeichen dafür, dass jemand noch weitgehend „selbst und ständig“ arbeitet, also

„im“ statt „am“ Unternehmen – mit Auswirkungen auf das Selbstbild. Wenn wir uns als Unternehmerin oder Unternehmer begreifen, verhalten wir uns so, dass es für unseren Erfolg langfristig zuträglich ist. Wie kommen wir an einen solchen Punkt? Zum Beispiel dann, wenn wir für uns klären, wo es hingehen soll. Also: Wie könnte sich Ihr Selbstbild entwickeln, damit Sie Ihre Ziele erreichen? Welche Stärken möchten Sie ausbauen?

2. Werte und Ziele. Im Tagesgeschäft geht uns zuweilen der Überblick verloren. Viele Trainerinnen und Trainer verbleiben im Hamsterrad zwischen Auftragsakquise, Trainingsvorbereitung und -durchführung. Ihnen fehlen oft klare unternehmerische Ziele oder sie haben sie nur sehr vage formuliert. Oft bleibt unklar, wozu jemand das alles „eigentlich“ macht. Das kann schnell zu selbstausbeutendem Verhalten führen. So schrammen viele Kolleginnen und Kollegen haarscharf am Burnout vorbei.

Was möchten Sie mit Ihrer Arbeit bewegen und was trägt Sie dabei? Und wenn Sie diese Frage beantwortet haben, können Sie vielleicht auch konkrete Ziele für die nächsten zwölf Monate definieren. Welche Meilensteine möchten Sie sich setzen?

Wie zeige ich mich?

3. Herausforderungen und Ängste. Es klingt vielleicht zunächst banal, aber viele Unternehmer und Unternehmerinnen scheitern auch deshalb, weil sie sich bestimmten Themen nicht stellen, die sich relativ leicht bewältigen ließen. Sie tun es nicht zum Beispiel aus Berührungsangst gegenüber technischen Hilfsmitteln oder sozialen Medien. Oder sie finden Marketing lästig und drücken sich davor. Auch beim Selbstmanagement erkenne ich in der Arbeit mit meinen Kunden immer wieder Optimierungspotenzial.

Wenn Sie sich heute dafür entscheiden würden, ein solches „Angstthema“ anzugehen, welches wäre das?

4. Erfolgsblockaden und Erfolgsgewohnheiten. Neben den oben genannten Herausforderungen gibt es immer wieder innere Blockaden in Form tiefsitzender Glaubenssätze und Überzeugungen. In der Arbeit mit Frauen finde ich oft ein „Bescheidenheitsthema“: Sie trauen sich nicht, in ihre wahre Größe zu gehen und auf sich aufmerksam zu machen. Dahinter steckt meist die Befürchtung, sie könnten sich angreifbar machen, und das ist natürlich richtig: Wer sich zeigt, ragt über andere hinaus. Dann habe ich die Alternative, die Schultern einzuziehen und mich klein zu machen – oder ich werde zum Leuchtturm, der anderen den Weg weist.

Unternehmerinnen – und natürlich auch Unternehmer – wissen, dass sie es nicht allen recht machen können und

entscheiden sich bewusst für eine klare Linie. Was also ist Ihr Beitrag, den nur Sie auf diese ganz besondere Weise leisten? Und wie machen Sie sich damit sichtbar? Erfolgsblockaden sind letztlich schlechte Gewohnheiten. Wir können sie ersetzen durch Erfolgsgewohnheiten. Als Unternehmerinnen im kommunikativen Bereich wissen wir doch, wo wir nach Möglichkeiten und Chancen zu suchen haben. Raus aus dem Problemuniversum, heißt die Devise!

5. Trends und Marktentwicklungen. Unternehmerisches Denken zeigt sich auch darin, dass man seinen Markt ständig beobachtet. Wie viele Kolleginnen und Kollegen schmoren noch im eigenen Saft und halten sich zu wenig auf dem aktuellen Stand? Das Internet bietet unzählige Möglichkeiten, sich auf dem Laufenden zu halten. Warum das so wichtig ist? Wer Marktforschung in eigener Sache betreibt, kann Ideen für das eigene Business generieren, lange bevor der Wettbewerber und die Wettbewerberin überhaupt merken, dass hier Potenzial schlummert.

Neue Geschäftsfelder zu finden gehört zu den spannendsten Aufgaben des unternehmerischen Alltags. Wo können Sie sich an die Spitze stellen? Welche ungehobenen Schätze befördern Sie ans Tageslicht?

Was sind die Regeln?

6. Produkte und Angebote. Im Angebot liegen oft ungenutzte Möglichkeiten verborgen. Aus Seminarskripten lassen sich E-Books erstellen, die man parallel vermarkten kann. Es lohnt sich, immer wieder zu hinterfragen, ob das eigene Angebot wirklich noch die Wunschkunden erreicht. Wer sich auf seinen Konzepten ausruht, die irgendwann einmal funktioniert haben, wird früher oder später den Anschluss verlieren.

Deshalb sollten Sie immer einmal wieder im direkten Kontakt mit Ihren Auftraggebern erfragen, was deren aktueller und konkreter Bedarf ist, wo gerade der Schuh drückt.

7. Finanzen und Vorsorge. Ein großes Lernfeld bedeutet für viele Trainer und Trainerinnen das Thema Geld. Das beginnt bei einer ordentlichen Umsatz- und Liquiditätsplanung. Für viele aus unserer Zunft ist das ein rotes Tuch – doch zum langfristigen unternehmerischen Erfolg gehört es einfach dazu, sich auch diesen Themen zu stellen. Wer größere Projekte in Angriff nehmen möchte, kommt eh nicht umhin, sich über Möglichkeiten der Finanzierung und Förderung zu informieren.

Beginnen Sie damit, Ihren Jahresumsatz festzulegen und regelmäßig zu überprüfen. Vielleicht spüren Sie ja, wie diese ständige Kontrolle Ihnen ein ganz neues Gefühl zu Ihrem Geldfluss gibt. Und vielleicht erkennen Sie, dass

Sie deutlich mehr Einfluss darauf nehmen können als zuvor.

8. Kontakte und Netzwerke. Den Aufbau eines Netzwerks überlassen viele Kolleginnen und Kollegen eher dem Zufall, wenn sie sich überhaupt damit auseinandersetzen. Dabei lässt sich durchaus lernen, wie man Netzwerkaufbau strategisch begreift und Kontakt zu Menschen findet, die zur persönlichen und unternehmerischen Entwicklung beitragen können. Multiplikatoren, die helfen, das eigene Angebot in die Welt zu bringen, sind wertvolle Helfer für den unternehmerischen Erfolg.

Wen kennen Sie bereits, der für Sie tätig werden könnte? Wie ließe sich diese Person für Ihre Sache gewinnen? Was könnten Sie vielleicht umgekehrt für sie tun?

9. Regeln und Rituale. Oft unterschätzen wir die Macht informeller Spielregeln und sind dann zuweilen im Nachteil gegenüber unseren Mitspielern. Ich kenne etliche Trainerinnen und Trainer, die sich darüber keine Gedanken machen, aber sich wundern, wenn andere an ihnen vorbeiziehen. Wie wäre es, diese Regeln zu erkennen und einfach mitzuspielen? Und wenn ich sie aus guten Gründen nicht mag: Brechen kann ich sie dann, wenn ich sie durchschaue. Sind Sie als Trainerin oder Trainer in Großkonzernen unterwegs, gelten andere Regeln für Sie als im kleinen Handwerksbetrieb. Das fängt beim Outfit an, zieht sich durch die gesamte Selbstpräsentation und Kommunikation Ihrer Angebote und hört beim eigentlichen Seminar noch nicht auf. Welche Regeln kennen Sie, welche haben Sie vielleicht noch nicht durchschaut? Fragen Sie ruhig auch Ihre Auftraggeber. Das ist allemal besser als aus Unkenntnis ins Fettnäpfchen zu stolpern.

Meine Rolle im großen Ganzen

10. Verhandlungen und Konflikte. Hoch erhobenen Hauptes und ganz souverän aus Verkaufsgesprächen zu kommen – das ist ein Traum vieler Trainerinnen und Trainer. Doch wer es als unangenehm empfindet sich zu verkaufen und Konflikten lieber aus dem Weg geht, lässt eine wichtige unternehmerische Tugend vermissen.

Als Unternehmer und Unternehmerinnen sind wir ständig gefordert, unsere Angebote positiv darzustellen und zu ei-

nem guten Preis anzubringen. Unternehmerisches Standing macht sich auch daran fest, dass wir nicht jeden Auftrag annehmen, sondern in der Lage sind, „nein“ zu sagen. Selbst auf die Gefahr hin, einen Kunden zu verlieren – und zwar einen schlecht zahlenden Kunden, der Kapazitäten besetzt, die wir besser für Wunschkunden freihalten.

11. Kommunikation und Marketing. Von außen betrachtet, scheint dies doch die größte Selbstverständlichkeit zu sein: dass ich als Anbieterin auf dem Markt mit geeigneten Methoden auf mich aufmerksam mache. Das heißt, ich passe mein Angebot an die Bedürfnisse meiner Wunschkunden an und sende auf den Kanälen, auf denen ich sie wahrscheinlich erreiche. Auch das lässt sich strategisch planen und aufeinander abstimmen. Einen Marketing-Plan für die nächsten zwölf Monate haben allerdings die wenigsten Trainerinnen und Trainer.

Welche Instrumente nutzen Sie bisher? Haben Sie dieses Potenzial tatsächlich ausgeschöpft?

12. Intuition und Spiritualität. Dieser letzte Punkt mag überraschen. Tatsächlich können Intuition und eine spirituelle Ausrichtung dazu beitragen, unternehmerisch erfolgreich zu sein. Wie gut können Sie sich auf Ihr Bauchgefühl verlassen? In welchen Situationen entscheiden Sie spontan, wann lassen Sie sich mehr Zeit? Prüfen Sie, wie erfolgreich Sie mithilfe Ihrer Intuition bisher navigiert haben, und passen Sie Ihr Entscheidungsverhalten gegebenenfalls an.

Fragen Sie sich auch, wie Sie Ihre Rolle zum Wohle des großen Ganzen nutzen können. Wie können wir als integrierte Persönlichkeiten über den Augenblick und den kurzfristigen Erfolg hinaus denken? Diese Fragestellungen können uns zu interessanten Antworten führen, wenn wir ihnen den gebührenden Raum geben.



Heide Liebmann, Düsseldorf, Coach, Beraterin mit Schwerpunkt Entwicklung der unternehmerischen Persönlichkeit.
Website: www.heide-liebmann.de