

**Giso Weyand**

# Allein erfolgreich – Die Einzelkämpfermarke



**Erfolgreiches Marketing  
für beratende Berufe**



**BusinessVillage**  
Update your Knowledge!

<b>Über den Autor</b> .....	3
<b>Vorwort und Einleitung</b> .....	5
<b>Kapitel 1: Das deutsche Neutralitätsgebot</b> .....	7
<b>Kapitel 2: Drei Stichworte für Ihren Erfolg</b> .....	15
<b>Modul 1: Positionierung</b> .....	19
<b>Modul 2: Fachartikel</b> .....	27
<b>Modul 3: Inszenierung</b> .....	35
<b>Modul 4: Der erfolgreiche Elevator Pitch (Kurzvorstellung)</b> .....	39
<b>Modul 5: Zielgruppenbestimmung</b> .....	45
<b>Modul 6: Honorargestaltung</b> .....	51
<b>Modul 7: Besser verkaufen mit Paketangeboten</b> .....	59
<b>Modul 8: Ihr Profil</b> .....	63
<b>Modul 9: Vom Beruf zur Berufung</b> .....	71
<i>von Nadine Hamburger</i>	
<b>Modul 10: Die Internetseite</b> .....	79
<i>von Nadine Hamburger</i>	
<b>Modul 11: Kundenbindung</b> .....	97
<i>von Nadine Hamburger</i>	
<b>Nachwort</b> .....	107

## Kapitel 1:

### Das deutsche Neutralitätsgebot

#### Warum dieses Buch langweilig beginnen muss ...

Ein Buch langweilig zu beginnen gilt nicht gerade als die hohe Kunst des Schreibens. Und dennoch möchte ich Sie ins Land der gähnenden Langeweile entführen: das Beraterland. Es existiert wohl keine andere Branche, in der sich Marktauftritte von Anbietern so ähneln wie in unserer. Und natürlich gibt es auch im Beraterland Gesetze. An oberster Stelle steht in unserem Land das „deutsche Neutralitätsgebot“. Es besagt:

#### Das deutsche Neutralitätsgebot

Je allgemeiner die Leistungen und ihre Beschreibung, desto mehr Kunden finden sich.

Was zählt, ist die Leistung!

Wer als Person in den Vordergrund tritt, ist ein Angeber.

Vielleicht werden Sie nun sagen: „So schlimm ist es nun wirklich nicht. Ich weiß doch, dass ich mich unterscheiden muss und dass wir auch in einem personenbezogenen Geschäft arbeiten.“ Und Sie haben Recht: Die meisten Berater wissen um die Bedeutung von Positionierung, Besonderheiten und Persönlichkeit. Dennoch fallen wir alle immer wieder auf das deutsche Neutralitätsgebot herein. Im Folgenden finden Sie einige (anonymisierte) Beispiele und meine – etwas pointierten – Kommentare dazu. Die Schärfe der Kommentare dient

ausschließlich dazu, die Fallstricke mancher Marktauftritte zu verdeutlichen. Denn mir ist durchaus bewusst, dass sich dahinter häufig exzellente Berater verbergen, die es aber nicht anders gelernt haben. Die Ironie gilt also ausschließlich den Inhalten.

Los geht's (Variante 1):

#### Letztlich ist es doch der Mensch, der zählt.

Geschlossene Organisationen gibt es nicht mehr. Gerade lernen wir, in vernetzten Systemen zu entscheiden. Probleme der Unternehmensführung lassen sich nicht mehr innerhalb einzelner Disziplinen bewältigen. Probleme werden nicht mehr isoliert, sondern systemisch verstanden und betrachtet.

Der Vorgesetzte in der Rolle des alles Beherrschenden zählt zu den Auslaufmodellen. Die Führungskraft von heute – als Teil des Ganzen an den Werten und Zielen des Unternehmens orientiert – sieht sich als Impulsgebende/r. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind im zukunftsorientierten Betrieb keine widerspruchsfreien Befehlsempfänger, sondern eigenständige und selbstbewusste Menschen, die bei der Analyse und Entwicklung von Lösungen mit einbezogen sind.

Daher wird der Mensch in der systemischen Organisationsberatung nur in seinen vielfältigen Verbindungen, Vernetzungen und Wechselwirkungen mit Menschen, anderen Organisationen und Unterorganisationen verstanden.

**(Fortsetzung von Seite 7)**

Unternehmen sind lebendige Systeme, die permanenter Entwicklung und Veränderung unterworfen sind. In diesem Umfeld versteht sich der Coach als derjenige, der die gewünschte Weiterentwicklung mit einleitet und begleitet.

*Deutsches Neutralitätsgebot,  
Variante Belehrung*

Was fällt Ihnen zu diesem Text ein? Mein erster Gedanke: der Mitschnitt eines Volkshochschulkurses zum Thema „Modernes Management für Wiedereinsteiger“ mit Dr. phil. Mautberger-Schnarrenheimer. Als Kunde wäre ich jetzt weg. Und Sie?

Stellen Sie sich vor, Sie haben eine konkrete Herausforderung zu bewältigen und suchen dringend einen Coach. Einige der Fragen, die Ihnen zurzeit durch den Kopf gehen:

- Wie kann ich diese Herausforderung lösen?
- Wie geht das möglichst effektiv?
- Worin liegt überhaupt mein Problem?
- Wie soll ich dabei mit meinem Vorgesetzten umgehen?
- Welche Anforderungen sollte mein Coach erfüllen?
- Wer ist als Coach besonders qualifiziert?
- Woran erkenne ich das?
- Welcher Coach passt am besten zu mir?

Und nun stoßen Sie auf diese Seite. Eigentlich hat das alles doch nichts mit Ihnen zu tun, oder? Was haben Sie von diesen allge-

meinen Aussagen darüber, wie Organisationen beschaffen sind, wie sich eine moderne Führungskraft versteht, was die Rolle *des* Coachs an sich ist und wie Unternehmen betrachtet werden sollten? Die einzigen Personen, die im Text nicht vorkommen, sind **Sie** und **der Coach**, also letztlich die beiden Hauptpersonen. Was ebenfalls nicht vorkommt, sind **Ihr Nutzen** und die **Besonderheiten Ihres Coachs**. Diese Seite ist im schlechten Sinne neutral.

Zugegeben, das ist ein Extrembeispiel. Dennoch: In nahezu jedem Beratermarktauftritt finden sich Passagen, die so oder ähnlich klingen. Daher werde ich Ihnen am Ende des Kapitels einen Check-Up vorschlagen, mit dem Sie Ihren Marktauftritt auf das deutsche Neutralitätsgebot hin überprüfen können.

Zuvor jedoch eine zweite Variante:

Wir sind seit 1987 ein lebendiges Netzwerk mit erfahrenen Beraterinnen aus unterschiedlichen Erfahrungswelten.

Wir arbeiten interdisziplinär an maßgeschneiderten Anwendungen für Organisationen, Gruppen und Einzelne in vielen Ländern.

Dabei praktizieren wir die Verbindung von Professionalität, persönlicher Verantwortung, Vertrauen und Freude am Arbeiten.

Das Ergebnis: Effizienz und Wärme einer organisch gewachsenen Organisation, die nah am Kunden ist.

*Deutsches Neutralitätsgebot,  
Variante Allgemeine Selbstauskunft*

Auch hier erfahre ich als Interessent nicht, was für mich wirklich zählt: Wie können die mir helfen? Wie arbeiten die denn? Was sind deren Schwerpunkte? Warum die und nicht jemand anderen als Berater wählen? Auf all diese Fragen erhalte ich keine Antwort. Und da wir gerade dabei sind:

Was, bitteschön, ist denn ein „lebendiges Netzwerk“? Gibt es auch „tote Netzwerke“? Was ist eigentlich eine „maßgeschneiderte Anwendung“? Was bedeutet „eine organisch gewachsene Organisation“? Zufällig zusammengerauft? Oder besonders langsam entstanden?

Fragen über Fragen, aber kaum Antworten. Doch genau wegen der Antworten auf meine Fragen schaue ich mir Beraterseiten an! Oder nicht?

Nun wissen viele Berater inzwischen, dass es notwendig ist, auch etwas Persönlichkeit zu zeigen. Hier ein Versuch:

Gestatten – Kerstin Schmidt-Richter  
Jahrgang 1952  
Seit 1990 Mutter von Martin  
Seit 1998 verheiratet mit dem Engländer Thomas Richter

Nachdem ich auf Wunsch meiner Eltern „erstmal einen vernünftigen Beruf“, nämlich Industriekaufrau, gelernt hatte, habe ich im 2. Bildungsweg Abitur gemacht und später Soziologie studiert. Heute bin ich:

M.A. Soziologie  
Supervisorin BDS  
NLP Lehrtrainerin DVNLP  
NLP Therapeutin DGNLPt  
Psychotherapeutische Heilpraktikerin

und arbeite seit 1982 selbstständig als Seminarleiterin, Supervisorin, Beraterin, Coach, Psychotherapeutin und spirituelle Wegbegleiterin.

*Deutsches Neutralitätsgebot,  
Variante Spezielle Selbstauskunft*

Auch hier: viele Informationen mit wenig Relevanz. Es ist zwar schön zu wissen, dass die Dame mit einem Engländer verheiratet ist, ihr Sohn Martin heißt und sie erst einmal etwas Vernünftiges gelernt hat, aber: Wozu diese Informationen? Es macht ja durchaus Sinn, seinen Lebenslauf als Story zu verpacken, aber auch Stories leben von Zusammenhängen. Hier sind zwar Elemente der Person und Persönlichkeit erkennbar, die Verbindung zu ihrer Arbeit jedoch nicht.

Mich würde zum Beispiel interessieren, welche Auswirkungen ihre erste Ausbildung auf den jetzigen Beruf hatte; oder welche Projekte und Aufträge sie in den über 20

Jahren ihrer Tätigkeit betreut hat, was ihre inhaltlichen Schwerpunkte sind usw. Aber immerhin: Es ist der Versuch, weniger neutral zu sein!

Im letzten Beispiel sehen Sie einen ebenso häufigen Fall des deutschen Neutralitätsgebots: die reine Produktorientierung.

#### Marketing- und Vertriebskonzepte

Übersichtliche, prägnante, auf Ihr Unternehmen zugeschnittene Arbeitsgrundlagen

Ich bin der richtige Mann an Ihrer Seite, wenn Sie beabsichtigen,

ein gezieltes Marketing-Management einzuführen,

Marketing- und Vertriebsprojekte umzusetzen

oder als Existenzgründer den Markt erschließen wollen.

Beratung, Konzepterstellung und Begleitung bei der Einführung des gezielten Marketing-Managements oder in der Weiterführung bereits begonnener Projekte

*Deutsches Neutralitätsgebot,  
Variante Produktorientierung*

Hier sind die eigentlichen Angebote hinter Produkten versteckt, die allerdings weder aussagekräftig noch besonders nutzenorientiert dargestellt werden. Oder wissen Sie, was sich hinter „prägnante, auf Ihr Unternehmen zugeschnittene Arbeitsgrundlagen“ verbirgt? Können Sie definieren, was hier unter „Marketing-Management“ verstanden wird? Wissen Sie, für welche Zielgruppe der Anbieter besonders kompetent ist?

Dies ist übrigens die meines Erachtens häufigste Version von befolgttem Neutralitätsgebot. Das eigentliche Angebot wird hinter überwiegend neutralen Leistungsbeschreibungen versteckt.

Um die Falle des „deutschen Neutralitätsgebots“ in Zukunft zu vermeiden, ist es hilfreich, die Ursachen hierfür zu verstehen. Aus meiner Erfahrung sind es 5 Faktoren, die hier eine Rolle spielen:

#### ■ 1. Die Angst, als Angeber zu gelten

Spätestens seit dem „Erfolgstrainer“-Boom Mitte bis Ende der 90er-Jahre bringen weite Teile der Bevölkerung Berater mit Leuten wie Emile Rattelband („Tschakaaa, Du schaffst es!“), Jürgen Höller („Yauuuu, Du schaffst es!) und Dr. Ulrich Strunz („Leeeeeicht wie ein Vogel! Hüpfend durchs Leben!“) in Verbindung. Keine Frage, die Welle der Angeber war immens. Jürgen Höller, nach eigenen Angaben der erfolgreichste und teuerste Motivationstrainer, wurde schließlich sogar wegen verschiedener Delikte zu einer mehrjährigen Haftstrafe verurteilt. Doch auch nach seiner Entlassung scheint sich an seinem Selbstbild nichts geändert zu haben.

#### **Beispiel Höller:**

*In einem ganzseitigen Leserbrief an das Magazin „managerSeminare“ schreibt Höller:*

*„Wie kommen Sie auf die Idee, ich hätte das größte Imageproblem der Branche? Das zeigt mir, wie wenig Sie den Markt beobachten und Ihr eigenes Metier verstehen. Ich bin*