

Nadine Hamburger

Was Berater, Unternehmer und Change Maker bewegt

Studie 2018





Nadine Hamburger

Was Berater, Unternehmer und Change Maker bewegt

Die Studie 2018 – aufbauend auf den Erkenntnissen der Studie 2008 "Was Deutschlands Trainer bewegt. Erste deutschsprachige Studie zu den Herausforderungen des Trainerberufs" (managerSeminare, 2008)



© managerSeminare 1 | Seite



Inhalt

Einleitung	4
Einige faktische Hinweise	5
Die wesentlichen Ergebnisse auf einen Blick	6
Was Berater, Unternehmer und Change Maker verbindet	8
Bewusstseinspioniere und ihre spezielle Aufgabe	8
Als was sehen sich die Befragten?	
Selbstständig, angestellt oder nebenberuflich	10
Die Kernthemen	10
Ihre Stärken und Schwächen	10
– Sind Deutschlands Berater und Change Maker auch gute Unternehmer?	11
 Beherrschen Deutschlands Berater und Change Maker Selbstdarstellung und Marketing? 	13
 Wie inspiriert und innerlich gefestigt sind Deutschlands Berater und Change Maker? 	14
Wie einsam sind Deutschlands Berater und Change Maker?	15
 Wie kraftvoll, gesund und glücklich sind Deutschlands Berater und Change Maker? 	16
Ihre wichtigsten Hebel	17
Was macht wirtschaftlich erfolgreich?	18
 Wer wirtschaftlich erfolgreich ist, hat mehr Durchschlagskraft in der Welt 	19
 Wer wirtschaftlich schwach aufgestellt ist, kann Berufliches und Privates schwer 	
in Einklang bringen	19
 Erfolgsfaktor 1: Öffentlichkeitsarbeit – sichtbar in Markt und Medien 	19
 Erfolgsfaktor 2: Positionierung & Marketing – Basis der Anziehungskraft 	20
Wie stark sind die Effekte von Marketing und Öffentlichkeitsarbeit?	20
Mit welchen Maßnahmen lassen sich Tagessatz und Finanzen verbessern?	22
Auszug aus der Studie von 2008	2 3
– Honorarverhandlungen	2 3
Selbstbewusstsein	24
– Konsequentes Marketing	25
– Kundenbeziehung	25
Welche Wechselwirkungen haben Balance und Erfüllung?	27
Balance und Erfüllung sorgen für Gesundheit und Energie	28
– Balance bringt enorme Energie	28
– Äußere Balance korreliert mit innerer Klarheit und Stabilität	29
– Balance und Erfüllung gehen Hand in Hand mit persönlicher und fachlicher Entwicklung	20



Das Miteinander stärkt Unternehmer – korreliert, aber nicht mit wirtschaftlichem Erfolg	30
Ein starkes Miteinander unterstützt – nur nicht wirtschaftlich	30
Wie lässt sich das ändern?	30
Die gute Nachricht: 25 Prozent mehr Kraft und Energie sind schnell erreicht (Studie 2008)	32
Unterstützungsformate	33
Erfolgreiche Entlastungsstrategien: Werden sie genutzt? (Auszug aus der Studie von 2008)	33
Top-Unterstützungsformate	34
Die Autorin	36
Bücher von und mit Nadine Hamburger (Auswahl)	37
Services	38

Impressum: Inhalte und Daten dieser Analyse sind vertraulich und nur für den Empfänger bestimmt. Weitergabe und Abdruck, auch auszugsweise, bedürfen der ausdrücklichen Genehmigung von Verlag und Autorin. Dies schließt die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf Datenträgern mit ein. • Verantwortlich für den Inhalt i. S. d. P.: Nadine Hamburger, E-Mail: nh@nadinehamburger.com • Titelbild: Adobe Stockphoto/Irochka • Vertrieb der Studie über: managerSeminare Verlags GmbH, Endenicher Straße 41, D-53115 Bonn, Telefon: 0228/9 77 91-0, Fax: 0228/61 61 64, E-Mail: shop@managerseminare.de, Internet: www.managerseminare.de/Trainerbuch/eBooks • Preis: 19,80 Euro

© managerSeminare 3 | Seite



Einleitung

Seit meiner Studie "Was Deutschlands Trainer bewegt" (managerSeminare, 2008), an der rund 1.000 Trainer, Berater und Coaches teilgenommen haben, sind zehn Jahre vergangen. Es war die erste deutschsprachige Studie zu den Besonderheiten des Trainerberufs – zu seinen emotionalen Hürden, zu persönlichen und unternehmerischen Herausforderungen, zu Lebensbalance sowie Selbstvermarktung und Tagessätzen. Es ist also an der Zeit zu fragen, was sich seitdem verändert hat und wie der heutige Stand ist. Sind die Kernthemen geblieben? Was sind die wichtigsten Hebel, mit denen Berater ihr Potenzial und ihre Power mobilisieren, um erfolgreich, gesund und glücklich zu sein? Rund 170 Personen nahmen zum Jahreswechsel 2017/18 an der Online-Umfrage teil.

Dabei kam ein neuer Aspekt hinzu: In meiner Beratungstätigkeit begleite ich vor allem "Bewusstseinspioniere". So nenne ich Menschen, die einen starken Drang verspüren, ihre Lebensaufgabe zu erfüllen, sprich ihre Berufung zu leben. Sie wollen …

- ihr schlummerndes Potenzial wecken.
- ihren Beitrag zum persönlichen, unternehmerischen, organisationalen, gesellschaftlichen und/oder globalen Wandel leisten.
- splücklich und gesund leben.
- wirtschaftlich erfolgreich sein.
- wirklich etwas bewegen und verändern.

Sie sind Pioniere. Sie folgen ihrem Ruf und sind bereit, neue Wege zu gehen. Auch wenn es ihnen sehr viel mehr abverlangt, als in altbewährten Pfaden zu bleiben.

Was ich in meiner Praxis sehe: Egal, ob Berater/Trainer/Coach (nachfolgend: Berater), Unternehmerln (jemand, der unternehmerisch denkt und handelt) oder Change Maker (jemand, der vorlebt, was er in der Welt künftig sehen möchte, und andere dazu inspiriert oder anstiftet), ob als Einzelunternehmer, Inhaber eines kleinen Beratungsunternehmens oder angestellter Bewusstseinspionier – die Herausforderungen sind immer ähnlich. Deshalb habe ich die Zielgruppe um Change Maker erweitert und spannende Ergebnisse erhalten.

Ich wünsche mir, dass diese Studie Sie unterstützt, ermutigt und Ihnen nützliche Hinweise darauf gibt, wie Bewusstseinspioniere ihr volles Potenzial leben können – mit Kraft, Freude und dem gewünschten Rückfluss. Denn genau diese Berater und Change Maker spielen eine wichtige Rolle im Hinblick auf die globalen Veränderungen in Wirtschaft, Organisationen und den Menschen. Und die Ergebnisse zeigen: Es ist viel (mehr) möglich!

© managerSeminare 4 | Seite



Mein herzlicher Dank gilt allen Studienteilnehmern sowie Simone Puchert für ihre Unterstützung bei der Auswertung und Aufbereitung des Zahlenwerks.

Und nun viel Freude und Inspiration beim Lesen.

Nadine Hamburge

Ihre

Ibiza, August 2018

Einige faktische Hinweise

- ✓ Die Begriffe Studie und Umfrage werden hier synonym verwendet.
- ✓ Es wurde kein wissenschaftlicher, sondern ein sehr pragmatischer Ansatz gewählt mit aller Achtsamkeit in Bezug auf die Analyse und Interpretation der Zahlen. Die Auswertung erhebt daher auch keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Um die Bedeutung der Zahlen zu veranschaulichen, werden sie mit Markteinschätzungen und Interpretationen angereichert.
- ✓ Einige wenige Teilnehmer haben ihre Wurzeln oder ihren Lebensmittelpunkt in anderen, meist deutschsprachigen Ländern. Um der besseren Lesbarkeit willen wird dennoch von Deutschlands Beratern und Change Makern die Rede sein.
- ✓ In dieser Studie wurde auf die differenzierte Betrachtung von weiblichen und männlichen Teilnehmern verzichtet. Entsprechende Ergebnisse, z. B. zu Unterschieden bei den Honoraren, entnehmen Sie bitte der Studie von 2008.
- ✓ In der Studie "Was Deutschlands Trainer bewegt" wurden Berater, Trainer und Coaches gleichermaßen befragt und unter dem Begriff "Trainer" zusammengefasst, in der aktuellen Studie unter dem Begriff "Berater". Der Einfachheit halber ist daher auch in Zitaten aus der ersten Studie von "Beratern" die Rede.

© managerSeminare 5 | Seite



Die wesentlichen Ergebnisse auf einen Blick

- ❖ Berater, Trainer und Coaches egal, ob angestellt oder selbstständige Unternehmer verstehen sich in der Regel auch als Change Maker. Change Maker und Unternehmer, die keine Berater/Trainer/Coaches sind, stehen allerdings vor denselben Herausforderungen. Ich nenne sie deshalb alle gerne Bewusstseinspioniere, denn oft sind sie Vorreiter in puncto Bewusstheit, Achtsamkeit, Selbstentwicklung, im Bewältigen von persönlichen wie unternehmerischen Hürden, bei gestalterischen Freiheiten und der damit einhergehenden Verantwortung. Insofern fungieren führende Berater und Change Maker immer auch als Vorbild: Sie leben vor und verkörpern, was sie proklamieren und worin sie ihre Kunden unterstützen.
- ❖ Unternehmertum ist nach wie vor die größte Herausforderung für Berater und Change Maker und das hat wesentlichen Einfluss auf ihren wirtschaftlichen Erfolg ebenso wie auf ihre Durchschlagskraft und somit auf das, was sie in der Welt bewegen.
- Nur 30 Prozent der Befragten erzielen Honorare, Umsätze, Gewinne und Gegenwerte, die sie sich wünschen, 20 Prozent sind sogar unzufrieden mit ihren Einnahmen.
- Nur wenig mehr, 35 Prozent, meinen, dass das, was sie tun, Durchschlagskraft hat, und dass sie bewegen, was sie sich wünschen. Auffallend ist, dass jene, die in der Welt viel bewegen, auch wirtschaftlich erfolgreicher sind. Ihre größere finanzielle Freiheit gibt ihnen mehr Gestaltungsmöglichkeiten, und/oder sie haben sich von Anfang an für die höhere Liga entschieden.
- ❖ Die wesentlichen Instrumente auf dem Weg zu höheren Gewinnen und mehr Durchschlagskraft sind zum einen punktgenaues, fundiertes Marketing mit integrer, kraftvoller Positionierung; zum anderen, hierauf aufbauend, die Öffentlichkeitsarbeit, also Sichtbarkeit und Image bei Kunden und Medien. Hier schlummert enormes Potenzial, das leicht zu heben ist.
- ❖ Marketing & Positionierung: Nur 38 Prozent der Befragten sind der Auffassung, dass ihre Besonderheiten nach außen klar sichtbar und überzeugend sind, rund die Hälfte bewegt sich im Mittelfeld. Gelingt einem Berater der Schritt von mittelmäßigem zu starkem Marketing, so steigert er seinen wirtschaftlichen Erfolg um rund 30 Prozent. Der Schritt von ungenügendem zu mittelmäßigem Marketing sorgt sogar für eine wirtschaftliche Verbesserung um 37 Prozent.
- ❖ Öffentlichkeitsarbeit/PR: Lediglich 18 Prozent finden, dass sie bei Kunden und Medien die gewünschte Bekanntheit und das nötige Image haben. Würde jemand, der bislang ohne PR agiert ein Drittel der Befragten! –, immerhin mittelmäßige Öffentlichkeitsarbeit betreiben, könnte sich sein wirtschaftlicher Erfolg fast verdoppeln. Bei dem Schritt von mittelmäßiger zu starker Öffentlichkeitsarbeit ist von dem höheren Niveau aus noch einmal eine Gewinnsteigerung um 30 Prozent zu erwarten.

© managerSeminare 6 | Seite



- ❖ Die Studie von 2008 zeigte, dass insbesondere die Instrumente Marketing, intelligente Positionierung und Öffentlichkeitsarbeit enorme Effekte auf die erzielten Tagessätze haben. 30 bis 40 Prozent höhere Honorare sind auf diese Weise schnell erzielt. Hinzu kommen die größere Anziehungskraft und Sichtbarkeit. Das heißt: Neben den höheren Tagessätzen gelingt auch der Schritt vom Erstkontakt zur Buchung (Conversion) einfacher und öfter. Außerdem ist der potenzielle Kundenkreis größer, weil mehr Menschen wissen, dass es den Berater gibt.
- ❖ Das Miteinander ist vielen Beratern wichtig, bringt aber − anders als erhofft − keine Vorteile im Hinblick auf die wirtschaftliche Situation. Insofern will ein gemeinsames Geschäft mit einem Partner auf Augenhöhe reiflich überlegt sein. Aus meiner Sicht gilt es, auch die Modelle der Zusammenarbeit neu zu denken.
- ❖ Die Zufriedenheit mit dem Miteinander ist recht hoch und in den vergangenen Jahren offenbar gestiegen. Nur 5 Prozent haben keine inspirierenden und unterstützenden Gleichgesinnten in ihrem Umfeld, mehr als die Hälfte hingegen in erheblichem Maße.
- ❖ Deutschlands Berater und Change Maker sind innerlich deutlich stabiler und klarer als vor zehn Jahren. Nur 6 Prozent berichten von innerer Unruhe, 40 Prozent bewegen sich im Mittelfeld, und 54 Prozent sind voll in ihrer Kraft.
- ❖ In puncto persönliche und fachliche Herausforderungen halten sich die Berater für besonders stark: 65 Prozent sprechen von spannenden Herausforderungen, knapp 30 Prozent sind in dieser Hinsicht mit ihrer Situation recht zufrieden, liegen also im Mittelfeld.

© managerSeminare 7 | Seite



Was Berater, Unternehmer und Change Maker verbindet

Bewusstseinspioniere und ihre spezielle Aufgabe

Berater, Trainer und Coachs haben eine besondere Stellung. In der Regel stehen sie etwas abseits oder jenseits der Unternehmensstrukturen. Doch gerade für ihren Blick von außen werden sie so geschätzt. Generell verfügen sie auch über einen klareren Blick auf die Gesamtsituation sowie eine höhere Bewusstheit¹ – aufgrund ihrer Erfahrungen mit ganz unterschiedlichen Kunden, ihrer Ausbildungen, ihres Expertentums oder der eigenen persönlichen Entwicklung, Lebens- und Berufserfahrung.

Insofern sind viele dieser Berater ihrer Zeit ein Stück voraus, weshalb ich sie gerne Bewusstseinspioniere nenne. Insbesondere Berater mit hoher Wirkkraft und Integrität leben vor, was sie proklamieren. Und das fordert sie. Deshalb brauchen diese Pioniere Möglichkeiten zur eigenen Reflexion und persönlichen Entwicklung außerhalb des Kundenumfelds. Sie brauchen ein Umfeld, in dem sie auftanken können.

Mit dieser Präsenz, Inspiration und hoher Bewusstheit beraten sie ihre Kunden oder schreiten als Visionär und Fahnenträger im eigenen Unternehmen voran. Häufig treffen sie auf alte Strukturen, Denk- und Handlungsweisen, die zu beleuchten und zu durchbrechen sind, und auf Menschen, die ermutigt werden wollen, ebenfalls neue Wege zu gehen. Das kostet viel Kraft.

Umso wichtiger ist es für diese Vorreiter – sei es als Freiberufler oder angestellt –, Privates und Berufliches so gestalten, wie es ihnen entspricht und guttut. Nicht zu viel, nicht zu wenig und punktgenau der Tätigkeitsmix, der zu ihnen passt. Für die jeweils optimale Balance kann es keine Pauschallösung geben. Kein Lebensmix sieht aus wie der andere.

Somit schlagen diese Berater und Change Maker nicht nur beim Kunden eine Bresche in den unübersichtlichen Dschungel, sondern auch hinsichtlich der eigenen Lebens- und Arbeitsform. Wie kaum eine andere Berufsgruppe haben sie den Freiraum, fast alle Aspekte ihres Lebens und Wirkens selbst zu gestalten: Tätigkeit, Angebote, Zielgruppen, Arbeitszeiten und -umfeld, Kommunikation und Kultur, Geschäftspartnerschaften etc.

Auf diese Weise meistern sie ihr Leben, ihr Wirken, ihre Energie und ihren Rückfluss. Immer wieder müssen sie neu überlegen und justieren: Was will ich erreichen? Welche Arbeitsweise, welche Kom-

© managerSeminare 8 | Seite

¹ Bewusstheit verstehe ich als Wissen über das, was wir derzeit tun, und die möglichen Auswirkungen. Über systemische Zusammenhänge und Wechselwirkungen. Über das Wesen einer Person und sein Umfeld. Über eine Organisation oder Kultur. Über die Historie, Eigenarten und Implikationen für die Zukunft. Darüber, wer wir sind, wie wir in die Welt schauen, wahrnehmen, uns verhalten, empfinden – und was es mit uns und anderen macht. Bewusstheit ist aber auch das Wissen darüber, was wir *nicht* wissen.



munikation, welche Kultur tut mir gut? Wie soll mein Rückfluss aussehen, und was möchte ich wirtschaftlich erreichen? Mit welcher Strategie und Taktik gelingt es mir, das Umfeld zu kreieren, das ich mir für meinen Beruf, mein Privatleben und in der Welt wünsche?

Eben diese Aspekte verbinden Berater mit anderen Unternehmern und Change Makern. Deshalb bezeichnen sich viele von ihnen auch zu Recht als Unternehmer und Change Maker.

Als was sehen sich die Befragten?

Die Hälfte der Teilnehmenden versteht sich als Berater und Unternehmer oder als Berater und Change Maker. Rund 20 Prozent der Befragten, ein Drittel der Berater, haben sich nur als Berater bezeichnet. Knapp 15 Prozent wiederum sehen sich selbst als Unternehmer, Change Maker oder beides (siehe Abbildung 1: Verteilung Bezeichnung.

Stehen reine Berater anderen Herausforderungen gegenüber als Change Maker oder Unternehmer? Die Überprüfung nach diesen Gruppen hat meine Erfahrungen bestätigt: Die Antworten der drei Gruppen ergeben keine signifikanten Unterschiede. Folglich differenziere ich bei den folgenden Auswertungen nicht zwischen diesen Gruppierungen.

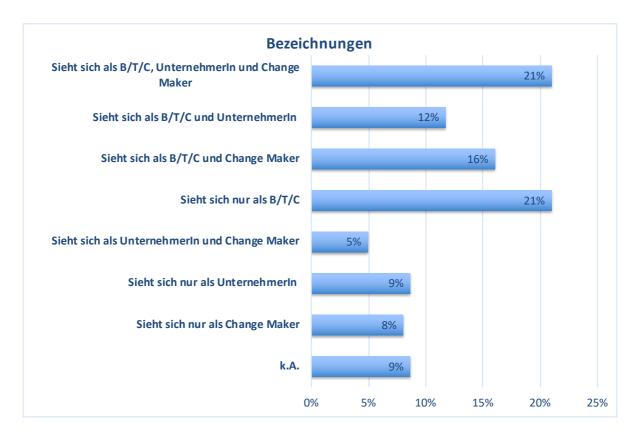


Abbildung 1: Verteilung Bezeichnung

© managerSeminare 9 | Seite



Selbstständig, angestellt oder nebenberuflich

Die Analyse der "Schmerzpunkte" nach Beschäftigungsart (selbstständig, angestellt, nebenberuflich) hat ebenfalls keine wesentlichen Unterschiede ergeben. Bei keiner der Aussagen sind die Varianzen signifikant. Allerdings sind die Fallzahlen der angestellten und nebenberuflich Selbstständigen auch zu gering, als dass detailliertere Ergebnisse statistisch aussagekräftig wären. Darum habe ich diese Gruppierungen ausschließlich zusammengefasst betrachtet.

Wen es dennoch interessiert, der findet relevante Fallzahlen und Aussagen zu diesem Thema in meiner Studie "Was Deutschlands Trainer bewegt". Meiner Erfahrung und Einschätzung nach werden sich die Ergebnisse in den vergangenen Jahren kaum verändert haben.

Die Kernthemen

Welche Themen beschäftigen Berater, Unternehmer und Change Maker am meisten? Und wo sind ihre wichtigsten Hebel?

Ihre Stärken und Schwächen

Mit Abstand am unzufriedensten sind die Befragten mit der eigenen Öffentlichkeitsarbeit und dem monetären Rückfluss.

Im Mittelfeld folgen Balance und Erfüllung, Energie und Gesundheit, Positionierung und Marketing sowie Wachstum und Durchschlagskraft.

Für besonders stark halten sie sich in puncto persönliche wie fachliche Weiterentwicklung, Miteinander sowie innere Klarheit und Stabilität.

Das überrascht wenig und entspricht meinen Studienergebnissen von 2008: Ihr Job ist in der Regel spannend und fordernd. Sie sind zumeist bewusst, selbstbewusst und verfügen über das nötige Handwerkszeug für innere Ruhe und Stabilität.

Fazit: Die Basis für erfüllende Arbeit, Inspiration und innere Stärke ist da – an Unternehmertum aber hapert es. Bereits bei der wirksamen Positionierung schwächeln Deutschlands Berater. Das ist umso bedauerlicher, als sie das Fundament für Marketingerfolg, Öffentlichkeitwirksamkeit und vor allem für den wirtschaftlichen Erfolg ist. Hier liegt also ein enormes Potenzial, das es zu heben gilt.

Die gute Nachricht: Schon eine gewisse Verbesserung der unternehmerischen Aspekte steigert den wirtschaftlichen Erfolg, die Durchschlagskraft und somit die Zufriedenheit in vergleichsweise hohem Maße.

© managerSeminare 10 | Seite



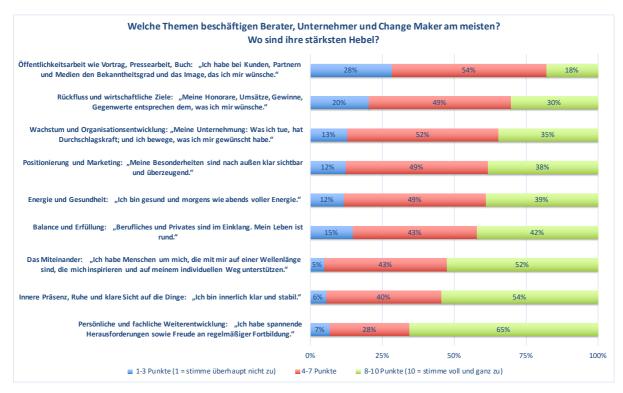


Abbildung 2: Themen und stärkste Hebel

Sind Deutschlands Berater und Change Maker auch gute Unternehmer?

Die eindeutige Antwort lautet: Nein! Denn seiner Berufung zu folgen ist das eine, aber die eigenen Gaben und Interessen so einzusetzen, dass sie eine hohe Durchschlagskraft am Markt haben und den wirtschaftlichen Erfolg bringen, das andere. Letzteres benötigt solide unternehmerische Qualitäten wie kreativen Umgang mit schwierigen Märkten, Verhandlungsgeschick und eine ordentliche Portion Durchhaltevermögen. Diese sind den wenigsten in die Wiege gelegt.

Nur 30 Prozent der Berater und Change Maker sind mit ihrem Rückfluss und ihren wirtschaftlichen Ergebnissen zufrieden, lediglich ein Drittel erreicht die gewünschte Durchschlagskraft und das, was sie in der Welt bewegen wollen. Bereits die Studie von 2008 hatte ergeben, dass Wettbewerb, Preiskampf, Honorarverhandlungen und Auftragslöcher für Deutschlands Trainer und Berater besonders schwer zu handhaben sind.

Was wäre, wenn diese Pioniere und Treiber des Wandels auch noch ihre volle unternehmerische Wirksamkeit entfalten würden? Dieses Potenzial könnte Berge versetzen – und eine Lawine an positivem Wandel in der Welt lostreten.

Es ist nie zu spät, das Augenmerk auf Unternehmertum mit hoher Bewusstheit zu richten. Auch Berater brauchen Unterstützung, um die gesamten PS aus ihren Gaben, Erfahrungen und Talenten auf die Straße zu bringen; und zwar auf stimmige, selbstwirksame und -nährende wie auch nach außen

© managerSeminare 11 | Seite



wertschöpfend-wirkungsvolle Art und Weise. Diesen "Sweet Spot" zu treffen ist kein Kinderspiel. Aber es geht. Immer.



Abbildung 3: Wirtschaftlicher Erfolg und Durchschlagskraft

© managerSeminare 12 | Seite



Beherrschen Deutschlands Berater und Change Maker Selbstdarstellung und Marketing?

Wesentlicher Bestandteil des unternehmerischen Erfolgs eines Beraters ist dessen Sichtbarkeit am Markt, sprich Selbstdarstellung und Marktpräsenz. Haben Deutschlands Berater und Change Maker ihren "Sweet Spot" gefunden und diesen klar und überzeugend kommuniziert? Nein, leider immer noch nicht. Genau hier sollten sie daher als erstes ansetzen.

Lediglich 18 Prozent der Befragten haben bei Kunden, Partnern und Medien den gewünschten Bekanntheitsgrad und das entsprechende Image. Es hapert an Öffentlichkeitsarbeit (PR) wie Vortrag, Pressearbeit und Buch. Kein Wunder, denn bereits an der Basis für wirksame PR, in Positionierung und Marketing, sind zwei Drittel der Berater eher schwach aufgestellt: Ihre Besonderheiten sind nach außen weder klar sichtbar noch überzeugend.

Ohne klare Marktpositionierung und wirksame Öffentlichkeitsarbeit wird es schwer sein, die gewünschten Honorare, den wirtschaftlichen Erfolg und die gesellschaftliche Durchschlagskraft zu erreichen. Denn wie will man an der richtigen Stelle wirken, wenn die eigenen Besonderheiten nicht erkennbar sind?

Fazit: Hier befindet sich der wichtigste Hebel für Berater und Change Maker. Viele kennen ihre Besonderheiten zwar, versäumen es aber, diese öffentlichkeitswirksam zu betonen. Entweder haben sie keine Zeit dafür – viele sind gefangen im Hamsterrad des Niedrigpreissegments –, halten es für unerheblich, oder es fehlt ihnen an Know-how, um Marketing und PR zielgerichtet und effektiv zu betreiben. Des Weiteren sind kompetente Unterstützer, die den Beratermarkt kennen sowie die individuelle Persönlichkeit in der Tiefe erfassen und authentisch als auch wirksam transportieren können, sprich den "Sweet Spot" treffen, rar gesät. Doch wer um seinen "Sweet Spot" weiß, für den werden Positionierung und Marketing ungemein kraftvoll und leicht.



Abbildung 4: Positionierung, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

© managerSeminare 13 | Seite



Wie inspiriert und innerlich gefestigt sind Deutschlands Berater und Change Maker?

Hier punkten die Umfrageteilnehmer am meisten: Zwei Drittel haben zweifellos spannende Herausforderungen sowie Freude an ihrer eigenen Fortbildung. In persönlicher wie fachlicher Weiterentwicklung sind sie stark. Weitere 28 Prozent ordnen sich im Mittelfeld ein, und nur 7 Prozent fühlen sich unterfordert.

Auch der Aussage "Ich bin innerlich klar und stabil" stimmten 45 Prozent voll zu, 40 Prozent entschieden sich für eine mittlere Zustimmung, und nur 6 Prozent können die Aussage nicht "unterschreiben".

Letzteres ist interessant, da in der Studie von 2008 eigene Zweifel wie "Kann ich das?", "Darf ich das?", "Tue ich das Richtige" als sehr lästig und hinderlich beurteilt wurden. Mit Kritik, Tiefs und Zeiten des Leerlaufs hingegen konnten schon damals erfreulich viele Teilnehmenden gut umgehen. Also haben Deutschlands Berater entweder gelernt, den Umgang mit eigenen Zweifeln zu managen oder die Zweifel anzunehmen – oder sie sind schlichtweg weniger selbstkritisch. Wunderbar.

Denn innere Kritik und Selbstzweifel sind die größten Stolpersteine, wenn es um Honorarverhandlungen geht. Sind diese aus dem Weg geräumt – sei es durch innere Arbeit oder authentischere Positionierung und Marktpräsenz – werden wesentlich höhere Honorare erzielt.

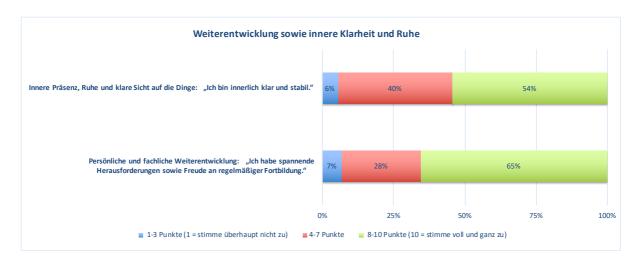


Abbildung 5: Weiterentwicklung sowie innere Klarheit und Ruhe

© managerSeminare 14 | Seite



Wie einsam sind Deutschlands Berater und Change Maker?

Auch das Miteinander scheint sich in den vergangenen Jahren sehr positiv entwickelt zu haben. Über die Hälfte der Befragten stimmten der Aussage "Ich habe Menschen um mich, die mit mir auf einer Wellenlänge sind, die mich inspirieren und auf meinem individuellen Weg unterstützen" voll oder fast voll zu. Knapp die Hälfte bewegt sich im Mittelfeld, und nur 5 Prozent konnten der Aussage gar nicht zustimmen. Dieser Aspekt ist wichtig, denn um unseren eigenen Weg als Berater, Pionier, Change Maker zu gehen, brauchen wir erfahrungsgemäß mindestens einen Menschen, der uns selbstlos unterstützt. Am besten einen Gleichgesinnten, also jemanden, der über eine ähnliche Bewusstheit und Weltsicht verfügt.

Da die Herausforderungen am Markt immer größer werden ebenso wie der Spalt zwischen alten und neuen Strukturen, Kulturen, Denk- und Sichtweisen, kommt der vertrauensvollen Teamarbeit bei Projekten und Herausforderungen besondere Bedeutung zu. Es wird zunehmend wichtiger, sich gegenseitig mit Know-how zu unterstützen, bei Teamkollegen eine zweite Meinung einholen zu können, Alltagsentscheidungen schnell mit einem Gegenüber auf Augenhöhe zu überprüfen und in einem schwierigen Moment Rückendeckung zu bekommen. Von den passenden Personen.



Abbildung 6: Miteinander

© managerSeminare 15 | Seite



Wie kraftvoll, gesund und glücklich sind Deutschlands Berater und Change Maker?

Als Unternehmer und Pioniere sind Berater selbst ihr wichtigstes Kapital: Stehen sie in ihrer menschlichen, wirtschaftlichen und gesundheitlichen Kraft, so gehen sie mit gutem Beispiel voran. Sie leben vor, was sie proklamieren – und sie überzeugen allein durch ihre Präsenz und Anziehungskraft.

Die Selbsteinschätzungen bei den Aussagen zu Balance und Erfüllung ("Berufliches und Privates sind im Einklang. Mein Leben ist rund") sowie zu Energie und Gesundheit ("Ich bin gesund und morgens wie abends voller Energie") wurden von rund 40 Prozent mit einem recht klaren Ja beantwortet, knapp die Hälfte sieht sich selbst im Mittelfeld, und nur 12 bzw. 15 Prozent der Befragten konnten den Aussagen eher nicht zustimmen.

Diese Zahlen sind positiver als vor zehn Jahren. Damals waren es rund 20 Prozent, die der gleichen Aussage im Hinblick auf ihre Energie nicht zustimmten; und nur 31 Prozent gaben ein klares Ja ab. Auf diesem Gebiet scheinen die Berater und Change Maker an sich gearbeitet zu haben; vielleicht ist es aber auch die jüngere Generation, die uns vormacht, wie wir mehr auf uns achten. Sicher ist jedoch, dass sich die Befragten in den zehn Jahren weiter etabliert oder zumindest ihre Lebens- und Arbeitsräume in der Zwischenzeit positiver gestaltet haben.

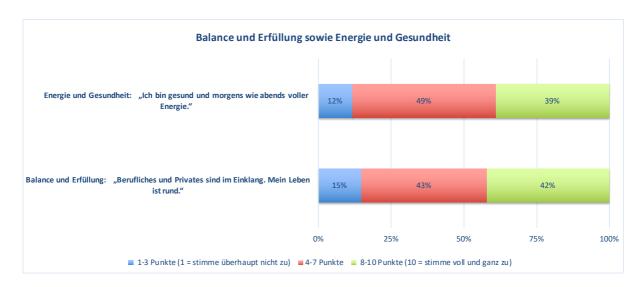


Abbildung 7: Balance und Erfüllung sowie Energie und Gesundheit

© managerSeminare 16 | Seite



Ihre wichtigsten Hebel

Dort, wo die Einschätzungen der Teilnehmer besonders stark auseinanderklaffen, können wir Rückschlüsse auf Zusammenhänge bzw. Wechselwirkungen ziehen. Die Aspekte mit der größten Varianz sind 1. Rückfluss und wirtschaftliche Ziele, 2. Öffentlichkeitsarbeit, 3. Balance und Erfüllung. Es lohnt sich, diese Bereiche genauer unter die Lupe zu nehmen – vor allem in Relation zu den anderen Aspekten.

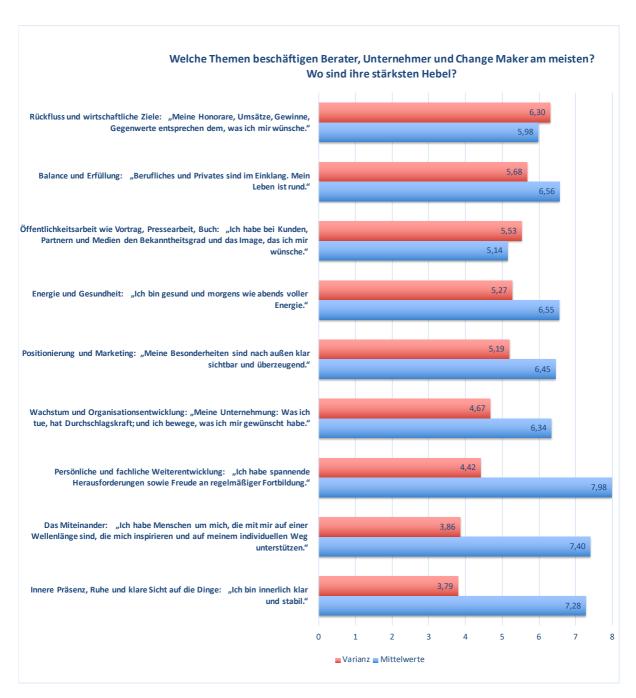


Abbildung 8: Die stärksten Hebel

© managerSeminare 17 | Seite



Was macht wirtschaftlich erfolgreich?

Welche Faktoren korrelieren am stärksten mit dem wirtschaftlichen Erfolg der Berater und Change Maker? Diese Abhängigkeit, in Form der statistischen Größe Varianz, gibt Hinweise auf das, was einen Berater erfolgreich macht, bzw. auf die Effekte wirtschaftlichen Erfolgs. Signifikant sind die Korrelationen von wirtschaftlicher Stärke zu Durchschlagskraft, Balance und Erfüllung sowie Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und Positionierung. Diese schauen wir uns jetzt im Detail an.

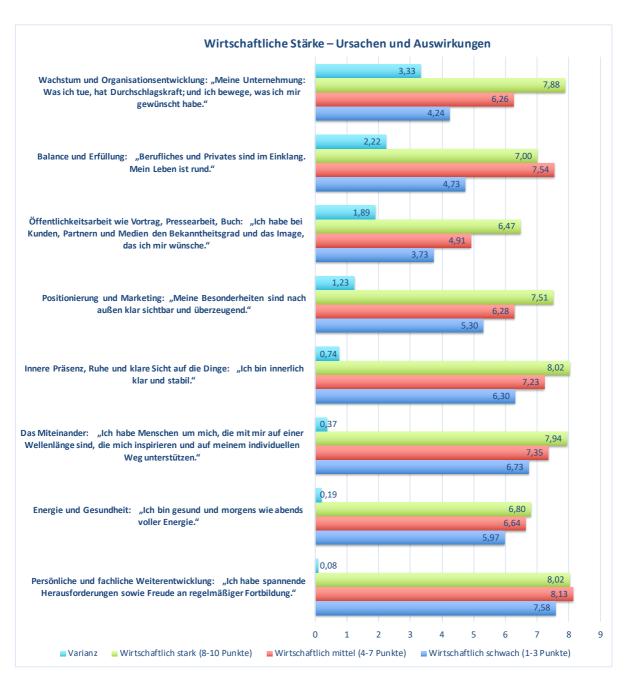


Abbildung 9: Wirtschaftliche Stärke – Ursachen und Auswirkungen

© managerSeminare 18 | Seite



Wer wirtschaftlich erfolgreich ist, hat mehr Durchschlagskraft in der Welt

Finanzielle Freiheit bringt Handlungsfreiheit. Unliebsame Aufgaben werden delegiert. Das ermöglicht, sich auf die eigenen Kernkompetenzen zu fokussieren. Für spezielle Fragen und Aufgabenbereiche wie Strategie, Positionierung, Marktauftritt, Unternehmenswachstum und Office Management werden spezialisierte Dienstleister hinzugezogen, um das eigene Unternehmen zu optimieren. So setzt finanzielle Freiheit eine Positivspirale in Gang.

Und ganz wichtig: Diese Berater und Change Maker haben an einem Punkt in ihrer Karriere entschieden, groß zu denken. Sie haben es unternehmerisch angepackt und sich höhere Ziele gesetzt. Und sie hatten den Mut, diesen Weg mit all seinen Risiken und Investitionen zu gehen.

Die Liga, für die wir uns entscheiden, entscheidet über die Liga, in der wir spielen. Oder: Die Energie folgt der Aufmerksamkeit bzw. der Größe, in der wir uns selbst wahrnehmen können. Leben Sie Ihre volle Größe?

Wer wirtschaftlich schwach aufgestellt ist, kann Berufliches und Privates schwer in Einklang bringen

Interessant ist, dass wirtschaftlich mittelmäßig Erfolgreiche und sehr Erfolgreiche ähnlich glücklich sind; die im Mittelfeld schätzen sich sogar etwas glücklicher ein. Ab einem gewissen Niveau hat Geld also keinen Einfluss mehr auf Glück und Balance. Bis dahin aber macht mehr Geld tatsächlich glücklicher.

Die Anstrengung und Investition, das eigene Geschäft professioneller aufzuziehen, lohnt sich für jene, die es schwerer haben, in jedem Fall. Und erfahrungsgemäß ist schon mit wenigen Maßnahmen viel zu erreichen. Oft fehlen lediglich einige Aspekte des Unternehmertums, die mit lösungsorientierter Beratung leicht realisiert werden können. In Deutschland haben viele Trainer und Coaches sogar die Möglichkeit, entsprechende Beratungsförderung in Anspruch zu nehmen.

Woran es in der Regel hapert, sind eine klare Marktpositionierung, das Bewusstsein für die eigene Größe und Geschäftspotenziale sowie das Handwerkszeug, um mit einfachen Mitteln sehr viel zu erreichen und zu erwirtschaften. Also: Packen Sie es an!

Erfolgsfaktor 1: Öffentlichkeitsarbeit – sichtbar in Markt und Medien

Wirtschaftlich sehr erfolgreiche Berater haben bei Kunden, Partnern und Medien die gewünschte Bekanntheit und das nötige Image. Der Zusammenhang ist klar: Je mehr Sichtbarkeit, desto attraktiver und gefragter sind wir als Experten und desto höher sind die Honorare, die wir erzielen. In der Studie von 2008 wurde auch die Auswirkung eines konsequenten Marketings auf den erzielten Tagessatz erhoben. Das Ergebnis: Die Berater, die Marketing und PR sehr konsequent betrieben, erreichten im Mittel einen um 34 Prozent höheren Tagessatz als die, die der Aussage "Mein Marketing verfolge ich konsequent" mit immerhin "eher häufiger" zustimmten. Also: Der Aufwand lohnt sich!

© managerSeminare 19 | Seite



Wichtig zu beachten: Hoher Medienwirksamkeit geht immer ein gelungenes Basismarketing voraus. Dies beinhaltet eine klare, kraftvolle Positionierung, überzeugendes und stringentes Basismaterial und all das basierend auf einer starken, selbstbewussten und integren Persönlichkeit(-smarke).

Erfolgsfaktor 2: Positionierung & Marketing – Basis der Anziehungskraft

Wem bringen Sie Mehrwert? Welche Probleme Ihrer Kunden lösen Sie? Was ist das Besondere an Ihrer Lösung? Diese drei Fragen, die auf den ersten Blick nicht sonderlich kompliziert zu sein scheinen, haben es in sich. Denn die Antworten sollten an Ihre einzigartige Persönlichkeit, an Ihre Lebensaufgabe und natürlich an den Markt geknüpft sein. Sie kreieren Preis- und Produktpakete, Marketingmaterial und -maßnahmen, die sowohl auf Sie als auch auf Ihre Wunschkunden zugeschnitten sind.

Das Gleiche gilt für die Marketingkanäle: Passt Social Media wirklich zu Ihnen? Muss nicht sein, auch wenn jetzt alle Welt davon redet. Die meisten meiner Kunden sind erleichtert, wenn klar wird, dass Alternativen wie echter persönlicher Kontakt, Workshop, Vortrag, Pressearbeit und/oder Buch die wirksameren Wege für sie sind.

Was die Zahlen zeigen: Basismarketing ist essenziell für den wirtschaftlichen Erfolg und damit auch für Zufriedenheit und Durchschlagskraft. Und wie bei der Öffentlichkeitsarbeit, so wird auch intensiveres Marketing mit wesentlich höheren Tagessätzen belohnt.

Wie stark sind die Effekte von Marketing und Öffentlichkeitsarbeit?

Wirksame Öffentlichkeitsarbeit basiert auf intelligentem Basismarketing. Dennoch vernachlässigen viele Berater beides. Warum? Zum einen höre ich oft, dass Marketing ein leidiges Thema sei, das neben der eigentlichen Berufung gerne mal liegen bleibe. Zum anderen fehlt vielen einfach das entsprechende Know-how und Marketinghandwerk. Und der Markt mit zig selbsternannten Marketingspezialisten und noch mehr Möglichkeiten, Marketing zu betreiben, macht es nicht leichter.

"Welche Unterstützung und was für ein Marketing passen tatsächlich zu mir?" Diese Frage ist entscheidend für die Wirksamkeit und somit auch dafür, ob wir im Alltag so viel Freude an Marketing entwickeln können, um es konsequent durchzuführen.

Um einiges leichter wird Marketing, wenn der Sweet Spot in Positionierung, Produkt- und Leistungspaketen sowie bei Kommunikation, Materialien und Maßnahmen gefunden ist und hinderliche innere Glaubenssätze oder Sichtweisen aus dem Weg geräumt wurden. Dann stehen Sie in Ihrer eigenen Strahlkraft, Ihre Website stärkt Ihnen den Rücken, und Sie agieren souverän, integer und wirkungsvoll bei Erstgesprächen, Honorarverhandlungen oder auf der Bühne.

Natürlich gibt es immer noch etwas zu tun. Aber Sie wissen, dass Zeit, Energie und Geld genau richtig eingesetzt sind und den gewünschten Rückfluss erzielen werden. Die Zahlen zeigen deutlich: Mit mittelmäßiger Positionierung und entsprechendem Marketing sind Berater und Change Maker wirtschaftlich um 37 Prozent erfolgreicher als mit schwacher Positionierung samt Marketing. Die Hälfte aller Berater ordnet sich hier ein. Knapp 40 Prozent setzen noch eins drauf, sind in dieser Hinsicht

© managerSeminare 20 | Seite



durchweg gut aufgestellt – und erzielen einen rund 30 Prozent höheren Rückfluss als die "Mittelmäßigen".

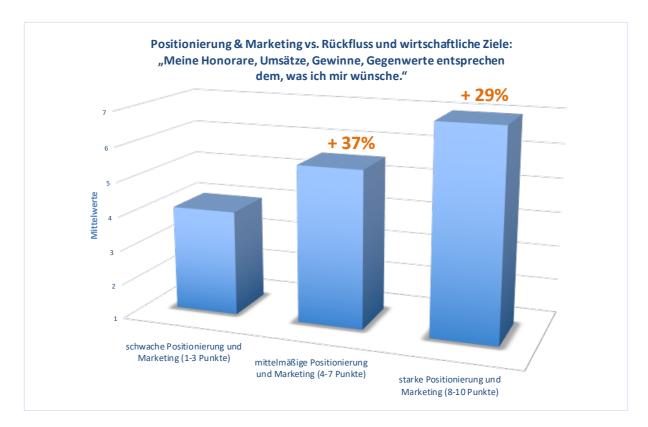


Abbildung 10: Positionierung & Marketing vs. Rückfluss und wirtschaftliche Ziele

Ein beachtlicher Effekt, den Basismarketing, sprich eine überzeugende Außendarstellung haben kann, nicht wahr? Bauen Berater darauf auch ihre Öffentlichkeitsarbeit auf, sind die wirtschaftlichen Erfolge noch einmal um etliches höher. Hier haben viele Berater erhebliches Potenzial, das bislang brachliegt. So machen 30 Prozent kaum Öffentlichkeitsarbeit, obwohl sie ihre wirtschaftlichen Erfolge leicht verdoppeln könnten, wenn sie sich an den Kollegen, die PR mit mittelmäßigem Aufwand betreiben, orientieren würden.

Auch jene, die sich in Sachen PR bereits auf mittlerem Niveau befinden (54 Prozent der Studienteilnehmer) könnten ihren wirtschaftlichen Rückfluss mit intensiverer Öffentlichkeitsarbeit um rund 30 Prozent steigern. Nur 18 Prozent nutzen ihr Potenzial für ausgefeilte Öffentlichkeitsarbeit mit den entsprechenden Effekten auf ihren wirtschaftlichen Erfolg und ihre Durchschlagskraft, ganz abgesehen von den positiven Auswirkungen auf die eigene Lebenszufriedenheit.

© managerSeminare 21 | Seite



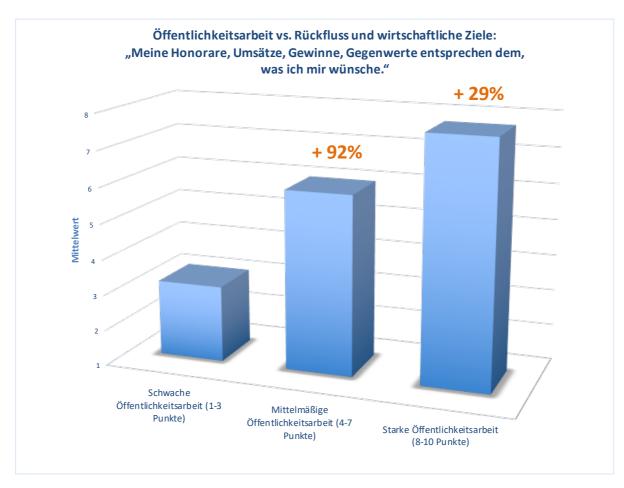


Abbildung 11: Öffentlichkeitsarbeit versus Rückfluss und wirtschaftliche Ziele

Mit welchen Maßnahmen lassen sich Tagessatz und Finanzen verbessern?

Dazu liefert die Studie von 2008 detaillierte Ergebnisse, die ich hier noch einmal zur Verfügung stellen möchte.² Die einzige, allerdings bedeutsame Änderung, die sich in den letzten Jahren meiner Einschätzung nach ergeben hat, ist der niedrigere Anteil der von Selbstzweifeln geplagten Berater. Der hohe Effekt, den das Überwinden von Selbstzweifeln hat, ist jedoch unweigerlich geblieben. Deshalb sollten diese neben Positionierung, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit auch unbedingt im Gespräch mit Ihrem Marketingberater oder Coach thematisiert werden.

© managerSeminare 22 | Seite

² Auszug aus der Studie "Was Deutschlands Trainer bewegt" (S. 64-67)



Auszug aus der Studie von 2008

Was beeinflusst konkret den Tagessatz, den Berater erzielen (können)? Basisfaktoren sind natürlich die aktuelle Marktsituation, die fachliche Qualifikation des Beraters, seine Praxiserfahrung sowie persönliche Fähigkeiten und Besonderheiten. Welche weiteren Faktoren für die Höhe des Beraterhonorars entscheidend sind, machen folgende Auswertungen deutlich.

Honorarverhandlungen

Je souveräner ein Berater verhandelt, desto höher ist der erzielte Tagessatz! Der größte finanzielle Sprung ist zu erreichen, wenn die Verhandlungen souverän und auf Augenhöhe gemeistert werden: Zunächst verläuft die Steigerung noch linear, bis es schließlich zu einem überproportionalen Anstieg des durchschnittlichen Tagessatzes kommt. So zeigt sich bei Beratern, die der Aussage "Honorarverhandlungen fallen mir leicht, und ich fühle mich wohl dabei" ohne Wenn und Aber zustimmen, eine Steigerung des mittleren Tagessatzes um sage und schreibe 34 Prozent gegenüber Beratern, die diese Aussage nur bedingt zustimmen. Dabei ist natürlich zu bedenken, dass etablierte Berater mit höherem Tagessatz bereits souveräner auftreten und in Finanzfragen selbstsicherer auftreten. Trotzdem: Je leichter einem Berater Honorargespräche fallen und je wohler er sich dabei fühlt, desto höhere Tagessätze sind zu erzielen.

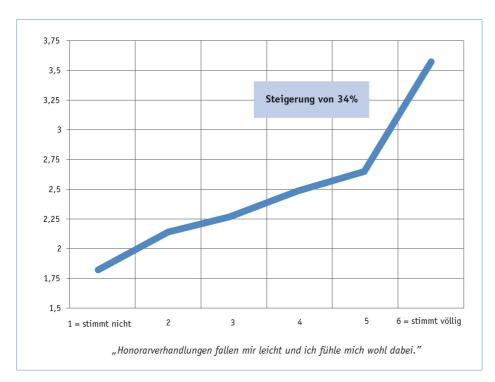


Abbildung 12: Einfluss der Selbstsicherheit bei Honorarverhandlungen auf den Tagessatz (Mittelwerte der Zustimmung)

© managerSeminare 23 | Seite



Selbstbewusstsein

Je ausgeprägter die Selbstzweifel sind, desto geringer fällt der Tagessatz aus! Schon geringe Zweifel wirken sich finanziell erheblich aus. Denn die Tagessatz-Differenz zwischen einem Berater, der sich selbst und seine Fähigkeiten überhaupt nicht in Frage stellt, und einem Berater, den nur geringe Selbstzweifel plagen, ist deutlich größer als zwischen einem Berater mit großen Selbstzweifeln und einem mit sehr großen Selbstzweifeln [siehe Abbildung 13]. Das heißt, der Einfluss auf den Tagessatz wird nicht stärker, je stärker die Selbstzweifel sind. Berater, denen Selbstzweifel fremd scheinen und die Aussage "Zweifel wie "Kann ich das?', "Darf ich das?', "Tue ich das Richtige?' beschäftigen mich mehr als mir lieb ist" eindeutig von sich weisen, erzielen im Durchschnitt einen um 19 Prozent höheren Tagessatz als die Berater, für die die Aussage lediglich "eher nicht" stimmt.

Dieses spannende Ergebnis sollte Berater dazu veranlassen, den inneren Kritiker resolut in die Schranken zu weisen. Denn gelingt es dem Berater, souverän mit auftretenden Zweifeln und selbst-kritischen Gedanken umzugehen, wird er schon bald einen deutlich höheren Tagessatz verzeichnen.

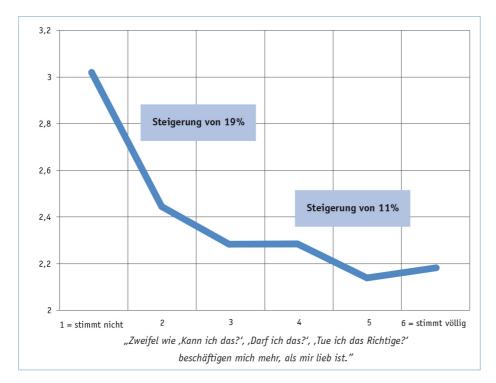


Abbildung 13: Einfluss von Selbstzweifeln auf den durchschnittlichen Tagessatz (Mittelwerte der Zustimmung) Lesebeispiel: Berater mit erheblichen Selbstzweifeln (Wert= 5 und 6) erzielen den niedrigsten Tagessatz.

© managerSeminare 24 | Seite



Konsequentes Marketing

Je konsequenter ein Berater Marketing in eigener Sache betreibt, desto höher fällt sein Tagessatz aus. Auch hier zeigt sich, dass nicht nur ein linearer Zusammenhang besteht, sondern dass aus einem besonders konsequenten Marketing eine überproportionale Steigerung des Tagessatzes resultiert [siehe Abbildung 14]. Berater, die ihr Marketing am konsequentesten verfolgen, erzielen einen mittleren Tagessatz, der um 35 Prozent höher liegt als der Tagessatz jener Berater, die der Aussage "Mein Marketing verfolge ich konsequent" immerhin mit "eher häufiger" zustimmten.

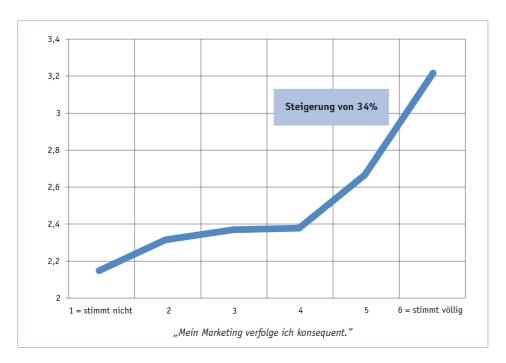


Abbildung 14: Einfluss von konsequentem Marketing auf den durchschnittlichen Tagessatz (Mittelwerte der Zustimmung). *Anmerkung:* Je größer der Mittelwert, desto höher ist die Zustimmung zu der Aussage bzw. der Tagessatz.

Kundenbeziehung

Das Gefühl der Einzigartigkeit respektive die Fähigkeit, diese klar nach außen zu kommunizieren, haben deutlichen Einfluss auf den Verdienst: Je stärker der Kunde die Besonderheiten wahrnimmt, desto mehr ist er auch bereit zu investieren. Wobei in gewissem Maße auch eine umgekehrte Rückkopplung auf den Berater stattfindet, denn den Tagessatz empfindet er auch als Bestätigung der persönlichen Leistung und des eigenen Erfolgs: So wächst mit der Höhe des Tagessatzes das Gefühl "Ich bin einzigartig – als Person und in dem, was ich mit meiner Arbeit leiste".

© managerSeminare 25 | Seite



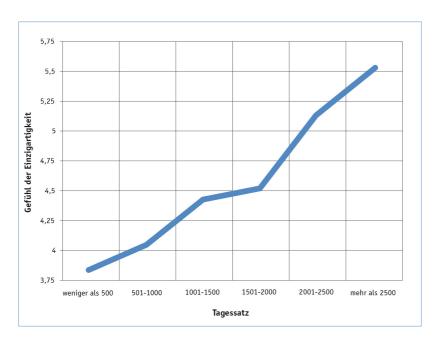


Abbildung 15: Einfluss des Tagessatzes auf das Gefühl der Einzigartigkeit (Mittelwerte der Zustimmung). Anmerkung: Je größer der Mittelwert, desto größer die Zustimmung zu der Aussage.

Besonders aufschlussreich ist in diesem Zusammenhang die Bedeutung der Augenhöhe auf den Tagessatz: je mehr der Berater auf Augenhöhe akzeptiert ist, desto höher ist sein Honorar [siehe Abbildung 16). Die Erfahrung zeigt, dass auch einen zweite Einfluss: Je konsequenter ein Berater zu seinen Honoraren steht, desto eher wird er vom Auftraggeber auf Augenhöhe akzeptiert.

Bei den Spitzenverdienern unter Deutschlands Beratern und Trainern ist der Einfluss der Augenhöhe womöglich etwas geringer, da der Berater mit entsprechendem Satz gefühlt "höher" dasteht als sein Auftraggeber.

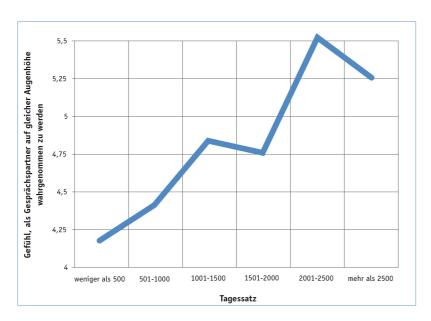


Abbildung 16: Einfluss des Tagessatzes auf das Gefühl, als gleichbrechtigter Gesprächspartner wahrgenommen zu werden.

© managerSeminare 26 | Seite



Welche Wechselwirkungen haben Balance und Erfüllung?

Die Korrelation der Aussage über Balance und Erfüllung ("Berufliches und Privates sind im Einklang. Mein Leben ist rund") liefert spannende Ergebnisse. Noch einmal kurz zur Erinnerung: Gut 40 Prozent ordnen sich hier mindestens im Mittelfeld ein, die restlichen 15 Prozent der Befragten stimmen der Aussage eher nicht zu.

Mit Abstand am stärksten korreliert Balance und Erfüllung mit Gesundheit und Energie, innerer Klarheit und Stabilität sowie persönlicher und fachlicher Entwicklung. Diese schauen wir uns mal genauer an.

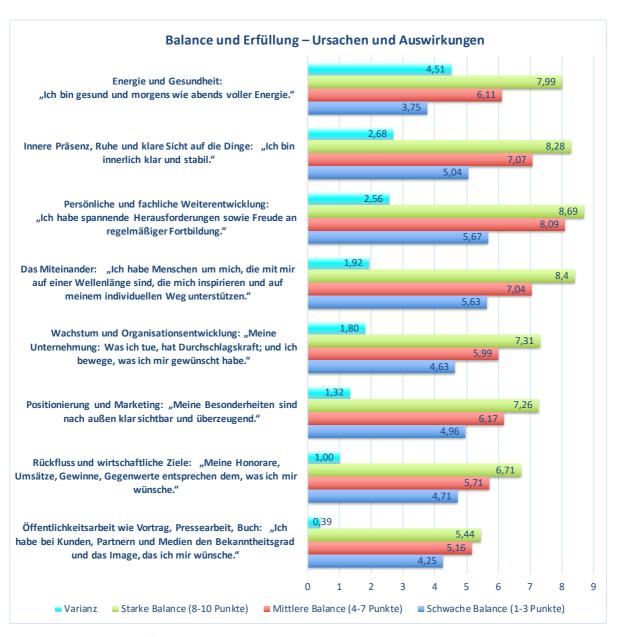


Abbildung 17: Balance und Erfüllung – Ursachen und Auswirkungen

© managerSeminare 27 | Seite



Balance und Erfüllung sorgen für Gesundheit und Energie

Auffallend ist die extrem hohe Wechselwirkung mit der Beurteilung von Energie und Gesundheit ("Ich bin gesund und morgens wie abends voller Energie"). Wer Berufliches und Privates gut in Einklang bekommt, fühlt sich bedeutend gesünder und energievoller!

Hier also wieder der Appell an alle Berater und Change Maker: Wir arbeiten, um zu leben – wir leben nicht, um zu arbeiten. Und darüber hinaus liegt die Kunst des erfüllenden, erfolgreichen und energievollen Arbeitens genau darin, die eigenen Lebensträume und Visionen mit dem eigenen Wirken in der Welt zu verbinden.

Neben wachsender Zufriedenheit und angenehmer Balance erhöht sich dadurch nicht zuletzt die potenzielle Anziehungskraft auf Kunden. Wer umgibt sich nicht gern mit Menschen, die jene positive, kraftvolle Ausstrahlung und den Erfolg haben, die man sich selbst so sehr wünscht?

Balance bringt enorme Energie

Über wie viel mehr Energie sprechen wir, wenn Erfüllung und Balance gegeben sind? Die Veränderung ist enorm: 63 Prozent mehr Energie und Gesundheit für all jene, die einigermaßen erfüllt und in Balance leben. Und von diesem Level ausgehend, gibt es noch einmal 30 Prozent mehr Energie und Wohlbefinden für jene, die den Weg zur vollen Erfüllung weitergegangen sind.

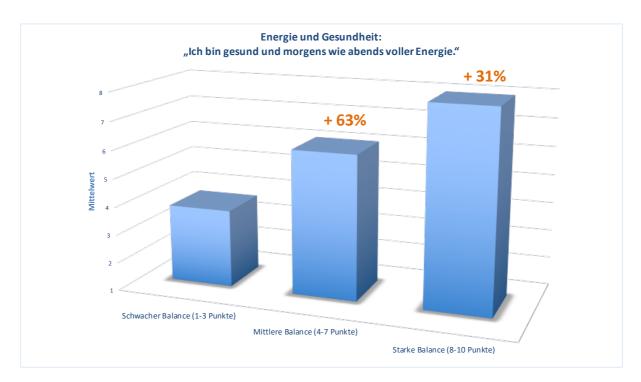


Abbildung 18: Auswirkung von Balance auf Energie und Gesundheit

© managerSeminare 28 | Seite



Äußere Balance korreliert mit innerer Klarheit und Stabilität

Wo ist das Huhn, wo das Ei? Die Korrelation ist nicht verwunderlich. Schließlich braucht man innere Klarheit, um zu wissen, was man will und was einem guttut, um das eigene Leben in immer größerer Balance und Erfüllung zu gestalten. Und sind wir erfüllt und in Balance, sorgt das wiederum für innere Ruhe und Stabilität.

Für Berater und Change Maker in turbulenten Zeiten ist es immens wichtig, über viel Energie, Resilienz, Gelassenheit und Wachheit zu verfügen. Denn das ist das A und O, um eine komplexe Situation bewusst und achtsam wahrnehmen und sicher in dieser navigieren zu können. Erfreulich, dass viele Berater in dieser Hinsicht schon eine gute Basis mitbringen. Weiter so!

Balance und Erfüllung gehen Hand in Hand mit persönlicher und fachlicher Entwicklung

Berater und Change Maker hätten ihren Beruf wohl nicht ergriffen, würden sie nicht die Weiterentwicklung lieben. Insofern erstaunt es auch nicht, dass mehr Balance und Erfüllung vorhanden sind, wenn persönliche und fachliche Entwicklung gelebt und regelmäßige Fortbildung als freudvoll empfunden wird sowie spannende Herausforderungen den Alltag würzen. Umgekehrt haben Berater dazu viel häufiger die Gelegenheit, wenn ihr Leben rund ist.

Gehen Sie also weiter Ihren ganz eigenen Entwicklungsweg – Pionieren kann niemand sagen, wie dieser aussehen mag. Es gilt, Neuland auf allen Ebenen zu erobern – mit all den Pausen und Rückzugsorten, die wir auf dieser Reise benötigen. Zum Auftanken. Für die Inspiration. Und dann werden die passenden Gefährten für Austausch und Rückhalt eingeladen.

© managerSeminare 29 | Seite



Das Miteinander stärkt Unternehmer – korreliert, aber nicht mit wirtschaftlichem Erfolg

"Ich habe Menschen um mich, die mit mir auf einer Wellenlänge sind, die mich inspirieren und auf meinem individuellen Weg unterstützen." Welche Wechselwirkungen hat dies mit den anderen untersuchten Faktoren? Die Ergebnisse sind nur bedingt aussagekräftig, da lediglich 5 Prozent die Aussage eher verneint haben. Dennoch gibt es zwei interessante Aspekte:

Ein gutes, starkes, inspirierendes Miteinander korreliert enorm mit Balance und Erfüllung bzw. Einklang im Leben

Das Miteinander korreliert auch mit allen anderen Faktoren – nur nicht mit wirtschaftlichem Erfolg. Diese Erkenntnis in Zahlen präsentieren zu können ist deshalb so wichtig, weil ich immer wieder Berater treffe, die kooperieren in der Hoffnung, gemeinsam erfolgreicher zu sein. Das bewahrheitet sich aber in den seltensten Fällen. Vielmehr binden Kooperationen oft Energie – und bei allen Vorteilen, die eine Kooperation haben kann: Den wirtschaftlichen Erfolg bringen sie nicht.

Ein starkes Miteinander unterstützt – nur nicht wirtschaftlich

Ein starkes Miteinander ist wichtig, weil es Kraft auf dem ganz individuellen Weg vermittelt, weil es für mehr Balance und Stabilität sorgt, weil es Halt, Unterstützung und Inspiration schenkt. Das Geschäft aber gilt es erst einmal eigenständig zu betreiben. Das soll niemanden davon abhalten, projektweise zu kooperieren oder sich per Provisionsmodell gegenseitig zu empfehlen. Doch wirtschaftlich nützen dauerhafte Kooperationen so gut wie nie.

Wie lässt sich das ändern?

Meiner Erfahrung nach basieren erfolgreiche Geschäftspartnerschaften auf dem Zusammenführen von starken Partnern. Hat jeder seine persönlichen wie unternehmerischen Hausaufgaben gemacht? Passen Persönlichkeit, Bewusstheit, Arbeitsweise, offene und verborgene Absichten sowie Werte, Vision und Geschäftsmodell(e) tatsächlich zusammen? Dann kann das Miteinander durchaus gelingen. Es lohnt sich, hier gründlich und in Ruhe mit versierter externer Unterstützung hinzuschauen.

Die Kooperationen der Zukunft sollten anders und achtsamer, freier und mit einer tieferen Verbindlichkeit geschlossen werden. Vergleichbar mit einer Ehe. Auch eine Eheschließung will reiflich überlegt sein. Und die Vorzüge projektbasierter Zusammenarbeit, eines regelmäßigen Austauschs mit Gleichgesinnten und eines professionellen Buddys für die Rückenstärkung im Alltag bergen die Freiheit, sich immer wieder neu füreinander zu entscheiden bzw. mit Menschen unterschiedlicher Qualitäten zu arbeiten – je nach Projektziel und eigener Situation.

© managerSeminare 30 | Seite



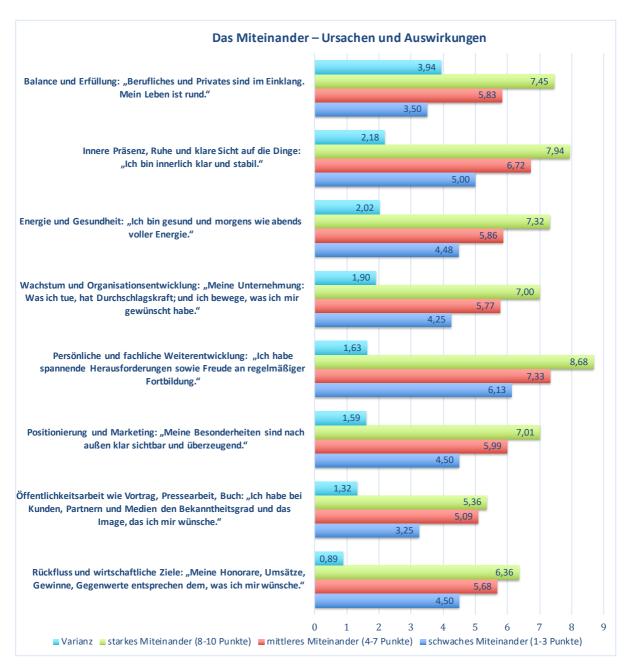


Abbildung 19: Auswirkungen des Miteinanders

© managerSeminare 31 | Seite



Die gute Nachricht: 25 Prozent mehr Kraft und Energie sind schnell erreicht (Studie 2008)

So groß die Hürde auch sein mag: Etwas für sich selbst zu tun kann sich unmittelbar auszahlen. Die Teilnehmer der Studie von 2008 schätzten, dass sie im Schnitt knapp ein Viertel mehr Energie und Kraft zur Verfügung hätten, wenn sie nur ihre beiden vordringlichsten Herausforderungen in den Griff bekämen. Das entspricht auch meinen Erfahrungen. Mit anderen Worten: Mehr Energie für zwei Stunden zur freien Verfügung am Tag, also einen ganzen Tag pro Woche, etwa eine Arbeitswoche pro Monat, knapp 100 Tage im Jahr ...

Fazit: Das Pareto-Prinzip, nach dem mit 20 Prozent des Aufwands 80 Prozent des Erfolgs erzielt werden, lässt sich offensichtlich auch auf den Berateralltag anwenden: Mit wenig Aufwand können Berater viel mehr erreichen – mehr Lebensqualität, Lebensfreude und auch beruflichen Erfolg. Der Schlüssel hierzu liegt in drei Punkten: Dass Berater ihre eigenen Themen bewusst wahrnehmen und auf ihrer Prioritätenliste ganz oben verankern, dass sie individuelle und realistische Lösungen finden und dass sie sich die Rahmenbedingungen und Unterstützung schaffen, die sie benötigen.

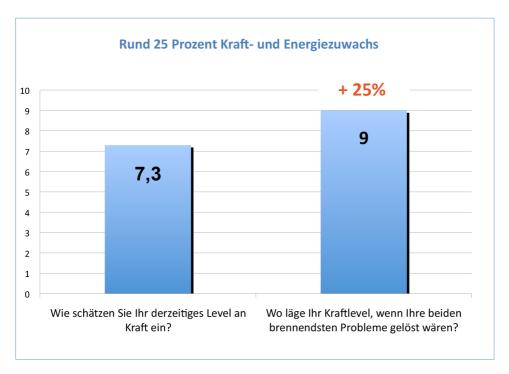


Abb. 20: Ungelöste Probleme rauben rund ein Viertel der persönlichen Kraftreserven

© managerSeminare 32 | Seite



Unterstützungsformate

Welche Form der Unterstützung hilft Beratern und Change Makern wirklich? Und wer wünscht sich welche Formate? In der Studie von 2008 habe ich die erste Frage tiefgehend analysiert. Die Ergebnisse werde ich im Folgenden kurz zusammenfassen. In der aktuellen Studie habe ich mich auf die Frage nach den gewünschten Formaten fokussiert.

Erfolgreiche Entlastungsstrategien: Werden sie genutzt? (Auszug aus der Studie von 2008)

Ein um 25 Prozent höherer Energie-Level klingt verlockend ... Aber wie ist das zu schaffen? Was hilft wirklich? Schließlich sind Berater Profis der Weiterbildung. Aber sind sie ebenso professionell, wenn es um ihr eigenes Fortkommen und Wohlergehen geht? Was haben sie probiert, um ihren Arbeitsalltag zu entlasten? Und mit welchem Erfolg?

Viele der Befragten haben schon so einiges versucht: Hilfe durch einschlägige Fachliteratur, gezieltes Networking, verstärkte Unterstützung durch Freunde und Familie ... Aus Sicht der Befragten zahlen sich insbesondere der Besuch von Persönlichkeitsseminaren sowie die Unterstützung durch Coaching und Supervision aus [siehe Abbildung 21: Was Trainer tun, um mit ihren beruflichen Belastungen fertigzuwerden (Angaben in Prozent) und mit welchem Erfolg]. Erstaunlicherweise wurden jedoch genau diese Instrumente seltener genutzt (Rang fünf und vier).

Zudem wird deutlich, dass die in ihrer Entlastungsfunktion sehr hoch eingeschätzten Möglichkeiten "Networking mit Kollegen" und "Auslagern von Dienstleistungen" weniger erfolgreich waren als andere Möglichkeiten. Ob dies an der Unzulänglichkeit der Instrumente selbst oder am "Wie" der Umsetzung gescheitert ist, bleibt offen.

© managerSeminare 33 | Seite



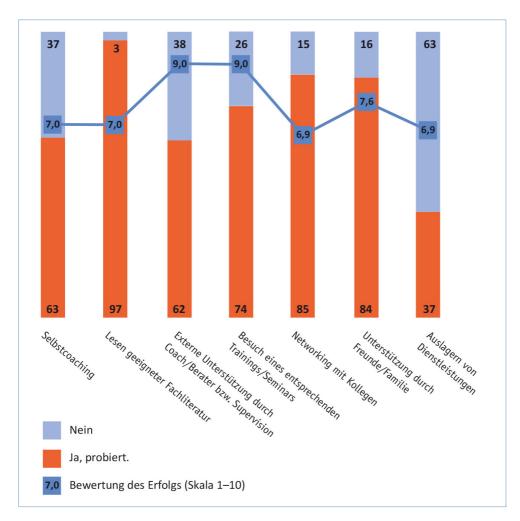


Abbildung 21: Was Trainer tun, um mit ihren beruflichen Belastungen fertigzuwerden (Angaben in Prozent) und mit welchem Erfolg

Top-Unterstützungsformate

Der Hype um Onlinekurse und Blended-Learning-Formate am Beratermarkt ist enorm. Dass diese am US-amerikanischen Markt seit Jahren boomen, ist angesichts der Größe des Landes und Marktes sowie der weltweiten Verbreitungsmöglichkeit dank der englischen Sprache wenig verwunderlich. Aber gilt das auch für den deutschsprachigen Kulturkreis? Und trifft es auch auf die Berater und Change Maker als Zielgruppe zu?

Hier die Formate und Definitionen, die in der aktuellen Studie eruiert wurden: Onlinekurse, Blended Learning (Kombination aus Onlinekurs und Livetraining, z. B. per Videokonferenz oder vor Ort)³, Einzelbegleitung, Workshops vor Ort, aktive Auszeit (z. B. in Form eines Retreats) sowie Sonstiges. Die

© managerSeminare 34 | Seite

³ Bitte beachten Sie, dass der Begriff "Blended Learning" korrekterweise nur für die Kombination von Präsenzterminen vor Ort und Onlineeinheiten verwendet wird, also nicht für die Kombination von Live-Videokonferenzen und Onlineeinheiten. In der Studie habe ich ihn aber etwas weiter gefasst.



Freitextantworten bei "Sonstiges" beinhalteten mehrmals den Wunsch nach Treffen mit Gleichgesinnten, besonders bei denen mit hoher Bewusstheit, sowie Hands-on-Unterstützung bei Marketingaktivitäten oder Sparring.

Die Ergebnisse zeigen, dass den Beratern die aktive Auszeit besonders stark am Herzen liegt (44 Prozent), gefolgt von Einzelbegleitung, die sich 31 Prozent der Befragten wünschten (jeweils ggf. in Kombination mit anderen Formaten). Workshop- und Blended Learning-Formate folgten im Mittelfeld mit rund 25 Prozent. Onlineformate bildeten das Schlusslicht: Nur knapp 20 Prozent der Befragten interessierten sich dafür. Die Ergebnisse unterstreichen den Wunsch nach Präsenz und Austausch mit Gleichgesinnten. Zusammen in einem Raum bzw. auf einer Terrasse zu sitzen ist nun mal nicht zu überbieten. Spezielle Auszeiten und Retreats lassen uns zudem aus dem Alltag aussteigen und in ein nährendes Umfeld eintauchen, um wieder aufzutanken.

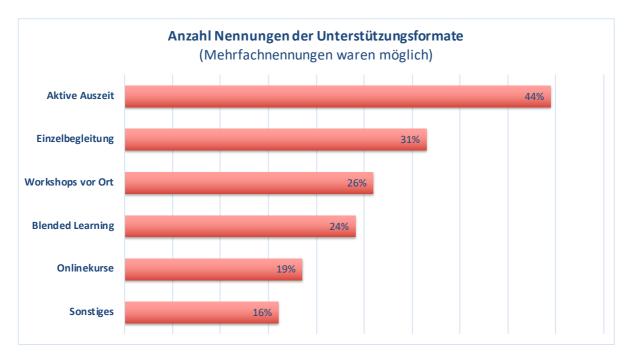


Abbildung 22: Unterstützungsformat

© managerSeminare 35 | Seite

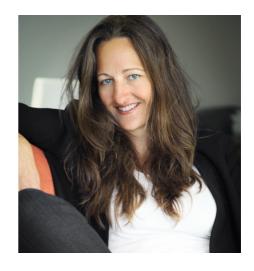


Die Autorin

Nadine Hamburger

Diplom-Kauffrau (FH) und BA (Hons.) in European Business, Pragmatische Visionärin, Strategie- und Marketingberaterin, Ausbilderin und Autorin sowie Integraler Coach.

"Mir geht es darum, Ihren persönlichen Raum für Integration und Wachstum zu kreieren: jenen Raum, in dem Sie alles haben, was Sie für den nächsten Schritt brauchen, um Ihre Aufgabe, Ihre Entwicklung und Ihr Glück zu erfüllen. Ich stärke Berater, Pioniere und Unternehmen darin, ihren bewussten Beitrag zu dem derzeitigen Wandel zu leisten. Für sie selbst – und für unseren Planeten.



Das gelingt, wenn alles zusammenkommt: Innere Klarheit, Stärke und Integrität. Kraftvolle Präsenz nach außen. Unternehmertum, Professionalität und Bewusstheit. Verbunden sein mit Vision, Purpose und der eigenen Aufgabe. Echte und die passenden

Beziehungen zu Partnern, Kollegen, Kunden – sowie eine unterstützende Gemeinschaft."

Nadine Hamburger berät seit 15 Jahren zu den Themen Persönlichkeit, Marketing und PR – immer mit dem Blick auf höhere Bewusstheit, persönliche Erfüllung und hohe Wirksamkeit im Sinne der eigenen Aufgabe für die Welt. Vor ihrer Selbstständigkeit arbeitete sie sieben Jahre lang in Unternehmen: in Produkt- und strategischem Marketing sowie im Vertriebsaufbau in den Sparten Konsumgüter, Handel, Pharma/Gesundheit bis hin zur Unternehmensberatung.

Ihre Gaben führten sie früh in die eigene spirituelle Praxis, Persönlichkeits- und Bewusstseinsentwicklung. Seit 25 Jahren lebt sie diese bewusst. Aufgewachsen in Münster/Westfalen, zog es sie schon immer ans Wasser, insbesondere ans Meer. Während ihrer Jugend lebte sie drei Jahre lang in der Nähe von New York City, während und nach dem Studium 22 Jahre lang in Berlin und seit 2015 – nach einem kurzen Stopp in Hamburg – auf Ibiza. Sich das Leben zu kreieren, das man sich von ganzem Herzen wünscht, ist nicht der leichteste Weg – aber er lohnt sich zutiefst.

Ihre ersten Bücher publizierte sie vor rund zehn Jahren, unter anderen die Studie und den Ratgeber für Bewusstseinspioniere "Glücklich als Trainer – So bleiben Sie kraftvoll selbständig" sowie zahlreiche Lernmedien, Artikel und Buchbeiträge. Im Herbst 2018 erscheint ihr neues Buch zum Thema "Conscious Employer Branding".

Weitere Informationen unter www.nadinehamburger.com

© managerSeminare 36 | Seite



Bücher von und mit Nadine Hamburger (Auswahl)



"Glücklich als Trainer. So bleiben Sie kraftvoll selbstständig", managerSeminare 2008, 280 Seiten

Die Eckdaten für Co-Kreation sowie glückliches, erfolgreiches Leben und Arbeiten sind dieselben – egal, ob Trainer, Berater, Familienmanager oder Unternehmer: Das eigene Potenzial nutzen. Ressourcen managen. Kraftvoll bleiben. Die Dinge in die Hand nehmen und neu kreieren. Das gelingt mit der ganz eigenen Mischung aus Unternehmertum, persönlichen Stärken und Bedürfnissen, achtsamem Selbstmanagement und bewusstem Miteinander.



"Was Deutschlands Trainer bewegt. Erste deutschsprachige Studie zu den Herausforderungen des Trainerberufs", managerSeminare 2008, 80 Seiten

Der Markt für Berater, Trainer und Coaches wird immer härter, die Abgrenzung zu Mitbewerbern schwieriger, und die Anforderungen der Kundschaft wachsen. Wie aber steht es um die Trainer und Berater selbst? Welche emotionalen Hürden müssen sie täglich nehmen? Wie zufrieden sind sie mit ihrer selbstständigen Tätigkeit und ihrem Dasein als Einzelkämpfer? Was bedeutet das für ihre Arbeit? Wie wirkt sich dies auf ihre Leistungsfähigkeit und ihre Honorare aus? Diese Studie liefert erstmals Fakten zu diesen und vielen weiteren spannenden Fra-

gen. Die Ergebnisse basieren auf einer Onlineumfrage vom Juni 2007, an der knapp 1.000 Trainer, Berater und Coaches teilgenommen haben.

"Employer Branding der neuen Zeit. Ihr Unternehmen – Magnet für Menschen, die passen" (Arbeitstitel) bookboon, erscheint im Herbst 2018, 70 Seiten

Wirklich gute Mitarbeiter zu bekommen und zu halten, ist heute eine Kunst. Die Ansprüche der Erfolgreichen und der jüngeren Generationen sind größer denn je. Immer weniger Fach- und Führungskräfte sind bereit, ihre Gesundheit, Lebenszufriedenheit oder ihr Engagement einfach wegzugeben. Sie wollen etwas zurückhaben: Sinn, Erfüllung, Balance von Beruf und Arbeit sowie persönliches Wachstum.

Wie Unternehmen echte Mitarbeiterbindung erzielen, wie sie auch ohne Top-Gehälter unwiderstehlich attraktiv für Neue werden – und aufholen mit dem Bewusstseinsstand und den Bedürfnissen der Mitarbeiter, von denen ihr Erfolg schlussendlich abhängt.

Weitere Publikationen unter https://nadinehamburger.com/publikationen/

© managerSeminare 37 | Seite



Services

Eintauchen in den neuen Zeitgeist und auftanken – Herz, Seele, Verstand und Energie. Inspiration im Zeichen des aktuellen Bewusstseinswandels. In einer Zeit, in der Herzqualitäten wie Wahrhaftigkeit und Miteinander sowohl in Kultur als auch in Organisationen wieder in den Vordergrund rücken. Für Berater, Bewusstseinspioniere, Zeitzeugen und Zeitgestalter.

Inspirationen, Impulse, Nützliches per Newsletter, Anmeldung unter <u>www.nadinehamburger.com</u> *Jederzeit stöbern* in Praxistipps und Berichten in meinem *Blog* <u>zeitgeistherzzeit.com</u>.

Regelmäßig informiert bleiben Sie über meine Facebook-, LinkedIn- und XING-Unternehmensseiten.

Wenn Sie *persönliche Beratung und Unterstützung* wünschen oder bei Interesse an *handverlesenen Retreats*, melden Sie sich bei mir unter nh@nadinehamburger.com, und wir vereinbaren einen Telefontermin, um zu schauen, was gemeinsam entstehen soll. Ich freue mich auf Sie.

© managerSeminare 38 | Seite