

Relativität Manch selbsternannter „Erfolgstrainer“/„Top-Speaker“ ist ein Hungerleider, verglichen mit Consultern, die einfach „gut im Geschäft“ sind

Wenn Berater und Trainer unter massivem Liebesentzug leiden

Bei nicht wenigen gut gebuchten Consultern – speziell im B2B-Bereich – registriert man: Sie sind latent unzufrieden.

BERNHARD KUNTZ

Wien. Das Telefon klingelt. Am anderen Ende der Leitung hebt Berater Berger (Name geändert) ab.

Einige einleitende Sätze werden gewechselt, dann beginnt Berater Berger, sein Leid zu klagen. Sein Unternehmen werfe kaum Gewinn ab. „Ich kann mir gerade mal mein Gehalt ausbezahlen“, klagt der Inhaber einer Drei-Vier-Mann-GmbH. „Und wie hoch ist Ihr Gehalt?“, fragt der Autor dieses Beitrags nach. „15.000 € pro Monat – dazu der Firmenwagen und ...“, gesteht der Berater.

„Berater ‚erleiden‘ oft das ganz normale Schicksal jedes Dienstleisters.“

BERNHARD KUNTZ

Daraufhin merkt der Autor vorsichtig an: „Das ist doch ein ordentliches Einkommen. Überlegen Sie mal, welche Position Sie in einem Unternehmen haben müssten, um ein Jahresgehalt von 180.000 Euro zu bekommen? Dafür müssten Sie entweder Bereichsleiter in einem Konzern oder Geschäftsführer eines Unternehmens mit 200 oder gar 300 Mitarbeitern sein.“ So hat der Berater das noch nie betrachtet.

Mehr Anerkennung soll her

Ähnliche Erfahrungen sammelt man oft mit den Inhabern eigentlich gut florierender Trainings- und Beratungsunternehmen; sie sind unzufrieden mit ihrem Einkommen. Und zwar selbst wenn sich die meisten Angestellten – und



© Panthermedia.net/Photo12

Berufskollegen – danach die Finger lecken würden. Für sie ist ihr dickes Einkommen so selbstverständlich, dass sie es nicht mehr wertschätzen. Also wollen sie permanent mehr und mehr ... und verlieren dabei oft das Maß.

Fragt man bei solchen Beratern nach „Warum sind Sie denn unzufrieden?“, „Warum wollen Sie mehr Geld verdienen?“, dann erhält man meist Antworten wie: „Ich mache in den Unternehmen einen Bombenjob. Aber keiner sagt danach: Der Müller hat einen tollen Job gemacht – vielmehr schmücken sich die Bereichsleiter mit meinen Federn.“

Wonach sich die Berater also letztlich sehnen, ist *Anerkennung*.

Das Einkommen ist für sie nur ein (Ersatz-)Indikator dafür, wie sehr sie und ihre Arbeit wertgeschätzt werden.

Aber die „anderen“ ...

Der Autor erklärt in solchen Situationen den Beratern oft: Das ist das ganz normale Schicksal eines Dienstleisters, dass sich die Kunden mit seinen Leistungen schmücken. „Wenn Sie zuhause Ihr Bad neu gestalten lassen, sagen Sie danach doch auch zu Ihren Freunden ‚Wir haben unser Bad neu gemacht‘ und nicht ‚Fliesenleger Maier hat unser Bad neu gemacht‘.“ Das leuchtet den Beratern meist

ein, ändert aber nichts daran, dass sie unter einem Mangel an öffentlicher Anerkennung leiden.

Also verweisen sie häufig neidisch auf Beraterkollegen, die es in ihren Augen geschafft haben.

Zum Beispiel, weil deren Name öfter in den Medien auftaucht.

Oder weil sie regelmäßig als Kongressredner engagiert werden – aus der Warte der unzufriedenen Berater meist zu Unrecht: „Nehmen Sie mal den ...“. Was in dessen Büchern steht, ist alles nur geklaut. Oder nehmen Sie den ...“. Was der auf Kongressen erzählt, ist banaler Kram. Und trotzdem kriegt er für einen Vortrag 8.000 Euro.“

Hinter den Berater-Kulissen

Sagt man den unter Liebesentzug leidenden Beratern in solchen Situationen „Ihre Berufskollegen haben sich diesen Status über viele Jahre erarbeitet“, dann wollen sie dies meist nicht hören. Und überrascht sind sie, wenn man ihnen rät: „Glauben Sie nicht jedes Ammenmärchen, das ihnen die selbsternannten Erfolgstrainer und Gurus über ihr Honorar erzählen. Und setzen Sie nicht Bekanntheit mit wirtschaftlichem Erfolg gleich. Denn diese beiden Dinge gehen oft nicht Hand in Hand.“

Manch selbsternannter „Erfolgstrainer“ und „Top-Speaker“ ist, verglichen mit den etablierten Trainern und Beratern, die unter ihrer geringen Bekanntheit leiden, ein Hungerleider.

Denn er wird zwar drei, vier Mal pro Jahr für einen relativ gut dotierten Vortrag bei einer Kick-off-Veranstaltung gebucht. Doch ansonsten ist sein Auftragsbuch weitgehend leer – obwohl er etwas hat, wovon viele andere Berater träumen, weil es ihrem Ego schmeichelt: eine hohe Bekanntheit.

Prioritäten setzen

Sollten Sie auch zuweilen entsprechende Gefühle plagen, dann fragen Sie sich: Was ist mir mehr wert (oder wichtig)? Dass Hinz und Kunz mich kennt, weil mein Name ab und zu in Magazinen steht?

Oder ein prall gefülltes Auftragsbuch, weil Sie sich bei Ihren Kunden den Ruf „Spezialist für ...“ erworben haben?

Bernhard Kuntz ist Geschäftsführer der PProfilBerater GmbH, Darmstadt. Er ist u.a. Autor der Marketing- und PR-Ratgeber „Die Katze im Sack verkaufen“, „Fette Beute für Trainer und Berater“ sowie „Warum kennt den jeder?“

Berater-Gefühlsleben Ein- und Verkauf immaterieller Dienstleistungen

Es gibt keine Garantie!

Fallbeispiel. Das Telefon klingelt mal wieder. Am anderen Ende der Leitung ist ein Trainer, der sich bezüglich seiner Positionierung und seiner Marketingstrategie beraten lassen möchte. Detailliert erläutert ihm der Autor, wie eine solche Beratung ablaufen könnte. Ausführlich erklärt er ihm zudem auf Nachfrage, warum er überzeugt ist, dass er ihm beim Lösen seines Problems helfen kann.

Danach folgt ein kurzes Palaver, bevor der Trainer endlich die Frage stellt: „Und welche Garantien bieten Sie mir, dass ich nach der Beratung auch wirklich die Zielgruppe gefunden habe, bei der ich die größten Erfolgsaussichten habe? Und welche Garantien geben Sie mir, dass das Marketingkonzept, das wir erarbeiten, mir auch wirklich die gewünschten Aufträge bringt?“ Fragen, auf die der Autor als Marketingberater mit 20 Jahren Berufserfahrung gewartet hat. Denn sie werden ihm häufig mehr oder minder explizit gestellt – speziell von relativen Newcomern im Beratungs- und Trainingsmarkt, die selbst noch wenig Erfahrung mit dem Einkauf von Beratungs- und Bildungsleistungen haben. Also hat er auch eine Standardantwort parat: „Dieselben Garantien, die Sie Ihren Kunden bieten: keine!“ Die Reaktion am anderen Ende der Leitung: langes Schweigen.

Wenn Trainer und Berater selbst vor der Frage stehen „Soll ich die persönliche Dienstleistung Beratung einkaufen?“, wenn also ihr eigener Geldbeutel möglicherweise strapaziert wird. Dann wird ihnen schlagartig bewusst: „Verflucht, beim Einkauf von Bildungs- und Beratungsleistungen kaufe ich ja stets ‚die Katze im Sack‘. Es gibt keine Garantien, kein Umtausch- und Rückgaberecht, etc. Entsprechend unsicher und zögerlich sind sie bei ihrer Entscheidung: Ist das der richtige Anbieter? Lohnt sich für mich die Investition oder sollte ich mein Geld lieber für einen neuen PC ausgeben? Dass sie selbst Tag für Tag versuchen, ihren Kunden die „Katze im Sack“ zu verkaufen, das machen sich viele Trainer und Berater leider nicht ausreichend bewusst.

Liebe Berater und Trainer: Fragen Sie sich ab und zu, wie Sie reagieren, wenn Sie immaterielle Dienstleistungen wie Bildung und Beratung einkaufen! Welche Ängste, Befürchtungen, Erwartungen haben Sie dann? Woran machen Sie Ihre Entscheidung für den Anbieter X oder Y fest? Und ziehen Sie hieraus die nötigen Schlüsse für Ihr Marketing! Dann haben Sie meist schon viel erreicht.



© Die PProfilBerater

„Was ist wichtiger: Kurzfristige ‚Anerkennung‘ oder das prall gefüllte Auftragsbuch?“

BERNHARD KUNTZ