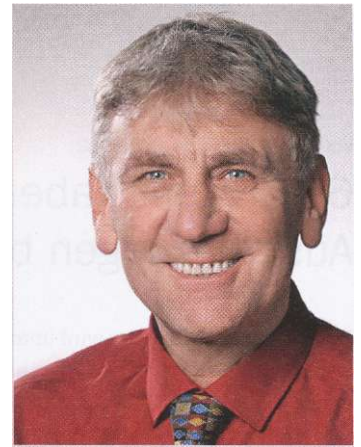


Bernhard Kuntz



Gastkommentar

Finger weg von Biografie-Bastlern

Gute Berater zeichnen sich auch dadurch aus, dass sie eine klare Sprache sprechen. Beim Formulieren ihrer Selbstportraits lassen viele Berater diese Kompetenz vermissen. Viele Berater entpuppen sich auf ihrer Webseite als wahre Storytelling-Künstler in Sachen Selbstdarstellung. Einkäufer in den Unternehmen denken sich ihren Teil, wenn sie lesen, Berater X ...

... sammelte langjährige Führungserfahrung in namhaften Unternehmen. Das kann auch heißen: Der Berater leitete einige Zeit eine Putzkolonne. Dann wurde er wieder entlassen.

... zählt zu seinen Kunden namhafte Unternehmer und Personen des öffentlichen Lebens. Das kann auch heißen: Der Berater kennt den Vorsitzenden des örtlichen Gewerbevereins und organisierte schon mal einen Basar für den Lions-Club.

... ist auch ein gefragter Redner und Keynote Speaker. Das kann auch heißen: Der Berater wäre gerne kein Nobody mehr und ist deshalb bei mehreren Redner-Agenturen gelistet.

... studierte Rechts- und Ingenieurwissenschaften sowie BWL und Psychologie. Das kann auch heißen: Der Berater war für diese Studiengänge jeweils ein, zwei Semester eingeschrieben, hat jedoch keinen akademischen Abschluss.

... gilt laut XY-Zeitung oder XY-Magazin als der führende Experte auf seinem Gebiet. Das kann auch heißen: Die betreffende Zeitschrift veröffentlichte auf ihrer Webseite oder in einer Sonderbeilage einen „gesponserten“ Artikel von ihm und publizierte darunter dieses Eigenlob, weil der Berater für die Veröffentlichung bezahlt hat.

... ist ein namhafter Blogger und Influencer zum XY-Thema. Das kann auch heißen: Seine Werbeagentur riet ihm wegen ausbleibender Anfragen: „Versuch's doch mal mit einem Blog und Instagram oder in den Spuren von Donald Trump mit Twitter“.

... wurde mit dem XY-Gütesiegel ausgezeichnet. Das kann auch heißen: Der Berater bezahlte einen vierstelligen Betrag dafür, dass er mit dem „Gütesiegel“ werben darf - wie alle anderen Berater, die hierfür bezahlten.

... ist Lehrbeauftragter an mehreren renommierten Hochschulen. Das kann auch heißen: Er hält ab und zu (fast) unentgeltlich Vorlesungen an einer privaten Hochschule, weil dies seine Biografie schmückt.

... ist ein Trendsetter und Vordenker. Das kann auch heißen: Der Berater glaubt, seine zu Hause, im „stillen Kämmerchen“ gedachten Gedanken seien einzigartig und revolutionär.

... weicht Sie in die Geheimnisse erfolgreicher Verkäufer (oder innovativer Hirnforscher) ein. Das kann auch heißen: Der Berater schaute schon mal den Verkäufern auf dem Hamburger Fischmarkt über die Schultern und/oder las einen pseudo-wissenschaftlichen Schmöcker.

... machte mit seinem Unternehmen Pleite und startete danach ein fulminantes Comeback. Das kann auch heißen: Der Berater ist eine routinierte Plaudertasche, die in den Seminaren immer wieder wie eine hängen gebliebene Schallplatte von ihrer glorreichen Wiederauferstehung erzählt.

... arbeitet systemisch. Das kann auch heißen: Er schaut ab und zu auch mal interessiert nach links und rechts und erzählt gerne, dass alles mit allem zusammenhängt.

... beriet in den letzten zehn Jahren über 1.000 Unternehmen und schulte 100.000 Mitarbeiter. Das heißt ganz bestimmt: Der Berater beherrscht noch nicht die Grundrechenarten, denen zufolge 1+1 einfach nur 2 ist und nicht 100.

Die Liste der „Bonmots“, die man auf Berater-Webseiten findet, ließe sich endlos fortsetzen. Gemeinsam ist ihnen: Alle Aussagen sind nicht mit Zahlen und Fakten oder gar konkreten Namen hinterlegt.

Bernhard Kuntz ist der Gründer und Inhaber der Agentur „Die Profilberater GmbH“. Darmstadt, die Bildungs- und Beratungsanbieter beim (Online-)Marketing unterstützt. Er ist Autor unter anderem der Bücher „Die Katze im Sack verkaufen“, „Fette Beute für Trainer und Berater“ und „Warum kennt den Jeder?“. www.die-profilberater.de