

Hurra, ich gründe ein Geschäft!!!

Mit NLP erfolgreich zum eigenen Business

Master – Arbeit im Rahmen der NLP – Mastercoachausbildung

bei Harald Brill, NLP – Coaching Lehrinstitut Kassel

vorgelegt von:

Michael Ohnesorge, Göttingen

Juli 2012

Stammbuch für Rubina, Franz Grillparzer

*Werde, was du noch nicht bist,
Bleibe, was du jetzt schon bist,
In diesem Bleiben und diesem Werden
Liegt alles Schöne hier auf Erden.*

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	Seite 3
2. Aspekte auf dem Weg in die Selbstständigkeit – Kompendium für ein Gründungscoaching	Seite 6
3. Ziele- und Ressourcenarbeit als ein Schwerpunkt des Gründungscoachings – Überlegungen zum Aufbau eines Coachingformats für Existenzgründer/innen	Seite 13
4. Das Format im Überblick	Seite 18
5. Die Umsetzung der einzelnen Stufen des Formats.....	Seite 19
6. Mission, Fazit, Ausblick.....	Seite 27
7. Dank	Seite 28
8. Literaturverzeichnis.....	Seite 29
9. <u>Anhang</u> : Das individuelle Unternehmer/innen – Profil	

1. Einleitung

„Hast du dir das wirklich gut überlegt?“, war die erste Frage einer verbeamteten guten Freundin, als ich ihr erzählte, dass ich meinen ordentlich bezahlten Job mit Sozialversicherungsbeiträgen und Altersvorsorge aufgeben würde, um mich endlich selbstständig zu machen. Eigentlich wollte sie wohl ausrufen: „Bist du denn verrückt!“ Meine Entscheidung für das eigene Unternehmertum als selbstständiger Trainer, Berater und Coach hat mir ein großes Maß an Glück und Selbstverwirklichung gebracht – in dunklen Stunden aber bereue ich sie auch immer mal wieder... Wäre das nicht schön, wenn sich am 30. jedes Monats eine bestimmte Summe auf dem Konto einfände und mich eine sichere, auskömmliche Rente ab dem 66 10/12 Lebensjahr erwartete?¹

Laut Gründungsmonitor der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW – Bank) gab es 2011 in Deutschland 835.000 Unternehmensgründungen – in den Jahren zuvor lag die Zahl sogar öfters über 900.000. Gut die Hälfte davon sind sogenannte Nebenberufsgründungen, also von Menschen auf den Weg gebracht, die einen Hauptberuf haben oder z.B. als Hausmänner oder –frauen wesentlich mit Haushalt und Kindererziehung ausgelastet sind und sich mit ihrer Selbstständigkeit ein weiteres Standbein aufbauen wollen, eine zusätzliche Beschäftigung suchen oder sich einfach ein paar Euro mit Perspektive auf Mehr dazu verdienen wollen.

Knapp die Hälfte sind Hauptberufsgründer/innen, die aus ganz unterschiedlichen Bereichen kommen. Sie haben verschiedene Hintergründe und berufliche Schwerpunkte, eine andere Art der Ausbildung und bringen ganz individuelle Erfahrungen aus ihrem Leben mit². Und nicht Wenige sind eher „Push“-Gründer/innen, die eigentlich lieber einen festen Arbeitsplatz hätten, aber auf Grund ihrer individuell schwierigen Arbeitsmarktsituation als letzten Ausweg in die Selbstständigkeit gehen. Die „Pull“-Gründer/innen³ sind da von anderem Kaliber – und in der Regel auch erfolgreicher und länger am Markt: Sie wollen Eigenständigkeit und Unabhängigkeit oder einfach ihren Traum, ihre tolle Geschäftsidee, verwirklichen. In einigen Fällen bleibt zu hoffen, dass nicht nur ein unangenehmer Vorgesetzter gegen noch nervigere Kunden ausgetauscht wird... Wobei für den wahren „Pull“-Gründer eigentlich jeder Kunde eine positive Herausforderung ist.

Wie auch immer: Jedes Coaching muss an die Ressourcen und Möglichkeiten und auch die Talente, Wünsche und Ziele der Gründer/innen angepasst werden – so wie auch das zu gründende Unternehmen selbst.

¹ Nun gut, ich hab' Norbert Blüm nie so richtig vertraut...

² Siehe Georg Eden, Gründungscoaching, S. 2f

³ Die Unterscheidung zwischen Push- und Pull-Gründern hat ihre Wurzel im Global Entrepreneurship Monitor (GEM), der das Gründungsgeschehen in vielen Ländern miteinander vergleicht. Er trennte erstmals zwischen „Necessity-Entrepreneuren“ (Push) und „Opportunity-Entrepreneuren“ (Pull). Die Opportunity-Gründer hätten eher die Chancen der Gründung im Auge und würden deshalb zielorientierter, mit mehr Einsatz und kreativer ihre Geschäftsidee in die Tat umsetzen sowie ihre beruflichen Netzwerke und vorhandenes Know-how besser nutzen. (Quelle: www.gruendungszuspruch.de)

Seit sechs Jahren bin ich selbst als Selbstständiger beruflich in diesem Kontext tätig: Für unterschiedliche Bildungsträger und Institutionen biete ich Informationsseminare und sog. „Eignungsfeststellungen“ – wie die Arbeitsagenturen das nennen – für Gründer/innen an. Außerdem coache und berate ich Menschen dieser Zielgruppe auch ganz individuell.

Meine Erfahrungen auf den Punkt gebracht: Ich habe eine große Zahl unglaublich spannender, motivierter und kreativer Menschen kennen gelernt, die ihre Ziele mit Leidenschaft und Augenmaß verfolgen. Und, es gibt eine Reihe von Problemen, Fragen, Herausforderungen und Defiziten, vor denen ganz viele Gründer/innen stehen oder die sie mitbringen:

1. Ganz oft muss an der Geschäftsidee noch massiv und mit vielen Fragen, Gedanken und zusätzlichen Ideen gearbeitet werden, um daraus ein neues, einzigartiges und erfolgversprechendes Unternehmenskonzept zu machen – immerhin sollen andere Menschen für dieses Angebot ja irgendwann einmal Geld ausgeben und das am besten mehrfach...
2. Die Stärken, Fähigkeiten, Wünsche, Ziele und Ressourcen der Gründer/innen sind oft unklar und verschwommen und ihnen auch selbst nur unzureichend bewusst. Warum und wozu gründe ich ein Unternehmen, was will ich wann und wie damit erreichen? Welche Möglichkeiten stehen mir dabei zur Verfügung und was muss ich mir wo und wie noch organisieren? – Damit haben viele Gründer/innen sich bislang nur oberflächlich beschäftigt.
3. Entweder es fehlt an finanziellen und rechtlichen oder an Marketing – Kompetenzen (manchmal auch an beiden). Ganz klar: Dafür gibt es auch Dienstleister (Steuerberater, Werbeagenturen...) und es ist allemal besser auf seinem Gebiet fit zu sein, eine super Geschäftsidee entwickelt zu haben und sich auf deren Umsetzung zu konzentrieren. Aber einen Grundüberblick über die eigenen Finanzen sollte man natürlich schon haben, eine einfache Ablage und Buchhaltung und ein effizientes Rechnungswesen aufgebaut haben und eine Idee der rechtlichen Beziehungen zum Kunden oder Lieferanten haben. Außerdem schadet es nicht, mit Spaß und Verve die eigene Vermarktung zu betreiben und zu wissen, was die Kunden erwarten, wo man sie findet und wie man am besten auf sie zugeht.

Etwa ein Drittel aller Gründer/innen sind nach spätestens fünf Jahren wieder vom Markt verschwunden (siehe KfW – Gründungsmonitor), viele Vollzeitgründer/innen bewegen sich bei einem monatlichen Einkommen von unter 2.000 oder gar 1.000 € - das deutet darauf hin, dass Coaching-Bedarf besteht.

Bei dieser Master-Arbeit werde ich mich auf Formate im Bereich „Zielfindung und – formulierung“ sowie „Ressourcenaktivierung“ konzentrieren, also mit Möglichkeiten, einen Gründer im Bereich des obigen Punktes 2 zu unterstützen. Ich habe mich auf die Suche gemacht nach nützlichen, mit Gewinn anwendbaren NLP – Methoden und Formaten, diese an das Thema angepasst, eigene entwickelt und zum „Ohnesorge – Format für Existenzgründer/innen“ zusammengestellt. Dem sind die Kapitel 3, 4 und 5 meiner Arbeit gewidmet. Zusätzliches Plus dieses Formates: Viele der hier gesammelten Erkenntnisse über eigene Ziele, Wege zu ihrer Umsetzung und vorhandene Ressourcen lassen sich auch direkt in den Businessplan des Existenzgründers übernehmen.

Um den Gesamtkontext zu verdeutlichen und das von mir entwickelte Format sinnvoll einzuordnen, ist es mir wichtig, auch die anderen Aspekte des Gründungsprozesses und der Selbstständigkeit zu berücksichtigen und damit eine Idee für ein umfassendes Kompendium eines Gründungscoachings zu entwickeln. Ich werde zu jedem einzelnen Bereich auch skizzieren, welche NLP-Coachingformate jeweils Erfolg versprechend sein können (Kapitel 2). Das Kompendium lässt sich zugleich als Grundlage eines über mehrere Tage oder Wochenenden laufenden Existenzgründerseminars nutzen.

Immer, wenn es grammatikalisch zu komplex oder schwer lesbar wird, verwende ich allein die männliche Bezeichnungsform (z.B. „Gründer“, statt „Gründer/innen“ oder gar „Gründerinnen und Gründer“) – Hiermit versichere ich an Eides statt, dass aber immer Männer und Frauen gemeint sind!

Göttingen, Juli 2012
Michael Ohnesorge

2. Aspekte auf dem Weg in die Selbstständigkeit⁴

Das hier zu skizzierende Kompendium könnte gleichermaßen Grundlage einer Buchveröffentlichung, eines Coaching – Prozesses oder eines Existenzgründertrainings sein. Die Ziele: Wie kann man den Gründer dabei unterstützen, dass ein wirklich erfolgversprechendes Gründungskonzept entsteht? Ein Gründungskonzept, das zur Persönlichkeit des Gründers passt, seinen Träumen, Stärken und Zielen entspricht und zugleich die „Abgründe der Realität“, also den Unternehmeralltag berücksichtigt? Ein Coaching, das ihm dabei hilft, seine Potenziale und Ressourcen zu aktivieren und ihm im Übrigen alle die Informationen zugänglich macht, die er benötigt, um sein Unternehmen erfolgreich aufzubauen und zu führen?

Die große Mehrzahl der Gründungsratgeber beschränkt sich dabei auf die sogenannten „hard facts“: Es geht dann um Fördermittel, Kredite, Finanzplanung und Rentabilität, um den Aufbau eines Businessplans und eines Marketingkonzepts am besten mit „Customer Relationship Management“, um betriebliche Organisation, Buchführung und Steuern, um absetzbare Betriebskosten, Mehrwertsteuer und die Anforderungen von Berufsorganisationen, Kammern, Kommunen und Finanzamt; um private und betriebliche Vorsorge und Versicherungen, um betriebliche Rechtsformen, um Vertragsrecht und AGB's und vielleicht auch noch um die Einstellung und den Einsatz von Personal.

Keine Frage, diese Dinge sind AUCH wichtig – wer hier nicht wenigstens über jeweils individuell erforderliche Kenntnisse verfügt, ist aufgeschmissen oder muss zumindest viel Lehrgeld zahlen. Diese Informationen gehören also in einen Gründungsratgeber – bei mir allerdings erst unter Punkt 9. Titel: „Unternehmensaufbau und –organisation“.

„Mein“ Existenzgründer – Kompendium setzt andere Schwerpunkte, weil ich aus meiner Seminar- und Beratungspraxis weiß, dass eine wirklich ausgefeilte und zündende Gründungsidee und dazu die persönlichen „weichen“ Fähigkeiten, Kenntnisse und Ressourcen des Gründers zumeist von viel größerer Bedeutung für den Unternehmenserfolg sind, als die genannten Techniken der Unternehmensorganisation (zudem gibt es für diese Bereiche auch viele kompetente Dienstleister).

Dieses Kompendium wird also die folgenden Kapitel beinhalten – Hier zunächst die Titel, später dann jeweils eine kurze Beschreibung, worum es inhaltlich geht und wie und mit welchen NLP – Formaten man jeweils arbeiten könnte, um Gründer/innen sinnvoll zu coachen:

⁴ Eigentlich halte ich die Begrifflichkeiten „sich selbstständig machen“ und „eine Existenz gründen“ in diesem Zusammenhang eher für problematisch: Auch ohne wirtschaftsrechtlichen Status, also etwa eine Gewerbeanmeldung, haben Menschen von Geburt an ihre Existenz begründet und sollten in aller Regel auch dazu in der Lage sein, selbstständig leben, denken und handeln zu können – Mittelpunkt dieser Arbeit aber soll nicht Sprachanalyse und –kritik sein... Allerdings sind die Anforderungen an einen Unternehmensgründer natürlich schon ganz Besondere, denen ein Angestellter so nicht gegenüber steht.

1. Stärken, Interessen und Träume der Gründer/innen
2. Entwicklung der Geschäftsidee
3. Werte – Was dem Gründer wichtig ist
4. Ziele – Weshalb und wozu gründe ich und was will ich erreichen?
5. Potenziale, Ressourcen und Bedarfe für die Umsetzung der Geschäftsidee
6. Umfeld und Ökologie
7. Marketing und Kundengewinnung
8. Hindernisse, Herausforderungen und Probleme – die Arbeit mit Glaubenssätzen
9. Unternehmensaufbau und –organisation
10. Unternehmensführung konkret, Selbst- und Zeitmanagement, Personalführung und Risikomanagement

Kapitel 1: Stärken, Interessen und Träume der Gründer/innen

Zunächst ist es wichtig, diesen auf die Spur zu kommen, weil ein Unternehmenskonzept gerade bei Kleingründer/innen desto erfolgreicher ist, je mehr es an ihren individuellen Stärken und Interessen andockt und diese einzusetzen und zu verwirklichen hilft – dazu finden sich beispielsweise in den Kapiteln 3 + 4 von Sylvia Englerts Buch „Welche Selbstständigkeit passt zu mir“⁵ zahlreiche sinnvolle Fragen und Fragebögen (siehe Literaturliste). Außerdem geht es um private und berufliche Kenntnisse und Erfahrungen, die der Gründer mitbringt und die für die eigene Gründung und das Unternehmenskonzept nützlich sein können.

Höhepunkt ist es, den eigenen Träumen und seinem „Flow – Zustand“ auf die Spur zu kommen. Dieser Begriff wurde von Mihály Csíkszentmihályi⁶ geprägt – damit sind Tätigkeiten gemeint, bei denen man die Zeit vergisst und am liebsten bis tief in die Nacht weitermachen würde, bei denen man mit Feuereifer und Herzblut bei der Sache ist, sich zu 100% einbringt und ganz viel Spaß und innere Befriedigung empfindet. „Wenn die Aufmerksamkeit auf ein bestimmtes Feld von Reizen konzentriert ist, wenn die Ziele eindeutig sind, wenn Körper, Handlung und Bewusstsein miteinander verschmelzen, dann ist man in einem Zustand, bei dem man in seinem Tun aufgeht.“⁷ Das eigene Unternehmenskonzept sollte einen solchen Flow – Zustand immer wieder ermöglichen, er ist ein Schlüssel für den auch längerfristigen unternehmerischen Erfolg.

⁵ Sylvia Englert, Welche Selbstständigkeit passt zu mir; Hanser Verlag, München / Wien 2005, S. 29ff

⁶ Mihály Csíkszentmihályi (* 29. September 1934 in Fiume) ist emeritierter Professor für Psychologie an der University of Chicago. Er lehrte Unternehmensführung an der Claremont Graduate University in Kalifornien. 1975 beschrieb er das Flow-Erleben. Er gilt als der herausragende Wissenschaftler auf diesem Gebiet, ist jedoch nicht der erste, der das Konzept entdeckte (vgl. zum Beispiel Kurt Hahn 1908 mit seiner weitgehend synonym zu sehenden „schöpferischen Leidenschaft“ und Maria Montessori mit „Polarisation der Aufmerksamkeit“). (Quelle: Wikipedia)

⁷ Siehe Christoph Bausenwein, Geheimnis Fußball – Auf den Spuren eines Phänomens; Werkstatt Verlag, Göttingen 2006, S.21

Aus dem NLP – Bereich bietet es sich an, dass der Klient sich mit Situationen seiner größten Erfolge und optimalem Einsatz seiner Fähigkeiten assoziiert und noch einmal mit allen Sinnen wiedererlebt (VAKOG⁸), um es dem Gründer zu ermöglichen, seine individuellen Flow – Zustände noch gründlicher zu erkennen, zu analysieren und herbeiführen zu können.

Zwei sehr schöne Coaching-Formate finden sich hierzu auch in Martin Wehrles Zusammenstellung „Die 100 besten Coaching-Übungen⁹“: Beim „Lob-Album“ – Format soll der Klient die drei schönsten Komplimente notieren, die er jemals bekommen hat und die Eigenschaften und Fähigkeiten herausarbeiten, die ihm damit zugesprochen werden. Dieses Album kann für die Bereiche Privatleben, Beruf, Schule/Uni/Ausbildung vertieft und ausgeweitet werden. So kann der Klient seine Fähigkeiten und Kompetenzen besser kennen lernen, Energie und Selbstbewusstsein gewinnen (Wehrle, S.250ff).

Das zweite Format nennt Wehrle „Die Werbeagentur“. Hier soll der Klient sich vorstellen, er sei ein Werbefachmann, der alle positiven Eigenschaften seiner selbst herausarbeiten soll: Was kann X besonders gut, was sind seine Kompetenzen und besonderen Fähigkeiten und Eigenschaften? (Wehrle, S. 272ff)

Kapitel 2: Die Entwicklung der Geschäftsidee

So gut wie alle potenziellen Gründer/innen bringen mindestens eine rudimentäre Idee ihres Gründungsvorhabens in die Beratung mit. Viele glauben damit aber schon weitgehend am Ende ihres Ideenprozesses zu stehen und beschäftigen sich gedanklich bereits vor allem mit der Umsetzung. Sinnvoll aber ist es, hier noch viele zusätzliche Gedanken und Ideen einzubringen, um die Geschäftsidee zu optimieren. Günter Faltin, Professor für Entrepreneurship an der Berliner FU und Gründer der „Teekampagne“, gibt hierzu in Kapitel 8 seines Buches „Kopf schlägt Kapital“¹⁰ zahlreiche Anregungen. Wichtig ist es vor allem, die Beziehung zu den im ersten Teil erarbeiteten Stärken, Interessen, Träumen und dem Flow – Zustand herzustellen, um eine weitgehende Übereinstimmung zwischen diesen und der Geschäftsidee zu erreichen. Außerdem geht es hier schon um die ersten Fragen zur Kundenzielgruppe, zum Markt, der Konkurrenz und den Vermarktungsmöglichkeiten. Das Konzept sollte einfach, klar, finanzierbar und mit nur geringem Risiko realisierbar sein.

Am Ende dieses Prozesses der Entwicklung und Ausarbeitung der Geschäftsidee könnte das Walt Disney – Format sehr nützlich sein, das die Positionen des Träumers, des Realisten und des Kritikers zu einer produktiven Zusammenarbeit führt (entwickelt von Robert Dilts und Todd Epstein durch Modellierung von Walt Disney).

⁸ VAKOG = visuell, auditiv, kinästhetisch, olfaktorisch und gustatorisch

⁹ Erschienen 2010 in der managerSeminare Verlags GmbH, Bonn – siehe auch meine Literaturliste

¹⁰ Günter Faltin, Kopf schlägt Kapital; Hanser Verlag, München / Wien 2011, S. 129ff

Kapitel 3: Werte – was dem Gründer wichtig ist

Ein wichtiger Aspekt für die Umsetzung einer Geschäftsidee sind die Wertvorstellungen der Gründer/innen. Sie sind auf einer tiefen Ebene der Persönlichkeit angesiedelt, steuern und motivieren Verhalten und Handeln. Fragen wie „Wofür tun Sie das?“, „Was bringt es Ihnen?“ oder „Was würde Ihnen fehlen, wenn Sie es nicht täten?“ führen zu Werten; Wobei man unterscheiden kann zwischen „Hin zu-“ oder Appetenzwerten wie Liebe, Glück, Selbstverwirklichung oder Sicherheit und „Weg von-“ oder Aversionswerten wie Schmerz, Leid oder Stress von denen wir uns entfernen wollen. Da positive Formulierungen mehr Potenzial haben, bieten sich bei Nennung von Aversionswerten die Kurzfragen „Sondern?“ oder „Was wollen Sie stattdessen?“ an, um ressourcenvoller arbeiten zu können.

Außerdem bilden Werte unseren ethischen Maßstab, der festlegt, was wir für „richtig oder falsch“, „gut oder böse“ und „angemessen oder unangemessen“ halten¹¹.

Bei einem erfolgreichen Gründungscoaching kommt es darauf an, die Wertvorstellungen von Gründer/innen einzubeziehen und für ihr Gründungsvorhaben und seine Umsetzung nutzbar zu machen. Zusätzlich kompliziert wird es dadurch, dass Menschen zum einen in unterschiedlichen Lebensbereichen (Beruf, Familie, Freizeit...) verschiedene Wertsetzungen und –hierarchien haben können und dass es zum anderen in der Praxis immer wieder zu Wertkonflikten kommen kann (Freiheit vs. Sicherheit, beruflicher Erfolg vs. Familie oder Liebe usw.).

Im NLP sind Werte erst in den 90er Jahren des letzten Jahrhunderts von Robert Dilts (Beliefs – Pathway to health an well-being, Changing Belief systems with NLP) und von Tad James und Wyatt Woodsmall (Time Line – NLP-Konzepte zur Grundstruktur der Persönlichkeit) thematisiert worden¹².

James und Woodsmall schlagen für's Coaching vor, zunächst eine Werteliste zu erstellen, um diese dann durch Fragen wie „Was ist Ihnen wichtiger, Wert 1 oder Wert 2?“ oder „Worauf könnten Sie eher verzichten?“ zu hierarchisieren. Beim Gründungscoaching stünde im Anschluss die Überlegung, inwieweit die wichtigsten Werte das Gründungsvorhaben unterstützen können und wie es so ausgearbeitet werden kann, dass es den Wertvorstellungen des Gründers entspricht.

Zur Verfeinerung und ggf. Relativierung kann auch das aristotelische Modell von Maß und Mitte (Nikomachische Ethik) in Zusammenhang mit Friedemann Schulz von Thuns Ansatz eines Werte- und Entwicklungsquadrats eingesetzt werden¹³. Negative Übersteigerungen bestimmter Werte (Sparsamkeit – Geiz, Großzügigkeit – Verschwendungssucht) können so erkannt, thematisiert und bearbeitet werden.

¹¹ Siehe Christian Rosen, NLP im Business – Anwendungen für den persönlichen Erfolg im Beruf; Cornelsen Verlag, Berlin 2010, S. 44

¹² siehe www.nlportal.org - Die NLP Enzyklopädie, Seite „Wert“

¹³ Siehe Friedemann Schulz von Thun; Miteinander reden: 2; Reinbek 1989, S. 38ff oder als Coaching-Format: Martin Wehrle; Die 100 besten Coaching-Übungen, Bonn 2010 S. 215ff

Kapitel 4: Ziele – Weshalb und wozu gründe ich und was will ich erreichen?

Kapitel 5: Potenziale, Ressourcen und Bedarfe – Was habe und was brauche ich für eine erfolgreiche Unternehmensgründung

Mit diesen beiden Kapiteln des Kompendiums und ihrer Umsetzung in der Coaching – Praxis werde ich mich in den folgenden Teilen meiner Arbeit genauer beschäftigen. Deshalb hier nochmal nur die Überschriften.

Kapitel 6: Umfeld und Ökologie

Bereits während des Zielfindungsprozesses wurden erste Probleme im Bereich der Ökologie ermittelt, thematisiert und bearbeitet. Die Ziele wurden dabei so verändert und formuliert, dass sie auch ökologisch kompatibel sind. Hier gilt es jetzt nochmals sehr fokussiert zu ergründen, welche Konsequenzen die Unternehmensgründung und die Unternehmensziele für das eigene direkte Umfeld (Familie, Freunde) haben und wer noch als Stakeholder zu berücksichtigen ist oder für eine Mitarbeit gewonnen werden kann – also darum, wie ein optimales Maß an Unterstützung realisiert werden kann.

Dabei bietet sich z.B. das „Formel I Team – Format“ an, wie es Martin Wehrle ab S. 247 in seinem Buch „Die 100 besten Coaching – Übungen“ beschreibt. Wie bei Sebastian Vettel oder Michael Schumacher geht es hier darum zu klären, wer, wie, auf welche Weise und an welcher Stelle zum Gesamterfolg des Rennbolids bzw. des Unternehmens beitragen kann – und welches die Bedürfnisse, Wünsche und Fähigkeiten jedes Mitstreiters sind.

Kapitel 7: Marketing und Kundengewinnung

An dieser Stelle bietet es sich an, den Blick noch weiter nach außen zu richten: Wer kommt als Kunde meiner Dienstleistung oder meines Produktes in Frage? Was zeichnet ihn aus, wo finde ich ihn, wie spreche ich ihn an, was erwartet er genau von mir und meinem Angebot und wie viel ist er bereit, dafür zu bezahlen? Aber Vorsicht:

„Wenn Sie etwas wirklich Interessantes und Revolutionäres tun wollen, müssen Sie lernen, ihre Kunden zu ignorieren. Viele Kunden sind wie Rückspiegel. Sie sind extrem konservativ und langweilig, ihnen mangelt es an Imaginationskraft und sie kennen ihre eigenen Wünsche nicht.“¹⁴

¹⁴ Ridderstrale & Nordström; Funky Business. Wie kluge Köpfe das Kapital zum Tanzen bringen; zitiert nach Faltin, S. 135

Hier kann ein Marketingkonzept entwickelt werden, ein sog. „elevator pitch“¹⁵ sollte her und persönliche Schwierigkeiten bei der Ansprache auch wildfremder Menschen können thematisiert und bearbeitet werden. Als NLP – Formate bieten sich Anker – Techniken zur Aktivierung hilfreicher Ressourcen an, aber auch das Format zur Bekämpfung von Angstgegnern oder das „Fast-Phobia-Format“, wenn es um Ängste bei der direkten Ansprache von Kunden geht, egal ob Aug‘ in Aug‘ oder am Telefon. Zudem mag ein Verkaufstraining sinnvoll sein, das Kenntnisse und Anwendung von Metaprogrammen einschließt und dadurch dabei hilft, den Kunden zielgenau und persönlich anzusprechen¹⁶.

Kapitel 8: Hindernisse, Herausforderungen und Probleme – die Arbeit mit Glaubenssätzen

Trotz dieser intensiven Vorarbeit kann es auch jetzt noch gravierende Hindernisse für den Gründer auf dem Weg in eine erfolgreiche Selbstständigkeit geben. Hintergrund dafür sind in jedem Menschen tief verwurzelten Glaubenssätze, die ihn fördern, oft aber auch daran hindern, für ihn anstrebenswerte Ziele zu erreichen, auch wenn sie allen Kriterien der Wohlgeformtheit¹⁷ entsprechen: „Das schaff‘ ich sowieso nicht.“, „Ich krieg‘ eh‘ nichts auf die Reihe und bin ein Versager.“, „Ich verdiene es gar nicht, erfolgreich zu sein.“, „Ich kann nicht mit Geld umgehen.“ usw. usf. Diese oft schon in der Kindheit eingepflanzten negativen Glaubenssätze¹⁸ sind sehr wirkmächtig und erweisen sich oft als entscheidender Stolperstein auf dem Weg in eine glückliche Zukunft.

Diese hinderlichen Glaubenssätze können identifiziert und bearbeitet werden, um es dem Gründer zu erleichtern, seinen Weg erfolgreich zu gehen. Dazu bietet das NLP zahlreiche Formate an: Vom „Sleight of mouth pattern“ oder dem Reframing über das Wegklatschen, -lachen oder durch ständige Wiederholung Lächerlichmachen dieser Glaubenssätze bis hin zum Hypnocoaching zur Stärkung produktiver Ressourcen oder der Timeline – Arbeit mit Reimprint¹⁹. Welches Format oder welche Kombination jeweils sinnvoll ist, muss in jedem Einzelfall von einem verantwortlich handelnden Coach gemeinsam mit dem Klienten entschieden werden – Ich formuliere dies auch

¹⁵ Der **Elevator Pitch** (oder auch **Elevator Speech**) ist ein kurzer Überblick einer Idee für eine Dienstleistung oder ein Produkt und bedeutet „Aufzugspräsentation“. Die Bezeichnung stammt daher, dass der *Pitch* (das Verkaufsgespräch) in der kurzen Zeit einer Fahrstuhlfahrt (ca. 30 Sekunden) durchgeführt werden kann. Wesentlich beim *Elevator Pitch* ist die herausstechende Präsentation durch gedankliche Bilder, Vergleiche und Beispiele gemäß der AIDA-Formel (*Attention-Interest-Desire-Action*). (Quelle: Wikipedia)

¹⁶ siehe: Maryline und Wyatt Woodsmall, Auf dem Weg zu exzellenter Kommunikation, Junfermann 1998 + Rose Charvet, Wort sei Dank – Von der Anwendung und Wirkung effektiver Sprachmuster, Junfermann 1998

¹⁷ siehe S. 14/15 dieser Arbeit

¹⁸ Siehe dazu auch: Robert B. Dilts; Identität, Glaubenssysteme und Gesundheit. Höhere Ebenen der NLP-Veränderungsarbeit. Junfermann, 2006

¹⁹ siehe: Tad James und Wyatt Woodsmall, Timeline: NLP – Konzepte zur Grundstruktur der Persönlichkeit, Junfermann 2006

deshalb so vorsichtig, weil hier in Einzelfällen die Grenze zwischen Coaching und Therapie verschwimmen kann.

Kapitel 9: Unternehmensaufbau und –organisation

Zum Informationsteil, der klassischen Unternehmensberatung, habe ich zum Anfang dieses Teils meiner Arbeit Vieles gesagt. Gut wäre es sicherlich, wenn ein Gründungscoach auch von dieser vielfältigen Materie etwas versteht (und nicht nur tolle NLP – Formate kennt...). Denn hier verstecken sich natürlich auch sehr viele wertvolle und für den Unternehmensstart notwendige Informationen. Nicht nur für mögliche Geldgeber, sondern auch für sich selbst sollte man in der Lage sein, einen profunden Businessplan aufzustellen und eine valide Finanzplanung auf den Weg zu bringen. Gerade die Verschriftlichung eigener Ziele und Wege zu ihrer Verwirklichung sind eine Grundlage für den Unternehmenserfolg. Hier kann ein gutes Gründungs-training helfen, in dem auch mit hilfreichen Software-Modulen gearbeitet wird. Das Existenzgründungsportal des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie unter „www.existenzgruender.de“ bietet hier wertvolle Hilfen.

Bei der Erarbeitung der Inhalte sind NLP – Formate leider nur begrenzt verfügbar oder nützlich, wer die Inhalte möglichst schnell und leicht aufnehmen will, mag ja vielleicht vorher ein Seminar über Lernstrategien bei Iris Komarek oder anderen NLP – Lerntrainern besuchen; und allemal ist es Aufgabe des Seminarleiters, diesen Stoff möglichst teilnehmerorientiert und praxisnah „rüberzubringen“ – („Wir sollten die Dinge so einfach machen wie möglich, aber nicht einfacher.“ Albert Einstein, zitiert nach der Titelseite des NLP-Basisseminar – Skripts von Harald Brill).

Kapitel 10: Unternehmensführung konkret, Selbst- und Zeitmanagement, Personalführung und Risikomanagement

Ganz am Anfang dieses zweiten Teils schrieb ich von den „Abgründen der Realität“. Um diese soll es in diesem letzten Abschnitt des Kompendiums gehen: „Jetzt sind Sie Unternehmer!“ nennt einer der bekanntesten Gründungsberater Deutschlands, Dr. Andreas Lutz²⁰, sein sehr informatives Buch über den Alltag der Selbstständigkeit. Jeden Tag aufs Neue gilt es, sich zu motivieren und auch alle möglichen Dinge zu erledigen, die nicht direkt etwas mit der Kernkompetenz und –arbeit des Gründers zu tun haben. Wie soll all' das – auch zeitlich – in den Griff bekommen werden? Und was tut man, wenn es nicht läuft, wie gedacht und geplant?

NLP – Formate können hier insofern hilfreich sein, als sie proaktives Handeln fördern und sich den jungen Unternehmer immer wieder mit seinen Stärken, Träumen und

²⁰ Dr. Andreas Lutz ist Autor zahlreicher Veröffentlichungen zum Thema, betreibt die Internetseite www.gruendungszuspruch.de und moderiert die größte Gruppe bei XING mit über 90.000 Mitgliedern „Gründer & Selbstständige“

Zielen assoziieren lassen. Außerdem mögen Techniken des Reframings und des Ankerns oder vielleicht auch ein 6-Step dabei helfen, die Buchführung, das Rechnungswesen oder die Steuererklärung mit Freude anzugehen oder doch wenigstens effiziente Strategien zur Erledigung dieser Aufgaben zu entwickeln. Außerdem stehen einem natürlich auch noch Methoden des Zeitmanagements²¹ zur Verfügung (z.B. die Eisenhower – Methode oder „Die 7 Wege zur Effektivität“ nach Stephen R. Covey). Zusätzlich knifflig wird es darüber hinaus, wenn es nicht nur gilt, den eigenen Arbeitstag zu organisieren, sondern zusätzlich noch Mitarbeiter/innen auf eine effiziente und motivierende Aufgabenverteilung warten...

3. Ziele- und Ressourcenarbeit als ein Schwerpunkt des Gründungscoachings

Überlegungen zum Aufbau eines Coachingformats für Existenzgründer/innen

Meine Erfahrung bei Existenzgründerseminaren und –coachings zeigt: Zum einen sind Zielentwicklung und Ressourcenfindung und –aktivierung ausgesprochen nützliche Elemente im Prozess der Gründungsvorbereitung, zum anderen besteht hier ad hoc die größte Bereitschaft, sich auf ein Coaching einzulassen.

Vielen Gründer/innen erscheint die Auseinandersetzung mit eigenen Werten oder Glaubenssätzen im Zusammenhang mit ihrem Gründungsvorhaben eher fremd und fern liegend; manche sind schon skeptisch, wenn es um Formate zur Weiterentwicklung, Differenzierung und kritischen Überprüfung ihrer Geschäftsidee geht, weil sie befürchten, dass sie Veränderungen vornehmen oder sich von einigen unrealistischen Lieblingsideen verabschieden müssen.

Sich mit den eigenen Zielen und Möglichkeiten ihrer Umsetzung zu beschäftigen, ist dagegen für Viele unmittelbar einsichtig, logisch und motivierend. Deshalb konzentriere ich mich in dieser Arbeit auf genau diesen Bereich. Aus vielen einzelnen zum Teil bereits von mir eingesetzten, zum Teil neu entwickelten oder in einschlägiger Literatur gefundenen Coachingmethoden und –verfahren entsteht also das „Ohnesorge – Format“ für Existenzgründer/innen.

Bevor ich das Format vorstelle und den Ablauf und die einzelnen Schritte beschreibe, zunächst einige Grundlagen: Was sind überhaupt „Ziele“ und „Ressourcen“? Wie kann man sie ermitteln und mit ihnen arbeiten? Und worin liegt der konkrete Nutzen für Klienten, ihre eigenen Ziele zu formulieren und ihre Ressourcen zu aktivieren?

²¹ Eigentlich kann man natürlich immer nur sich selbst, nie aber die Zeit managen, denn diese läuft und läuft und läuft... wie auch der Verfasser beim Schreiben dieser Arbeit merkt.

Ziele

„Wer den Hafen nicht kennt, in den er segeln will, für den ist kein Wind der richtige.“
Lucius Annaeus Seneca

„Der Langsamste, der sein Ziel nicht aus den Augen verliert, geht noch immer geschwinder, als jener, der ohne Ziel umherirrt.“
Gotthold Ephraim Lessing²²

Viele Menschen haben oft keine oder nur eine vage Vorstellung von dem, was sie wollen. Sie leben vor sich hin und manche sind ohne konkrete Ziele sogar sehr glücklich. Die Gefahr bei Menschen, die keine Ziele haben, ist, dass äußere Umstände und andere Menschen dann leicht darauf Einfluss nehmen können, wohin die Reise geht. Und dann kann es sein, dass man irgendwo ankommt und mit dem Ergebnis oder dem aufgedrängten Ziel nicht zufrieden ist. Nur wer weiß, was ihm beruflich und privat wichtig ist und ein konkretes Ziel vor Augen hat, kennt die Richtung in die er gehen möchte²³. Und dies ist ja gerade für einen Unternehmensgründer unumgänglich.

Ziele sind reale, praktisch umsetzbare Positionen, die heute, in der Gegenwart, von einer Person gedacht werden²⁴. Ist das Ziel formuliert, richtet sich die Aufmerksamkeit auf die für dieses Ziel wichtigen Aspekte und Ressourcen. Um das zu gewährleisten, sollte die Zielformulierung allerdings neurobiologisch attraktiv sein. Im NLP nennt man die Kriterien für eine gehirngerechte Formulierung „Wohlgeformtheitskriterien für Ziele“. Das unterscheidet die NLP-Zielarbeit auch wesentlich von reinen Wünschen und guten Vorsätzen.

Wohlgeformtheitskriterien für Ziele²⁵

- ✓ Das Ziel ist positiv formuliert.
- ✓ Das Ziel bzw. die Zielerreichung ist selbst steuerbar, das Ziel ist so festgelegt, dass die Erreichbarkeit der eigenen Kontrolle unterliegt.

²² Zitiert nach: Jürgen Kunz, change in time: Evolutions- und Neurobiologie im Business-Coaching, Eigenverlag, Kassel 2012, S. 120 – Die Lektüre seines Buches hat mir dabei geholfen, einen Einblick in die neurobiologischen Grundlagen des Coachings zu bekommen, mit ihm zusammen habe ich auch meine NLP-Mastercoach-Ausbildung absolviert. Beste Grüße! Auf den Seiten 120 – 127 seines Buches beschäftigt Jürgen Kunz sich mit Zielen und Ressourcen, seine Gedanken fließen in meine Abhandlung ein.

²³ Siehe Christian Rosen, NLP im Business, S. 50f

²⁴ Siehe Barbara Seidl, NLP – Mentale Ressourcen nutzen, S. 64

²⁵ Ausführlich nachzulesen bei Alexa Mohl, Der große Zauberlehrling, Teil 1; S. 245ff – ansonsten gilt: Jeder Autor oder NLP-Lehrtrainer setzt bei diesem Thema etwas andere Schwerpunkte, ich wähle hier die Reihenfolge, die sich auch in meinem Format – Ablauf wiederfindet.

- ✓ Das Ziel ist kontextspezifisch und konkret beschrieben: Was passiert wann, wo, wie, welche Personen sind dabei... Die Zielerreichung ist messbar und es gibt klare Kriterien, um zu überprüfen, wann das Ziel erreicht ist.
- ✓ Der Zielzustand wird sinnesspezifisch beschrieben (VAKOG): Was sehe, höre, fühle (wo?), rieche oder schmecke ich, wenn ich das Ziel erreicht habe?
- ✓ Das Ziel ist ökonomisch und ökologisch überprüft, Kosten, Nutzen und Folgen der Zielerreichung für sich selbst und für Andere sind erkannt und analysiert, um den eigenen Gewinn als Motivationshilfe nutzen zu können und nach außen eine Win-Win-Situation zu ermöglichen.
- ✓ Das Ziel ist schriftlich fixiert. Die Formulierung ist prägnant, in der Gegenwarts – Zeitform und kommt ohne Vergleiche aus

Hierauf aufbauend lässt sich dann ein konkreter Handlungs- und Aktionsplan erstellen, so wie das auch im Projektmanagement von Unternehmen und Verbänden üblich ist. Bestimmte Werkzeuge aus diesem Bereich lassen sich 1:1 übernehmen, was Übersichtlichkeit, Effizienz und Verbindlichkeit steigert und möglicherweise für zusätzliche Akzeptanz bei BWL-vorgebildeten oder aus mittleren bis größeren Unternehmen stammenden Gründern sorgt (z.B. der Projektstrukturplan und der Matrix-Projektplan)²⁶.

Aus NLP – Sicht ist es wichtig, hier auf die eigene Verantwortlichkeit zu achten, weil häufig nicht nur Ziele sondern auch Zwischenschritte mit anderen Menschen und ihrem Verhalten und Handeln verknüpft sind (Geldgeber, Amtspersonen, Familie, mögliche Lieferanten oder Kunden). Hier stehen dann Fragen im Vordergrund wie „Was kann ich persönlich tun, damit X so handelt, dass genau das geschieht, was mir nützt, den Zwischenschritt zu erreichen und meinem Ziel näher zu kommen?“.

Außerdem gilt es, sich für Meilensteine, die erreicht wurden, auch mal zu belohnen. Die eigene Leistung anzuerkennen, fällt manchen Menschen schwer, erleichtert es aber, bei längerfristigen Zielen am Ball zu bleiben²⁷ (wenn Ergebnis und Belohnung in einem sinnvollen Verhältnis stehen und die Belohnung nicht gerade das Ziel konterkariert – Wer es geschafft hat 10 kg abzunehmen, sollte sich nicht unbedingt mit einem fetten Essen unter Hinzuziehung reichlicher Alkoholmengen belohnen...).

Der letzte Punkt eines Ziele – Coachings ist die Frage, wofür es eigentlich gut ist, das Ziel zu erreichen. Die Definition eines „Meta-Ziels“ ist besonders wichtig, weil sie eine

²⁶ Mittels Projektstrukturplan (PSP) ermittelt man alle für die Zielerreichung notwendigen Tätigkeitsbereiche und einzelnen Tätigkeiten, mit dem Matrix-Projektplan (oder Gantt-Chart) setzt man die Tätigkeiten in eine Beziehung zueinander und legt eine zeitliche Reihenfolge fest.

²⁷ Siehe Barbara Seidl, S. 75

allgemeine Orientierung gibt. Mit diesem Meta-Ziel, von Robert Dilts auch als „Spirit“ bezeichnet, signalisieren wir, mit wem wir uns verbunden fühlen und wohin wir gehören. Gut formuliert erreichen wir damit eine starke Motivation, da die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft das höchste Gut im Leben unserer Vorfahren war und deshalb seinen Niederschlag in die uns unbewussten mentalen Strukturen unseres Nervensystems fand²⁸.

Um ein solches Meta-Ziel zu entwickeln, kann man den Prozess der von Dilts so genannten „neurologischen Ebenen“ durchlaufen. Am Ende dieses Prozesses steht dann das Meta-Ziel, sozusagen der „spirituelle Mehrwert“.

Diese Ebenen sind:

- Meine Umwelt (genauer Ort und Umstände der Zielerreichung)
- Mein Verhalten
- Meine Fähigkeiten
- Meine Glaubenssätze und Werte
- Meine Identität
- Meine Mission und Zugehörigkeit

Ressourcen

“If you can dream it – you can do it!”

Walt Disney

„Kick your brain and your ass will follow.“

in Abwandlung des englischen Sprichworts: „Kick your ass and your mind will follow.“
zit. n. Günter Faltin, Hochschullehrer + Gründer der „Teekampagne“

Ressourcen sind alles, womit ein Ziel erreicht werden kann, sind alles, was jemanden vom Startpunkt A zum Zielpunkt B bringt (oder zu einem der Zwischenschritte).

Die dahinter stehende Idee ist die von Robert Dilts entwickelte Formel:

Gegenwärtiger änderbarer Zustand

+ Ressource(n)

= künftiger erwünschter Zustand²⁹

Ressourcen sind alles, was geeignet ist, unterstützende neuronale Netzwerke zu erzeugen, zu aktivieren oder zu verstärken³⁰. Ressourcen können äußerer oder innerer Natur sein. Äußere Ressourcen sind beispielsweise andere Menschen, finanzielle

²⁸ Siehe Jürgen Kunz, S. 125f

²⁹ Siehe www.nlpportal.org - Die NLP Enzyklopädie, Stichwort „Ressource“

³⁰ Siehe Jürgen Kunz, S. 123

Mittel oder der letzte Urlaub, innere Ressourcen sind alles, was in einem Menschen an Eigenschaften, Stärken, Fähigkeiten, Talenten, positiven Erfahrungen und Erlebnissen vorhanden ist.

Auch die Fähigkeit, mit Stress umzugehen, die Fähigkeit, schöne innere Bilder zu erzeugen oder sich beispielsweise unangenehme Menschen in Unterhose vorzustellen, sind Ressourcen. Gefühle, die es uns erlauben, auf andere Ressourcen, die wir haben, zugreifen zu können, sind ebenfalls eine sehr wertvolle Ressource, z.B. Gelassenheit, Selbstsicherheit oder Zuversicht.

Eine sehr wichtige Ressource ist auch die Fähigkeit, Strategien entwickeln zu können, um komplexe Anforderungen zu bestehen³¹ – wie eine Existenzgründung sie allemal bereit hält.

Ressourcen sind also Kraftquellen und positive Motivatoren, die helfen, sich in die gewünschte Richtung zu verändern.

Für so einen einschneidenden Schritt wie die Gründung eines Unternehmens ist es von größter Bedeutung, sich aller seiner Ressourcen zu vergewissern. Äußeren Ressourcen kann man dabei z.B. mit dem von mir auf S. 10 vorgestellten „Formel I Team – Format“ auf die Spur kommen und sie optimal einsetzen; innere Ressourcen kann man durch Erinnerung an besondere Erfolge, Flow-Zustände, positive Erlebnisse oder Komplimente ermitteln.

Teil des „Ohnesorge – Formats“ ist es, sich seine Ressourcen bewusst zu machen, sich mit ihnen zu verbinden und sie so zu verankern, dass sie immer dann zur Verfügung stehen, wenn der Klient und Existenzgründer sie benötigt.

Insgesamt wähle ich bei meinem Format, das ich in den nächsten beiden Kapiteln vorstelle und beschreibe, einen möglichst ganzheitlichen Ansatz: Rationale und emotionale Elemente werden miteinander verbunden, innere Bilder und Gefühlszustände werden erzeugt und verschiedene Anker, visuelle, auditive und kinästhetische werden genutzt und etabliert.

³¹ Siehe Jürgen Kunz, S. 124

4. Das Format im Überblick

Das von mir erarbeitete und zusammengestellte Ziele- und Ressourcen – Format für das Gründungscoaching besteht aus verschiedenen aufeinander aufbauenden Schritten, die ich hier zunächst kurz vorstelle, bevor ich im nächsten Kapitel den genauen Ablauf beschreibe:

- (1) Ziele entwickeln und ausarbeiten
- (2) Ökonomie / Ökologie – Check: Erkennen und bearbeiten innerer und äußerer Widerstände
- (3) Zusätzlich optional: Format „Ballonreise“ – Welcher Ballast muss abgeworfen werden, damit das Neue, das Ziel erreicht werden kann?
- (4) Ziele nochmals nach Wohlgeformtheitskriterien formulieren und schriftlich fixieren
- (5) Zwischenschritte auf dem Weg zum Ziel (der „Handlungsminister“ ist am Start)
- (6) Ressourcen ermitteln: Fähigkeiten, Werte, Glaubenssätze, Identitätsaussagen und die Missions- und (Lebens-)Sinnaussagen des Klienten ergründen, die ihm auf dem Weg zum Ziel helfen können (Einsatz des Modells der neurologischen Ebenen von Robert Dilts – „Dilts Pyramide“)
- (7) Ausarbeitung und schriftliche Fixierung des individuellen Unternehmerprofils – Mündliche Wiederholung der eigenen Mission, bis sie für den Klienten vollständig stimmig, überzeugend, attraktiv und motivierend klingt. Anschließend Assoziierung mit größtem bisherigem Erfolg, erkennen der Submodalitäten und Übertragung auf eigenes Ziel und Mission

Das Format ist vom Zeitbedarf her auf drei Coaching-Sitzungen à ein bis anderthalb Stunden ausgelegt. Die Schritte 1 – 4 erfolgen in der ersten Sitzung. Schritt 5 erfolgt in der zweiten Sitzung, die Schritte 6 und 7 dann in der dritten. Der Bogen für das Unternehmerprofil wird dem Klienten nach der zweiten Sitzung als Hausaufgabe ausgehändigt.

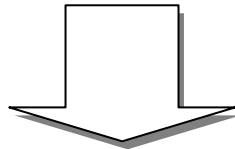
5. Die Umsetzung der einzelnen Schritte des Formats

Schritt 1

Ziele entwickeln und ausarbeiten

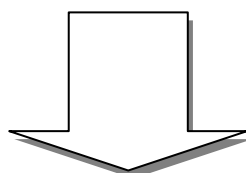
A. Analyse der gegenwärtigen Situation

1. „Legen Sie ein Blatt Papier mit dem aktuellen Datum auf einen Platz am Boden, der ihr Ausgangspunkt sein wird.“
2. „Stellen Sie sich in einiger Entfernung auf: Betrachten und beschreiben die Person am Ausgangspunkt: Was können Sie beobachten? Wie sieht die Person aus, wie ist ihre Körperhaltung, wie bewegt sie sich, was strahlt sie aus?“
3. „Stellen Sie sich jetzt auf das Blatt und assoziieren sie sich mit dem Status Quo: Was macht Ihren momentanen Zustand aus? Was sehen und was hören Sie und welche Gefühle haben Sie in der aktuellen Situation? Was ist Ihnen wichtig und welche Ziele wollen Sie heute mit Ihrer Existenzgründung erreichen?“
4. Ziele als Coach mitschreiben, dann den Klienten dissoziieren, Separator einsetzen.



B. Ziele erarbeiten

1. Gemeinsam mit dem Klienten geht der Coach die Ziele durch: Welche sind die drei wichtigsten? Der Coach achtet darauf, dass die Ziele positiv formuliert sind und die persönliche Verantwortung und Handlungsmöglichkeit des Klienten zum Ausdruck kommt (Zielerreichung selbst steuerbar).
2. Diese Ziele werden auf ein weiteres Blatt geschrieben und an eine andere Stelle im Raum platziert, dem Zielpunkt.



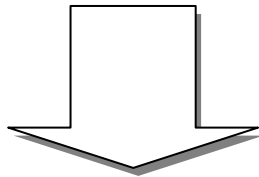
C. Ziele kontext- und sinnesspezifisch beschreiben

1. „Stellen Sie sich in einiger Entfernung auf: Betrachten und beschreiben die Person am Zielpunkt. Wie sieht Ihr Idealbild aus, die Person, die das Ziel erreicht hat? Was können Sie beobachten? Wie sieht die Person aus, wie ist ihre Körperhaltung, wie bewegt sie sich, was strahlt sie aus? Mit wem ist Sie dort am Ziel?“

2. „Stellen Sie sich jetzt auf das Blatt und assoziieren sie sich mit dem Ziel; tun Sie so, als ob Sie ganz dem Idealbild entsprechen würden: Was macht Ihren jetzigen Zustand aus? Was sehen, hören, riechen und schmecken Sie am Zielpunkt? Welche Gefühle haben Sie – wo im Körper – wenn Sie Ihr Ziel erreicht haben? Wie sieht die Welt aus dieser Perspektive aus?“

3. „Wenn Sie voll und ganz zufrieden sind, beantworten Sie folgende Fragen: Wo und mit wem werden Sie das Ziel erreichen? Wann werden Sie das Ziel erreicht haben?“

Auch diesmal sollten die Antworten aufgeschrieben werden, um später weiter an der Formulierung der Ziele feilen zu können.



Schritt 2

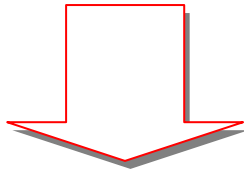
Ökonomie / Ökologie – Check: Erkennen und bearbeiten innerer und äußerer Widerstände

1. Der Klient setzt sich auf einen Stuhl – hat aber Ausgangs- und Zielpunkt im Blick. Der Coach beginnt mit dem Ökonomie- und Ökologiecheck und fragt:

2. „Was werden Sie durch Ihre Zielerreichung gewinnen? Was kostet Sie die Zielerreichung und der Weg dorthin? Sind Sie bereit, den Preis zu bezahlen?“
„Gibt es Teile in Ihnen, die skeptisch bezüglich des Ziels sind? Warum? Würdigen Sie die gute Absicht dieser Teile. Was muss getan werden, um diese Teile mit ins Boot zu holen?“

3. „Wer aus Ihrem sozialen Umfeld wird von Ihrer Zielerreichung profitieren? Inwiefern? Gibt es auch Nachteile für Ihr soziales Umfeld? Was können Sie tun, um diese Menschen trotzdem ins Boot zu bekommen?“

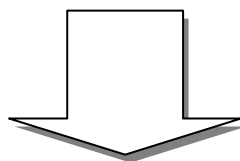
4. Zielecheck: Muss eines der Ziele umformuliert werden oder etwas, das gerade herausgefunden wurde, besonders berücksichtigt werden?



Schritt 3

Zusätzlich optional: Format „Ballonreise“ – Wer eine Ballonreise unternimmt, muss Ballast abwerfen, um Flughöhe zu gewinnen. Bei Veränderungen ist es ähnlich: Wenn der Klient Neues erreichen will, muss er Altes dafür aufgeben. Das können lieb gewonnene Gewohnheiten, kräftezehrende Kontakte, aber auch hinderliche Schwächen sein³². Eine fiktive Ballonreise mag gerade den Klienten dabei helfen überflüssigen Ballast abzuwerfen, die beim Ökonomie- und Ökologiecheck entdeckt haben, dass Ihnen besonders viele oder gewichtige Hindernisse bei der Zielerreichung im Wege stehen.

1. „Denken Sie zurück an einen großen Entwicklungsschritt in Ihrem Leben, an eine Situation, in der Sie Neues gewagt haben“... „Überlegen Sie genau, welchen Ballast Sie abwerfen mussten, damit das Neue gelingen konnte. Von welchen Überzeugungen oder Verhaltensweisen, welchen Menschen oder welchen Orten mussten Sie sich lösen, um diesen Schritt zu schaffen?“
2. Der Klient wird gebeten, die Augen zu schließen und zu entspannen. Nun beginnt der Coach damit, ihm das Bild einer Ballonreise auszumalen.
3. Der Klient soll nun den Ballast an Bord sichten – Was hindert ihn daran, aufzusteigen und seinem Ziel näher zu kommen? Auch mancher Ballast erfüllt seinen Zweck im Leben – welcher ist wirklich überflüssig oder kann angemessen ersetzt werden?
4. Nun kann damit begonnen werden unnötigen Ballast abzuwerfen – „Wenn Sie sich den Ballast als einzelne Steine vorstellen, welcher kann als erster abgeworfen werden?“ „Was verändert sich nach dem Abwurf? Wie fühlt es sich an, leichter zu sein, schneller und befreiter aufzusteigen?“ Dieses Spiel kann eine Weile fortgesetzt werden – bis der Klient sich wirklich leichter fühlt und dicht ans Ziel aufsteigen konnte.
5. Nach der Fantasiereise kann mit dem Klienten besprochen werden, welchen „Ballast“ er in seinem Leben entdeckt hat, wie ihn dieser in der Vergangenheit behindert hat und mit welcher Strategie er ihn im realen Leben abwerfen will. Dabei kann immer wieder das befreiende Gefühl aktiviert werden, dass er beim Abwerfen in Gedanken empfunden hat, die Freude, dem Ziel entgegen zu schweben und ihm immer näher zu kommen.

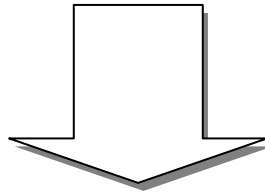


³² Format siehe Martin Wehrle, S. 275 ff

Schritt 4

Ziele nochmals nach Wohlgeformtheitskriterien formulieren und schriftlich fixieren

1. Die nach Schritt 3 und möglicherweise 4 jetzt feststehenden Ziele werden nochmal auf ihre „Wohlgeformtheit“ hin überprüft und jetzt endgültig formuliert. Es wird darauf geachtet, dass alle Vergleiche getilgt sind und das Ziel im Präsens („Weihnachten 2014 bin ich / habe ich...“) formuliert ist. Mögliche Erkenntnisse aus den Schritten 3 und 4 sind einbezogen.



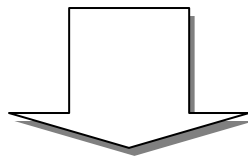
Schritt 5

Zwischenschritte auf dem Weg zum Ziel (der „Handlungsminister“ ist am Start)

Nachdem durch die Zieldefinition jetzt die Leitlinien und Richtung des Handelns gleichsam durch den „inneren Bundeskanzler“ bestimmt worden sind, treten nun die einzelnen Fachminister, zusammengefasst als „Handlungsminister“ in Aktion. Es geht darum, die einzelnen Schritte auf dem Weg zum Ziel zu bestimmen.

1. Die Blätter mit dem Ausgangspunkt und dem / den Zielen werden jetzt wieder im Raum an unterschiedlichen Stellen abgelegt. Zur besseren Übersichtlichkeit empfiehlt es sich, verschiedenfarbige Karten zu verwenden (z.B. grün und orange) und für den folgenden Schritt Karten einer dritten Farbe (z.B. gelb) bereit zu halten.
2. Jetzt wird der Klient gebeten, langsam auf einer gedachten Linie zwischen Start und Ziel hin und her zu gehen und dadurch mental den großen Schritt in viele kleine Handlungseinheiten zu zerlegen. Alle Ideen für einzelne Handlungsschritte werden jeweils auf ein neues Blatt geschrieben und zwischen die beiden Grundpunkte platziert. Die Karten können hintereinander gelegt werden, wenn eine Handlung auf eine andere folgt oder nebeneinander, wenn zwei Handlungen nahezu gleichzeitig erfolgen sollen.
3. Abschließend werden die einzelnen Handlungsschritte nochmal genau durchgegangen, möglicherweise feiner aufgedröselte oder umsortiert, wo dies sinnvoll erscheint, weitere können ergänzt werden. Außerdem sollten möglichst alle Karten mit einem Termin und Zusatzinfos versehen werden (von wann bis wann zu erledigen, mglw. mit wem, wo...). Start, Ziel und Handlungsschritte können jetzt ab fotografiert und in einen Balkenplan übernommen werden.

Am Ende dieses Schrittes wird dem Klienten der Fragebogen zum individuellen Unternehmerprofil ausgehändigt, den er als Hausaufgabe ausfüllen soll.



Schritt 6

Ressourcen ermitteln: Fähigkeiten, Werte, Glaubenssätze, Identitätsaussagen und die Missions- und (Lebens-)Sinnaussagen des Klienten ergründen, die ihm auf dem Weg zum Ziel helfen können (Einsatz des Modells der neurologischen Ebenen von Robert Dilts – „Dilts Pyramide)

1. Das Ziel / Die Ziele des Existenzgründers sind fixiert und auch die einzelnen Handlungsschritte sind klar. Jetzt geht es darum, seine Ressourcen für die Erreichung des Ziels zu ermitteln und sie ihm verfügbar zu machen. Dazu setzt der Klient sich zunächst auf einen Stuhl, unter dem sich das Blatt mit seinen Zielen befindet. Er wird eingeladen, sich ein weiteres Mal intensiv mit seinen Zielen zu assoziieren (VAKOG).

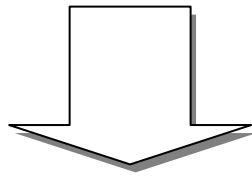
2. Jetzt wird er gebeten aufzustehen und sich neben dem Stuhl auf ein Blatt mit dem Titel „Fähigkeiten“ zu stellen. Er wird gebeten, sich mit ihnen zu assoziieren. Auf die Frage, „Nennen Sie bitte alle Fähigkeiten, Kenntnisse und Fertigkeiten, über die Sie verfügen, um ihr Ziel zu erreichen?“, wird dem Klienten die Möglichkeit gegeben, so viele Ressourcen wie möglich zu benennen. Diese werden vom Coach notiert, der bei schleppenderem Verlauf dem Klienten auch Vorschläge unterbreiten kann.

3. Jetzt tritt der Klient auf ein nächstes Blatt, das der Coach neben dem Stuhl an anderer Stelle platziert, Titel: „Werte und Glaubenssätze“. Der Coach fragt, „Welche Werte vertritt jemand, der diese Ziele erreicht hat, was ist ihm besonders wichtig?“ Die Ergebnisse werden vom Coach aufgeschrieben. Nächste Frage: „Was glaubt jemand, der solche Ziele anstrebt oder erreicht hat über sich und die Welt?“. Auch diese Antworten werden gesammelt.

4. Das nächste Blatt trägt den Titel „Identität“. Hier geht es um die Frage: „Wie ist ein Mensch, der solche Ziele anstrebt und erreicht hat? Was macht ihn aus?“. Der Coach schreibt mit.

5. Das letzte Blatt trägt den Titel „Zugehörigkeit / Mission“. Wenn der Klient auf dem Blatt steht, fragt der Coach: „Zu welcher Gruppe, welchen Menschen gehört jemand, der solche Ziele erreicht hat? Was ist die Mission eines solchen Menschen, womit ist er anderen / der Welt nützlich?“ Auch diese Antworten werden aufgeschrieben.

6. Jetzt geht es wieder zurück zum Zielestuhl. Der Klient wird eingeladen, sich zu setzen, sich zu entspannen und sich ganz mit seinem Ziel zu assoziieren. Der Coach geleitet den Klienten nun in eine Trance, in der er ihm alle Ressourcen vermittelt, die der Klient vorher benannt hat. Der Coach ermöglicht dem Klienten, auch sein Unterbewusstsein zu aktivieren um alle diese Ressourcen zur Verfügung zu haben, wann immer er sie braucht – und wie immer sie ihm nützlich sind, um seine Ziele zu erreichen.



Schritt 7

Ausarbeitung und schriftliche Fixierung des individuellen Unternehmerprofils – Mündliche Wiederholung der eigenen Mission, bis sie für den Klienten vollständig stimmig, überzeugend, attraktiv und motivierend klingt.

Anschließend Assoziierung mit größtem bisherigem Erfolg, erkennen der Sub-modalitäten und Übertragung auf eigenes Ziel und Mission

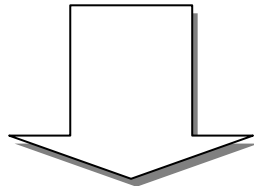
Nach Abschluss der 2. Coachingsitzung, nach Schritt 5, erhält der Klient den folgenden Fragebogen, um sein individuelles Unternehmerprofil zu erstellen:

Mein Verständnis von dem, was meine unternehmerische Tätigkeit und mein Arbeitsfeld auszeichnet:	
Was ist ein guter (Tätigkeit – z.B. Bäcker, Berater, IT-Fachmann, Gastronom)?	
Was ist mein Leitbild als Unternehmer/in? Welchen ethischen Richtlinien folge ich?	
Warum will ich selbstständiger (Tätigkeit s.o.) sein?	
Meine Ziele: Was will ich erreichen?	
Meine Mission, wozu und wofür arbeite ich?	
Welche Stärken und Fähigkeiten habe ich, die mich besonders für mein Geschäftsvorhaben qualifizieren?	
In welchen Tätigkeitsbereichen meines Geschäftsfeldes kenne ich mich besonders gut aus? Wo habe ich Expertenwissen?	

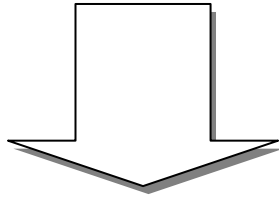
Mit welcher Kundengruppe möchte ich arbeiten? Welche Ziele möchte ich mit diesen und für diese erreichen?	
--	--

In den vorherigen Schritten ist die Vorarbeit dazu geleistet worden, Antworten auf die meisten Fragen zu finden – das Ausfüllen des Fragebogens dient der schriftlichen Fixierung und damit einer endgültigen Vergewisserung und größeren Verbindlichkeit.

Der nachfolgende zweite Teil des 7. Schrittes soll dazu dienen, sich vollständig mit seinen Zielen, seiner Mission und seiner Rolle als erfolgreicher Unternehmer zu verbinden.



1. „Verbinden Sie sich noch einmal vollständig mit Ihren Zielen und Ihrem Selbstbild als erfolgreicher Unternehmer – malen Sie sich das Bild möglichst scharf aus und sehen, hören, riechen, schmecken und fühlen Sie sich ganz in den Film hinein.“
Danach: Separator.
2. „Denken Sie jetzt an den größten Erfolg in Ihrem Leben – erleben und empfinden Sie ihn noch einmal ganz intensiv nach.“ Wenn der Klient auf dem Höhepunkt seines Erfolgserlebens angelangt ist, wird dieses Gefühl kinästhetisch auf seinem Arm verankert.
3. „Gibt es etwas, dass Sie richtig gut können – nehmen Sie sich in Ihrer ganzen Kompetenz wahr und spüren Sie Ihre Kompetenz und Kraft“ – Auch diese wird auf dem Höhepunkt kinästhetisch verankert.
4. Nun werden im Rahmen einer kurzen Trance, in die der Klient geführt wird, diese drei Bilder / Filme – des Erfolges, der Kompetenz und des künftigen Unternehmertums – miteinander verschmolzen und die Anker werden ausgelöst.
5. „Jetzt nennen Sie Ihren Missionssatz und wiederholen ihn so lange, bis er von Wortwahl und Betonung her vollständig passt und nehmen ihn vollständig in ihr Inneres auf. Verbinden Sie ihn nun mit Ihrem Film als kompetenter und erfolgreicher Unternehmer.“
- (6. An dieser Stelle kann auch noch ein Mentor / Vorbild etabliert werden, der den Klienten unterstützt und berät.)



7. „Stehen Sie nun auf und blicken Sie auf Ihre Timeline der nächsten 10 Jahre. Gehen Sie sie langsam Schritt für Schritt durch und verbinden Sie sich mit Ihren Kompetenzen, Ihrer Mission und Ihrem Weg als Unternehmer. Nehmen Sie alle neuen Erfahrungen, Veränderungen, Erfolge und Menschen wahr, die Ihnen auf diesem Weg begegnen. Erkennen Sie alles Schöne, das Ihnen auf diesem Weg begegnet.“

Die Timeline kann zur Verfestigung und Ergänzung noch ein zweites Mal beschriftet werden. Wenn der Klient dafür offen ist, können auch alle positiven Erlebnisse noch auf einem persönlichen Erfolg- und Glücksstein verankert werden.

Das also ist das „Ohnesorge – Format“ für Existenzgründer/innen –

Einzelne Schritte kann man auch im Selbstversuch gehen, insgesamt ist es hilfreich, einen Partner oder Coach dabei zu haben, der einen durch den Prozess führt. Das gilt vor allem für die Elemente, bei denen eine Trance die Wirksamkeit entscheidend erhöht oder bei denen es einfach gut ist, wenn eine zweite Person die Ergebnisse protokolliert: Natürlich stehe auch ich Ihnen gerne dafür zur Verfügung!

Ansonsten benötigt man einen genügend großen Raum, große Karteikarten unterschiedlicher Farbe, Edding-Stifte, einen Aktionsplaner und möglicherweise noch ein Flip-Chart – das war's.

6. Mission, Fazit, Ausblick

*„Wer nicht denkt, für den wird mitgedacht,
Wer nicht entscheidet, für den wird mitentschieden,
Wer nicht handelt, wird behandelt.“*

(Quelle: irgendeine politische Studentenzeitung in den 80ern)

Ja, hier kommen wir meiner ganz persönlichen Motivation und Mission auf die Spur: Mit meiner Arbeit als Gründungsberater und Coach, mit diesem Aufsatz und dem „Ohnesorge – Format“ will ich dazu beitragen, dass es Menschen gelingt, ihre Träume, Wünsche und Ziele zu verwirklichen. Das gilt primär für eine wirtschaftlich erfolgreiche Existenzgründung, viele der von mir vorgestellten Formate lassen sich aber natürlich auch auf andere Lebensbereiche übertragen und anwenden.

Das Neuro-Linguistische Programmieren (NLP) und auch andere Coachingansätze bieten eine ungeheure Vielzahl an Ideen, Methoden und Formaten, das Selbst zu stärken, die eigenen Handlungsmöglichkeiten zu erweitern, Ziele sinnvoll zu formulieren und umzusetzen, eigene Ressourcen zu erkennen und sich ihrer zu bedienen und die Kommunikation mit seinen Mitmenschen zu verbessern.

Nicht zuletzt haben meine NLP-Practitioner- und Mastercoachingausbildung, die Lektüre vieler Bücher, das Schreiben dieses Aufsatzes und viele, viele Seminar- und Coachingerfahrungen mir dabei geholfen, mich selbst weiterzuentwickeln.

Wenn Sie traurig, mit sich unzufrieden oder genervt sind – heben Sie doch einfach mal den Kopf und schauen nach oben. Fällt es Ihnen schwer, sich jetzt immer noch auf ihre negativen Gedanken zu konzentrieren und Sie müssen lächeln, werden fröhlicher, fangen an zu grinsen oder gar zu lachen und etwas Positives kommt ihnen in den Sinn? Genießen Sie es, es ist ein Wunder (wenn auch nur ein kleines) und damit beginnt schon der erste Schritt Ihrer Veränderung...³³

Allen Leserinnen und Lesern wünsche ich alles Gute, viel Spaß und Erfolg auf dem Weg zu neuen Ufern!

Ihr Michael Ohnesorge

³³ Ganz viel mehr solcher Ideen und Mini-Formate finden sich bei Thorsten Havener + Dr. Michael Spitzbart, Denken Sie nicht an einen blauen Elefanten – Die Macht der Gedanken; Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg 2010

7. Dank

Danken möchte ich im Besonderen...

- meinem NLP – Trainer und Lehrer Harald Brill, den ich ob seiner Coachingfähigkeiten bewundere, der mir ein Vorbild ist und als Kinästhet doch auch immer mal wieder „irgendwie“ fremd. Und ich freue mich schon sehr auf die bevorstehende eigene NLP – Lehrtrainerausbildung bei ihm!
- den vielen Existenzgründer/innen und anderen Seminarteilnehmer/innen und Coachees, die mir immer wieder neue Anregungen für meine Arbeit geben, die unglaublich ressourcenvoll und befriedigend ist.
- den vielen Seminarteilnehmer/inne/n meiner NLP – Practitioner- und Mastercoachausbildung, die mich herausgefordert, gestärkt und (ohne es manchmal zu wissen) unterstützt und in meiner persönlichen Entwicklung vorangebracht haben.
- meiner Familie, zu der ich zurückgefunden habe und meinen Schwiegereltern, die mir Manches nachsehen und mich immer wieder aufgebaut und gefördert haben.
- vor allem aber meiner Frau Sabine, die mich mit einer Voraussetzungs- und Bedingungslosigkeit liebt und unterstützt, die mir manchmal schon unheimlich ist, mit der zusammenzuleben und die Welt zu entdecken das Größte ist und die der liebenswerteste Mensch ist, den ich kenne.

Literaturverzeichnis

- Sylvia Englert, Welche Selbstständigkeit passt zu mir;
Hanser Verlag, München / Wien 2005
- Christian Rosen, NLP im Business – Anwendungen für den persönlichen Erfolg im Beruf;
Cornelsen Verlag, Berlin 2010
- Martin Wehrle, Die 100 besten Coaching – Übungen;
2010 managerSeminare Verlags GmbH, Bonn 2011
- Tad James + Wyatt Woodsmall, Time Line – NLP-Konzepte zur Grundstruktur der Persönlichkeit;
Junfermannsche Verlagsbuchhandlung, Paderborn 1991
- Alexa Mohl, Der große Zauberlehrling Teil 1 + 2;
Junfermannsche Verlagsbuchhandlung, Paderborn, 2. Aufl. 2010
- Barbara Seidl, NLP – Mentale Ressourcen nutzen;
Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Freiburg 2010
- Jürgen Kunz, change in time – Evolutions- und Neurobiologie im Business-Coaching;
Eigenverlag, Kassel 2012
- Günter Faltin, Kopf schlägt Kapital;
Hanser Verlag, München / Wien 2011
- Dr. Andreas Lutz, Jetzt sind Sie Unternehmer;
Linde Verlag, Wien (jeweils neueste Auflage)
- KfW – Bank, Gründungsmonitor 2012
http://www.kfw.de/kfw/de/II/II/Download_Center/Fachthemen/Research/PDF-Dokumente_Gruendungsmonitor/Gruendungsmonitor_2012_KF.pdf
- Georg Eden, Gründungscoaching;
Alexander Training,
<http://www.alexander-training.de/uploads/media/NLP-Gruendungscoaching.pdf>
- Bundesministerium für Wirtschaft, Gründerportal;
www.existenzgruender.de
- Harald Brill, diverse Skripte für die Ausbildung zum NLP – Practitionercoach und zum NLP – Mastercoach

Anhang

Das individuelle Unternehmer/innen – Profil

Mein Verständnis von dem, was meine unternehmerische Tätigkeit und mein Arbeitsfeld auszeichnet:	
Was ist ein guter (Tätigkeit – z.B. Bäcker, Berater, IT-Fachmann, Gastronom)?	
Was ist mein Leitbild als Unternehmer/in? Welchen ethischen Richtlinien folge ich?	
Warum will ich selbstständiger (Tätigkeit s.o.) sein?	
Meine Ziele: Was will ich erreichen?	
Meine Mission, wozu und wofür arbeite ich?	
Welche Stärken und Fähigkeiten habe ich, die mich besonders für mein Geschäftsvorhaben qualifizieren?	
In welchen Tätigkeitsbereichen meines Geschäftsfeldes kenne ich mich besonders gut aus? Wo habe ich Expertenwissen?	
Mit welcher Kundengruppe möchte ich arbeiten? Welche Ziele möchte ich mit diesen und für diese erreichen?	