

MARTINA NOHL

ERFOLGREICH ALS COACH



INKLUSIVE FRAGEBOGEN

**POSITIONIERUNG | SPEZIALISIERUNG
STRATEGIE & MARKETING | MINDSET
ENERGIE & TRANSFORMATION**

EDITION GENIAL LEBEN

Inhaltsverzeichnis



Vorwort	3
1. Praxis	4
Ins Coachen kommen	5
Das „Drumherum“ verstehen	6
Prozesse, Angebote und Strukturen professionalisieren	6
2. Positionierung	8
Die größten drei Positionierungsfehler	9
Positionierung von innen	10
3. Spezialisierung	12
Themenspezialisierungen	12
Methodenspezialisierungen	13
Großmethoden- und Prozess-Spezialisierungen	13
Zielgruppenspezialisierungen	14
4. Strategie	14
Selbstcoachingtool: Resonanzspaziergang	16
5. Marketing & Business	18
Coachs und ihr Sichtbarkeitskonflikt	18
Marketing sportlich sehen	20
Kompetenzen erwerben	21
6. Mindset	22
Steigerung deiner mentalen Intelligenz	22
Das Gehirn als notorischer Lügner	23
7. Energie & Transformation	25
Energie = innere Anbindung	26
Möglichst nah an der Essenz arbeiten	26
Wie ich zum Coaching kam	28
Fragebogen: Wo stehst du gerade?	32
Auswertung	38

Vorwort

Gefühlt hat gerade jede und jeder dritte Mensch zwischen 35 und 60 eine Coachinausbildung absolviert. So langsam gehen uns die Coachees aus ... Die Bandbreite ist groß: Nach Wochenendausbildungen bis hin zu dreijährigen Weiterbildungen können sich Menschen Coach nennen und tun es auch.

Wer früher ein umfangreicheres Persönlichkeitsentwicklungsseminar gemacht hat, wird heute gleich Coach. Das ist grundsätzlich wunderbar. Denn man lernt sehr viel in Coachinausbildungen über sich selbst. Und danach? Ich habe den Eindruck, viele Coachs starten nach ihren Ausbildungen so eine Art Testballon mit einer selbstgebastelten oder semiprofessionellen Website und schauen, ob zufällig Klienten vorbeikommen, auch wenn sie nichts weiter dafür tun. Dann können sie sich zumindest sagen – Ich habe es versucht, aber vom Coaching kann man einfach nicht leben ...

Manche entscheiden auch, dass es ihnen völlig genügt, in ihren Beziehungen und auch in ihrem Job von ihrem Coaching-Knowhow zu profitieren. Das ist völlig legitim. Niemand hat gesagt, dass man als Coach selbstständig werden muss.

Manche finden auch eine Angestelltenstelle z.B. im Outplacement oder im betrieblichen Gesundheitsmanagement oder im Career-Service und können dort ihre Coachingfähigkeiten einbringen, ohne das Risiko einer Selbstständigkeit einzugehen.

Aber da gibt es doch eine erhebliche Zahl an Coachs, die den Traum von einer gut gefüllten eigenen Coaching-Praxis haben. Wie heben sich diese Menschen davon ab, die Coach als ihr zukünftiges Berufsbild wählen und peu à peu davon leben wollen? Wie werden sie als Coach professionell sichtbar und wie können sie sich von den Testballon-Coachs differenzieren?

Ich möchte dir hier in diesem E-Book Qualitätskriterien für professionelle Coachs an die Hand geben und ich strukturiere diese in sieben Bereiche, die gleichzeitig die Schritte sind, die ein Coach meiner Erfahrung nach auf dem Weg der Professionalisierung durchläuft.

Aber was ist eigentlich Professionalisierung? Sie ist immer auch damit verbunden, dein ureigenes Profil zu finden: Profil ist ein Wort, über das wir nicht mehr nachdenken, wenn wir es gebrauchen. Ursprünglich stammt es von dem lat. Wort „filum“, dem Faden, ab. Profil bezeichnet demnach unseren roten Faden. Das, was uns im Inneren und Äußeren ausmacht, unsere Einzigartigkeit, mit der wir uns von anderen unterscheiden. Über unser Profil hinterlassen wir einen bleibenden Abdruck in der Welt. Was ist dein bleibender Ein- und Abdruck, mit dem du die Welt und hier insbesondere deinen Markt und deine Zielgruppe prägen möchtest?

*Im Anhang des Buches findest du einen **Einschätzungsfragebogen** und kannst selbst schauen, wie du in den hier vorgestellten Kategorien bisher aufgestellt bist und wo du als Coach aktuell in die Entwicklung gehen kannst.*

Praxis

Coachs, die nicht coachen, sind auf dem falschen Weg. Bevor du dir überhaupt weiter Gedanken machen musst, ob du ein Freizeit-Coach oder ein professioneller Coach werden willst, benötigst du so viel Coaching-Praxis wie möglich.

Ins Coachen kommen

Sicher hast du einige Ideen in deiner Ausbildung mitbekommen, wie du Klienten generierst. Die meisten lassen sich auch ganz gerne coachen, wenn sie dafür nichts bezahlen müssen.

Hier nochmal einige Ideen, wie du an Probeklienten kommst:

- Suche am Anfang nicht nach Probeklienten für komplette Prozesse, sondern übe mit einzelnen Menschen einzelne Methoden. Denke darüber nach, wem welche Methode, die du üben möchtest, gerade helfen könnte, sein spezifisches Problem zu lösen.
- Poste in den sozialen Netzwerken, dass du gerade kostenlose Coaching-Sitzungen anbietest, um Erfahrung zu sammeln. Vielleicht willst du das schonmal mit einem eingerichteten Online-Kalender verbinden, damit du nicht so viel Verwaltungsaufwand hast und deine Klienten sich einen passenden Termin heraussuchen können?
- Verteile Visitenkarten auf Netzwerkveranstaltungen, Geburtstagen und wo du sonst so unterwegs bist. Erzähle allen und jedem, was du da gerade gelernt hast und tust – das ist schon mal eine erste Sichtbarkeitsübung.
- Sprich Menschen in deinem weiteren Bekanntenkreis an, von denen du denkst, ein Coaching könnte ihnen helfen (Familienmitglieder sind oft weniger geeignet, da du am Anfang noch nicht die erforderliche professionelle Distanz mitbringst).

Lass dir nach jedem Coachingprozess oder wenn ein Coachee begeistert ist nach der Sitzung eine schriftliche Referenz geben. Oder lass dich mal zum Abendessen einladen, damit du dir gleich von Anfang an bewusst machst, du bietest hier etwas sehr Wertvolles an!

Das „Drumherum“ verstehen

Du wirst auch das „Drumherum“ der Coaching-Praxis kennenlernen, wenn du dich Stück für Stück auf den Weg machst, z.B. benötigst du:

- Hilfe vom Steuerberater oder eine Existenzgründungsberatung, auch wenn du erst einmal als Kleinunternehmer/in arbeitest, musst du doch gültige Rechnungen schreiben und eine Einnahmen-Überschuss-Aufstellung machen.
- zumindest ein kleines Corporate-Design mit Logo, Visitenkarte, Rechnungsformular und Coachingvertrag.
- einen eigenen oder geteilten (Online-)Raum, sowie die erforderliche Online-Coaching-Kompetenzen, um gleich von Anfang an auch professionell ins Online-Coaching einsteigen zu können.
- eine erste Website erst einmal als Web-Visitenkarte, wo man dich finden kann.

Mit all diesen Bausteinen kannst du schonmal erspüren, wie es sich anfühlt, auch unternehmerisch tätig zu sein. Und du wirst sehen, ob du auch die Verwaltungsseite des Coachingbetriebs gut hinbekommst.

Prozesse, Angebote und Strukturen professionalisieren

Je weiter du dann deine Praxis ausbaust (im doppelten Sinn), desto mehr wirst du merken, dass es sich für dich nicht lohnt, Einzelstunden zu akquirieren, weil da der Kosten-Nutzen-Aufwand in keinem Verhältnis stehen. Du hast möglicherweise das gleiche 20-30-minütige Vorgespräch, ob ein Klient dann 60 Minuten bei dir bucht oder 6 Sitzungen à 90 Minuten. So wirst du

strategisch immer besser lernen, in Coachingangeboten zu denken und diese so zu verkaufen, dass auch die Veränderung und das Ergebnis deutlich wird, die ein Klient mit dir darin durchläuft.

Könnte sein, dass du dich zwischendrin auch mal verzettelst, weil du immer mehr Aufträge bekommst und noch nichts ablehnen willst. Du wirst das an deiner Überforderung merken, wenn dir der rote Faden fehlt. Dann wirst du Stück für Stück deine Tätigkeiten sortieren und aussortieren, damit deine Praxis immer stringenter und mit weniger „Drumherum“-Aufwand für dich läuft. So kannst du auch schauen, was zu den Dingen gehört, die du delegieren willst und ob du jemanden für diese Tätigkeiten einstellen willst.



Man soll den Wert eines Menschen nicht nach den großen Eigenschaften betrachten, die er hat, sondern nach dem Gebrauch, den er von Ihnen macht.

La Rochefoucauld



Eine nächste Stufe, wenn du dich bereits einige Jahre als Coach etabliert hast, könnte sein, du arbeitest nicht mehr stundenbasiert, sondern wertbasiert. Das kann im Coaching eine 3-, 6-monatige oder 12-monatige Begleitung sein, bei der du einen monatlichen Beitrag bekommst oder du erschaffst einen Mitglieder-/Abobereich, in dem du deinen Coachees eine besondere Unterstützung im Medien- und Live-Coaching-Mix anbietest. Du siehst, da wird es dann richtig kreativ.

Positionierung

Die meisten Coachs werden gegen Ende ihrer Coachinausbildung damit konfrontiert, dass Coachs so etwas Ominöses wie eine Positionierung brauchen. In den besseren Coachinausbildungen erhalten Sie dazu einige Anregungen, beispielsweise wie sie ihre Zielgruppe eingrenzen und mit einem eigenen Coachingkonzept an den Markt gehen.

Dennoch beobachte ich am Markt und bei meinen Klienten, dass das Thema gerade in den ersten ein bis drei Jahren nicht die Beachtung erfährt, die es m.E. von Anfang haben sollte, damit man als Coach erstens nicht so viele Umwege geht und zweitens nicht zu viele Kosten hat. Denn eine Repositionierung ist teuer. Nicht nur die Website, das ganze Werbematerial und die Klientenkommunikation müssen wieder von vorne aufgesetzt werden. Die Menschen, die mit uns zu tun haben, sind darüber hinaus verwirrt, wenn wir plötzlich für ein anderes Thema stehen oder andere Personen ansprechen.

Das heißt jetzt nicht, dass sich eine Positionierung nie ändern darf, versteh mich nicht falsch. Wir entwickeln uns und mit uns unsere Positionierungen. Aber die erste Positionierung sollte so gründlich wie möglich aufgesetzt

werden, damit man überhaupt damit am Markt eine Chance hat. Dabei läuft allerdings in der Praxis so einiges schief:

Die größten drei Positionierungsfehler

1. **Coachs denken, sie benötigen keine Positionierung.** Sie können einfach alles anbieten und mal schauen, was so nachgefragt wird. Schließlich können sie mit ihrem Coachingwerkzeugkoffer ja von Trauerbegleitung und Karriereberatung bis Paar- und Suchtberatung eigentlich alles abdecken. Die Werkzeuge sind schließlich inhaltsübergreifend einzusetzen. Damit entsteht dann der klassische Bauchladen. Es gibt vielleicht sogar Coachs, die damit Erfolg haben, weil ihre Website egal ist. Diese sind gut vernetzt, oft auch im ländlichen Raum und man traut ihnen durch ihre Persönlichkeit zu, dass sie tatsächlich alle möglichen Fälle „behandeln“ können. Wenn du dazu gehörst, brauchst du gar nichts ändern. Schließlich läuft dein Laden und wenn sich das für dich als „Allrounderin“ auch gut anfühlt, dann ist tatsächlich alles bestens.
2. **Coachs schauen, was bei den anderen gut läuft und ahmen nach.** Könnte sein, du bist über eine Website gestolpert, die du außerordentlich gut findest oder du hast ein Vorbild, dem du nachfolgen möchtest: Dann setzt du etwas Ähnliches auf. Du schaust auch, wie die Person ihr Marketing macht und versuchst vielleicht, die gleichen Kanäle zu bespielen. Leider wunderst du dich, warum das bei der anderen Person hervorragend funktioniert und bei dir gar nicht!
3. **Coachs lassen sich positionieren.** Vielleicht hast du versucht, alles richtig zu machen und frisch nach deiner Coachinausbildung einen Strategietag bei einem Positionierungsscoach gebucht. Hier hast du für richtig viel Geld mit deinem Coach herausgefunden, wie du dich aufstellen willst.

Oft werden zwar einige Bausteine mehr oder weniger gemeinsam erarbeitet, aber der Positionierungscoach ist auch deswegen so teuer, weil er dir gegen Ende des Tages auf den Kopf zusagt, wo er dich mit welcher Zielgruppe und welchen Themen sehen kann. Das kann ein Treffer sein, das kann aber auch gewaltig daneben gehen. Die Frage ist aber eher, willst du die Verantwortung für diese so wichtige Entscheidung wirklich abgeben?

Positionierung von innen

Bei allen drei Positionierungsfehlern wird von außen nach innen gedacht. Man orientiert sich am Markt, oder an dem, was man denkt, was der Markt will oder verlässt sich auf Menschen, die einem sagen, was der Markt will – und das ist die falsche Handlungsrichtung.

Positionierung muss von innen heraus geschehen. Coach ist kein Beruf wie jeder andere. Wir arbeiten mit Menschen daran, dass sie ihr Leben erleichtern, verschönern oder verbessern und ihre Potenziale immer mehr und mehr entfalten. Das ist eine große Sache! Das heißt, wir arbeiten direkt am Puls des Lebens, in kaum einem anderen Beruf geht es derart ums „Eingemachte“ (Therapeuten, Sozialarbeiter und Pastoren vielleicht mal ausgenommen).

Wir als Coachs sollten deswegen selbst sorgfältig für uns geklärt haben, was unser WARUM ist und wie wir damit unseren „PURPOSE“ gestalten und ausfüllen wollen. PURPOSE ist ein vielschichtiger Begriff, der sich mit „Zweck“, „Ziel“, „Bestimmung“, „Absicht“, „Aufgabe“, „Wirkung“ und „Entschlossenheit“ umschreiben lässt. Er sollte auch in Zusammenhang gebracht werden mit unserer Wirksamkeit im Coaching. Und das ist durchaus sehr unterschiedlich mit wem wir da an welchen spezifischen Veränderungen, die alle unter das große Dach des Coachingbegriffes passen, arbeiten wollen.

Der Vorteil ist, wenn wir unseren PURPOSE geklärt haben, wird es leicht, daraus unsere Zielgruppe, unsere Angebote und auch die Art und Weise, wie wir arbeiten wollen, abzuleiten.

Positionierung von innen heraus ist kein Luxus, sondern die Grundlage, damit unser Coachinghaus auf einer soliden Grundlage gebaut ist. Alles andere ist auf Sand gebaut und hält dem ersten Gegenwind, z.B. in Form von erst einmal ausbleibenden Klienten oder eines kritischen Klienten oder Journalisten nicht stand.

[Hier geht's zum Purpose-Retreat-Tag mit mir](#)



*Nur wer Profil hat,
kann Eindruck hinterlassen.*

Hans-Jürgen Quadbeck-Seeger



Spezialisierung

Die meisten Coachs, die nach einer Grundlagen-Coachingausbildung loslegen, denken, sie haben einen riesigen Werkzeugkoffer, der für alle Fälle ein Tool beinhaltet. Und rein theoretisch stimmt das auch. Und darüber hinaus geht Coaching ja auch ohne Tools, man bräuchte gar keine spezifischen Methoden wie Tetralemma oder innere Teamarbeit, wenn man doch gut mit den systemischen Fragen umgehen kann. Methoden werden ja auch oft überbewertet.

Wenn wir allerdings Klienten so effektiv wie möglich und so stringent wie nötig auf ihrem Transformationsprozess begleiten wollen, dann benötigen wir spezifische Werkzeuge, mit denen sie vielleicht auch zuhause Zwischenschritte durchlaufen können. So wird der Prozess kompakt, intensiv und die Veränderung kann bestmöglich gebahnt werden, so dass sie mit hoher Wahrscheinlichkeit auch vom Klienten durchlaufen wird. Dieses besondere Knowhow oder auch ein besonders Methodenset erwirbt man in spezialisierenden Coachingweiterbildungen.

Themenspezialisierungen

Entweder wir spezialisieren uns auf spezifische Themen wie z.B. „Change-Coaching“ oder „Careerdesigning/Laufbahncoaching“ oder „Resilienz-/Burnout-Coaching“, dann ist es hilfreich, hier Modelle und Methoden zu haben, mit denen Klienten der Prozess erleichtert wird und mit denen wir vertiefend auch in Fachgebiete einsteigen, die über das klassische systemische Coaching hinausgehen. Hier werden auch Fachberatungs-Elemente oder Teaching-Elemente benötigt, die dem Klienten das Verständnis seiner Situation und den Lösungsweg erleichtern wie beispielsweise spezifische Karrieretypen-Fragebögen, berufskundliches Wissen, neuropsychologisches Wissen über Veränderung.

Methodenspezialisierungen

Oder wir spezialisieren uns auf einen bestimmten Zugang wie im „Creative Coaching“, indem wir Menschen bei unterschiedlichen Veränderungsprozessen durch kreative Medien, Methoden und aktiver Arbeit mit dem kreativen Prozess unterstützen, ihrerseits ihre kreativen Kräfte zu mobilisieren und für ihre Lösungen einzusetzen. Auch die ersten intuitiven Coachingansätze, z.B. das „Generative Coaching“ von Dilts und Gilligan gehen in die Richtung, dass Klienten wieder in Verbindung gebracht werden mit ihren eigenen intuitiven Kompetenzen, um Fragestellungen mit der Körperweisheit und anderen intuitiven Zugängen zu bearbeiten.

Großmethoden- und Prozess-Spezialisierungen

Spezialisierung durch Großmethoden geschieht z.B. in Ansätzen wie „Wingwave“ oder bei der „Hypnotherapie“ oder auch bei meinem „Essenzcoaching“. Bei all diesen „Großmethoden“ lernst du als Coach eine komplexe Methode, in der Klienten durch verschiedene Prozess-Schritte und Einzelbausteine geführt werden, um ein spezifisches Coachingziel zu erreichen.

Bei „Wingwave“ wird Stress abgebaut und es werden Glaubenssätze verändert. In der „Hypnotherapie“ werden ganze innere Systeme und Geschichten, die sich Menschen erzählen, transformiert. Im Essenzcoaching wird das WARUM eines Menschen gemeinsam herauskristallisiert. Die Anliegen sind zwar immer ähnlich, aber die Prozesse gestalten sich dennoch sehr abwechslungsreich, da sich die Arbeit mit jedem Klienten ganz individuell innerhalb der Rahmenstruktur der Großmethode entwickelt.

Zielgruppenspezialisierungen

Es gibt Coachs, die coachen nur Rechtsanwälte, Ärzte, Politikerinnen oder Rennfahrer. Dadurch gelingt es ihnen natürlich sehr tief in die Nöte und Anliegen ihrer Zielgruppe einzutauchen. Sie werden auch gut weiterempfohlen, denn man traut ihnen viel „Feldexpertise“ zu.

Wenn du die erste Praxis im Coaching hast und dir sicher bist, dass du damit weitergehen möchtest, rate ich dir unbedingt zu einer passenden Spezialisierung. Diese kannst du auch im Rahmen deines Positionierungsprozesses mit deinem Coach herausfinden.

Strategie

Unter Strategie verstehe ich hier das, was im Netz oft als „Arbeit am Business“ verstanden wird. Du setzt dich regelmäßig mit dir selbst zusammen (und auseinander). In diesen Stunden (oder Tagen, die du z.B. an einem schönen Auszeitort verbringst) findest du eventuell mit professioneller Begleitung heraus, wo du gerade stehst und was deine nächsten Entwicklungs- und Wachstumsschritte als Coach sind.

Ohne Strategie kein funktionierendes Business ...

Dazu nimmst du immer deine gesamte aktuelle Lebenssituation und Lebensphase in den Blick. Wie kannst du hier beispielsweise die Bereiche so synchronisieren, dass niemand in deiner Familie zu kurz kommt und die Business-Entwicklung dennoch vorangeht?

Hier planst du auch, wie du das Geld für die erforderlichen Investitionen wie Positionierung, Marketingberatung oder -kompetenzaufbau auftreiben und einsetzen möchtest. Welche strategischen Ideen hast du, dass es auch wieder zurückfließt und damit dein Business kein „Draufleg-Geschäft“ wird?

Diese Strategiezeiten solltest du alle paar Monate festlegen, damit du dich regelmäßig daran erinnerst, auf der Spur zu bleiben. Vielen, die eigentlich Coach werden wollen, mangelt es schlicht an diesem strategischen Denken und Handeln. Sie haben sich vielleicht Zeiten freigeschaufelt und sind mit ihrer Angestelltenstelle auf Teilzeit gegangen oder haben freiberufliche Projekte abgegeben, wenn sie bereits selbstständig sind, um Zeit für ihren



Ein guter Coach inspiriert nicht nur, sondern begleitet und unterstützt den Klienten dabei nachhaltige Ergebnisse zu erzielen.

Richard Schuy



Coaching-Business-Aufbau zu schaffen. Nun verteidigen sie diese Zeit aber nicht ausreichend. Und du kennst das wahrscheinlich – im Handumdrehen plant sich deine Zeit von außen zu.

Ich beobachte, wie angehende Coachs damit Monate und gar Jahre verlieren und ihr Coaching-Business komplett vor sich hindümpelt. Dann entsteht der Eindruck, dass sich die ganze Sache doch nicht lohnt und frustriert kehren sie wieder in den Vollzeit-Job zurück und legen ihren Coaching-Praxis-Traum in die Schublade ... bis zur Rente oder so. Wie bedauerlich! Wer weiß, welcher Coachee gerade diese Person gebraucht hätte?

Selbstcoachingtool: Resonanzspaziergang

Um mich strategisch zu sortieren, unternehme ich regelmäßig einen Resonanzspaziergang. Und das geht so: Du suchst dir eine gute Wanderstrecke aus, die mindestens zwei bis drei Stunden dauert und dich durch eine Landschaft führt, die dich inspiriert. Brauchst du Wasser, läufst du um einen See, manche fahren sogar ans Meer. Brauchst du Weitblick, suchst du dir einen (nicht zu anstrengenden) Weg in eine Berglandschaft.

Und so gehst es weiter:

1. Du schreibst zuhause ein paar Fragen auf, die dich aktuell in deinem Business-Aufbau beschäftigen. Du nimmst sie als Auftrag an deine Intuition mit auf den Weg. Nun reservierst du dir mindestens einen halben Tag und machst dich mit kleinem Proviant-Rucksack und Handy/Notizbuch auf den Weg.
2. Du musst die ersten ein bis zwei Stunden gar nichts tun, außer zu laufen und den Gedankentrubel in deinem Kopf nicht festzuhalten, sondern fließen zu lassen. Du merkst vielleicht wie es im Laufe der Zeit da

oben etwas ruhiger wird. Du bist nun bereit, deinen Alltag und das Alte loszulassen.

3. Dann richte deine Aufmerksamkeit nach außen und schau, was dir auf deinem Weg vielleicht an „Zeichen“ begegnet. Ist da eine besondere Felsformation, ein Stein, den du mitnehmen willst? Hast du eine Begegnung mit einem Tier oder einem Menschen, die dich berührt? Mache eventuell ein Foto der „Zeichen“, wenn es sich stimmig anfühlt. Du musst noch nicht wissen, was sie bedeuten, nimm sie erst einmal als Geschenk entgegen.
4. Dann wirst du merken, dass sich nach dieser Zeit eine Art innere Stille oder Leere einstellt. Nimm dann irgendwo in der Natur Platz, genieße diesen inneren Zustand des „Nicht mehr und noch nicht“. Spüre dich als Mensch eingebettet im großen Ganzen. Fühle deine Umgebung intensiv über deine Sinne und nimm immer wieder bewusst deinen Atem wahr.
5. Du wirst merken, wenn du wieder aufbrechen willst. Das ist meiner Erfahrung nach dann der Übergang ins Neue. Du läufst weiter und merkst plötzlich, wie du nun mit deinen Gedanken und inneren Impulsen nach vorne in deine (Business-)Zukunft gerichtet bist. Die Ideen beginnen zu sprudeln. Und meistens haben sich die Dinge innerlich sortiert.
6. Überlege nun auch, was die Zeichen, die du wahrgenommen hast, mit dem Neuen oder einer möglichen Antwort auf die Fragen, die du mit auf den Weg genommen hast, zu tun haben könnten.
7. Und dann? Dann setzt du dich gemütlich in ein Café oder gönnst dir ein gutes Essen – schließlich hast du heute viel gearbeitet! Schreibe auf, skizziere, was dir klar geworden ist und genieße das Gefühl, die Spur und Strategie der nächsten Monate zu kennen.

Marketing & Business

Kommen wir zur nächsten Stufe. Die meisten Coachs, die ich kenne, meiden das Thema Marketing wie der Teufel das Weihwasser. Das mit dem Business-Aufbau und den damit verbundenen Verwaltungs- und Organisationsanteilen geht für die meisten noch, auch wenn sie nicht „Juhu“ schreien. Marketing ist eng verbunden mit dem Thema Sichtbarkeit, dass wir uns trauen uns als Mensch mit unserer Dienstleistung in der Welt zeigen. Und damit hat fast jede/r Coach ein Problem. – Ich übrigens auch viele Jahre lang.

Coachs und ihr Sichtbarkeitskonflikt

Warum haben wir als Coachs solche Angst, uns zu zeigen oder sichtbar zu werden? Was steckt da eigentlich dahinter? Die meisten von uns wollen mit den grandiosen Prozessen und Tools, die sie für sich selbst als so wirksam erlebt haben, doch einfach hilfreich und nützlich sein.

Ist es nicht sonderbar, dass wir nur das Beste für unsere Klienten wollen, wir unser Licht jedoch gleichzeitig unter den Scheffel stellen? Eine zentrale These, warum das so ist, möchte ich dir hier vorstellen.

Viele von uns wollen der Sache unserer Klienten dienen. Ziel im Coaching ist ja gerade, dass wir uns als Person zurücknehmen und nur für das Setting, den Prozess und die Methoden verantwortlich sind – denn genau das ist ja das professionelle Verhalten, das wir in den Coachinausbildungen beigebracht bekommen.

Diese Rolle eines klassischen Business oder Life-Coachs ist eine sehr zurückgenommene Aufgabe und Rolle, mit der man sich eben gerade nicht im Vordergrund sieht. Und dann soll ich so nach vorne preschen und mich als Person glasklar in den Mittelpunkt meines Marketings stellen?



*Höhepunkt des Glücks ist es,
wenn der Mensch bereit ist,
das zu sein, was er ist.*

Erasmus von Rotterdam



Marketing sportlich sehen

Lass uns einmal anders denken: Vielleicht willst du diese Vorleistung und Kraftanstrengung deinerseits als erste Dienstleistung an deinem Coachee verstehen? Ich finde das ist unser Teil der Mutprobe. Hier können wir so richtig schön über uns selbst hinauswachsen. Wenn wir Angst und Unbehagen verspüren, heißt es, uns trotzdem hineinzuworfen in diese unbekannten Marketing- und Business-Aspekte.

Für viele unserer Klienten ist es eine absolute Mutprobe ins Coaching zu kommen. Gerade die Menschen, die sich noch nicht so viel mit sich auseinandergesetzt haben, denken ja immer, sie konfrontieren sich mit ihren „Abgründen“. Also lasst uns als Vorbild vorangehen und uns auch mit unseren „Marketing-Abgründen“ befassen. Und wie so oft stehen dahinter Themen wie Selbstwert, Disziplin/Commitment, das Fehlen unserer eigenen „Stimme“ etc. Und das sind definitiv tolle Wachstumsthemen!

Wenn du dich auf diese Weise zeigst, kann ein potenzieller Klient am allerbesten entscheiden, ob er wirklich zu uns möchte. Denn Sichtbarkeit polarisiert. Zeigen wir uns, wie wir sind, werden genau die Menschen zu uns finden, denen das gefällt und die sich eine gute Zusammenarbeit mit uns vorstellen können – und jede Menge andere Menschen werden wegbleiben. Aber diese wollen wir vermutlich auch nicht. Also zeige dich und vertraue auf die Intuition deines Klienten, die schon richtig entscheidet, ob sie sich von dir und dem, was du ihnen zeigst, ansprechen lassen oder eben nicht.

Kompetenzen erwerben

Am Anfang jedes Business- Aufbaus, ob das jetzt ein Frisörgeschäft, eine Schreinerei oder ein Logistik-Unternehmen ist, steht eine steile Lernkurve.

Business-Kompetenzen, aber auch Verkaufs- und Vertriebs-Kompetenzen müssen aufgebaut werden, damit man am Markt mit den Mitbewerbern bestehen kann. Das ist ganz normal. Viele Coach berufen sich da noch viel zu viel auf ihr Gefühl: Ich habe heute aber gar keine Lust. Mir ist heute leider nicht danach, meinen Blogartikel zu schreiben...

Denken wir so in unseren Angestelltenjobs? Da gibt es doch auch Dinge, die auf dem Tisch liegen und einfach abgearbeitet werden, ob sie Spaß machen oder nicht? Vermutlich ist das der Irrglaube, dass wir auf dem Weg zu unserem Traumjob nur noch Traumtätigkeiten nachgehen und alles leicht und glücklich gehen muss?

Vielleicht willst du an diese Arbeitshaltung denken, wenn du das nächste Mal lustlos in einer Content-produzierenden Marketingaktivität feststeckst oder gerade an der erforderlichen Technik für dein Online-Marketing oder deine Website verzweifelst.

Wir können das alles lernen oder uns – wenn es zu stark nervt – bezahlte Hilfe holen und uns damit von gewissen Tätigkeiten „freikaufen“. Du entscheidest. Hauptsache, du lässt dich von diesen Aspekten des Coaching-Geschäfts nicht von deinem Weg abhalten. Denn hier scheiden sich oftmals die Geister, ob du Erfolg als Coach haben wirst oder doch lieber einen anderen Weg gehen willst. Und alles ist in Ordnung, nur bleib ehrlich mit dir!

Mindset

Business-Entwicklung ist Persönlichkeitsentwicklung. Das hat auch eine Weile gebracht, bis ich diese Formel verstanden habe. Immer, wenn dir ein besonderer Widerstand oder alter Glaubenssatz („Ja, aber-Satz“) auffällt, der dich daran hindert, den nächsten erforderlichen Schritt zu gehen, dann hast du die Chance, daran zu arbeiten – und daran zu wachsen!

Mindset ist der inzwischen etwas überstrapazierte Begriff für unsere Glaubenssysteme und inneren Landkarten, mit denen wir unterwegs sind. Viele berufen sich darauf, dass da etwas in der Kindheit und Jugend geprägt wurde, was wenig oder nur sehr schwer veränderbar ist.

Wenn du dich aber näher damit befasst, weißt du, da geht sehr viel.

Steigerung deiner mentalen Intelligenz

Der promovierte österreichische Neurowissenschaftler Marcus Täuber beschreibt in seinem Konzept der mentalen Intelligenz (das ich u.a. in meinem Seminar „Mindsetcoaching“ vorstelle) *Mentale Intelligenz* (MQ) als die Kunst der klaren Kommunikation mit sich selbst.

Es geht ihm darum zu erkennen, wie wir ticken, damit wir schädliche innere Mechanismen verstehen und transformieren lernen. Wenn das gelingt, setzen wir unser Denken gezielt ein und lassen nicht dem „Affengeschnatter“ in unserem Kopf einfach freien Lauf, wie wir das eigentlich unser ganzes Leben getan haben.

Damit haben wir einen großartigen Hebel für unsere Lebens- und Businessgestaltung und um unser Lebensgefühl zu verbessern. Das ist die gute Nachricht für uns und unsere Klienten: *„Ich halte den gezielten Einsatz des Denkens für unsere größte und wichtigste Begabung. Denn dadurch wohnt in uns allen das Talent zur Transformation – unsere Gene, Erziehung und Umstände sind kein Schicksal.“* M. Täuber

Er beschreibt folgende Bestandteile der *Mentalen Intelligenz*:

- *Mentale Selbstwahrnehmung*: Wahrnehmen und Verstehen der eigenen Gedanken.

- *Mentales Selbstmanagement*: Kontrolle der eigenen Gedanken und damit verbundener Gefühle und Handlungen.
- *Mentales Selbstdesign*: Nutzung der eigenen Gedanken zur zielgerichteten Veränderung des Gehirns, aber auch körperlicher Vorgänge.
- *Mentale Integration (Metakognition)*: Verständnis für die Wechselwirkung von Gedanken, Gefühlen und körperlichen Vorgängen bei uns selbst und anderen.

Das Gehirn als notorischer Lügner

Das Gehirn erzählt uns allerdings permanent Geschichten, denen wir oft nur zu gerne glauben. Kennst du ähnliche innere Dialoge:

- Bevor ich das tue (z.B. mich auf Instagram zeige), beiße ich mir eher die Zunge ab.
- Ich habe das mal gar nicht nötig mit dem Marketing. Meine Klienten werden schon von selbst sehen, wie gut ich bin.
- Es wird einfach ewig brauchen, bis ich mit Coaching Geld verdiene. Will ich wirklich so lange auf eine gute Portion Lebensstandard verzichten?
- Muss ich jetzt wirklich noch lernen, wie ich eine Webseite/Newsletteranbindung/Funnel aufbaue auf meine alten Tage? Irgendwie habe ich doch schon genug ertragen im Leben!
- Hast du mal recherchiert, was Positionierung kostet? Die sind doch irre. Das kriege ich auch alleine hin!
- Coaching soll Spaß machen, Businessaufbau macht einfach keinen Spaß, also geht für mich die Gleichung nicht auf und ich lass es lieber.

- Wenn ich für Coaching Geld nehme, dann können sich die, die es brauchen, es nicht mehr leisten.

Diese Gedanken sind mitnichten harmlos! Denn sie prägen sich tief in unsere körperliche Materie ein und steuern uns dann wie Marionetten in eine wenig ziieldienliche Richtung. *„Für viele Menschen sind Gedanken etwas Esoterisches. Sie stellen sich Gedanken wie Luft vor, rein geistig, vergessen aber, dass es zu jedem Gedanken elektrische und chemische Impulse im Gehirn gibt, die nicht beim Hals haltmachen, sondern in den Körper wandern, um unsere Physiologie und unser Verhalten zu steuern.“* M. Täuber

Gewöhnlich sind wir denkfaul, weil hierfür sehr viel Energie verbraucht wird. Aber unsere Konzentration ist der Schlüssel zur Neuroplastizität! Immer wenn dir ein Gedanke auffällt, den du nicht denken möchtest, sagst du innerlich „Stopp!“ oder „Korrigiere!“ und dann überlegst du dir am besten bildhaft, was du stattdessen denken und fühlen möchtest.

Diese Ausrichtung unserer Wahrnehmung fühlt sich sehr unbequem an, wenn wir unseren „Denkapparat“ im frontalen Cortex (dem Teil des Gehirns hinter der Stirn) bewusst anwerfen. Ich sehe allerdings keinen anderen Weg, um auch die inneren Transformationsprozesse, die der Business-Aufbau für dich mit sich bringt, zu bewältigen. Aber es wirkt und ist wie immer reine Übungssache. Experimentiere ein wenig damit und es wird dir zunehmend leichter gelingen.

Energie & Transformation

Wenn du das jetzt liest, wirst du vielleicht denken, jetzt wird es aber abgefahren. Das dachte ich früher auch. Aber auf dem Coaching-Erfahrungsweg durch die Jahre, wirst du immer wieder Dinge erleben, die du dir erst mal nicht erklären kannst. Bei mir war das immer so: Wenn ich zu stark eingespannt

war, hatte ich keine Klientenanfragen, auch wenn ich sie gebraucht hätte! Aber irgendwie habe ich wohl eine Energie von „Lasst mich in Ruhe!“ ausgesendet. Und das Telefon blieb still und die Mailbox leer.

Inzwischen weiß ich damit besser umzugehen, dass ich mir gleich für bestimmte Projekte (wie Erstellung eines Onlinekurses oder Schreiben eines Buches) feste Zeiten reserviere, so dass ich da in keinen inneren Konflikt komme und unbewusst meine potenziellen Klienten vertreibe.

Oder du merkst, du steckst komplett fest im Hamsterrad. Wenn du auch zu den eher vielseitigen Menschen gehörst so wie ich, jonglierst du 12 Projekte gleichzeitig und weißt irgendwann nicht mehr wo dir der Kopf steht. Und Freizeit oder gar Hobby sind Fremdwörter geworden. Was ist da energetisch passiert?

Du hast gedacht, du weißt schon wie das Leben geht. Gerade umsetzungsstarke Menschen machen sich einen Plan und steuern darauf los – koste es manchmal was es wolle. Und damit verlieren sie ihre Energie.

Energie = innere Anbindung

Versteh mich nicht falsch, oben im Kapitel „Strategie“ habe ich ja gerade geschrieben, dass es klare Handlungsziele und das erforderliche Commitment braucht. Aber es geht eben nicht mit dem Kopf durch die Wand. Wenn deine Energie durch eine anstrengende Lebensphase davor sowieso schon niedrig ist und du dich immer weiter und weiter pushst, wird nichts Brauchbares oder gar Erfolgreiches dabei herauskommen.

Zudem kannst du dich gar nicht mehr am Abschluss eines Projektes freuen, weil ja die 11 anderen noch offen sind und auf deine Bearbeitung warten. Nun, was kannst du tun?

Üblicherweise werden dir dann Auszeiten empfohlen, dir ein warmes Bad, Massagen oder den längst überfälligen Urlaub zu gönnen. Aber damit ist das Problem meistens nicht behoben, denn dir fehlt keine Erholung, sondern die innere Anbindung.

Ohne spirituell zu werden, kann man einfach sagen, du hast den Zugang zu deiner Intuition und damit zur besten Version deiner Selbst verloren. Diese beste Version weiß tatsächlich, was gut für dich ist und kann dich warnen, wenn du an etwas arbeitest, was gar nicht dein Ding ist und dich deswegen sehr viel Kraft kostet.

Möglichst nah an deinem Kern arbeiten

Apropos dein Ding: Im Rahmen der Positionierung hast du hoffentlich dein WARUM, deinen PURPOSE geklärt. Immer wieder verlieren wir aber im Alltag die Anbindung daran. Kein Wunder, dass es dich dann so viel Kraft kostet. Wenn du nah an deinem essenziellen Kern, deinem WARUM arbeitest und auch deine einzigartige Art und Weise beachtest, das zu tun, dein WIE – dann erlebst du Arbeit als Flow.

Tust du das nicht, weil du gerade ein lukratives Projekt angenommen hast, ohne zu schauen ob es zu deinem Wesenskern passt, wird es mühsam.

Aber irgendwie muss ich ja auch überleben, sagst du. Ich weiß, auch ich erlebe immer wieder Situationen, wo ich Aufträge annehme, die nicht 100-prozentig zu mir passen, weil ich denke, ich brauche sie. Aber das magische oder auch verflixte daran ist, dass diese ja nie richtig rund laufen, oder? Und damit verbaust du dir die Zeit, die Dinge zu tun, die du wirklich von innen heraus aufsetzen und gestalten willst.

Ich glaube, wir sind manchmal einfach noch nicht kreativ genug, in diesen Zeiten unser Einkommen anders zu generieren oder auch mal zeitweilig unseren Lebensstandard zu reduzieren, um unserer inneren Stimme zu folgen.

Wenn du mit Fokus auf deinen PURPOSE arbeitest, wird sich dein Leben transformieren. Und du unterstützt mit deinen Gaben deine Klienten darin, ihre Transformation erfolgreich zu durchlaufen und ebenfalls immer mehr in ihre Größe hineinzuwachsen. [Hier geht's zum Purpose-Retreat-Tag mit mir.](#)

Soweit ein erster Einblick in die sieben Schritte und Qualitätsmerkmale deiner Professionalisierung. Ich hoffe, der ein oder andere Aspekt war hilfreich für dich?

In den nächsten Abschnitten gebe ich dir einen Einblick in meine Geschichte mit dem Thema Coaching. Vielleicht inspiriert es dich, auch deine eigene Geschichte damit aufzuschreiben. Wenn du magst, schicke sie mir gerne. Ich würde mich freuen!

Wie ich zum Coaching kam

Ich habe interessanterweise mit der Spezialisierung angefangen, was mir aber damals gar nicht bewusst war... 2003 habe ich in der Elternzeit an meinen alten Berufswunsch angeknüpft, Berufsberaterin werden zu wollen, nachdem ich einige heftige Jahre als Berufsschullehrerin frisch ausgebildet in Druck- und Medientechnik, Germanistik und Theologie nach dem Zusammenbruch der Medienindustrie neue Technologien unterrichten „durfte“.

Bereits im Studium hatte ich eine Ausbildung in Themenzentrierter Interaktion (TZI) durchlaufen, die mir das erste Handwerkszeug gegeben hat, um Persönlichkeitsentwicklung mit Einzelpersonen und Gruppen durchführen zu

können. Erste Persönlichkeitsentwicklungsseminare mit indigenen Einflüssen (Art Read) haben mich ebenfalls schon früh mit den blinden Flecken meiner Persönlichkeit konfrontiert. Und ab da, war mein Ziel klar: Ich möchte Menschen auf dem Weg des Wachstums in ihr höchstes Potenzial begleiten.

Damals war das Monopol der Arbeitsagentur gerade gefallen, so dass erstmals private berufliche Beratung möglich war, auch der Coachingmarkt war gerade erst am Entstehen. Coachinausbildungen schienen mir damals allerdings zu generisch. Ich wollte ja Menschen auf dem Weg unterstützen, „ihr Ding“ in Form eines erfüllten Berufslebens zu finden. Die zweijährige Laufbahnberatungsausbildung hat mir dazu den erforderlichen Prozess und die Methodik geliefert – dafür bin ich immer noch dankbar. Diesen Ansatz habe ich am Fortbildungszentrum Laufbahnberatung auch 6 Jahre als Geschäftsführerin gelehrt. Meine Weiterentwicklung davon gebe ich übrigens in der Weiterbildung zum „Life- und Careerdesign-Coach“ an meiner Akademie für Coachs weiter.

Damals habe ich auch vor lauter Begeisterung mit 40 noch im Bereich Laufbahnforschung promoviert und aus den theoretischen Erkenntnissen meiner Dissertation meinen eigenen Ansatz des Übergangcoachings Dr. Nohl © entwickelt, der heute in meine „Change-Coach“ Weiterbildung einfließt.

Später habe ich dann gemerkt, dass ich doch noch einige Grundlagen im Beratungsgeschäft bräuchte, auch über die Laufbahnberatung hinaus. Aber wieder hatte ich leichte Vorbehalte gegenüber dem klassischen Life- und Businesscoachinausbildungen (ich wollte irgendwie nicht „alles oder nichts“ können) und habe mich für eine dreijährige gestalttherapeutisch orientierte Supervisions- und Coachinausbildung entschieden. So schlug ich zwei Fliegen mit einer Klappe und konnte danach Coaching und Supervision anbieten. Auch das Faible für kreative Ansätze, die dann in die Weiterbildung zum „Creative-Coach“ mündeten, habe ich in dieser Zeit entwickelt und damit

auch an meinen alten Beruf angeknüpft, in dem ich ja u.a. Grafik-Designer unterrichtet habe.

Eines Tages wurde dann die Arbeit zu viel, da ich mein Coaching-Business parallel zu meinem Beamtenjob aufgebaut habe. Zwei Teilzeitstellen ergeben leider immer mehr als 100 Prozent. Und so bin ich tatsächlich der Stimme meines Herzens gefolgt und habe meinen Beamtenjob sehr zum Unverständnis meines Umfelds gekündigt – und es bis heute nicht bereut.

Weitere coachingspezifische Qualifizierungen folgten u.a. im Bereich Mindsetcoaching und Hypnotherapie. Aber gefühlt fehlte mir immer noch etwas – die Ebene darüber oder darunter je nach Sichtweise – um Klienten wirklich umfassend in ihren Veränderungsprozessen zu begleiten.

So habe ich nochmal eine umfassende dreijährige Weiterbildung zum „Consultant for interconnective Development“ bei Christina Kessler angeschlossen, die mich auch persönlich noch einmal gewaltig verändert hat. Kennst du das, du weißt am Anfang einer größeren Weiterbildung überhaupt nicht, wie du danach hinaus gehst und wie das auch dein persönliches Leben noch einmal umwälzt?



Im Zuge dieser Weiterbildung habe ich verstanden, dass die Coachingansätze der Zukunft immer intuitiver werden müssen, um die Komplexität der „Gemengelage“ der Anliegen, die Klienten inzwischen mitbringen, bewältigen zu können. Im intuitiven Coaching begleiten wir Klienten, sich wieder an ihre intuitiven Kompetenzen anzubinden. Nun ja, dazu müssen wir diesen Zugang natürlich auch selbst erst wieder entwickelt haben... In meiner Weiterbildung habe ich gelernt, diese persönliche innere Anbindung in einer transreligiösen, also inter-spirituellen Form zu erleben und die menschliche Entwicklung parallel mit den aktuellen gesellschaftlichen Transformationen verstehen zu können. Das war der Puzzlestein, der mir noch gefehlt hatte.

Einiges davon habe ich in den letzten Jahren in meinem Buch „Intuition für Coachs“ zusammengefasst. – Auch das war mir über all die Jahre wichtig, Fachbücher für Coachs zu schreiben und hier meine Learnings in handfesten, theoretisch fundierten Praxisbüchern weiterzugeben (s. letzte Seite). Vielleicht hast du eins im Regal stehen, z.B. Micro-Inputs Veränderungscoaching? Ich sehe mich immer auch als Wissens- und Knowhow-Multiplikatorin für Coachs.

Zeitgleich habe ich meinen jüngsten Coachingansatz, das Purposecoaching, das bereits starke intuitive Züge trägt, weiterentwickelt und in der Coachingpraxis immer mehr verfeinert. So fließen nun diese Erkenntnisebenen in die intensive Weiterbildung zum „Purposecoach“ ein, die für Menschen geeignet ist, die Coaching als tieferen Transformationsprozess mit und für ihre Klienten verstehen, wo es einerseits um die Rückbindung des Coachees an die universelle Lebensintelligenz geht, aber auch um das Entdecken des eigenen WARUMs und damit der Lebensaufgabe, mit der Klienten ihren PURPOSE in der Welt leben.

Heute sehe ich es als meine Aufgabe einerseits meine eigenen Coachingansätze zur vertieften Professionalisierung von Coachs als „Trainerin mit

Passion“ weiter zugeben. Und da ich schon immer einen „Riecher“ für Trends hatte, führe ich all meine Ansätze auf einer neuen Ebene in der Weiterbildung zum **Zukunftscoach** zusammen. Hier bekommst du die Coachingskills und Zukunftskompetenzen für dich selbst und deine Klientel, damit du Menschen auch in stürmischen, herausfordernden und digitalisierten Zeiten gut unterstützen und ermächtigen kannst, ihren Platz in der Welt einzunehmen. Gleichzeitig lernst du, wie du dein Coaching-Business in die neue Zeit führen kannst.

Coaching ist für mich so ein wertvoller gesellschaftlicher Ort, an dem wir Einzelpersonen, aber auch Teams und Organisationen auf unsere jeweils ganz einzigartige Weise helfen, die aktuellen Transformationsprozesse besser, leichter und menschengerechter zu bewältigen und zu gestalten. Und ich freue mich, wenn wir gemeinsam daran arbeiten, dass dieser Erlebens- und Erkenntnisraum immer mehr Menschen zur Verfügung steht.

Ich grüße dich in Verbundenheit

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Martina', with a stylized, flowing script.

Test: Wo stehst du gerade?

In lade ich dich ein, dich zu verorten auf deiner Reise als Coach*. Wir alle versuchen uns eigentlich davon zu befreien, in Schubladen zu denken. Und dennoch kannst du mit dem Fragebogen ein Gefühl dafür entwickeln, was deine aktuellen Stärken und deine Wachstumspotenziale auf dem Weg zum professionellen Coach sind. Kreuze deswegen so ehrlich wie möglich pro Block die eine Aussage an, die am ehesten auf dich zutrifft (zur Not auch mal zwei).

(* Dieser Fragebogen ist für Coaches, die sich mit Coaching selbstständig machen wollen. Wenn du als angestellter Coach arbeitest, ist dieser Fragebogen weniger für dich geeignet, oder du lässt einzelne Bereiche z.B. Marketing & Business weg.)

Praxis

1. Ich habe schon ca. 5-10 mehrstündige Coachingprozesse mit Klienten außerhalb meiner Coachinausbildung durchlaufen (auch wenn ich noch keine eigene „offizielle“ Praxis und Website habe) und ich habe dafür auch Geld genommen.
2. Ich habe regelmäßig pro Woche mind. 2-3 bezahlte Coachingtermine. Mein Grundgerüst (z.B. Vertrag, (Online-)Raum, eigene Unterlagen) steht, um diese professionell zu begleiten.
3. Ich bin gerade am Ende meiner ersten Coachinausbildung. Oder ich coache gerade eher in meiner Freizeit. Ich mache zur Zeit erste Coachingerfahrungen mit Probeklienten, berechne aber noch kein Geld.

4. Ich habe regelmäßig 10-20 Std. Coaching/Woche und gezielt geplante Spezialprojekte (z.B. Speakerevents, Masterclasses) und kann durch meinen guten Stundensatz oder meine Wertpakete sehr gut davon leben.
5. Ich gebe regelmäßig zwischen 5 und 15 Std. Coaching-Sessions die Woche. Dadurch, dass ich ein Programm und keine Einzelstunden anbiete, muss ich nicht jede Stunde einzeln akquirieren. Aktuell fühlt sich alles aber sehr viel an. Ich habe ja auch noch andere Standbeine (z.B. Angestelltenjob, Trainertätigkeit, Organisationsentwicklung). Irgendwie tanze ich auf zu vielen Hochzeiten.

Positionierung

6. Meine Positionierung steht und fühlt sich gut an. Allerdings nehme ich immer noch zu viel Verschiedenes an, weil ich denke, ich kann es mir noch nicht leisten, Aufträge abzulehnen.
7. Ich habe aktuell noch keinen Plan für meine Positionierung. Ich muss erst mal verstehen, was das genau ist.
8. Ich habe mich mit einem Positionierungscoach in den Prozess begeben. Wir erarbeiten gerade noch einmal richtig die Bausteine meiner Positionierung und feilen an meinem Kernangebot, mit dem ich dann auf den Markt gehen will.
9. Mir ist klar, dass ich mich positionieren muss. Ich schaue mich aktuell nach einem Coach dafür um. Positionierung ist aber verflucht teuer, deswegen schiebe ich das noch ein bisschen vor mir her.
10. Ich bin als Expertin/Experte positioniert und werde auch immer wieder als Expertin/Experte angefragt. Ich bespiele konsequent meine Expertenprodukte (z.B. Buch, Kongress, Podcast, Blog etc.).

Spezialisierung

11. Ich weiß noch nicht, worauf ich mich spezialisieren möchte. Gerade will ich erst mal meine Erfahrungen sammeln.
12. Ich entwickle aus meiner Spezialisierung heraus Gruppenprogramme oder Onlinekurse, damit ich damit noch mehr Menschen erreichen kann und sich auch Menschen mit kleinerem Geldbeutel meine Unterstützung leisten können.
13. Ich habe gemeinsam mit meinen Positionierungscoach mein individuelles Coachingsystem und damit auch meine einzigartige Transformations-Strategie für meine Klienten herausgearbeitet. Nun gilt es noch, diese in eine brauchbare Marketingstrategie zu überführen, die mir liegt und die ich auch eine Weile durchhalten kann.
14. Ich habe aktuell eine erste Idee für meine Coaching-Spezialisierung und schaue mich da nochmal nach einer fokussierten Weiterbildung um.
15. Ich bin spezialisiert, aber fahre diese Spezialisierung noch nicht konsequent in der Sichtbarkeit. Ich werde meine Prozesse und damit mein Arbeitsaufwand noch mehr vereinheitlichen, dazu werde ich wohl noch mehr Angebote unter die Ladentheke verschieben. Das wird mir das Leben leichter machen.

Strategie

16. Das nächste Ziel wäre für mich, ein Buch zu schreiben (einen Podcast oder Kongress zu gestalten o.ä.), um im größeren Rahmen mit meiner Spezialisierung als Expertin/Experte sichtbar zu werden. Hier strecke ich meine Fühler aus, wer mich unterstützen könnte. Aber ich zucke

noch ein wenig vor der Investition zurück, denn mir ist klar, dass ich jemanden aus der Profi-Liga benötige, der mich hier weiterbringen kann.

17. Ich bin gerade dabei, meine Angestelltenstelle um 30-50 Prozent runterzufahren, damit ich mehr Zeit für den Aufbau meines Coaching-Business habe.
18. Ich erschaffe mir eine konsequente Zeitstruktur für Coaching-Termine und die anderen Business-Aufbau-Tätigkeiten. Sonst wird das nichts, weil ich merke, dass sich meine (Angestellten-)arbeitsfreie Zeit sofort füllt.
19. Ich denke darüber nach, was ich mit meinem Coaching, einem Projekt oder einer größeren Initiative noch in der Welt bewegen kann oder wie ich noch mehr Menschen in ihrem Wachstum unterstützen kann.
20. Ich überprüfe aktuell anhand meiner Praxiserfahrungen, ob ich die Tätigkeit Coaching überhaupt weiterverfolgen möchte.

Marketing & Business

21. Ich habe erste Gehversuche im Marketing gemacht, sowohl regional als auch online – bisher allerdings mit mäßigem Erfolg. Gerade versuche ich, mir eine Liste aufzubauen und kämpfe mit der erforderlichen Technik.
22. Ich habe mit professioneller Unterstützung ein für mich praktikables stärkenorientiertes Marketingsystem entwickelt. Ich bleibe konsequent an meiner Marketingstrategie dran und sehe erste Erfolge.
23. Aktuell will ich noch nichts mit Marketing zu tun haben. Ich weiß auch überhaupt noch nicht, ob ich mich als (Teil-)Selbstständige/r sehen kann.

24. Ich generiere überwiegend Klienten, indem ich mit Menschen ins Gespräch komme und ihnen zeige, nicht nur erzähle, wie Coaching wirken kann. Darüber hinaus bin so auf dem Markt sichtbar, dass ich empfohlen werde und immer weniger andere Marketingaktivitäten brauche.
25. Das Thema Marketing und Business-Aufbau ist für mich wie ein großer Berg. Ob ich den wirklich besteigen will? Ich habe den Eindruck, Marketing ist nicht mein Ding.

Mindset

26. Mir wird immer klarer, dass ich mein Mangeldenken ablegen will und muss, damit ich auf dem Coaching-Weg noch weiterwachsen kann. Aber mir ist noch unklar, ob, wie und wohin ich wachsen will?
27. Ich habe in den letzten Jahren erfahren, dass ich derjenige bin, der innerlich beeinflusst, ob ich Klienten habe oder nicht. Meine innere Verfassung spiegelt sich im Zustand meines Business wider. Jetzt weiß ich, woran ich arbeiten darf, wenn es nicht läuft...
28. Ich „coache“ gerne auch Menschen in der Freizeit. Oder ich wende meine Coachingfähigkeiten in meinem Job an. Ich weiß gar nicht, ob ich darüber hinaus als Coach tätig werden möchte.
29. Ich habe das klare Ziel, mein durch die Teilzeitstelle reduziertes Gehalt mit meiner Coachingdienstleistung zu ersetzen. Ich bin mir aber noch sehr unsicher, ob das zu schaffen ist.
30. Ich bin innerlich noch ein bisschen zögerlich, ob ich ernsthaft als Teilzeit-Coach arbeiten möchte. Es fühlt sich für mich aktuell immer noch nach „Probezeit“ im Coaching-Business an.

Energie & Transformation

31. Es fließt und ich bin so in meiner Kraft wie noch nie in meinem Leben! Ich weiß aber inzwischen auch, wie ich mich selbst immer wieder mit meinem höheren Selbst verbinde und kenne meine Kraftquellen.
32. Die Coachingsitzungen fließen, der Weg fühlt sich richtig an, auch wenn ich manchmal natürlich noch Zweifel habe. Ich öffne mich immer mehr dafür, in mich und mein Business zu investieren.
33. Coaching macht mir Spaß. Oft stochere ich aber noch im Nebel und weiß nicht genau, ob ich eine stimmige Vorgehensweise für das Anliegen des Klienten gefunden habe.
34. Ich achte sehr sorgsam auf meinen energetischen Zustand. Wenn dieser unten ist, verbinde ich mich wieder mit meiner inneren Stimme und gestehe mir zu, meinen ureigenen Weg noch konsequenter zu verfolgen. Meine Klienten begleite ich in diesem Prozess mit guten Ergebnissen. Bei mir selbst gelingt mir das auch zunehmend besser.
35. Ich bekomme gute Rückmeldungen. Coaching scheint mir zu liegen. Ich suche aktuell nach einer/einem Supervisor/in, um meine Praxiserfahrungen zu reflektieren und im Coaching noch besser zu werden.

Auswertung

Du kannst hier in der Tabelle die Zahlen einkreisen, die du oben angekreuzt hast. Lass dich überraschen, auf welchem „Level“ (horizontal gelesen) du bezogen auf die sieben Entwicklungsschritte gerade stehst.

Wenn du jeweils in der nächsten Stufe nachliest, was einen Coach ausmacht, hast du gleichzeitig jede Menge Ideen für deine nächsten Wachstumsimpulse.

	Praxis	Positionierung	Spezialisierung	Strategie	Marketing & Business	Mindset	Energie & Transformation
Coach in Ausbildung/ Freizeit-Coach	3	7	11	20	23	28	33
Einsteiger-Coach	1	9	14	17	25	30	35
(Teilzeit-) Coach	2	8	13	18	21	29	32
Erfolgreicher (Teilzeit-) Coach	5	6	15	16	22	26	34
Professioneller Coach	4	10	12	19	24	27	31

Der Fragebogen ist inspiriert durch die Litvin-Levels in Steve Chandler, Rich Litvin (2013): The Prosperous Coach.

Wie du mit mir arbeiten kannst:



- Unter www.weiterbildung-coach.de findest du meine 10-tägigen **Seminare und Weiterbildungen für Coaches:**
Careerdesign-Coach
Change-Coach
Creative-Coach
Purposecoach
- 14-tägig: **Zukunftscoach**
- Stöbere auch gerne in meinem **Shop**. Hier finden du Downloadmaterialien, z.B. **Arbeitshefte als PDF**, so dass du direkt einzelne Übungen für deine Klienten ausdrucken kannst und weitere Coachingmedien.
www.weiterbildung-coach.de/shop/



Kontakt

Dr. Martina Nohl
Langer Anger 71
69115 Heidelberg

Fon: 0049 6221 4262830

Akademie und „Coach the Coach“

www.weiterbildung-coach.de

Purposecoaching

genial-leben.com/purposecoaching

Meine Plattform für tiefe Persönlichkeitsentwicklung

genial-leben.com

Meine Fachbücher und Kartensets:

