

Profilentwicklung für BeraterInnen und TrainerInnen

Ein Profil setzt sich nach Bürkle zusammen aus:

- Technischer Spezialisierung (Verfahren, Programme)
- Problemspezialisierung (Grundprobleme)
- Soziale Spezialisierung (Zielgruppen, Menschen mit gleichartiger Problemstellung)

Bürkle sagt, daß letzteres den größten Erfolg verspricht: ‚Nicht nomadisieren, sondern in kleinen sozialen Gruppen Fuß fassen‘, die sich von selbst erweitern. Sein Beispiel: Statt ‚Unternehmensberatung‘ ‚Fachberatung zur Ertragssteigerung bei Augenoptikern‘ anzubieten (Hans Bürkle – Aktive Karrierestrategie – Gabler Verlag 2002).

Das Strategische Problem, das jedes Unternehmen hat, sich auf Kernkompetenzen zu beschränken (Risiko: zu kleiner Markt/ Vorteil: erkennbar sein) versus großes Angebotsportfolio (Profilverlust/ Risikostreuung), haben Freiberufler auch.

Erheben Sie Daten zu diesen drei Aspekten und holen Sie sich ein Feedback von jemandem, der Sie und Ihre Arbeit gut kennt, dazu.

Erheben Sie zunächst Daten zur Ist-Situation!

Technische Spezialisierung

Welche Settings und Programme kenne ich?

- z.B. Rollen- und Organisationsberatung
- z. B. Einzelcoaching
-

Soziale Spezialisierung: Potentielle Kunden &

Problemspezialisierung: Die Themen, die die Kunden haben

Mit welchen *Organisationen/ Unternehmen* kenne ich mich aus?

- Branche
- Größe
- Rechtsform: Inhabergeführt, AG etc.
- Zentrale, Zweigniederlassung, Ausland,
- Alter: Neugründung.....
- Kultur und Werte (z.B. in Familienunternehmen)

Welche *Themen*, die bestimmte Organisationen /Unternehmen haben, kenne ich gut?

(z. B. keine Zeit für Strategieentwicklung: ‚wir gehen im operativen Geschäft unter‘; Problem des Übergangs von Pionierbetrieben in die nächste Phase; ‚wir können unseren Markt nicht einschätzen; die Organisation ist historisch gewachsen, aber nicht mehr funktional aufgebaut; ‚wir wurden fusioniert und es wurde alles mit Macht geändert‘....)

Mit welchen *Positionen/Funktionen* und Aufgabengebieten kenne ich mich aus?

- Funktion: Eigentümer, Managementebene, Projektleitung, Stab, Mitarbeiter usw.
- Aufgabengebiete (PE, Controlling, Vertrieb)

Welche speziellen *Themen* aus diesen Bereichen?

(z.B. Führungsverständnis: ‚ich will anders führen als ich selbst geführt werde‘, Sandwichposition von Führungskräften, Projektleitung sein ohne klaren Auftrag und Macht zur Durchsetzung, Mitarbeiter in zwei Abteilungen sein, Querschnittaufgaben haben und nirgends dazu gehören, . etc)

Mit welchen *Professionen* kenne ich mich aus?

- Mit welchen Professionen habe ich Erfahrung?(professionelle Sozialisation, professionelle Programme, Mythen und Werte)
- Mit welchen Kunden- und Klientengruppen dieser Professionals habe ich Erfahrung?
- Welche scheiden aus?

Mit welchen Themen, die diese Professionals haben, kenne ich mich gut aus?

(z.B. Konflikte zwischen Profession und Funktion – als Arzt, als Theologe, Pädagoge etc.in einer Leitungsposition; ökonomischer Druck und fachliche Standards in der Arbeit als...; Kooperation mit Ehrenamtlichen; Selbstwert und Identität als ... in einem multiprofessionellen Team, fachliche Anforderungen heute an Profession X)

Mit welchen *Menschen* kann ich oder nicht?

- Persönlichkeit/ Charakter
- Alter, Geschlecht
- Werte

Mit welchen Lebensthemen kenne ich mich aus? (Ungleichgewicht zwischen Beruf und Privatleben; radikale Neuorientierungen; selbständig oder angestellt sein; als Frau in Führungspositionen; etc)

Arbeitsbedingungen

- Wie weit würde ich für eine Beratung / ein Training fahren? (Einzugsgebiet)
- Wie hoch müsste mein Stunden- oder Tageshonorar sein?
- Wie viel Umsatz muss ich im Monat machen?

Es geht um eigene berufliche Erfahrungen in Organisationen, Positionen und als Professional (auch ganz frühe) und verarbeitete biographische Erfahrungen. Denken Sie auch an Erfahrungen, die Sie in Beratungen sammeln konnten und an Erfahrungen aus dem privaten Umfeld (z.B. Betrieb der Eltern, Arbeitsplatz des Partners, von Freunden etc). Und es geht zweitens um ihr Wissen über diese Bereiche: reflektierte und verallgemeinerbare Erfahrungen und Theoriewissen.

Auswertung der Daten: Wer ist mein Kunde?

- Entsteht aus der Kombination der Faktoren, z.B.: Vereine im Bereich der Behindertenhilfe, aus denen sich die Gründergeneration zurückzieht/ nicht zurückziehen will. Pionierbetriebe des IT Bereichs, die stark gewachsen sind und nun vor der Frage stehen, wie viel Struktur sie brauchen. Oder: Mittlere Führungskraft eines KMU in Branche X. ; Ingenieure, die in die Managementlaufbahn eines großen Industriebetriebs einsteigen, Wissenschaftlerinnen auf Projektstellen, die vor der Entscheidung stehen, Karriere innerhalb oder außerhalb der Uni zu machen. Akademikerinnen, die sich nach der Familienphase selbständig machen wollen.
- Gibt es verschiedene Kundengruppen oder erst mal nur eine?

Und dann die Frage zu den Wünschen
- Wo habe ich wenig Erfahrungen, aber Lust und Energie, um an diese Kundinnen und diese Themen ranzugehen?

Eine Strategie hat man entwickelt, wenn man noch folgende Schritte macht:

Marktpotentialanalyse

- Chancen des Markts und meine dazu passenden Stärken: Wie viel weiß ich über die momentane Situation dieser Kundengruppe? Welchen Nutzen kann ich meinen / meinem Kunden bieten?
- Risiken des Marktes
- Meine Schwachstellen ⇒ gibt es Entwicklungsbedarf?

Analyse des Wettbewerbsvorteils / Produktvorteils

Meine Stärken und Kompetenzen

- Sind sie für den Nachfrager erkennbar und entscheidungsrelevant?
- Sind sie gegenüber der Konkurrenz dauerhaft durchzuhalten? (Energieeinsatz)

Wie kann ich meine Kunden erreichen?

- Mit welchen Kommunikationsmedien?
- Über welche anderen Angebote, die ich mache (vom Coaching zur Karriereberatung, aus Seminaren heraus Coachings akquirieren,...)
- Wie will ich mich und mein Angebot, den Nutzen darstellen?
- Welche unterstützenden Ressourcen kann ich aktivieren (Netze, direkte und indirekte Kontakte)

Überarbeitete Fassung eines Auszugs aus: Kornelia Rappe-Giesecke: Triadische Karriereberatung, EHP Verlag, Bergisch Gladbach 2008, S. 311-316