



Die Schockstarre in Energie umsetzen

Ein Gespräch mit Sabine Wittig

Wie kommen die Coaches und Trainer heil durch „die Krise“? Sabine Wittig, eine wirklich erfolgreiche und erfahrene Kollegin, gibt Rat. Zuerst einmal sollte jede und jeder die Situation zu erkennen, wie sie ist – Wittig analysiert: „Die Geschwindigkeit mit der Unternehmen Weiterbildungsmaßnahmen gestoppt haben, ist erschreckend.“ Und genau so wichtig ist nicht in hektischen Akquise-Aktivismus zu verfallen. Der bessere Weg ist Cross-Promotion unter Trainern. Die Krise also kann zu – um ein unmodern gewordenes Wort aus dem Sozialbereich zu verwenden – einer „Aktion Gemeinsinn“ führen.

Coaching-heute: Wie erleben Sie die Auswirkungen der Wirtschaftskrise als Beraterin und Trainerin?

Sabine Wittig: Bei vielen Unternehmen hat durch die verschärfte Rezession eine Art Schockstarre eingesetzt. Die Geschwindigkeit mit der Unternehmen Weiterbildungsmaßnahmen gestoppt haben, ist erschreckend. Natürlich müssen Unternehmen ihre Liquidität sichern und das Geld zusammenhalten. Gleichzeitig müssen sie doch aber auch Umsätze machen, Kunden halten, überlegen, wie geht es weiter, was müssen/können sie verändern?

Es ist viel Potenzial da, aber viele Geschäfte werden nicht umgesetzt. Da hat jemand dreieinhalb Millionen Euro investiert, 35 neue Mitarbeiter eingestellt, die Infrastru-

ktur geschaffen – und es passiert nichts. Das kann sich kein Unternehmen leisten. Trainer können helfen, das Geschäft anzuschieben.

Coaching heute: Merken Sie selbst als Trainerin die Veränderungen?

Sabine Wittig: Aber sicher, ich bin im vierten Jahr mit meinem Geschäft und bemerke schon letztes Jahr vor Weihnachten, dass es auch für den Jahreswechsel sehr ruhig war, der Januar war ruhig, der Februar brachte viel Kurzarbeit bei meinen Kunden, ich merkte, ich muss was tun.

Coaching heute: Also, was tun, wenn das Telefon schweigt? Keine Mails rein-kommen? Uns niemand will?

Sabine Wittig: Ich empfehle strategisch ran-



Sabine Wittig Kunden & Prozesse
D – 63322 Rödermark

zugehen. Erstens: Welche Art Dienstleistung biete ich? Ist sie aktuell, gefragt, auf dem neuesten Stand?

Zweitens: In welcher Unternehmensphase bin ich? Im Aufbau, auf dem Höhepunkt, im Abschwung?

Drittens: Worauf kann ich verzichten?

Wenn die Löcher im Kalender immer größer werden, muss ich mir überlegen: Wo kann ich mich einschränken, wie kann ich schlechte Zeiten überstehen?

Weniger haben, mehr sein

- Das Einfach-leben-Buch: Lebensfreude auch in turbulenten Zeiten
- Wie viel brauchen wir zum Glückhsein?
- Gut gewappnet durch alle Krisen



Sabine Asgodom, Siegfried Brockert
DAS GLÜCK DER PELLKARTOFFELN
Vom Luxus der Zufriedenheit
288 Seiten, Geb. mit SU
€ 17,95 [D]/€ 18,50 [A]
Empf. VK-Preis CHF 31,90
ISBN 978-3-466-30844-6

Wir leben in turbulenten Zeiten, Umdenken ist angesagt. Sabine Asgodom und Siegfried Brockert zeigen Szenarien, Visionen und Hoffnungen. Sie rufen zur Eigeninitiative auf: Klima, Finanzen, Beruf, Ernährung – wem können wir noch trauen? Ein kluges, energiegeladenes Buch, das uns hilft, unser Lebensglück trotz widriger Umstände zu erhalten.



www.koesel.de
Kösel-Verlag München, info@koesel.de

SACHBÜCHER UND RATGEBER
kompetent & lebendig.

Coaching heute: Und was beobachten Sie bei Trainerkollegen?

Sabine Wittig: Viele starren wie das Kaninchen auf die Schlange. Aber wenn wir als selbstständige Unternehmer – so wie unsere Kunden auch – jetzt nicht handeln, dann sind wir verloren: Wenn ich jammere, nichts tue und meinen Kontostand hochrechnen, dann kann ich irgendwann das Licht ausmachen. Also, wohl denen, die ein finanzielles Polster haben und mit klarem Kopf für die Zukunft planen können. Und die anderen: Sofort mit der Bank ins Gespräch kommen und bleiben, die muss wissen, warum die Einnahmeseite plötzlich so schmal wird. Und man muss den Bankern das Gefühl geben, dass man trotzdem zukunftsfähig ist.

Coaching heute: Was sollen sie denn tun?

Sabine Wittig: Sie können mit Hilfe von Kollegen, Freunden oder einem professionellen Coach Strategien entwickeln, Szenarien, was ist wahrscheinlich, wie reagiere ich. Was kann ich jetzt tun, um mich besser aufzustellen, um neue Kundenkreise zu erschließen? Wie komme ich an neue Kunden ran und wie erhöhe ich jetzt nochmal meine Qualität? Übrigens ist es ratsam, für sich selbst auch für den Worst Case zu überlegen: Was heißt denn Insolvenz? Wie könnte ich mein Unternehmen weiterführen? Gibt es einen Plan B?

Coaching heute: Manche Kollegen fangen jetzt an, hektisch zu akquirieren. Bringt das was?

Sabine Wittig: Ich warne davor, jetzt in Aktionismus zu verfallen. In dieser Situation bringt hektische Kaltakquise wenig. Viel besser ist es, jetzt erst mal über Strategien nachzudenken: Welche Kunden möchte ich gewinnen? Wo treffe ich diese? Auf welchen Messen oder Kongressen müsste ich auftreten, um gesehen zu werden, übrigens, wenn es sein muss auch umsonst. Und bei den Bestandskunden: Mal wieder anrufen, Kontakte ausgraben, Kontakt su-

chen, was man ja eigentlich sowieso machen sollte. Ein aktuelles Angebot entwickeln. Sich bedanken für zurückliegende Aufträge, Anknüpfungspunkte suchen. Was braucht der Kunde in dieser Situation, wo hat er Beratungs- oder Schulungsbedarf?

Coaching heute: Ist die Gefahr nicht groß, dass wir bei knurrendem Magen verkrampfen?

Sabine Wittig: Ja, vor allem beim Netzwerken beobachte ich das. Wenn sich jetzt alle Trainer ins Getümmel stürzen und ihre Flyer verteilen, bringt das gar nichts. Bitte im Small Talk keine Verkaufsgespräche. Kontakte knüpfen unbedingt mit leichtem Ton. Was Trainer stattdessen jetzt verstärkt nutzen können, um sich zu helfen: Empfiehlt euch gegenseitig. Bringt den geschätzten Kollegen, die geschätzte Kollegin ins Spiel.

Coaching heute: Dagegen steht doch sicher oft die Angst, der/die andere bootet mich vielleicht aus?

Sabine Wittig: Gerade Speaker wissen, dass sie nicht jedes Jahr fürs Mitarbeiter-Kick-off angeheuert werden oder für die große Kundenveranstaltung. Warum empfehlen wir uns nicht gegenseitig unseren Kunden fürs nächste Jahr? Dann haben beide Seiten etwas davon. Da müssen wir im Sinne eines echten Nutzens für den Kunden noch eine Menge hinzulernen – nicht jeder kann alles. Ich habe damit gute Erfahrungen gemacht.

Coaching heute: Wie sehen Sie die Bereitschaft von Trainern, in der Krise den Kunden mit Preissenkungen entgegenzukommen, also Price-Dumping?

Sabine Wittig: No price-cut! Altkunden kann man höchstens entgegenkommen, indem man beispielsweise die Reisekosten inkl. anbietet. Aber um Himmelswillen, jetzt nicht die Preise für Weiterbildung in den Keller fahren. Im Gegenteil, wenn die Aufträge weniger werden, muss der Preis nach oben. Also bei Neukunden ausprobieren, ginge auch mehr? ■