

Von der Raupe zum Schmetterling

Als »Trainer-Trainer« hat Dr. Manfred Greisinger, Autor des bereits 1998 erschienenen Bestsellers »Ihr ICH als unverwechselbare Marke«, bereits vielen Trainern zu einem markanten Profil verholfen. Er lehrt als Trainer und Universitätslektor für Persönlichkeitsentwicklung und Positionierung an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt sowie an der Donau-Uni Krems.

Gerade im Trainer-Markt können nur starke Marken reüssieren.

Samy Molcho ist Körpersprache, sonst nichts; Emil Hierhold ist Präsentation, sonst nichts; Ingrid Amon ist Stimme, sonst nichts. »Und was bieten Sie an?«, werden Kollegen gefragt, und antworten: »Alles, was Sie wünschen, lieber Auftraggeber; ich mache Kopfstände, Salti und renne nackt für Sie durch die Firmen-Kantine, wenn ich nur Ihre Euros dafür bekomme ...«

Nur die wenigsten Trainer und Berater sind in der Lage, ihren USP, ihre Einzigartigkeit darzustellen. Warum ist die Ausbildung einer »ICH-Marke« für so viele noch Utopie?

Manfred Greisinger:

Tja, um vom Stadium der Raupe zum Schmetterling zu werden, ist Selbst-Entwicklung nötig. Es gilt, hemmenden Umständen zu entsteigen und bewusst, engagiert und kraftvoll in Neues einzusteigen. Der ICH-Marken-Prozess ist nichts Aufgesetztes, es gilt, die ureigenen Anlagen zu kultivieren, Ecken und Kanten auszubilden, sich selbst zu veredeln.

Worin liegt die große Bedeutung des Themas Marke?

Viele suchen in dieser Zeit der Austauschbarkeit nach Orientierung. – Marken liefern Unverwechselbarkeit, Versprechen, klare Benefits. Somit lebt jede Firma von ihrer Marke und den begeisternden ICH-Marken von Mitarbeitern. Gerade im unüberschaubaren Trainer-Markt können nur starke Marken reüssieren.

Wie wird man eine Marke?

Die Voraussetzungen für ein erfolgreiches, geglücktes (Trainer-)Leben sind Mut und Konzentration auf die Essenz! Schauen Sie auf die Aushängeschilder dieser Branche:

Welche Anregungen geben Sie zukünftigen Spitzen-Trainern in Ihrer Beratung?

Zur Einstimmung:

- Was konkret sollen die Teilnehmer von einem Training mit Ihnen mitnehmen?
- Was wollen Sie in Ihren Trainings erleben? Wofür machen Sie's?
- Haben Sie – ehrlich – das Gefühl, schon jetzt Ihr Bestes zu geben? Steigerung möglich?

Bearbeiten:

- Was unterscheidet Ihre Art von Training tatsächlich von anderen mit ähnlichem Inhalt?
- Worin genau liefern Sie Qualität, Verlässlichkeit, Sicherheit, Orientierung?
- Welches spezielle (Marken-)Versprechen können nur Sie geben?

Umsetzung:

- Kreieren Sie eigene, selbst entwickelte Übungen und Methoden – statt Kopien aus Trainerhandbüchern zu verwenden.
- Schöpfen Sie aus Ihrem Fundus, Ihren Hobbys (Musik, Jonglieren, Malen, Tiere, ...).
- Mut zu Außergewöhnlichem: Schaffen Sie eine neue Kategorie eines Trainings.
- Spitzen Sie Ihre Botschaften zu, lassen Sie Austauschbares weg; markieren Sie Ihr Kompetenzrevier. Und lernen Sie, all das auf wenige Sätze zu konzentrieren. □

www.stoareich.at

Brauchen Trainer, Coachs, Personalisten eine »Marke«?
– »Nein, sie können auch unauffällig und geringst bezahlt weiterwursteln«, meint »ICH-Marke«-Pionier Dr. Manfred Greisinger im Gespräch mit Peter Sommer und gibt angehenden Trainern wertvolle Positionierungs-Tipps.



Manfred Greisinger