

Marketing

Andreas Klar: „Mich treiben heute andere Werte an“

Andreas Klar ist einer der führenden Business-Mentoren in Deutschland. Er berät vor allem Gründerinnen und Unternehmerinnen darin, wie sie ihr Business konsolidieren und nachhaltig skalieren. SHE works! hat mit ihm über Corona, seine Todeserfahrung und die Consultingbranche gesprochen.

Bis zur Corona-Krise sah man Sie auf Bühnen mit bis zu 1000 Menschen. Mehr als 500 Klienten haben bislang Ihre Programme durchlaufen. Ihre großangelegte Roadshow mussten Sie wegen Covid-19 kurzerhand auf Eis legen. Wie haben Sie diesen Break erlebt?

Natürlich hat mich das auch erst einmal niedergeschmettert – und auch ziemliches Geld gekostet. Wir hätten mit Corona alles den Bach runtergehen lassen können, resignieren können, ja. Aber ich habe Verantwortung, nicht nur mir gegenüber, sondern auch gegenüber den Mitarbeitern und

den Kunden. Ich habe die Ruhe genutzt, um mich wieder mit mir selbst zu verbinden und meine Kraft mit den Kunden zu teilen, die unruhig bis panisch waren. Wir haben unsere Ausrichtung geprüft und uns noch einmal spezifischer aufgestellt. Die Reaktion des Marktes gibt uns absolut Recht.

Sie legen Wert darauf, sich von üblichen Business-Coaching-Programmen abzuheben.

Ja. Die Branche ist ja noch recht jung, aber die Auswüchse sind verheerend, sowohl nach oben als auch nach unten. Es reicht eben nicht, mit einer Rolex zu winken oder vor einer Yacht zu posieren, um Erfolg im Business zu haben. Ok, es gibt die ersten Multimillionäre. Eine Mehrheit der Berater, die allein unterwegs ist, wird sich aus dem unteren Preissegment aber kaum befreien können.

Das mit der Rolex und der Yacht konnten Sie doch auch mal ganz gut. Bei einigen

Kundinnen kam das nicht so gut an

Ja, das ist wahr (lacht) und das haben sie mir sogar persönlich gesagt. Heute sind sie Teilnehmerinnen meiner Seminare oder Programme, - auch, weil ich mich verändert habe und Erfolg heute völlig anders definiere. Wenn es meinen Coachees gelingt, ihr Herzens-Business so richtig ans Laufen zu bekommen oder wenn meine Tochter den Durchbruch schafft in ihren ganz persönlichen Lebenszielen, dann ist es das, was ich heute Erfolg nenne und was mich stolz macht. Ich habe nichts gegen Geld, es ermöglicht ein angenehmes Leben. Die Frage ist nur: Was ist der Preis dafür? Mich treiben heute andere Werte an, die man mit Geld nicht kaufen kann: Liebe, Verbindung, persönliches Wachstum und natürlich Gesundheit.

Was hat bei Ihnen dieses Umdenken ausgelöst?

Wenn mir etwas Spaß macht,

gebe ich Gas. Neben den Unternehmen, die ich seit 2002 zuvor im Bereich Fitness und Finanzberatung gegründet habe, habe ich das Coaching Business begründet – bis mich ein schwerer Autounfall total eingebremst hat. Ich war klinisch tot. Meine Mutter schwerstverletzt, meine Tochter im Rollstuhl, unklar, ob sie je wieder würde laufen können. Nur der geglückten Reanimation habe ich es zu verdanken, dass ich mich

überhaupt noch fragen konnte, warum ich diesen Horrorcrash überlebt habe.

Inzwischen bin ich fest davon überzeugt, dass ich auf dieser Welt noch etwas erledigen sollte, - vor allem, wenn ich sehe, welche Bedarfe es auf dem Markt gibt und dass ich Nutzen stiften kann. Meiner Mutter geht es übrigens wieder gut, meine Tochter kann wieder laufen. Sie waren beide sehr stark und haben Unglaub-

liches geleistet.

Sie beraten Selbständige und Unternehmerinnen. Welche Probleme haben 90 Prozent Ihrer Klientinnen, wenn sie zu Ihnen kommen?

Marketing und Verkauf sind nicht sauber aufgesetzt und oft mangelt es am idealen Angebot für den Zielkunden. Im Vertrieb stoße ich häufig auf die Problematik, dass das Closing, d.h. den Interessenten



SHE works! / Andreas Klar: „Mich treiben heute andere Werte an



in den Käufer zu verwandeln, nicht gelingt. Die Stärke der Frauen, ihre Empathie für den Zielkunden, schlägt beim Closing ins Gegenteil um. An dieser Stelle ist Empathie allerdings fehl am Platz. Das Gute ist aber: Marketing und Closing kann man erlernen, am idealen Angebot zu feilen auch.

Welchen Rat haben Sie noch für Gründerinnen?

1. Dass die Anbieterin Persönlichkeit hat und diese auch öffentlich zeigt, authentisch bitte.
2. Dass die Anbieterin am Kunden als Menschen interessiert ist! Verkaufen ist heute Beziehungspflege pur, hier sollten alle mehr Wert auf Nachhaltigkeit legen.

Vielen Dank für das Gespräch!

Mehr unter www.andreas-klar.com

