DIE SECHS STUFEN ZUM ERFOLGREICHEN HUNDETRAINER

EMPFEHLUNGEN FÜR DEINEN HANDLUNGSPLAN

Inhalt

Dein Handlungsplan: Die Empfehlungen für Dich

Finanzen ... 3
Preise ... 9
Angebot ... 12
Kunden ... 20
Marketing ... 26
Alltag & Büro ... 33
Selbstorganisation & Freizeit ... 41
Selbstverständnis als Unternehmer ... 51
Selbstvertrauen & Stimmung ... 59

DEIN HANDLUNGSPLAN: DIE EMPFEHLUNGEN FÜR DICH

Finanzen

Den Themenbereich Finanzen habe ich nicht umsonst an die erste Stelle gesetzt. Es mag sein, dass Du kein Freund von Zahlen bist. Dann möchte ich Dir jetzt sagen:
Änder‘ das.
Und zwar umgehend.
Das ist kein „nice to have“ in der Selbständigkeit. Sondern eine absolut elementare Grundlage für ein erfolgreiches Unternehmen.

→ Empfehlungen für Stufe 2-Unternehmer oder höher

1. Geschäftskonto:

Trenne unbedingt Dein Privatkonto vom Geschäftskonto. Früher oder später – spätestens wenn Du mit einem Steuerberater zusammenarbeitest – wirst Du so oder so ein Geschäftskonto haben. Dann alle Kontakte eines laufenden Betriebs auf die neue Bankverbindung umzustellen, ist sehr mühselig – Du wirst das bestimmt schon einmal erlebt haben oder kannst es Dir vorstellen. Ein professioneller Unternehmer wird seine geschäftlichen Zahlvorgänge *immer* auf einem Geschäftskonto führen. Mache dies von Anfang an, denn später wird der Aufwand für Dich mit Garantie größer ausfallen als zu Beginn.

2. Kennzahlen kennen:

Lerne die wichtigen Kennzahlen in Deinem Unternehmen kennen, also Ausgaben, Umsatz, Gewinn. Ganz generell: Wie sind sie definiert, wie errechnet man sie? Es ist wichtig, dass Du verstehst, was diese Größen bedeuten.

3. Maßnahmen für Kennzahlen:

Lerne, mit welchen Maßnahmen Du Umsatz, Ausgaben und Gewinn beeinflussen kannst, z.B. Deine Preise, Dauer eines Termins, Anzahl der Teilnehmer pro Termin, Zeiteinsatz für Vor- und Nachbereitung u.Ä.

4. Steuerarten:

Lerne, wie die drei für Dich wichtigen Steuerarten funktionieren und welchen Einfluss sie auf Dein Einkommen haben: Umsatzsteuer, Gewerbesteuer und Einkommenssteuer.

5. Steuerberater finden:

Führe Gespräche mit Steuerberatern, um ein Gefühl dafür zu bekommen, welche Aufgaben auf Dich zukommen und woran Du denken musst. Nutze diese Gespräche, um den für Dich richtigen Steuerberater zu finden, mit dem Du langfristig zusammenarbeitest.

6. Ausgabenübersicht:

Erstelle Dir eine Übersicht, welche Ausgaben wann (in welchem Monat) anfallen, z.B. in Word oder Excel. So kannst Du sicherstellen, dass Du immer liquide bist oder frühzeitig handelst, wenn es einmal eng werden sollte (Kredit von Freunden, Dispo erweitern etc.). Unterscheide bei Deinen Ausgaben zwischen betrieblichen Kosten und privaten Ausgaben.

7. Notwendiger Umsatz:

Mache Dir klar, wie viel Umsatz Du haben musst, damit Du nach allen Abzügen einen Betrag auf dem Konto hast, den Du zum beruhigt Leben brauchst. Hierfür ist notwendig, dass Du alle Abzüge kennst, die Deinen Brutto-Umsatz zu Deinem Netto-Einkommen (nach Steuern) machen: Umsatzsteuer, Einkommenssteuer, ggf. Gewerbesteuer, Sozialabgaben (Krankenkasse und Pflegeversicherung), ggf. gesetzliche Rentenversicherung und natürlich Deine Betriebskosten.

8. Finanzplanung mit Umsatzsteuer:

Beschäftige Dich damit, wie Deine Finanzplanung (dazu gehören Dein Umsatz und Deine Ausgaben – das, was Du in Empfehlung 6 und 7 bereits aufgestellt hast) funktionieren würde, wenn Du umsatzsteuerpflichtig wärst. Du blockierst Dich selbst in Deinem Wachstum, wenn Du Angst davor hast, die Umsatzgrenze für Kleinunternehmer zu durchbrechen (Stand 2020: 22.000,-€ Umsatz pro Jahr). Beschäftige Dich mit diesen Zahlen, damit der Schritt in die Umsatzsteuerpflicht seinen Schrecken verliert.

9. Umsatzplanung:

Plane, mit welchen Angeboten Du welchen Umsatz erreichst. Es ist wichtig, dass Du ein Gefühl dafür bekommst, mit welchen Maßnahmen Du wie viel Geld einnehmen kannst bzw. wie viel Du arbeiten musst, damit Betrag x hereinkommt.

10. Stundensatz & Umsatz pro Woche:

Als Unternehmer musst Du zwingend Deinen Stundensatz kennen. Dein Stundensatz ist das, was Du **pro Kundentermin** verdienen musst, damit Du gut von Deiner Selbständigkeit leben kannst. Rechne ebenfalls aus, wie viel Du **pro Woche** verdienen musst, damit Du ein gutes Einkommen im Monat hast. Die Milchmädchen-Rechnung „ein Monat = 4 Wochen“ reicht dabei übrigens nicht. Hochgerechnet auf ein Jahr musst Du nämlich auch (ausreichend!!)

Urlaub und Krankheit berücksichtigen. Ein Jahr hat somit nicht 52 Arbeitswochen, sondern in der Regel 42 bis 44 Arbeitswochen.
In diesen z.B. 42 Arbeitswochen musst Du den Umsatz für das gesamte Jahr erwirtschaften. Rechne den Umsatz von einer Woche x 42, um Deinen Jahresumsatz zu errechnen. Teile dieses Ergebnis durch 12, um Deinen Monatsumsatz zu erhalten.
Eine einfache Beispielrechnung: Wenn Du bspw. pro Woche 25 Stunden am Kunden arbeiten möchtest (vereinfacht fassen wir hier Einzel- und Gruppenstunden zusammen) und 42 Arbeitswochen pro Jahr hast, arbeitest Du im Jahr 1.050 Stunden am / mit Kunden (42 Wochen x 25 Stunden).
Wenn Du nun weißt, dass Du – unter Berücksichtigung aller Ausgaben, Steuern, Krankenkasse, Altersvorsorge und Deinem persönlichen Wunsch-Einkommen – pro Monat 6.000,-€ Umsatz zu machen hast, musst Du im Jahr 72.000,-€ erwirtschaften (6.000,-€ pro Monat x 12 Monate). Das bedeutet, dass Dein Stundensatz kalkulatorisch 68,57€ beträgt, also sagen wir aufgerundet 70,-€ (72.000,-€ Jahresumsatz / 1.050 Stunden).
Pro Arbeitswoche gilt es, 1.714,29€ zu erwirtschaften (72.000,-€ Jahresumsatz / 42 Wochen).
Mit diesen Zahlen kannst Du planen, was Du in welcher Form anbieten kannst und solltest, um Deine Wunsch-Zahlen zu erreichen.

Gehe nicht von einer 100% Auslastung aus, wie ich es gerade in der einfachen Beispielrechnung getan habe. Kalkuliere ein, dass die Nachfrage schwankt oder Unvorhergesehenes passieren kann, z.B. nicht eingeplante Ausgaben oder weniger Arbeitswochen als geplant. Finanzielle Puffer einzuplanen anstatt Deinen Finanzplan auf Kante zu stricken, zeugt von unternehmerischer Voraussicht und ist die Basis für ein langfristig erfolgreiches Unternehmen.

11. Kontakt zum Finanzamt:

Telefoniere mit dem Finanzamt, wenn Du Fragen hast oder Dir etwas unklar ist. Das Finanzamt ist nicht nur da, um Geld von Dir einzusammeln. Es hat eine beratende Funktion und Du kannst dort Fragen stellen, wenn Du bei steuerlichen oder bürokratischen Vorgängen u.Ä. nicht weiterweißt.

12. Altersvorsorge:

Führe Informationsgespräche über Deine Altersvorsorge. Ja, schon jetzt, auch wenn Du im Moment noch kein Geld für diesen Posten hast. Ich rate Dir, mit mindestens drei unterschiedlichen Personen zu sprechen, z.B. Deiner Hausbank und zwei freien Beratern, die Du durch breitflächiges Nachfragen in Deinem Bekanntenkreis finden wirst. Danach hast Du nicht nur einen guten Überblick darüber, was hinsichtlich Deiner Altersvorsorge zu bedenken ist, son-

dern auch ein sehr gutes Bauchgefühl dafür, welcher Berater der Richtige für Dich ist, mit dem Du langfristig zusammenarbeiten möchtest. Starte mit einem Mini-Betrag, z.B. 20,-€ im Monat (jedes Jahr, das Du früher startest, ist wichtig für Dich und macht sich im Zinseszins-Effekt bemerkbar).

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 2-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 3 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

13. Vorausschauende Umsatzplanung:

Entscheide, wohin Du wachsen möchtest. Lege fest, welchen Umsatz und welchen Gewinn Du in den nächsten drei Jahren machen möchtest.

14. Vorausschauende Umsatzplanung konkret:

Plane auch, mit welchen Angeboten Du dies erreichen wirst. Beachte dabei neben den üblichen Betriebskosten auch Investitionen in Dich und Dein Unternehmen (Fortbildung, Renovierung, Auto etc.)

15. Ausgabenübersicht aktuell:

Halte Deine Ausgabenübersicht (wann stehen welche Betriebskosten und Ausgaben an) aktuell. Schaffe Dir eine Routine, einen regelmäßigen Termin, z.B. alle drei Monate, an dem Du Deine Ausgabenübersicht aktualisierst. Falls Du noch keine solche Übersicht hast, lege sie Dir an, um Deine Zahlen transparent zu haben.

16. Stellschrauben Umsatzsteigerung:

Hinterfrage Dein Angebot auch noch einmal vor dem Hintergrund, Deinen Umsatz zu steigern, ohne mehr zu arbeiten. Bist Du nun so weit, mehr Teilnehmer in ein Angebot zu nehmen? Tandem-Termine einzuführen? Die Dauer eines Angebots (Einzeltermin, Gruppenstunde) zu kürzen, z.B. von 60 auf 50 oder 45 Minuten, bei gleichbleibendem Preis? Oder den Preis für eine Einheit zu erhöhen? Natürlich entscheidest Du Dich nur für Maßnahmen, hinter denen Du zu 100% stehst.

17. Altersvorsorge erhöhen:

Hast Du Deine erste Altersvorsorge-Einzahlung abgeschlossen? Wenn nicht: Gib dem jetzt höchste Priorität. Ich weiß, es ist verlockend, aber ich bitte Dich: Verschließe nicht die Augen davor. Egal, wie alt oder jung Du bist – tu es. JETZT! Wenn Du bereits einen kleinen Betrag pro Monat einzahlst – wunderbar! Stocke Deine Altersvorsorge nun ein wenig auf und erhöhe die Zahlung – auch wenn es nur 10,- oder 15,-€ mehr sind. Das bringt ‘was. Und ja, das bekommst Du hin.

18. Regelmäßige Finanzplanung:

Wenn Du es noch nicht eingeführt hast, lege Dir regelmäßige Tage fest, in denen Du Dich Deinen Finanzen widmest. Einmal im Monat solltest Du alles aktuell und sauber halten, alle drei Monate solltest Du einen Blick auf Deine Planung werfen: Welche Angebote finden in den nächsten Monaten statt, welcher Umsatz ist avisiert, wie sind die letzten Monate gelaufen? Blocke Dir mindestens einen halben Tag im Monat bzw. einen ganzen Tag alle drei Monate dafür, an dem Du nichts anderes machst.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 3-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 4 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

19. Stundensatz erneut kalkulieren:

Auf Stufe 2 hast Du zum ersten Mal Deinen Stundensatz kalkuliert (Finanz-Empfehlung Nr. 10). Basis für eine solche Kalkulation ist die Annahme, wie viel Du pro Monat und Jahr einnehmen und wie viele Stunden pro Woche Du am Kunden arbeiten möchtest. Beides kann sich im Laufe Deiner Entwicklung verändert haben: In der Regel möchte ein erfahrenerer Unternehmer mehr Geld verdienen und wenn möglich weniger arbeiten. Somit muss der Stundensatz steigen. Berechne die so wichtige Kennzahl für Dein Unternehmen nun mit aktuellen Zahlen erneut.

20. Gezielte Investitionen:

Geld in sich und das Unternehmen zu investieren, ist sinnvoll. Bitte mach da jedoch keine Schnellschüsse. Es gibt unheimlich viele Coaches und Berater am Markt, die Dir Programme für 3.000,-€ bis 20.000,-€ verkaufen wollen und Dir immense Versprechungen machen. Meist sind solche Programme gar nicht notwendig und Du kannst das Geld besser in Dich investieren. Mach Dir konkret klar, wozu bzw. zu welchem Thema Du Unterstützung benötigst – z.B. mit Hilfe dieses Buches. Und dann suche Dir gezielt jemanden, der Dich dabei unterstützt.

21. Investitionen hinterfragen:

Du bist nun in der Phase, in der Du weiter wächst. Investitionen sind jetzt normal und wichtig. Hinterfrage jede Investition dennoch mit wachem Auge, kühlem Kopf und klarem Blick. Hole Dir die Meinung von vertrauten Menschen ein. Bei jeder Investition muss für Dich ganz klar sein, wo Dein persönlicher oder unternehmerischer Nutzen ist. Wenn Du den nicht benennen kannst, ist es sehr fragwürdig, ob die Investition sinnvoll ist.

22. Finanzieller Puffer:

Baue Dir einen finanziellen Puffer auf. Das ist recht anspruchsvoll, wenn gleichzeitig Investitionen vorgenommen werden. Dein nächstes Ziel sollte zusätzlich sein, Dir einen finanziellen Puffer im

5-stelligen Bereich aufzubauen. Plane konkret, wann Du welche Beträge sparst, damit Du dieses Ziel am Tag X (notiere Dir ein konkretes Datum) erreicht hast, und richte einen Dauerauftrag ein. Das Geld sollte auf ein separates Konto gehen, das im Alltag für Dich tabu ist, damit Du Dich nicht hin und wieder bedienst.

23. Planungsgespräche mit Steuerberater:

Auf dieser oder der nächsten Stufe werden Unternehmer immer wieder von hohen Steuerzahlungen „überrascht", weil sie bspw. einen eklatanten Umsatzsprung gemacht haben. Sprich Deinen Steuerberater konkret darauf an, ob mit außergewöhnlichen Zahlungen zu rechnen ist, so dass Du diese in Deinen finanziellen Puffer einplanen kannst.

24. Altersvorsorge-Strategie:

Setze Dich nun intensiv mit Deiner Altersvorsorge auseinander. Lasse Dich nun nochmals intensiv und ggf. von verschiedenen Personen beraten – so lange, bis Du eine Strategie für Deine Altersvorsorge hast und weißt, wie sie aufgebaut sein wird.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 4-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 5 oder 6 bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

25. Finanziellen Puffer ausbauen:

Auch wenn Du seit Stufe 4 daran arbeitest, Dir einen finanziellen Puffer im 5-stelligen Bereich aufzubauen, hast Du das eventuell noch nicht geschafft oder es erst gerade so geschafft, die 10.000er-Marke zu knacken.
Lege nun das nächste Ziel fest, z.B. einen 5-stelligen Finanz-Puffer aufzubauen, von dem Du Dich und Dein Unternehmen (laufende Kosten) ein Jahr ernähren könntest, wenn es plötzlich eine elementare Krise (wie z.B. Corona) geben und alles brach liegen würde. Plane auch hier konkret, wann Du welche Zahlungen tätigst und lege einen Dauerauftrag an.

26. Altersvorsorge dauerhaft im Blick:

Ab jetzt solltest Du ca. einmal jährlich mit Deinem Altersvorsorge-Berater sprechen und Deine Versorgungsstrategie an die aktuellen Begebenheiten Deines Unternehmens anpassen. Stelle sicher, dass Ihr einen Prozess festlegt, mit dem Ihr langfristig regelmäßig diese Termine wahrnehmt.

Preise

Das Thema Preise kommt bewusst nach dem Thema Finanzen, denn einige Empfehlungen zu den Preisen fußen direkt auf den Finanz-Empfehlungen.
Die Finanz-Empfehlung Nr. 10 rät Dir zum Beispiel, Deinen Stundensatz auszurechnen. Den musst Du nämlich kennen, um Deine Preise auf einer soliden Basis festzulegen (und der Blick auf die Konkurrenz ist keine solide Basis).

→ Empfehlungen für Stufe 2-Unternehmer oder höher

1. Preiskalkulation mit Umsatzsteuerpflicht:

(siehe auch Finanz-Empfehlung Nr. 8)
Auch wenn Du noch nicht umsatzsteuerpflichtig bist, kalkuliere Deine Preise von Anfang an mit Mehrwertsteuer (Mehrwertsteuer und Umsatzsteuer sind übrigens zwei Begriffe für ein und dasselbe). Solange Du noch keine Umsatzsteuer abführen musst, freue Dich über die zusätzlichen Einnahmen. Wenn es dann so weit ist, gerätst Du nicht unter Druck, von jetzt auf gleich Deine Preise um 19% zu erhöhen, weil Deine Einnahmen sonst nicht mehr ausreichen. Wenn Du das Ziel hast, Dein Leben lang Kleinunternehmer zu bleiben, mach es ruhig einmal „spaßeshalber", um einen klaren Blick auf Deine Finanzen zu haben. Wer weiß, ob Du Deine Meinung nicht doch einmal änderst.

2. Preis = Stundensatz:

Richte Deinen Preis an Deinem kalkulierten Stundensatz aus (Finanz-Empfehlung Nr. 10). Es kann gut sein, dass Du Dich im Moment noch nicht wohlfühlst, den Preis für eine Einzelstunde genauso hoch festzusetzen wie Deinen Stundensatz. Denn Dein Stundensatz – also das, was pro Kundentermin reinkommen muss, damit Du gut von Deiner Selbständigkeit leben kannst – wird sich mindestens bei 55,-€ aufwärts (erfahrungsgemäß eher bei 60,- oder 65,-€) bewegen müssen. Auch wenn Du im Moment noch nicht so weit bist, diesen Preis aufzurufen: Es ist wichtig, dass Du ihn kennst und weißt, dass Du Dich dorthin entwickeln musst, damit Dein Unternehmen funktioniert.
Entscheide nicht danach, was die Kollegen in Deinem Umfeld tun.
Kalkuliere Deinen Stundensatz, lasse ihn sacken und schlaf ein wenig drüber.
Entscheide Dich dann für einen Preis, den Du über die Lippen bringst und mit dem Du Dich (ziemlich) wohlfühlst. Ein wenig zwicken darf es schon, denn es gilt ja im Moment, Deine Komfortzone zu strecken und zu erweitern. Deshalb wähle bitte keinen Kuschelpreis, der jeglichen inneren Konflikt in Dir vermeidet. Wähle einen Preis, der sich in Richtung Deines Stundensatzes bewegt – auch wenn er ihn im Moment vielleicht noch nicht erreicht. Das ist okay, denn Du darfst Schritt für Schritt wachsen. Nur unter den Tisch darf das Thema nicht fallen.

3. Preis als Selbstwert-Spiegel:

Baue bewusst und systematisch Dein Selbstwertgefühl auf, damit Du Dich selber nicht kleinhältst, was Deine Preise angeht. Mache Dir klar, dass Du zwei bis drei Schritte weiter bist als Deine Kunden und ihnen deshalb wunderbar weiterhelfen kannst.
Mache in keinem Fall den Fehler, einen niedrigeren Preis als Deine Kollegen anzusetzen, weil Du „ja noch nicht so viel Erfahrung hast". Du hast den immens großen Vorteil, sehr nah an Deinen Kunden dran zu sein. Gerade WEIL Du noch nicht Jahre als Profi arbeitest, weißt Du ganz genau, wie sich Deine Kunden fühlen, welche Unsicherheiten sie haben und wie Du Dinge erklären musst, damit sie sie auch wirklich verstehen. Das ist einer Deiner ganz großen Vorteile als frisch startender Hundetrainer! Mache Dir klar, dass Du das Geld wert bist.
Verdeutliche Dir systematisch, welchen Nutzen Du in die Welt bringst und wie Du Deinen Kunden weiterhilfst – z.B. indem Du Dir jeden Abend kurz notierst, wie Du heute wem weitergeholfen hast. Und auch kleine Mini-Schritte zählen unbedingt dazu!

4. Preiserhöhung durchdenken:

Sehr wahrscheinlich werden die ersten Preise, die Du nimmst, nicht während Deiner gesamten Laufbahn als Selbständiger so bleiben – irgendwann wirst Du sie erhöhen. Beschäftige Dich bereits mit zeitlichem Vorlauf damit, denn so nimmst Du diesem Schritt ganz schnell den Schrecken.
Sprich mit anderen Unternehmern und frage sie, was passiert ist, als sie ihre Preise erhöht haben. In meiner Beratungslaufbahn ist mir noch kein einziger (!!) Fall untergekommen, in dem sich Kunden nach einer Preiserhöhung in großer Anzahl von einem Hundetrainer abgewandt haben. Vielmehr haben die Unternehmer durch die Preiserhöhung nach und nach andere Kunden angezogen, die viel besser zu ihnen passten. Oft ist die Nachfrage nach einer Preiserhöhung sogar gestiegen.
Hole Dir diese Erfahrungen von anderen Selbständigen ein und tausche Dich mit ihnen aus.

In dem Dokument „Input-Empfehlungen"
(www.hundeunternehmer-club.de/6stufen_downloads) nenne ich Dir einen Blogartikel, der Dich bei der Umsetzung Deiner Preiserhöhung unterstützt.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 2-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 3 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

5. Preiserhöhung und Preis = Stundensatz:

Erhöhe Deinen Preis. Sehr wahrscheinlich hast Du Deine Preise bis jetzt noch nicht erhöht oder nur einmal ein wenig. Nun ist es an der Zeit, Deine Preise weiter Richtung kalkuliertem Stundensatz zu bewegen. Vielleicht erreichst Du ihn jetzt schon? Erhöhe die Preise so weit, dass es sich für Dich gerade noch gut anfühlt.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 3-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 4 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

6. Abomodell:

Eines der attraktivsten und sinnvollsten Preismodelle für Hundetrainer ist das Abomodell. Selbstverständlich führst Du dieses Preismodell nur ein, wenn Du zu 100% dahinterstehst – wie bei allen wegweisenden Entscheidungen für Dich oder Dein Unternehmen. In den letzten Jahren haben zahlreiche Hundetrainer ein Abomodell eingeführt und sind durchweg superzufrieden damit. Setze Dich intensiv damit auseinander, wie so ein Abomodell funktioniert, um dann eine bewusste Entscheidung dafür oder dagegen treffen zu können.

7. Preiserhöhung und Preis > Stundensatz:

Ja, Unternehmer erhöhen ihren Preis im Laufe ihrer Entwicklung mehrfach – ich bspw. habe ihn in acht Jahren Selbständigkeit vier Mal erhöht. Auf Stufe 4 solltest Du Minimum bei Deinem Stundensatz angekommen sein – im besten Fall liegst Du nun aber darüber. Der Stundensatz ist ja keine Schallgrenze, sondern nur ein Anker, der Dir sagt, wie viel Du *mindestens* pro Kundentermin einnehmen musst, damit Deine Selbständigkeit funktioniert. Finanz-Empfehlung Nr. 19 rät Dir auf Stufe 4 ohnehin, Deinen Stundensatz erneut mit aktuellen Zahlen zu kalkulieren. Diesen neuen Stundensatz solltest Du nun Minimum erreichen, gerne darfst Du auch über Deinem aktuellen Stundensatz liegen. Dies wird ebenso Deiner stetig wachsenden Erfahrung, Deinem wachsenden Selbstwertgefühl und Deinem sich ausbauenden Experten-Status gerecht – die Menschen erwarten geradezu, dass sich Dein wachsender Wert als Hundetrainer auch in den Preisen zeigt.

Angebot

→ Empfehlungen für Stufe 2-Unternehmer oder höher

1. Dich wohlfühlen:

Gerade zu Beginn ist es wichtig, dass Du Dich mit den Angeboten, die Du gibst, wohlfühlst. Als startender Hundetrainer ist natürlich jeder Termin recht aufregend, denn alles ist neu. Biete deshalb Formate und Themen an, mit denen Du Dich wohlfühlst. Mit „Formaten" ist die Form des Trainings gemeint, z.B. einzeln oder in der Gruppe, als abgeschlossener Kurs mit bspw. fünf Terminen, als dauerhafte Gruppe, als Workshop oder Vortrag. Mit „Thema" ist der Inhalt gemeint, also Grunderziehung, Leinenführigkeit, Welpen, Anti-Jagdtraining etc. Mache Dir klar, was Du gut kannst und womit Du Dich wohlfühlst. Schreibe es konkret auf: Einzeltraining zu den Themen x, y und z, Welpengruppe, Leinenführigkeitskurs, Rückruf-Workshop etc.

2. Das, was sinnvoll ist:

Du musst nichts anbieten, was sich für Dich nicht sinnvoll anfühlt, bloß weil „man das als Hundetrainer so machen muss". Du musst gar nichts, wenn es wirklich nicht zu Dir passt. Wenn Du nicht zu 100% dahinterstehst, wird das dann nämlich sowieso nicht funktionieren. Und das wiederum hätte keinen positiven Effekt auf Dein Selbstvertrauen. Mach das, wo Du wirklich dahinterstehst. Und beachte gleichzeitig die nun folgende Angebots-Empfehlung Nr. 3.

3. Deine Komfortzone erweitern:

Biete auch Dinge an, bei denen Du Bauchkribbeln hast. Es gilt, den Unterschied zu lernen zwischen „Hier ist es aufregend, weil ich meine Komfortzone erweitere." und „Hier fühlt es sich unangenehm an, weil ich mich zu sehr verbiegen muss." Verbiegen sollst Du Dich nicht. Deine Komfortzone erweitern – ja bitte, unbedingt. Das steht für Dich als startender Hundetrainer nun quasi täglich an. Und nur wenn Du Dich kontinuierlich weiterentwickelst, wird Deine Selbständigkeit funktionieren. Siehe dazu auch die nächsten Empfehlungen.

4. Gruppenformate „lernen":

Trau Dich an Gruppenformate heran, auch wenn Du diesbezüglich noch zögerlich bist. Wenn es Angebote gibt, die unternehmerisch gesehen sehr sinnvoll sind, wie z.B. eine Welpengruppe und eine Junghundgruppe, Du aber zögerst, weil bspw. ein Gruppenformat noch außerhalb Deiner Komfortzone ist – dann taste Dich heran. Stück für Stück.
Übe Gruppenstunden mit Freunden und Bekannten, mit denen Du Testläufe machst. Beginne mit Mini-Gruppen wie Tandems oder Trios, also mit nur zwei oder drei Personen. Gruppen sind ein sehr wichtiges Format für einen Hundetrainer: Du sprichst eine große Ziel-

gruppe an (nicht jeder Hundehalter hat Lust auf Einzeltraining oder möchte es sich leisten) und der Stundensatz pro Termin ist höher als beim Einzeltraining. Deine Selbständigkeit funktioniert zwar auch, wenn Du nur Einzeltrainings gibst – mit Gruppenangeboten entwickelt sich Deine Hundeschule jedoch sehr viel schneller und einfacher. Lass dieses Format nicht unter den Tisch fallen, bloß weil es Dir noch suspekt ist. Entwickle Rahmenbedingungen, mit denen Du Dich wohlfühlst (z.B. nur drei Teilnehmer, Hunde bleiben angeleint, eine Didaktik, die zu Dir passt etc.) und lerne, dieses Format für Dich zu nutzen.

5. Eine gute Didaktik für Deine Arbeit mit Kunden

Fachlich fit zu sein, ist für Hundetrainer nur die halbe Miete, um wirklich gut mit Kunden zu arbeiten. Eine gute Didaktik ist das, was den Unterschied macht zwischen „Wissen abladen" und „dem Kunden wirklich voranhelfen". Viele Hundetrainer machen zu Beginn den Fehler, die Termine mit Kunden – egal, ob Einzel- oder Gruppentermine – möglichst voll zu packen. Nach dem Motto „Der Kunde soll ja auch 'was für sein Geld bekommen". Oft resultiert dieses Vollpacken auch aus der eigenen Unsicherheit heraus, ob man „gut genug" ist und „genug weiß". Der Gedanke, dass der Kunde möglichst viel mitnehmen soll, ist ja auch richtig und löblich. Die Frage ist nur: Was möchte der Kunde denn mitnehmen?

Er möchte definitiv nicht mit Fachwissen überrollt oder gar „zugemüllt" werden. Vielmehr möchte er, dass sich in seinem Alltag etwas ändert – und zwar so, wie er sich das wünscht und vorstellt.

Zu einer guten Didaktik gehört, den Kunden ganz in den Mittelpunkt des Termins zu stellen. Didaktik ist die „Lehre des Lehrens und Lernens" – wie Du also Inhalte so vermittelst, dass sie wirklich beim Kunden ankommen. Nicht Dein Wissen, nicht Dein Können, nicht Deine Gedanken stehen im Mittelpunkt – sondern der Kunde. So gehen bei einer guten Didaktik mehr als die Hälfte eines Termins für Zwischenmenschliches, Fragen und Raum für den Kunden „drauf". Von einer Stunde können nur knapp 30 Minuten (eher weniger) wirklich für die Vermittlung von Wissen und Fähigkeiten genutzt werden. Und diese knapp 30 Minuten teilen sich dazu noch in Theorie UND Praxis auf.

Mit einem Termin, der inhaltlich so stark auf den Kunden ausgerichtet ist, kannst Du sicher sein, dass er strahlend nach Hause fährt, sich gesehen fühlt, wirklich mitkommt und so im Alltag etwas verändern kann.

Beschäftige Dich damit, didaktisch wirklich gut zu werden. Das gibt Dir Sicherheit bei der inhaltlichen Gestaltung eines Termins, einen roten Faden und Struktur sowie die Gewissheit, dass Du den Termin bestmöglich für den Kunden gestaltest. Gerade zu Beginn ein ganz wichtiges Lernfeld, das Dich in Deiner Professionalität rasant wachsen lässt.

6. Fehlender Hundeplatz = kein Problem:

Lass Dich nicht davon abbringen, etwas anzubieten, bloß weil Du keinen Platz hast. Es gibt immer Variationen, die Du möglich machen kannst. Ich kenne Hundetrainer, die seit über 10 Jahren sehr erfolgreich am Markt sind und noch nie einen eigenen Platz hatten. Absolut JEDES Angebot lässt sich ohne Platz umsetzen. Die Schranke befindet sich ausschließlich in Deinem Kopf und ist oft nur ein Spiegel Deiner eigenen Unsicherheit. Sprich mit anderen Selbständigen, wie sie ihre Angebote gestalten, ohne einen Platz zu haben.

7. Falls gewünscht – Hundeplatz finden:

Wenn Du einen Platz als Voraussetzung siehst, um wirklich voranzukommen, dann gib der Suche danach höchste Priorität. Stelle Dich darauf ein, dass es Monate, ja sogar Jahre dauern kann, bis Du etwas Geeignetes findest (kann, nicht muss!). Das ist nicht schlimm. Bleib dran! Du wirst das Richtige für Dich finden. Und parallel baust Du mit voller Freude Dein Unternehmen auf und bietest alles erst einmal ohne Platz an. Nimm das Thema hoch-priorisiert mit und lasse Dich gleichzeitig nicht in Deiner Entwicklung als Hundetrainer einschränken.

8. Gruppenkurse mit wenig Teilnehmern:

Führe Gruppenkurse zu Beginn auch ruhig mit zwei oder drei Teilnehmern durch, auch wenn Du eigentlich gerne vier oder mehr Hundehalter gehabt hättest. Es übt Dich im Durchführen von Gruppenangeboten und baut Deinen Kundenstamm auf. Ich habe zu Beginn meiner Selbständigkeit Live-Workshops in ganz Deutschland gegeben und Selbständige in der Branche Hund zu den Themen Marketing, Selbstorganisation, Didaktik usw. geschult (das, was ich heute virtuell mache). Für diese Seminare bin ich von Berlin aus für zwei oder drei Teilnehmer nach Mainz oder München gefahren. Hat sich das gerechnet? Nein. (Du wirst da mehr Gewinn pro Angebot haben als ich damals.) Aber ich wurde nach und nach bekannter, habe bei jedem Seminar etwas dazugelernt, meine Kunden noch besser kennengelernt und konnte deswegen neue Angebote entwickeln – die von den Kunden, die mich kannten, in der Regel auch gleich wieder gebucht wurden. So baut sich ein Unternehmen auf.

9. Optimieren bei Nicht-Buchung:

Wenn ein Angebot mal nicht angenommen wird oder nicht gut funktioniert, stelle weder Dich noch das Angebot grundsätzlich in Frage. Du hast ganz oft gar nichts damit zu tun. Und oft sind es kleine Parameter, die es zu ändern gilt, damit ein Angebot funktioniert, wie z.B. der Name des Angebots, die Angebotsbeschreibung, die Uhrzeit, das Format (wöchentlicher Gruppenkurs, Blockveranstaltung, Vortrag etc.).

Gerade der Angebotsname hat auf die Nachfrage einen starken Einfluss, der zu Beginn oft unterschätzt wird. Beobachte Dich einmal selbst, wann ein Angebot, das Dir bspw. bei Facebook über den Weg läuft, Deine Aufmerksamkeit bekommt – oft liegt es daran, dass der Name / Titel

des Angebots Deine Aufmerksamkeit triggert.
Oder es stellt sich die Frage, ob Du überhaupt Marketing für das Angebot gemacht hast? Und ob Du generell sichtbar genug bist, dass überhaupt genügend potenzielle Kunden von Deinem Angebot erfahren haben? Marketing und Sichtbarkeit sind ebenfalls oft der Grund, warum ein Angebot nicht gebucht wird.
Es empfiehlt sich immer, ein nicht funktionierendes Angebot aus Kundensicht zu hinterfragen und „re-designed" erneut anzubieten. Hole Dir auch Feedback von Außenstehenden ein, da man selbst oft den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr sieht.

10. Was Kunden wollen:

Beschäftige Dich damit, was Deine Kunden möchten. Sprich mit Hundehaltern und mit den Kunden, die Du bereits hast. Jedes Gespräch auf jedem x-beliebigen Spaziergang gibt Dir wertvolle Einsichten in die Gedanken und Wünsche Deiner Zielgruppe. Sei in dem Moment nicht in der Hundetrainer-Rolle, sondern sei einfach ein interessierter Hundehalter, der sich mit einem anderen Hundehalter austauscht. Deine Zielgruppe immer besser kennenzulernen, ist eine Deiner wichtigsten Aufgaben als Selbständiger. Du kannst dem nicht genug Aufmerksamkeit beimessen.

Achte auch darauf, welche Formulierungen Deine potenziellen Kunden nutzen und wie sie ihre Probleme und Wünsche beschreiben. Das schult Dich ganz wunderbar darin, in Deinem Marketing die Sprache Deiner Kunden zu treffen, z.B. im Titel oder der Beschreibung Deines Angebots. So kann es sofort „klick" machen, wenn sie etwas von Dir lesen oder hören.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 2-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 3 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter

11. Angebote für verschiedene Zielgruppen:

Ganz kurz: Was ist eine Zielgruppe? Das sind die Menschen, an die Du Dich mit Deinen Angeboten richtest. Deine potenziellen Kunden. Die Gruppe von Menschen, mit denen Du arbeiten möchtest.
Nun könnte man ja ganz plump sagen „Jo, meine Zielgruppe sind Hundehalter."
Hmm, jaa, schon, irgendwie. Wenn Du das Buch bis hierher durchgearbeitet hast, hast Du inzwischen jedoch sicherlich gemerkt, dass Deine Zielgruppe eben *nicht* nur generisch „Hundehalter" sind. Vielmehr lassen sich die Hundehalter in verschiedene Zielgruppen unterteilen: Welpenbesitzer, Junghundbesitzer, Menschen mit Erziehungsfragen, Menschen mit Beschäftigungswünschen, Menschen mit Angsthunden, mit pöbelnden Hunden etc. Diese Aufzählung richtet sich nach Kriterien rund um den Hund.
Und auch die Menschen lassen sich in verschiedene Zielgruppen unterteilen – z.B. offensichtlich

in die mit wenig oder viel Hunde-Erfahrung (wobei sich Deine Einschätzung mit der des Kunden nicht unbedingt decken muss.). Man könnte aber auch noch feiner unterscheiden danach, wie viel sich ein Mensch zutraut, ob er eher introvertiert oder extrovertiert ist, ob er in die Tiefe gehen oder an der Oberfläche bleiben möchte, ob er auf Leistung und Fortschritt aus ist oder auf Spaß und Entspannung usw. Du siehst, es gibt nahezu unendlich viele Kombinationsmöglichkeiten für DEINE Zielgruppe(n) – die, mit denen Du arbeiten möchtest (siehe hierzu auch Kunden-Empfehlung Nr. 14). Achte darauf, all Deinen verschiedenen Zielgruppen etwas anzubieten – sofern Du auf solche Angebote Lust hast, versteht sich (denn für den Fall, dass Du das zu Beginn noch getan hast: Verbiegen ist nicht mehr). Hundehalter und Hunde haben unterschiedliche Bedürfnisse, die Dir viele Gestaltungsmöglichkeiten für Dein Angebot lassen. Schaue genau hin, ob Du bereits alle Kunden(typen), die Du haben möchtest, glücklich machst.

12. Angebotsvariationen und -wiederholung:

Beginne nun, Deinen Kunden Vertiefungen, Auffrischungen und Dranbleiber-Angebote zu offerieren. Du weißt inzwischen, dass Kunden nach einem Rückruf-Kurs noch lange keinen Hund haben, der auf einen Befehl zurückkommt. Sie wissen im besten Falle durch den Kurs bei Dir, wie sie es ihrem Hund beibringen. Im Alltag umsetzen und an dem Thema dranbleiben, müssen sie es nun aber alleine? Nicht bei Dir – Du lässt sie damit nicht alleine.
Biete Dranbleiber-Gruppen an, an denen nur die Kunden teilnehmen, die einen bestimmten Kurs absolviert haben und nun die Umsetzung im Alltag festigen möchten. Solche Gruppen werden von den Kunden sehr gut angenommen.
Ebenso kannst Du Deine Lieblingsangebote in verschiedenen Gewändern und Formaten anbieten. Kunden brauchen nicht nur Übung, sondern auch Wiederholung, ehe sie ein Thema wirklich verinnerlicht haben und es im Alltag alleine anwenden können.
Intensiv-Mini-Workshops, Auffrischungs- und Vertiefungskurse, Übungsspaziergänge oder Blockveranstaltungen wie Halbtages- oder Tagesseminare sind für Dich und Deine Kunden eine interessante Alternative zu den bisher üblichen Formaten.

13. Neue Formate üben:

So, wie Du Dich zu Beginn vielleicht an Gruppentraining herangetastet hast, kannst Du es nun auch mit weiteren Formaten machen, vor denen Du im Moment noch Respekt hast, wie z.B. Workshops oder Vorträge. Übe sie im geschützten Rahmen (alleine, Freunde, Bekannte), mache kleine Versionen davon (z.B. ein 2,5 Stunden-Workshop statt ein 1-Tages-Seminar) und gib dann einen Pilot-Durchlauf mit einigen Deiner Lieblingskunden.

14. Spezialisierung / Positionierung:

Falls Du im Sinne hast, Dich zu spezialisieren oder Dir eine Positionierung zu erarbeiten, dann fokussiere Dich jetzt bewusst darauf. Das kann eine fachliche Spezialisierung sein wie

Jagdhunde, Aggression, Welpen & Junghunde, Rückruf, Hunde aus dem Tierschutz, ängstliche Hunde, Alleine bleiben usw.
Und es kann ein Ansatz sein, den Du vertrittst – Deine Art zu arbeiten. Was sind die Grundprinzipien, die Dich in Deiner Arbeit leiten? Was sind die aus Deiner Sicht wichtigsten Aspekte, die ein Hundehalter wissen muss, damit er mit seinem Hund glücklich wird? Eine solche Positionierung ist, wenn sie mit Muße und Geduld erarbeitet, entwickelt und verfeinert wird, in keinem Fall kopierbar – denn sie spiegelt Dich, Deine Werte und das, was Dich in Deiner Arbeit ausmacht, wider. Du bist nun an einem Punkt in Deiner Entwicklung, an dem es sinnvoll ist, Dir bewusst zu machen, was Deine Art, mit Menschen und ihren Hunden zu arbeiten, auszeichnet und besonders macht.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 3-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 4 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

15. Mit Abstand betrachten:

Du bist nun sehr wahrscheinlich schon einige Jahre als Hundetrainer aktiv. Und wenn man sich intensiv und andauernd mit einem Thema (in diesem Fall Deinem Angebot) beschäftigt, sieht man die Besonderheiten und Eigenheiten desselben nicht mehr.
Deshalb mache zwei, drei kleine Übungen:

a) Schaue Dir Dein Angebot von außen an, als würdest Du es das erste Mal sehen. Tu so, als würdest Du Dich und Dein Angebot überhaupt nicht kennen. Geh auf Deine Webseite und klick Dich durch Dein Angebot. Wie wirkt das auf Dich? Welcher Eindruck entsteht? Was denkst Du über diesen Menschen, über dieses Angebot? Transportierst Du das, was Dich ausmacht (Angebots-Empfehlung Nr. 14)?
Vergleiche diese Eindrücke damit, was ein Mensch über Dich und Dein Angebot denken SOLL. Erreichst Du das mit dem, was bisher da ist?

b) Lasse einen Freund dieselbe Übung machen. Es ergibt sowohl Sinn, einen Freund zu nehmen, der Dich und Dein Angebot gut kennt, wie auch einen, der Dein Angebot und Deine Selbständigkeit nicht so gut kennt. Beide Arten von Rückmeldungen sind höchst interessant.
Lass Deine Freunde (einzeln, nicht gemeinsam) auf Deiner Webseite surfen. Du kannst dabei still daneben sitzen und beobachten, wie sie sich auf Deiner Webseite bewegen, was ebenfalls sehr aufschlussreich für Dich ist. Lasse Dir dann erzählen, was Du so anbietest – so als wärest Du ein Neukunde und würdest gerne wissen, was man denn so bei Dir machen kann.
Wenn Du Deinem Freund so zuhörst… Was fehlt noch, damit das Angebot wirklich rund ist? Damit es rockt? Was fällt aus der Reihe (und ist das positiv?)? Was fehlt Dir noch, damit Du ein Strahlen in den Augen und Lust hast, bei Dir zu trainieren?

c) Selbstverständlich kannst Du auch einen Menschen fragen, den Du noch gar nicht kennst und der nicht durch eine freundschaftliche Beziehung zu Dir „vorbelastet" ist – vielleicht ein Bekannter von einem Freund. Dieser Mensch sollte mindestens hunde-affin sein (am

besten einen Hund haben) und tendenziell Deinem Wunschkunden entsprechen.
Nun soll auch er sich Deine Webseite anschauen und Dir erzählen, was er wahrnimmt, welche Botschaften bei ihm ankommen etc.
Kombiniere diese Empfehlung gerne mit Marketing-Empfehlung Nr. 15.

16. Dein Angebot verfeinern:

Schau nochmal, ob Du all Deine Kunden wirklich glücklich machst. Das Feedback aus der Angebots-Empfehlung Nr. 15 hilft Dir dabei.
Bietest Du für alle Themen und Wunschkunden, die Du bedienen möchtest, das Rundum-Sorglos-Paket? Das beinhaltet:

- Angebote für blutige Anfänger zu einem Thema (wenn Du diese bedienen möchtest)
- Angebote für leicht Fortgeschrittene
- Angebote für stark Fortgeschrittene
- Angebote für Profis, die es wirklich wissen wollen
- Angebote für die, die an dem Thema im Alltag dranbleiben möchten

So kann ein Kunde immer bei Dir einsteigen, egal, auf welchem Niveau er sich befindet, und sich Schritt für Schritt „hocharbeiten". Auch hier bietest Du natürlich nur die Dinge an, hinter denen Du zu 100% stehst – ich denke, dass muss ich auf dieser Stufe Deiner Entwicklung nicht mehr betonen, richtig?
Hast Du Angebote für die, die ein Problem lösen wollen?
Für die, die einfach eine gute Zeit haben und sich entspannen möchten?
Für die, deren Hund im Alltag zu kurz kommt und die ihr schlechtes Gewissen beruhigen möchten (was nahezu alle Hundehalter betrifft)?
Es gibt Dutzende Ansätze, mit denen Du Dein Angebot verfeinern, weiterentwickeln und abwechslungsreich gestalten kannst. Dabei ändert sich ganz oft nur die Verpackung; die Inhalte bleiben zum Großteil gleich und ändern sich nur in ihrer Intensität, ihrer Genauigkeit, in der Feinarbeit – und das ist für Kunden völlig in Ordnung.
Nochmal: Dranbleiber- und Auffrischungsangebote, Intensiv-Wiederholungen und Übungsmöglichkeiten sind wichtige Angebote für Deine Kunden, die sie gerne wahrnehmen.

17. Customer Lifetime Journey:

Ein anderer Begriff für die Angebots-Empfehlung Nr. 16 ist die „Customer Lifetime Journey".
Ursprünglich kommt der Begriff aus dem Marketing. Ich nutze ihn gerne, um die Reise Deines Kunden durch Dein Angebot zu beschreiben: Entwickle Angebote, die die Lebensreise Deiner verschiedenen Zielgruppen abbilden und ihnen in jeder Phase etwas Interessantes bieten. Das hat auch etwas mit Kundenbindung zu tun: Wer einmal bei Dir und mit Dir zufrieden ist, bleibt gerne – vorausgesetzt es gibt Angebote, die ihn interessieren und ihm etwas bringen. Im Idealfall kann ein Kunde nahtlos von einem Angebot zum nächsten wechseln und so mit Freude immer weiter bei Dir trainieren.

18. Kundenbindung:

Eine wie in Empfehlung Nr. 17 durchdachte Customer Lifetime Journey ist eines der wichtigsten Elemente für eine Kundenbindung, die ganz natürlich und automatisch passiert.
Gleichzeitig kannst und solltest Du Dir spätestens ab Stufe 4 bewusst Gedanken über eine aktive Kundenbindung machen. Stelle die Bindung Deiner Wunschkunden in den Fokus Deines Tuns. Bestimmte Preismodelle wie das Abomodell (Preis-Empfehlung Nr. 6) sind hier in Betracht zu ziehen, genauso wie die Aktivierung von ruhenden Kunden und eine bewusste Pflege der Beziehung zu Deinen aktiven Kunden.

19. Spezialisierung / Positionierung herausarbeiten:

Falls Du eine Spezialisierung bzw. Positionierung hast (Angebots-Empfehlung Nr. 14), arbeite daran, Dich langsam als Experte zu etablieren. Nimm Dir immer wieder bewusst Zeit, herauszuarbeiten, was Dich und Dein Training besonders macht, was „Dein Weg" ist. Vertiefe Dein Wissen und Deine Erfahrung, wenn Du eine fachliche Spezialisierung hast.

20. Als Experte / Referent buchen lassen:

Nun ist es auch an der Zeit, Dich zu Deiner Spezialisierung oder Positionierung als Experte bzw. Referent buchen zu lassen. Du sammelst so Erfahrung darin, außerhalb Deiner regionalen Komfortzone für Deine Spezialisierung zu stehen. Außerdem stärkt es Dein Selbstvertrauen und spricht sich herum, so dass Du immer stärker als Experte wahrgenommen wirst. Eine selbsterfüllende Prophezeiung quasi.

21. Ganz neue Formate:

Wenn Du Lust dazu hast, probiere nun einmal ganz neue Formate aus, z.B. einen einwöchigen Seminarurlaub an einem schönen Ort, an dem Ihr jeden Tag 3 bis 4 Stunden trainiert und ansonsten Urlaub habt. Oder indem Du ein „normales" Gruppenangebot durch Online-Elemente (z.B. Mini-Inputs) unterstützt. Tausche Dich mit anderen Hundeunternehmern aus oder surfe auf Webseiten von Kollegen, um Ideen und Inspiration zu bekommen.

22. VIP-Angebote:

Wenn es zu Dir passt, kannst Du über VIP-Angebote nachdenken, die ganz bewusst exklusiv und hochpreisig angesiedelt sind, weil sie einen Service umfassen, der über normale Angebote hinausgeht. Für Dich als Hundetrainer wird das in der Regel eine außerordentlich intensive Einzelbetreuung sein wie z.B. eine Intensiv-Woche oder ein Trainings-Urlaub, eine Whatsapp-Standleitung für „jederzeit Fragen stellen können", eine Intensiv-Welpen/Junghund-Zeit von sechs Monaten mit besonderen Theorie- und Praxis-Inhalten usw.

Kunden

→ Empfehlungen für Stufe 2-Unternehmer oder höher

1. Konzept Wunschkunde verstehen:

Beschäftige Dich mit dem Konzept des Wunschkunden, auch wenn Du es jetzt aus finanziellen Gründen noch nicht leben kannst. Es ist klar, dass Du zu Beginn Deiner Selbständigkeit jeden Kunden „brauchst" – zumindest, wenn Du recht schnell davon leben musst oder möchtest. Je früher Du Dich mit Deinem Wunschkunden beschäftigst, umso eher wirst Du Dein Unternehmen und Dein Marketing auf ihn ausrichten (und zwar völlig automatisch) und umso schneller wirst Du mehr Kunden haben, die Dich wirklich glücklich machen und die Du glücklich machst. Alleine schon die Gedanken regelmäßig auf Deinen Wunschkunden auszurichten und sich mit ihm in Deinem Innern zu beschäftigen, hat einen Effekt darauf, mit welchen Menschen Du in der Praxis zusammenarbeitest – das garantierte ich Dir.

2. Was Deine Kunden bewegt:

Beschäftige Dich mit dem, was Deine Kunden möchten, was sie umtreibt, welche Gedanken, Wünsche, Sorgen und Bedürfnisse sie haben. Je näher Du Deiner Zielgruppe bist, umso besser wirst Du eine Beziehung mit Interessenten aufbauen und genau das anbieten können, was sie haben möchten. Sprich mit Deinen (potenziellen) Kunden – im wahren Leben, von Hundehalter zu Hundehalter auf Spaziergängen und virtuell in Gruppen sowie auf Deiner Facebook-Unternehmensseite.

3. Bei-sich-Sein versus „verbiegen":

Auch wenn Du finanziell derzeit noch jeden Kunden brauchst – denke bewusst darüber nach, wie sehr Du Dich für Kundenwünsche verbiegen möchtest, z.B. was das Legen von Terminen angeht, die inhaltliche Vorgehensweise usw. Anstatt zu laufen und zu tun und zu machen, halte regelmäßig kurz an, z.B. für einen Kaffee in Deinem Lieblingscafé, und reflektiere gezielt darüber, wie die Zusammenarbeit mit Deinen Kunden läuft. Achte darauf, dass Du mit der Haltung „Ich mache alles möglich" *spätestens* stoppst, wenn Du merkst, dass Du kraft- und energielos wirst. Anstatt Dich nur nach dem zu richten, was im Außen passiert, gilt es zu lernen, „bei Dir zu sein" und herauszufinden, was Dein Weg ist.

4. Stress durch Kunden wahrnehmen:

Beginne wahrzunehmen, welche Kunden Dich warum stressen. Beschäftige Dich damit, warum Dir einzelne Kunden mehr Energie ziehen als andere. Ist es ihre Art zu kommunizieren? Was sie vom Training mit Dir erwarten? Oder *was Du glaubst*, was sie von Dir erwarten? Mit dieser Reflexion machst Du Dir nach und nach klar, wie Dein Wunschkunde tickt – denn der

löst diesen Stress in Dir nicht aus. Und Du kommst Deinen eigenen Themen immer näher, denn oft triggern Kunden lediglich Themen an, die *WIR* haben und bei denen wir genauer hinschauen sollten.

5. Schriftlich festhalten:

Notier Dir (schriftlich), was Dir im Kontakt mit Deinen Kunden guttut und was Dich stört: Wann fällt Dir der Kontakt und die Arbeit mit Kunden leicht und macht Freude? Wann ist sie zäh, anstrengend oder schwierig?
Schau Dir hierbei sowohl das „Drumherum" des Kundenkontakts an, also z.B. die Terminvereinbarung oder Absprachen vor und nach einem Termin, wie auch den Kundentermin selbst: Art und Verlauf der Kommunikation, Gesprächsführung, Verhalten der Kunden usw. Schaue Dir konkret Deine letzten Termine an und gehe sie gedanklich durch. Notier Dir Deine Erkenntnisse schriftlich, mindestens einmal pro Woche, besser jeden Abend drei Minuten, was heute gut gelaufen ist und was Dich heute gestört hat. So wirst Du Dir bewusst, an welchen Schräubchen Du drehen solltest, um den Kundenkontakt für Dich Schritt für Schritt besser zu gestalten.

6. Regeln für Kundenkommunikation:

Entwickle aus diesen drei Beobachtungen heraus (Kunden-Empfehlungen Nr. 3 bis 5) Regeln für Deinen täglichen Kundenkontakt, z.B.

- über welche Wege Du mit Kunden kommunizierst und über welche nicht (Telefon, Mail, Whatsapp, Facebook)
- wann / zu welchen Uhrzeiten,
- ob Du inhaltliche Fragen per Whatsapp beantwortest
- wie sich Kunden für Angebote bei Dir anmelden
- welche Fahrtwege Du jeden Tag zurücklegst
- ob es (bezahlte) telefonische Sprechzeiten gibt usw.

Es ist ALLES möglich, was Dir das Leben erleichtert. Du brauchst es „nur" zu entscheiden.
Diese Regeln sollen Dich in Deinem Alltag unterstützen und Dir das Leben erleichtern. Jede Regel sollte dazu führen, dass Du lächeln musst und Dich wohlfühlst, wenn Du über sie nachdenkst.

7. Kundenkontakt von anderen inspiriert:

Tausche Dich mit Kollegen aus der Hundebranche aus, um Ideen zur Gestaltung des Kundenkontakts zu bekommen. Wie machen andere das? Tauche in die Erfahrung von anderen Hundetrainern ein, um Ideen und Inspiration zu bekommen.

8. Geplante Kundentermine:

Beginne zu entscheiden, wann genau Du Einzeltrainings in der Woche machst. Lege dafür konkrete Zeitfenster fest, z.B. Montag- und Freitagvormittag sowie Montag- und Donnerstagnachmittag zu bestimmten/festen Uhrzeiten. Deine Gruppenangebote werden ja ohnehin schon feste Uhrzeiten in Deinem Wochenplan haben. So hast Du Planungssicherheit für die anderen wichtigen unternehmerischen Aufgaben wie Deine administrativen Aufgaben, Deine unternehmerische Fortbildung (z.B. zum Thema Marketing) und die Entwicklung Deines Unternehmens. Außerdem wirst Du effizienter und kannst gewisse Zeiten am Stück an einem Thema arbeiten – das spart Energie und entspannt.

9. Eventuelle fachliche Lücken:

Zum Start Deiner Selbständigkeit kann es gut sein, dass Du Sorge hast, bestimmte inhaltliche Kundenfragen nicht beantworten zu können. Wenn das der Fall ist, gehe präventiv auf die Suche nach solchen Fragen. Spiele bspw. das Thema, das Du im nächsten Termin mit dem Kunden besprechen möchtest, im Kopf durch. Überlege Dir den inhaltlichen Ablauf des Termins: Was erzählst Du wann, welche Übungen macht Ihr und welche Fragen könnte der Kunde wohl haben. Selbstverständlich kannst Du bei anspruchsvollen Terminen auch das wieder mit Freunden üben und ihnen z.B. den Auftrag geben, sich in der Rolle des Kunden besonders schwierige Fragen auszudenken.

10. Sagen, was Du nicht weißt:

Übe, im Kundengespräch zu sagen „Das weiß ich gerade nicht / Da bin ich mir nicht ganz sicher. Dazu mache ich mir einmal in Ruhe Gedanken und erzähle Ihnen im nächsten Termin mehr dazu." Es ist professionell zu sagen, wenn man etwas nicht weiß. Unprofessionell ist es zu versuchen, das zu verschleiern und sich irgendeine halbgare Antwort aus den Rippen zu schneiden.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 2-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 3 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

11. Deine Gesprächsführung verbessern

Als Hundetrainer besteht Dein Job darin, Gespräche zu führen. Alles, was Du Deinem Kunden vermitteln oder zeigen möchtest, kann nur durch das transportiert werden, was Du sagst. Alle Gedanken, Ideen, Kniffe und Tricks, neue Vorgehensweisen und Veränderungen im Verhalten sind nur möglich, wenn Du sie Deinem Kunden wirklich gut erklärst und ihn in seinem Sinne berätst.

Andersherum fühlt sich Dein Kunde wohl, wenn Du als sein Hundetrainer auf ihn eingehst, ihm Raum lässt, ihn ernst nimmst und er sich von Dir verstanden fühlt.

All das wird durch eine gute Didaktik (Angebots-Empfehlung Nr. 5) und eine gute Gesprächs-

führung möglich. Mach Dich fit darin, wie Kommunikation funktioniert (Stichwort „Die vier Seiten einer Nachricht"), was eine gute Beratung ausmacht und wie Du ein Gespräch führst, das Du zum einen in Deinem Sinne leitest und in dem Du zum anderen dem Kunden gleichzeitig den Raum gibst, den er haben soll. Auch Gesprächsführung ist zu großen Teilen ein Handwerk, das Du lernen bzw. in dem Du Dich noch weiter verbessern kannst. Und das wird Dir die Arbeit sehr erleichtern und lässt Dich noch professioneller und selbstsicherer agieren.

12. Kundenbindung:

Pflege bewusst Deine vorhandenen Kunden. Es ist 7mal schwieriger einen Neukunden zu gewinnen als einen vorhandenen Kunden zum Wiederkommen zu bewegen. Halte Kontakt mit ihnen, baue Eure Beziehung auf, sei aufmerksam, biete etwas an, das nur treuen Kunden vorbehalten ist. Sprich mit ihnen, um zu erfahren, welche Angebote (inhaltlich und welches Format, z.B. Wanderung oder Urlaub) sie toll fänden. Auch die Angebots-Empfehlung Nr. 17 zur Customer Lifetime Journey ist elementar für Deine Kundenbindung – nämlich, dass Kunden Angebote bei Dir finden, die es ihnen leicht machen, bei Dir zu bleiben, weil sie nach dem Beenden eines Angebots etwas spannendes Neues auswählen können.

13. Wunschkunden-Konzept leben:

So langsam solltest Du Dich nun damit beschäftigen, das Konzept des Wunschkunden zu leben. Die Nachfrage erhöht sich und auch wenn Du finanziell eigentlich noch jeden Kunden brauchst – gehe nun dazu über, Dich mit allem, was Du tust (Angebot und Marketing) an Deinen Wunschkunden zu richten. Ihn willst Du in Deinem Leben haben, mit ihm möchtest Du arbeiten. Also biete auch das an, was Dein Wunschkunde möchte, und sprich ihn im Marketing direkt an.

14. Verschiedene Wunschkunden (siehe auch Angebots-Empfehlung Nr. 11):

Achte bewusst darauf, dass Du nicht nur EINEN Wunschkunden hast. Der „Typ" Mensch, den Du als Kunde haben möchtest, wird sich ähneln – also was dem Kunden im Umgang mit seinem Hund wichtig ist, wie er redet, sein Humor etc. Aber das THEMA, das der Kunde hat, variiert:

- Welpe, Junghund oder erwachsener Hund
- Erziehung oder Beschäftigung
- Welches Erziehungsthema: Konkretes Problem oder „allgemein" Erziehung
- Freizeit-Beschäftigung oder mit Leistungsanspruch usw.

Und auch wenn sich der Typ Mensch ähnelt, kannst Du auch den Menschen selbst noch nach verschiedenen Aspekten „verfeinern" (siehe hierzu auch Angebots-Empfehlung Nr. 11):

- wenig oder viel Hunde-Erfahrung
- wie viel sich ein Mensch zutraut

- eher introvertiert oder extrovertiert
- Der Anspruch an sich und seinen Hund: in die Tiefe gehen oder an der Oberfläche bleiben, Lust auf Leistung und Fortschritt oder auf Spaß und Entspannung usw.

Hier ist wieder Klarheit und Entwicklungsarbeit von Dir gefordert: Mit welchen verschiedenen Wunschkunden möchtest Du zusammenarbeiten? Notiere Dir konkret Deine Wunschkunden: Den Welpenbesitzer, den Junghundbesitzer, der Hundehalter mit Hund aus dem Tierschutz, den Halter eines ängstlichen Hundes etc.
Es kann gut sein, dass Du bspw. sechs verschiedene Wunschkunden hast. Wenn Dir das klar ist, achte darauf, sie mit Deinem Angebot und Marketing anzusprechen. Für jeden dieser Wunschkunden kannst Du eine Customer Lifetime Journey durchdenken (Angebots-Empfehlung Nr. 17).

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 3-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 4 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

15. Wunschkunde pur:

Hinterfrage noch einmal kritisch, ob Du Dich mit Deinem Angebot und Deinem Marketing ausschließlich an Deine Wunschkunden richtest. Sie sind Dein Adressat für all Deine Aktivitäten. Dein Kundenstamm sollte immer mehr zu einem großen Teil aus Kunden bestehen sollte, mit denen Du richtig gerne zusammenarbeitest.

16. Kunden verabschieden:

Du solltest nun so weit sein, dass Du Dich nicht mehr durch Kundenbeziehungen quälst, die Dir nicht guttun. Es passiert uns Dienstleistern immer wieder mal, dass trotz aller Ausrichtung auf den Wunschkunden jemand dabei ist, mit dem es einfach nicht passt. Nimm das nicht einfach hin, sondern entscheide bewusst: Will ich mit diesem Kunden arbeiten – ja oder nein?
Wenn die Antwort „nein" ist, dann beende die Zusammenarbeit mit einem professionellen Gespräch. Wenn Du die Kundenbeziehung noch nicht beenden möchtest, entscheide, ob Du

- den Kunden so akzeptieren möchtest, wie er ist – ohne Dich daran aufzureiben.
- Eure Art der Zusammenarbeit ansprechen möchtest, mit dem Ziel, sie zu verbessern.

17. Stammkunden im Fokus, Neukunden im Blick:

Dein Kundenstamm ist nun so groß, dass Du diesen im Fokus haben solltest, wenn Du über Dein Angebot und Dein Marketing nachdenkst. Bis zur Entwicklungsstufe 4 haben viele Unternehmer die Neukundenakquise im Fokus. Nun bist Du so weit, Deine vorhandenen Kunden in den Fokus zu stellen. Das bedeutet nicht, dass Du kein Marketing mehr machst. Bleib weiterhin mit einem gewissen Marketing-Grundrauschen sichtbar, denn ein stetiger Zufluss an Neukunden

ist für jedes Unternehmen wichtig.
Und gleichzeitig denkst Du bei der Weiterentwicklung Deines Unternehmens vorrangig an den vorhandenen Kundenstamm, der Dir Freude macht – denn den willst Du halten und gleichzeitig mehr Kunden von genau diesem „Typ" anziehen. Die Neukunden hast Du weiterhin auch im Blick. Im Fokus sind jedoch Deine Stammkunden, mit denen Du die Beziehung vertiefst und ausbaust. Und indem Du in Deinem Marketing über die Themen, die Deine Stammkunden bewegen, sprichst, ziehst Du automatisch (die richtigen) Neukunden an.

18. Kundenkontakt weiter optimieren:

Lasse nicht nach, über den Kontakt zu Deinen Kunden und die Zusammenarbeit mit ihnen weiterhin regelmäßig zu reflektieren:

- Wann ist etwas anstrengend?
- Wo läuft es noch nicht so, wie Du es Dir wünschst?
- Was zeichnet die Kundenkontakte aus, die sich locker und leicht, quasi wie Urlaub anfühlen?

Diese Erkenntnis schriftlich festzuhalten, ist weiterhin sehr unterstützend. Denn dann wird Dir beim Durchblättern der Notizen über einen längeren Zeitraum vielleicht ein gewisser roter Faden auffallen oder es kristallisiert sich ein Punkt heraus, der sich bisher einfach sehr gut versteckt hatte.
Passe Deine Regeln zum Umgang und Kontakt mit Kunden jederzeit an Deine neuen Erkenntnisse an. Du entwickelst Dich stetig weiter, manchmal sogar rasant. Deine Regeln sollen und müssen sich mit Dir mitentwickeln. Was Dir gestern noch gut getan hat, kann heute überflüssig sein oder nicht mehr passen. Entscheide jederzeit neu, was es braucht, damit Du Dich im Kontakt mit Deinen Kunden rundum wohlfühlst (siehe „Selbstverständnis als Unternehmer"-Empfehlung Nr. 7).

Marketing

In diesem Themenbereich findest Du bewusst keine Empfehlungen für konkrete Marketing-Maßnahmen wie z.B. eine professionell erstellte Webseite, einen Newsletter, Auto-Werbung oder den Einsatz von einem (ebenfalls unbedingt vom Profi gestalteten) Flyer.
Warum? Weil nur Du entscheiden kannst, welches Set an Marketing-Maßnahmen zu Dir als Unternehmer passt. Hätte ich hier aufgeführt „Nutze einen Newsletter", dann würde das so klingen, als sei dies eine Voraussetzung für Deinen Unternehmenserfolg. Und das ist eine einzelne Marketing-Maßnahme nun mal nicht.
Tatsächlich ist es so: Keine einzelne Marketing-Maßnahme ist existentiell entscheidend dafür, ob Du als Hundetrainer erfolgreich bist oder sein wirst. Es gibt Hundetrainer, die nicht mal eine Webseite haben (die ich Dir natürlich dennoch als Marketing-Instrument empfehle, keine Frage). Du findest in der Empfehlung Nr. 3 eine Übersicht, welche Maßnahmen ich für Dich als Hundetrainer sinnvoll finde. Welche Du letztendlich nutzt, um erfolgreich zu werden, ist jedoch Deine Entscheidung und keine von mir festzulegende Empfehlung.

→ Empfehlungen für Stufe 2-Unternehmer oder höher

1. Marketing verstehen:

Lerne, wie Marketing funktioniert. Um etwas wirklich TUN zu können, musst Du es erstmal verstehen. Du kennst das vom Fachthema Hund, zu dem Du Dich fortgebildet hast, um Hundetrainer zu sein. Rund um den Hund hast Du auch erst einmal alles Notwendige erklärt bekommen, um es dann selbst zu üben und schließlich irgendwann alleine umzusetzen. Der große Fehler, der im Marketing oft passiert, ist, dass Menschen SOFORT Marketing *MACHEN* wollen, anstatt erstmal zu verstehen, wie Marketing funktioniert. Das wäre so, als hättest Du sofort Hundetraining geben wollen, ohne vorab zu verstehen, wie Hundetraining überhaupt geht. Das kann natürlich nicht funktionieren oder Dir die Ergebnisse bringen, die Du Dir wünscht – nämlich Sichtbarkeit und Kunden.

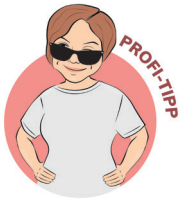
Hier kannst Du Dir ein kostenloses Video-Training dazu anschauen:
www.hundeunternehmer-club.de/6stufen_downloads

2. Marketing-Maßnahmen kennen:

Lerne, welche Marketing-Maßnahmen es gibt und welche in der Hundebranche funktionieren. Nachdem Du verstanden hast, wie Marketing als solches funktioniert, verschaffst Du Dir nun einen Überblick darüber, welche Marketing-Maßnahmen in der Hundebranche funktionieren.

3. Marketing-Maßnahmen auswählen:

Nun suchst Du Dir die Maßnahmen aus, mit denen Du glaubst Dich wohlzufühlen und die Du zu Beginn nutzen möchtest.



Empfehlenswerte Marketing-Maßnahmen für Dich als Hundetrainer sind

- eine professionelle Webseite (bedeutet: vom Profi erstellt) inkl. Suchmaschinenoptimierung
- Eintrag bei Google MyBusiness, so dass Du auf Google Maps angezeigt wirst
- ein professionell gestalteter Flyer (nicht selbstgemacht!)
- ein Newsletter
- Social Media (Facebook und Instagram sind derzeit für Hundetrainer empfehlenswerte Kanäle)
- Netzwerk und Kooperationen mit anderen Hundeunternehmern in der Region
- PR-Artikel (keine Anzeigen, die bringen gar nichts, sondern redaktionelle Beiträge) in der regionalen Presse

Außerdem ist Autowerbung eine gut funktionierende Maßnahme, sofern sich Dein Auto dafür eignet (ein 17 Jahre alter, rostiger Golf vielleicht eher nicht, auch wenn er noch so liebenswert ist) und Du damit fein bist, in Deinem Auto niemals wieder als Privatperson unterwegs zu sein.

4. Marketing-Maßnahmen anwenden lernen:

Wenn Du Dich nun für ein erstes Set an Marketing-Maßnahmen entschieden hast, gilt es zu lernen, wie Du diese Maßnahmen richtig gut anwendest (ähnlich wie bei Empfehlung Nr. 1). Ein Großteil davon ist einfach nur ein Handwerk, das Du lernen kannst. Geschick, Elan und eine charmante Leichtigkeit bei der Anwendung der Maßnahmen entwickelst Du dann – wie bei allem im Leben – durchs Üben und Tun. Eine wichtige Empfehlung ist deshalb auch, Dir Zeit zu geben, einzelne Marketing-Maßnahmen wirklich anwenden zu lernen und nicht zu schnell aufzugeben. Bleib dran und übe, gut darin zu werden. Laufen hast Du damals auch nicht an zwei Tagen gelernt.

Grundvoraussetzung für die Anwendung einzelner Maßnahmen ist, dass Du die Empfehlung Nr. 1 umgesetzt und wirklich verstanden hast, wie Marketing funktioniert. Beschäftige Dich dann mit den Einzel-Maßnahmen und lerne bei jeder, wie sie funktionieren, welche Ziele Du mit ihnen erreichen kannst und worauf bei ihrem Einsatz zu achten ist.

5. Unternehmensname & Logo sind semi-wichtig:

Für einen Gründer ist oft das Wichtigste, wie das neue Unternehmen denn nun heißt und wie sein Logo aussieht. Aus Gründersicht ist das sehr nachvollziehbar, denn Du bist gerade in dem

Prozess, etwas ganz Neues in die Welt zu bringen, quasi eine neue Identität zu erschaffen – die Du selbst noch gar nicht wirklich kennst. Die Du aber nach draußen repräsentieren sollst – und wie soll das gehen, wenn Du selbst noch keine Klarheit dazu hast? Deshalb ist dieser Prozess ungemein wichtig für Dich. Und ich möchte ihn Dir auch gar nicht (unbedingt) ausreden.
Ich möchte Dich lediglich dafür sensibilisieren, dass es Deinen Kunden relativ egal ist, wie Dein Unternehmen heißt und ob Du überhaupt ein Logo hast. Kunden merken sich ohnehin DEINEN Namen und empfehlen Dich als Menschen weiter. Du bist es, der für sie zählt. Unternehmensname und Logo haben keine großartige Bedeutung für sie. Deshalb mache Dir bitte bewusst, dass DU derjenige bist, für den das zum Start so wichtig ist – nicht Deine Kunden.

Mach keine Doktorarbeit daraus und schau Dir gerne meine kostenlose Checkliste „Namensfindung zur Gründung“ dazu an:
www.hundeunternehmer-club.de/6stufen_downloads

6. Nutzen auf den Punkt bringen:

Zu einem funktionierenden Marketing gehört, dass Du auf den Punkt bringen kannst, welchen Nutzen Deine Kunden von der Arbeit mit Dir haben. Menschen investieren Zeit oder Geld nur in etwas, was ihnen etwas bringt – da sind wir alle gleich. Und das ist auch gut so, denn auch Du solltest Deine Zeit und Dein Geld nur in Dinge investieren, die Dir etwas bringen: Dich schlauer machen oder glücklicher oder entspannter oder selbstbewusster oder ruhiger oder kompetenter oder mutiger – was immer halt für Dich wichtig ist.
Deshalb ist es übrigens so grundlegend wichtig, Dich intensiv mit Deiner Zielgruppe auseinanderzusetzen, siehe Kunden-Empfehlung Nr. 2: Du musst einfach wissen, was Deine Kunden bewegt und welche Bedürfnisse sie haben. Das ist die absolute Basis für Dein Marketing.
Um den Nutzen Deines Angebots auf den Punkt zu bringen, gibt es DIE EINE Hammer-Frage: „Was ist hinterher anders als vorher?“
Wenn ich Dein Angebot wahrgenommen habe, muss sich dadurch irgendetwas für mich verändert haben. Was ist das? Bringe es auf den Punkt und sei dabei emotional – denn Menschen kaufen Emotionen, keine Fakten.

7. Feste Marketing-Zeiten:

Plane Dir jede Woche Zeit ein, um Dich mit Deinem Marketing zu beschäftigen. Vereinbare konkrete Termine mit Dir selbst und trage sie in Deinen Kalender ein, z.B. Dienstag von 10.00 bis 12.00 Uhr. Diese Termine sind wichtiger als ein Kundentermin, da sie Deinem Vorankommen dienen. In diesen Marketing-Terminen bildest Du Dich rund ums Marketing fort (Marketing-Empfehlungen Nr. 1 bis 4 und 6) und baust Deine Marketing-Fähigkeiten auf. Du planst Dein Marketing (konkret: Wann machst Du was?) und setzt Deine Marketing-Aktivitäten um. Trage Dir am besten jetzt gleich die Termine für die nächsten sechs Wochen ein.

8. Marketing mit Angebotsplanung verknüpfen:

Wenn Du nun ein Angebot planst, das zu einem bestimmten Termin stattfindet/startet (z.B. einen Gruppenkurs), planst Du gleichzeitig, wann Du mit welchen Marketing-Maßnahmen dazu beginnst. Das Planen des Marketings gehört genauso zu diesem Angebot wie die Inhalte des Angebots. Gewöhne Dir an, dies in einem Rutsch zu machen, so dass Du rechtzeitig mit dem Marketing für dieses Angebot beginnst. Dies kann in Deinen regelmäßigen Marketing-Terminen (Empfehlung Nr. 7) stattfinden.

9. Kunden-Emailverteiler:

Egal, ob Du einen Newsletter nutzen möchtest oder nicht, baue Dir einen Emailverteiler für Deine Kunden auf – also die Hundehalter, mit denen Du bereits zusammenarbeitest. Das kannst Du ganz einfach in Excel oder Word machen, wenn Du im Moment noch kein professionelles Email-Marketing-Tool nutzen möchtest. Es ist wichtig, dass Du Deinen Kunden auch einfach mal Informationen zukommen lassen kannst oder ab und zu mal einen Ausblick schickst, welche tollen Angebote demnächst kommen. Am besten nutzt Du den Aufbau eines Email-Verteilers, um die Daten Deiner Kunden gleich ein wenig umfangreicher zu dokumentieren, z.B. auch an welchen Angeboten sie bisher teilgenommen haben, wann der letzte Kontakt war, der Geburtstag des Hundes (und gerne auch des Kunden, wenn Du ihn kennst), kleine Besonderheiten wie der Spitzname für den Hund u.Ä. So kannst Du in der Kommunikation leichter sehr persönlich sein und an den bisherigen Stand anknüpfen.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 2-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 3 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

10. Wunschkunde als Adressat:

Richte Dich mit Deinem Angebot und Deinem Marketing jetzt immer an Deine Wunschkunden. Damit kannst Du natürlich auch gerne schon in Stufe 2 starten – erfahrungsgemäß sind die Empfehlungen, die Du dort gelesen hast, jedoch absolut ausreichend und brauchen genügend geistige und zeitliche Kapazität. Wenn Du Dich auf Stufe 2 bereits schon einmal mit dem Konzept Wunschkunde befasst hast (Kunden-Empfehlung Nr. 1), ist das wunderbar. Nun solltest Du jedoch tatsächlich dazu übergehen, Dich in Deinem Marketing bewusst an Deine Wunschkunden zu richten. Sie sind von nun an Deine Adressaten für all Deine Aktivitäten.

11. Empfehlungsmarketing:

Beginne, aktiv Empfehlungsmarketing zu nutzen. Bitte Deine Kunden um Bewertungen auf Social Media oder Google. Hole Rezensionen für Deine Webseite und Deine Angebote ein. Die Kür ist, dass Du auf Deiner Webseite zu jedem Deiner Angebote zwei bis drei angebotsspezifische Rückmeldungen Deiner Kunden hast. So steht z.B. bei Deiner Welpengruppe dieses Feedback:

„Die Welpengruppe bei Tina ist einfach fantastisch. So viel Spaß und gleichzeitig so viel zu lernen, locker und amüsant erklärt – die perfekte Kombi! Das war der beste Start in unser gemeinsames Hundeleben!“
Gib Empfehlungskärtchen heraus, die Deine Kunden an andere Hundehalter weitergeben können, z.B. für eine kostenlose Gruppen-Probestunde. Wenn der Neukunde dies wahrnimmt, erhält Dein Kunde, der das Empfehlungskärtchen an den Neukunden weitergegeben hat, z.B. ein kleines Dankeschön. Oder es gibt die Aktion „Bring einen mit!“, bei der Deine Lieblingskunden zu einem Event oder einem gewissen Termin kostenlos einen Freund mitbringen können.

12. Content Marketing:

Falls Du Social Media oder einen Newsletter nutzt, mache Dich nun fit im Content Marketing. Content Marketing ist ein intelligentes Marketing, das sich stark von Werbung abhebt.
Werbung wäre „Hey, in einer Woche startet der Rückruf-Kurs, es sind noch zwei Plätze frei – hol Dir einen.“ Content Marketing bedeutet, bspw. darüber zu berichten,

- wie man einen Rückruf aufbaut,
- Kunden erzählen zu lassen, welche Fortschritte sie gemacht haben, obwohl sie die Hoffnung schon aufgegeben haben,
- kleine Übungen herauszugeben, die Dein potenzieller Kunde sofort umsetzen kann und direkt einen Nutzen davon hat
- Einblick in den laufenden Rückruf-Kurs zu geben und einen Trick zu zeigen oder eine Erläuterung zu geben, der/die bei den Teilnehmern heute einen Aha-Effekt hervorgerufen hat.

Content Marketing ist inhaltlich wertvoll, hilft dem potenziellen Kunden direkt weiter und nervt nicht. Und es zieht die richtigen Kunden an – die, die wirklich zu Dir passen.

13. Professionell(er)es Design:

Das Auge isst im Marketing so ‘was von mit, Du ahnst es nicht. Du kennst das von dem Spruch (und der Erfahrung) „Kleider machen Leute“, wie sehr eine Frisur einen Menschen verändern kann, von der Wirkung einer liebevollen Verpackung eines Geschenks oder dem Herrichten einer Immobile mit Blumen, Vorhängen und Deko, bevor sie potenziellen Käufern gezeigt wird. Die Verpackung eines Angebots ist einfach wichtig und hat einen direkten Einfluss auf die Kaufentscheidung eines Menschen und auf seine Bereitschaft, wie viel Geld er für das Angebot ausgeben wird.
Du kannst kostenlose Grafik-Tools im Netz nutzen, um schicke Grafiken für Dein Marketing, Deine Angebote und Deine Webseite zu erstellen. Google einfach nach “Grafik-Tools“ und Du bekommst tolle Blogartikel, die Dir solche Tools empfehlen. Plane bewusst Zeit ein, um mit kostenlosen Tutorials richtig fit in einem solchen Design-Tool zu werden. Wenn Du darauf keine Lust oder so gar kein Talent hast, dann schau, ob Du einen Grafik-Designer findest, der wichtige Abbildungen für Dich erstellt.

14. Ein Marketing-Plan:

Wenn Du schon einige Zeit aktiv Marketing betreibst, ist Dir aufgefallen, dass es wahnsinnig anstrengend ist, im Marketing auf Dauer schnell-schnell zu agieren, kurzfristige Ideen noch mal eben (professionell) umzusetzen und nach draußen überzeugend und mit Ruhe aufzutreten. Beginne nun, vorausschauend und längerfristig zu planen. Natürlich kannst Du auch weiterhin spontan etwas nach draußen geben, wenn Dir etwas Schönes über den Weg läuft oder Du eine gute Idee hast. Gleichzeitig hilft es Dir ungemein, schon im Vorfeld zu wissen, was Du im nächsten halben Jahr an Angeboten hast und wie Du diese bewerben möchtest. So kannst Du realistisch Zeit dafür einplanen und in Ruhe Ideen entwickeln.
Dein Marketing-Plan sagt Dir, wann Du welche Inhalte in welcher Form nach draußen gibst. Baue ihn Dir nach und nach auf – egal, ob auf Papier, in Excel oder einem Planungstool.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 3-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 4 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

15. Hinterfrage Deinen Außenauftritt:

Wird er Dir noch gerecht? Spiegelt die Webseite, das Logo, Dein Unternehmensname, ggf. Dein Flyer wider, wer Du bist und wofür Du stehst? Du hast Dich in den letzten Jahren stark weiterentwickelt. Wenn Dein Außenauftritt bereits ein paar Jahre alt ist, könnte nun ein guter Zeitpunkt für eine (ggf. komplette) Erneuerung sein.
Im Themenbereich „Angebote“ gibt es ebenfalls auf Stufe 4 die Empfehlung (Nr. 15), Dein Angebot mit einem Blick von außen zu hinterfragen. Diese Empfehlung kannst Du wunderbar mit dieser hier gemeinsam umsetzen, nämlich die Wirkung Deines Marketings zu hinterfragen.
Meiner Meinung nach überschätzen viele Unternehmer ungemein, was sie im Marketing machen und was davon außen ankommt: Nur ein kleiner Bruchteil dessen, was Du tust und sagst, kommt wirklich bei Deinen potenziellen Kunden an. Deshalb starte ein kleines Projekt und hinterfrage Deinen Außenauftritt, gerne mit der gleichen Logik wie bei der Angebots-Empfehlung Nr. 15:

a) Schau Dir Deinen Außenauftritt an, als würdest Du ihn das erste Mal sehen und Dich selbst nicht kennen. Wofür steht dieser Mensch? Welchen Eindruck vermitteln er und sein Angebot? Was ist ihm anscheinend wichtig? Hast Du Lust, mit ihm zu arbeiten? Kannst Du ihm vertrauen? Ist da was Spannendes für Dich dabei, das Du gerne buchen / machen möchtest? Was hält Dich ab, Kontakt zu ihm aufzunehmen bzw. direkt ein Angebot zu buchen?

b) Lasse einen Freund Deinen Außenauftritt beurteilen. Zunächst könntest Du ihn einmal fragen „Was bekommst Du eigentlich auf Facebook oder Instagram von mir mit? Liest Du meine Newsletter? Wenn ja, was bleibt dabei hängen?“

Dein Freund kann dann zwei Wochen bewusster beobachten, wie viel er von Dir wahrnimmt und welcher Eindruck hängen bleibt.
Daraufhin könnt Ihr Euch einmal gemeinsam vor den PC setzen und einmal ein, zwei Stunden das ansehen, was außen von Dir sichtbar ist: Webseite, Social Media, Newsletter. Lass Deinen Freund laut denken und nach und nach die Fragen beantworten, die unter a) genannt sind.

c) Lasse einen Menschen, der Dich nicht kennt, dasselbe machen wie Deine/n Freund/e unter b). Der Vorteil ist hierbei, dass dieser Mensch nicht durch eine bestehende Beziehung zu Dir beeinflusst ist und das alles ganz neutral bewerten kann. Natürlich sollte es ein hunde-affiner Mensch sein, der Deinem Wunschkunden nahe kommt.

Am besten lässt Du Dir nicht nur von einem Freund und einem „Fremden" Rückmeldung geben, sondern von mehreren, um ein wirklich aussagekräftiges Ergebnis zu bekommen.

16. Marketing als Unternehmer-Aufgabe:

Siehe Marketing als festen Bestandteil Deiner unternehmerischen Tätigkeiten. Beschäftige Dich jede Woche mit Deinem Marketing, z.B. in Deinen festen Bürozeiten. Die langfristige Planung sowie die strategische Weiterentwicklung Deines Marketings sollte nun eine Selbstverständlichkeit für Dich als Unternehmer werden. (Die operative Umsetzung Deiner Marketing-Maßnahmen im Alltag kann, darf und soll natürlich sehr gerne von einem Assistenten oder Mitarbeiter übernommen werden.)

Alltag & Büro

In diesem Abschnitt wird immer wieder einmal eine „virtuelle Assistenz“ erwähnt. Das ist eine Assistenz, die nicht bei Dir im Büro oder um die Ecke sitzt, sondern den Segen der Technik nutzt, um virtuell zu helfen, egal, wie weit Ihr auseinanderlebt. Eine virtuelle Assistenz ist ein sogenannter „externer Dienstleister“. Das bedeutet: Dieser Mensch ist nicht bei Dir angestellt, sondern selber selbständig, und wird nach Zeit oder Arbeitsaufwand bezahlt, wie es z.B. auch bei einem Webseitendesigner der Fall ist.
Es gibt inzwischen einige Unternehmen, die sich auf virtuelle Assistenz ganz speziell für die Hundebranche fokussieren. Diese unterstützen in administrativen Alltagsaufgaben, die zwar notwendig sind, einem gefragten Unternehmer jedoch schlichtweg zu viel Zeit rauben: Mails, Telefonanrufe, Terminvereinbarungen, Nachfragen von Kunden zu Trainingsort, Trainingszeiten, Trainingsinhalten und -ablauf, Kommunikation mit Kunden bei Krankheit oder in Urlaubszeiten undsoweiterundsofort.

→ Empfehlungen für Stufe 2-Unternehmer oder höher

1. Feste Bürozeiten:

Habe feste Bürozeiten pro Woche, um Dich Deinen administrativen und unternehmerischen Aufgaben zu widmen. Gerade am Anfang ist es viel, was zu verstehen ist, und immer wieder kommt noch etwas Neues hinzu. Wenn sich all diese Aufgaben immer weiter auftürmen, baut das einen unfassbaren Druck auf. Mache es zu einer Deiner Prioritäten, auch die Hintergrundarbeiten im Griff zu haben (ohne den Anspruch zu haben, eine leere To-do-Liste zu bekommen – denn die gibt es in der Selbständigkeit nicht).
Bei administrativen Aufgaben ist es eine große Verlockung, sie „mal schnell zwischendurch“ erledigen zu wollen, „wenn grad Zeit dafür ist“. Je mehr Du Dich diesem Gedanken hingibst, umso größer ist der Berg an Altlasten und unrunden Prozessen, den Du in Stufe 3 wieder aufräumen darfst. Ich garantiere Dir, dass Dir Schludrigkeiten in der Administration irgendwann um die Ohren fliegen.
Vereinbare konkrete Termine mit Dir selbst und trage sie in Deinen Kalender ein (z.B. montags von 8:00 bis 9:00 Uhr sowie von 14:00 bis 16:00 Uhr, dienstags von… usw.). Diese Termine sind mindestens genauso wichtig wie ein Kundentermin. Mit einer festen Struktur für Bürozeiten und Kundentermine (siehe Kunden-Empfehlungen Nr. 6 und 8) hast Du einen Rahmen, der Dir Halt und Struktur im Alltag gibt.

2. Single-Tasking statt Themen-Hopping:

Mit dieser Struktur aus Empfehlung Nr. 1 hast Du feste Zeiten am Stück, in denen Du Dich einem Thema widmest. Dieses Vorgehen ist eine unheimliche Erleichterung für Dich, denn Themen-Hopping oder Dir den Tag durch mal hier und mal da stattfindende Kundentermine

„zerfetzen“ zu lassen, ist mental und energetisch sehr anstrengend. Die Empfehlung erfahrener Unternehmer ist ganz klar, Dich immer eine gewisse Zeit am Stück mit EINEM Thema zu beschäftigen. Entscheide zu Beginn Deiner Bürozeit, wofür Du diese nutzen möchtest und teile sie ggf. ein: Eine Stunde für Mails und Facebook, eine Stunde fürs das Vorbreiten der Angebote der nächsten Tage. Das bedeutet auch, in dieser Zeit nichts anderes zu machen, also bspw. Facebook aus, Email-Programm zu, Handy beiseitegelegt und aus(!). So schaffst Du viel mehr und verbrauchst dabei viel weniger Energie.
Eine großartige Methode, um Single-Tasking zu unterstützen, ist die Pomodoro-Technik (ohne diese wäre dieses Buch wahrscheinlich niemals entstanden). Pomodoro ist italienisch und heißt „Tomate“. Der Italiener Francesco Cirillo nutzte eine Eieruhr in Form einer Tomate, um seine Arbeit in 25-Minuten-Einheiten einzuteilen. In diesen kurzen Arbeitseinheiten wird genau eine Aufgabe erledigt bzw. ein Thema bearbeitet, ohne Ablenkung. Nach einer kurzen Pause startet dann die nächste Pomodoro-Einheit. Eine so simple wie unglaublich effektive Methode, die viele Unternehmer lieben und die auch immens hilft, sich zu ungeliebten Aufgaben aufzuraffen („Komm, sind ja nur 25 Minuten – das krieg ich hin.“). Ich nutze eine kostenlose App für den PC, um die Technik im Alltag anzuwenden.

3. Buchhaltungstool:

Schaffe Dir ein Buchhaltungstool an, denn früher oder später brauchst Du ohnehin eines, wenn Du eine ernsthafte Selbständigkeit aufbaust. Gängige Anbieter sind Lexware und WISO Mein Büro. Lasse Dir von anderen Hundeunternehmern oder einem virtuellen Assistenten bei der Auswahl des Tools helfen (beachte ggf. Schnittstellen zu Deinem (zukünftigen) Steuerberater, die mögen in der Regel Lexware). Auch die Handhabung des Tools kannst Du Dir erklären lassen.

4. Unterstützung holen:

Einer der größten Fehler von startenden Selbständigen ist, sich alles selbst aneignen und die besten Lösungen alleine herausfinden zu wollen, bloß weil sie nicht wissen, wen sie fragen können oder um 50,-€ zu sparen (wobei ich aus eigener Erfahrung sehr genau weiß, dass 50,-€ viel sind, wenn man wenig Geld zur Verfügung hat). Dennoch zeigt sich auch in solchen Entscheidungen, ob Du das Zeug zum erfolgreichen Selbständigen hast. Denn sich keine Hilfe zu holen bei Themen, die nun mal naturgemäß nicht zu Deiner Expertise gehören (und es auch gar nicht sollen – Du bist schließlich Hundetrainer und kein Büro-Experte), vergeudet nicht nur Deine wertvolle Zeit, sondern führt auch dazu, dass Du nicht die für Dich beste Lösung findest. Und später nochmal an das Thema ran musst, was dann wieder Zeit und oft auch Geld kostet, weil Du dann gemerkt hast, dass es ohne professionelle Hilfe nicht geht.
Frage andere unbedingt um Rat, z.B. externe Dienstleister wie virtuelle Assistenten oder Experten zu dem jeweiligen Thema. Das betrifft auch das Thema Technik, die einen oft davon

abhält, eine eigentliche sinnvolle Lösung umzusetzen, bloß weil man nicht weiß, wie es geht (z.B. einen Newsletter zu nutzen). Lasse Dich nicht von der Technik abhalten und hole Dir Unterstützung.

5. Kundentermine zeitgenau abrechnen:

Übe Dich darin, Kundentermine zeitgenau abzurechnen. Stelle Dir 10 Minuten vor Ende des Termins Dein Handy auf Vibrationsalarm, so dass Du daran erinnert wirst. Lege Dir Sätze zurecht, die das Ende eines Termins einläuten bzw. die Dich den Termin abschließen lassen. Übe dieses Vorgehen, um einen Termin im angekündigten Zeitrahmen professionell abzuschließen.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 2-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 3 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

6. „Aus-Zeit" & Wellness-Kur – Deine Prozesse und Abläufe optimieren:

Dies ist Deine wichtigste Aufgabe in Stufe 3.
Stufe 3 ist ja im Grunde eine Aufräum-Stufe, in der Du all das, was in den ersten Jahren liegen geblieben ist, auf Vordermann bringst. Du hast nun bereits einige Erfahrung in der Selbständigkeit gesammelt und weißt, welche Aufgaben zu erledigen sind, damit Dein Laden läuft.
Um professionell und effizient zu werden, brauchst Du nun gute Abläufe für diese Aufgaben.
Nutze diesen Punkt Deiner Entwicklung, um Deinem Unternehmen nun eine Wellness-Kur zu verabreichen. Für manche Unternehmen ist die Kur an dieser Stelle, auf Stufe 3, absolut notwendig, weil sie „durch" sind, der Büroalltag einfach nur noch chaotisch abläuft, man den Aufgaben hinterherrennt und von A nach B läuft, um Feuer zu löschen.
Für andere Unternehmen ist solch eine Wellnesskur nicht elementar notwendig, weil sie von Anfang an auf sich geachtet haben. Egal, wo Du Dich einordnest: Verschreibe Dir selbst diese Wellnesskur. Sie wird Dich IN JEDEM FALL um einen Quantensprung voranbringen und Deine Selbständigkeit schneller und „schöner" wachsen lassen.
Deine Aufgabe ist nun:

- Notiere Dir, was alles nicht so läuft, wie Du es Dir wünschst. Welche Aufgaben nerven und ziehen Energie? Was ist Dir zu umständlich, was ist zu aufwendig? Schreibe all dies einmal auf und beobachte Dich dann selbst zwei, drei Wochen im Alltag. Habe Dein Notizbuch bei dieser Selbst-Beobachtung dabei und notiere Dir sofort, wenn Dir im Alltag etwas auffällt, was Dir nicht gefällt und was Du so nicht beibehalten möchtest.
- Nimm Dir eine oder mehrere Aus-Zeiten, um Deine Abläufe zu verbessern. Aus-Zeit bedeutet, dass Du im wahrsten Sinne „off" bist – raus aus dem Tagesgeschäft und dem Alltag, offline und nicht erreichbar. Von außen fühlt es sich für Kunden und Partner so an, als seist Du im Urlaub. Du bist in Deinem eigenen Universum und arbeitest in dieser Aus-Zeit daran, neue Lösungen für die Schwachstellen zu finden, die Du identifiziert hast.

- Binde vertraute und pfiffige Menschen mit ein. Die besten Lösungen entstehen aus gemeinsamen Erfahrungen und Überlegungen. Solche Menschen sind üblicherweise andere Selbständige, denn die können all diese Themen und Stolpersteine nachvollziehen. Vielleicht sind sie ja an einem ähnlichen Punkt ihrer Entwicklung und machen diesen Prozess mit Dir gemeinsam für ihr eigenes Unternehmen? Das macht nicht nur richtig Spaß, es entsteht auch ein wahnsinniger Drive und Schwung, der die neue Energie und Freude für Deinen Alltag bringt.

Die Empfehlungen des nächsten Themenbereichs „Selbstorganisation & Freizeit" drehen sich nahezu alle auch um diesen Aspekt, sein Unternehmen und seinen Alltag im Griff zu haben.

7. Administrative Aufgaben abgeben – Überblick verschaffen:

Auf Stufe 3 hast Du in der Regel ein Zeitproblem: Die Nachfrage ist spürbar gestiegen (Gott sei Dank) und in den administrativen Aufgaben ist noch nicht wirklich Struktur (verdammt!). Inzwischen hast Du ein gutes Gefühl dafür bekommen, welche Aufgaben in Deiner Selbständigkeit anfallen – und wir wissen, dass das verdammt viele sind. Völlig zu Recht kommt Dir nun vielleicht bzw. hoffentlich der Gedanke „Muss ich das eigentlich alles selber machen?" Nein, musst Du nicht. Und solltest Du auch nicht. Wachsende Unternehmer geben insbesondere administrative Aufgaben nach und nach an andere Personen ab. Zu Beginn fühlt sich das komisch an, weil man das Gefühl hat, alles unter Kontrolle haben zu müssen. Mit der Zeit und Deiner persönlichen „Reifung" wirst Du es jedoch sehr begrüßen, nicht mehr jeden Handschlag alleine machen zu müssen.
Wenn Du nun, auf Stufe 3, Dein Unternehmen aufräumst und die internen Prozesse auf Vordermann bringst, entwickle ein Gefühl und einen aufmerksamen Blick dafür, welche Aufgaben Du eigentlich abgeben könntest – auch wenn Du das jetzt noch nicht machen willst oder aus finanziellen Gründen noch nicht machen kannst. Ein guter Leitfaden für die Frage „Was könnte ich theoretisch abgeben?" ist der Grad, wie sehr Dich eine Aufgabe nervt. Diese Super-Nerv-Aufgaben gibst Du als Erstes ab, wenn es so weit sein sollte. Für viele Selbständige ist das die Buchhaltung (die habe ich auch als allererstes ausgelagert). Aber auch die gesamte Kundenkommunikation (Telefon, Mails), Kundenorganisation (z.B. Anmeldung und alltägliche Nachfragen zu Kursen und Gruppen), Dokumentations- und Rechercheaufgaben und die Umsetzung Deines Marketings sind gut bei einer administrativen Unterstützung aufgehoben.

8. Administrative Aufgaben an Dritte abgeben – intern oder extern:

Wenn Du Aufgaben abgeben möchtest, kannst Du entweder jemanden einstellen oder einen externen Dienstleister einsetzen. Extern bedeutet, dass dieser Mensch nicht bei Dir angestellt, sondern ebenfalls selbständig ist und Du Dir seine Dienste einkaufst.
Wenn Du jemanden einstellst, wirst Du üblicherweise mit einem Minijob-Verhältnis starten, also einer 450,-€-Kraft. Beide Modelle haben Vor- und Nachteile, die ich Dir in dieser Übersicht einmal zusammen gestellt habe:

450,-€ Kraft / Minijobber	Externer Dienstleister
Bei Dir angestellt	Selbständiger Dienstleister, der auf Rechnung bezahlt wird
Stundensatz in der Regel zwischen 10,-€ und 15,-€ plus 30% Sozialabgaben => zw. 13,-€ und 19,50€ pro Stunde für Dich	Stundensatz in der Regel zwischen 35,-€ (speziell für die Hundebranche) und 60,-€
Erwartet üblicherweise eine gewisse Vergütung pro Monat, auf die er angewiesen ist (z.B. Minimum 300,-€)	Ist üblicherweise flexibel, was den Umfang der von Dir beanspruchten Dienstleistung angeht
Muss evtl. völlig neu an das Metier herangeführt werden	Ist erfahren in der Übernahme dieser Aufgaben
Kümmert sich nur um Dein Unternehmen	Ist für mehrere Kunden gleichzeitig zuständig
Macht das „nur als Nebenjob" – Anspruch und Ernsthaftigkeit muss insb. bei Einstellung hinterfragt werden	Macht das hauptberuflich

Der Stundensatz eines externen Dienstleisters ist in der Regel höher, weil Du zum einen einen Endpreis bezahlst (bei einem Minijobber kommen auf den Stundensatz noch einmal 30% Sozialabgaben hinzu) und zum anderen die Flexibilität mitbezahlst. Üblicherweise kann man eine virtuelle Assistenz nämlich sehr flexibel nutzen und auch einmal einige Zeit pausieren, wenn Du z.B. knapp bei Kasse bist. Ein bei Dir angestellter Minijobber erwartet in der Regel, pro Monat ein gewisses Gehalt zu bekommen, auf das er auch angewiesen ist – Du gehst da eine andere Verpflichtung ein.
Mir ist klar, dass Du im Moment sehr wahrscheinlich noch kein Geld hast, um überhaupt irgendjemanden als Unterstützung einzusetzen. Ich rate Dir dennoch, Dich schon jetzt damit zu beschäftigen. Lasse Dir von einem oder verschiedenen virtuellen Assistenten erklären, wie eine solche Unterstützung im Alltag funktioniert. Denn wenn Du das weißt, kannst Du viel besser den richtigen Zeitpunkt einschätzen, ab wann das für Dich Sinn ergeben kann.

9. Zusammenarbeit mit Mitarbeitern / Dienstleistern lernen:

Falls Du schon mit Dritten zusammenarbeitest, optimiere bewusst und gezielt die Zusammenarbeit mit ihnen. Wenn Dich jemand nicht nur für ein zeitlich begrenztes Projekt, sondern quasi täglich bei Deinen Alltagsaufgaben unterstützt, solltet Ihr mindestens ein Meeting pro Woche haben. In diesem Meeting werden nicht nur die anstehenden Aufgaben geplant und priorisiert. Vielmehr solltest Du auch regelmäßig die Qualität der Zusammenarbeit ansprechen, Dir Feedback einholen und Feedback geben (was läuft gut, was nicht, wie ändern wir das). Etabliere einen offenen Austausch, so dass Probleme direkt angesprochen werden und nicht erst, wenn sie Euch quasi schon um die Ohren fliegen.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 3-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 4 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

10. „Aus-Zeit" & Wellness-Kur – regelmäßig:

Vielleicht bist Du als nun schon ziemlich erfahrener Unternehmer bereits selbst auf die Idee gekommen, dass es sinnvoll ist, solch eine Aufräum-Kur für Dein Unternehmen (Empfehlung Nr. 6) regelmäßig zu machen – damit sich gar nicht erst so viel anhäuft. Je weniger Du eine solche Kur und Aus-Zeit zum internen Aufräumen „brauchst", umso besser. Und DASS Du erst gar nicht an den Punkt kommst, eine solche Aus-Zeit zu brauchen, stellst Du sicher, indem Du sie regelmäßig nimmst. Präventiv quasi. Plane Dir regelmäßig Unternehmer-Zeiten ein (siehe Themenbereich Selbstorganisation & Freizeit), in denen Du u.a. diese Empfehlung Nr. 10 umsetzt und Deinem Unternehmen kleine Aufräum-Kuren gönnst.

11. Administrative Aufgaben an Dritte abgeben – Machen:

Ab Stufe 4 solltest Du einen Teil Deiner administrativen Aufgaben abgeben. Dies ist ein ganz wichtiger Entwicklungsschritt für Dich. Und ja, da kommen wir zu einer Überzeugung von mir: Wenn Du ein wirklich gut funktionierendes Unternehmen aufbauen und bei Stufe 5 oder 6 ankommen willst, musst Du an einem gewissen Punkt einen Teil Deiner administrativen Aufgaben abgeben.

Es ist faktisch unmöglich, dass Du jeden pupsigen Handgriff, jede Mini-Frage per Mail, Whatsapp oder Facebook Messenger, jeden Telefonanruf, jede Dokumentationsaufgabe, jede Rechnung und Mahnung, die Buchhaltung, jedes Posting und jeden Newsletter selber machst UND dennoch genug Zeit für Dich hast UND gleichzeitig gut Geld verdienst. Ich bin der Überzeugung, dass kein reifer Unternehmer und keine gut laufende Selbständigkeit von einem völligen Einzelkämpfer bestritten wird, der absolut jeden Handgriff selbst macht.

Wenn Du bewusst eine kleine Selbständigkeit nebenbei führen möchtest, die gar nicht den Anspruch hat, Dich gut zu ernähren, dann kann es gut sein, dass Du auch langfristig alles selbst machst.

Sobald Du von Deiner Selbständigkeit angemessen leben möchtest, kannst Du Deine wichtige Chef-Zeit nicht für Tätigkeiten nutzen, für die Du einem Angestellten 12,-€ pro Stunde zahlst. Eine unternehmerische Regel lautet, alle Aufgaben abzugeben, die jemand anderes günstiger machen kann als Dein eigener Stundensatz. Als Richtschnur für das Delegieren von Aufgaben unterscheidet man zwischen wertschöpfenden und notwendigen Aufgaben. Notwendige Aufgaben sind wichtig, damit der Laden reibungslos läuft, sie bringen das Unternehmen aber nicht (wert-schöpfend) voran. Dazu gehören insbesondere administrative Aufgaben, die besonders gut an Dritte abzugeben sind (siehe Empfehlung Nr.7).

12. Überlegung eigener Mitarbeiter:

Viele Selbständige beginnen damit, Aufgaben an einen externen Dienstleister abzugeben. Das

ist ein guter Schritt, weil Du das Delegieren von Aufgaben mit einem Profi übst und gleichzeitig flexibel bleibst, da Du die Zusammenarbeit recht einfach beenden oder den Umfang verändern kannst. In der Regel werden es mit der Zeit immer mehr Aufgaben, die der Dienstleister für Dich übernimmt. Und auch das ist eine gute Entwicklung. Ab einem gewissen Punkt stehst Du vor der Entscheidung, ob Du weiterhin mit einem externen Dienstleister zusammenarbeitest, dessen Stundensatz sich für administrative Tätigkeiten in der Regel bei 35,-€ (sehr geringer Preis, der oft speziell für die Hundebranche angeboten wird) aufwärts bewegt, oder einen eigenen Mitarbeiter als Minijobber anstellst, für den Du üblicherweise 10,- bis 15,-€ pro Stunde zahlst (plus 30% Sozialabgaben, siehe Empfehlung Nr. 8).
Wenn Du Aufgaben in einem Umfang von 10 Stunden pro Woche aufwärts abgibst, wird die Überlegung, einen eigenen Mitarbeiter zu beschäftigen, finanziell gesehen in der Regel interessanter als einen externen Dienstleister einzusetzen. Rechne dies am besten gemeinsam mit Deinem Steuerberater durch.
Ich bin sehr gut mit der Variante gefahren, zu Beginn einen externen Dienstleister zu nutzen und ab einem gewissen Zeitpunkt eine eigene 450,-€-Kraft einzustellen. Inzwischen beschäftige ich eine Festangestellte mit 25 Stunden pro Woche und eine 450,-€-Kraft und arbeite zusätzlich mit zwei externen Dienstleistern zusammen, einem für Administration und einem für Grafikdesign. Tausche Dich mit anderen Selbständigen zu ihren Erfahrungen aus und entscheide dann, wie Du es handhaben möchtest.
Es ist ratsam, sich über diese Frage einmal pro Jahr erneut Gedanken zu machen, angepasst an die aktuelle Entwicklung Deines Unternehmens.

13. Fachliche Unterstützung:

An diesem Punkt der Unternehmensentwicklung steht für viele Hundetrainer auch die Überlegung an, ob sie sich im Hundetraining selbst unterstützen lassen. Da Du als Dienstleister Zeit gegen Geld tauschst, stößt Du üblicherweise irgendwann an eine Umsatzgrenze, die davon abhängt, wie viele Stunden Du am Kunden arbeiten möchtest. Fakt ist: Irgendwann ist die maximale Anzahl der Stunden, die Du als Kundentermine vergeben kannst, erreicht. Auch wenn Du Urlaub hast oder mal krank bist, liegt Dein Geschäft in einem klassischen Dienstleistungsbetrieb brach und Dein Umsatz sinkt auf null, wenn Du niemanden hast, der Dein Training übernimmt. Auf der anderen Seite ist es natürlich hoch-anspruchsvoll, einen Mitarbeiter zu finden, mit dem alles passt: Ansatz und Philosophie im Hundetraining, Umgang mit dem Kunden, Professionalität und Verlässlichkeit, die Vorstellung der Zusammenarbeit und die Wellenlänge. Nichtsdestotrotz: Viele Hundetrainer beschäftigen seit Jahren erfolgreich bei sich selbst angestellte Trainer oder selbständige Trainer, die sie auf Rechnung bezahlen. Rede mit anderen Hundetrainern, wie sie dieses Thema für sich erschlossen haben, wie der Alltag aussieht und worauf man sich einstellen muss. Und dann schau, ob Du diesen Entwicklungsschritt für Dich ausprobieren möchtest.

14. Führen von Mitarbeitern optimieren:

Wenn Du mit anderen Menschen zusammenarbeitest, ist erfahrungsgemäß das „Führen" dieser Mitarbeiter (ich nutze den Begriff jetzt einmal synonym für angestellte Mitarbeiter wie auch externe Dienstleister) eines Deiner anspruchsvollsten Entwicklungsfelder. Viele Hundeunternehmer sind zu nett und wollen eine partnerschaftliche, ja freundschaftliche Beziehung zu ihren Mitarbeitern haben.

Das funktioniert in der Realität jedoch nur ganz selten. In der Regel rächt sich mangelnde Führung spätestens nach ein paar Jahren darin, dass Mitarbeiter ihren Job nicht (mehr) so machen, wie Du es Dir vorstellst. Und da jeder Mitarbeiter Dein Unternehmen repräsentiert, ist es ungemein wichtig, dass sie ihre Aufgaben – bei aller Freiheit, auch sie selbst zu sein und ihren eigenen Stil zu haben – so umsetzen, wie Du es als richtig erachtest.

Schule Dich selbst darin, Führung zu übernehmen. Mache Dir klar, dass das Führen von Mitarbeitern nicht einfach so nebenbei läuft, als schnell abzuhakendes To Do auf Deiner Liste. Das Führen von Mitarbeitern braucht regelmäßig Zeit und Aufmerksamkeit im Alltag, damit sie langfristig in der Art und Qualität arbeiten, wie Du es möchtest. Und nicht zuletzt bedeutet eine gute Führung auch, dass Deine Mitarbeiter glücklich und zufrieden mit dem Job bei Dir sind und im besten Falle langfristig bei Dir bleiben.

Die Aufgabe „Mitarbeiterführung" ist genauso zeitlich einzuplanen wie Marketing, die Planung Deines Angebots oder die Steuern.

Um Deine Mitarbeiter zu führen,

- brauchst Du klare Vorstellungen davon, wie die übertragenden Aufgaben umzusetzen sind – und diese Vorstellungen musst Du Deinen Mitarbeitern verständlich und klar vermitteln,
- musst Du deutlich Prioritäten setzen, wann welche Aufgabe (evtl.: mit welchem zeitlichen Aufwand) zu erledigen ist
- gilt es, eine offene, vertraute und gleichzeitig professionelle (nicht zu freundschaftliche!) Kommunikation zu etablieren
- triffst Du glasklare Entscheidungen und lässt bei wichtigen Themen keinen Raum für Interpretationen. Mitarbeiter können nicht ahnen, was Du willst. Sag es ihnen.

Wie jede unternehmerische Aufgabe, die neu ist, braucht es Übung, um hier richtig gut zu werden. Wichtig ist nur, dass Du Dich bewusst mit dieser Aufgabe auseinandersetzt und daran arbeitest, besser zu werden – anstatt Deine Mitarbeiter „nebenbei mitlaufen zu lassen" und zu vertrauen, dass es schon irgendwie klappen wird. Das ist keine Unternehmensführung, sondern Naivität.

Selbstorganisation & Freizeit

→ Empfehlungen für Stufe 2-Unternehmer oder höher

1. Tagesplan:

Beginne Deinen Tag damit, ihn zu planen. Das nimmt oft nur 5 Minuten Zeit in Anspruch und richtet Dich gleichzeitig ganz anders auf den Tag aus, als wenn Du einfach loslegst – üblicherweise mit dem, was Dir als erstes in den Sinn kommt. Und oft geht es dann den ganzen Tag so weiter und Du hüpfst von einer Aufgabe zur nächsten, ehe Du dann merkst, dass Du dringend los musst, um rechtzeitig zum Kundentermin zu kommen. Und was Richtiges gegessen, hast Du bis dahin auch noch nicht.

So sollte kein typischer Tag in der Selbständigkeit aussehen, sondern eher die Ausnahme. Also, schnapp Dir morgens Deinen Kalender und Deinen To-do-Zettel und lege fest, was heute ansteht. Übe, realistisch zu sein, wie viel Du pro Tag schaffen kannst. Schreibe Dir einen kleinen Plan nur für diesen Tag. Wenn es Dir hilft, kannst Du auch Uhrzeiten eintragen, um rechtzeitig Pause zu machen z.B. für ein gutes Mittagessen oder einfach nur zum 15 Minuten Durchatmen (was ganz wichtig ist und häufig „vergessen" wird).

Nimm Dir am Abend kurz Zeit wertzuschätzen, was Du heute alles gemacht hast. Und mach Dir ein, zwei Notizen in ein schlaues Buch, ob Du den Zeitaufwand pro Aufgabe heute realistisch geschätzt hast oder was Du das nächste Mal bei Deiner Tagesplanung beachten solltest.

2. Wochenplan:

Dein Wochenplan ist dasselbe wie Dein Tagesplan – nur eben für eine Arbeitswoche. Typischerweise erstellst Du ihn also am ersten Tag Deiner Arbeitswoche. Manche Selbständige erstellen ihn auch als allerletzte Aufgabe am Ende einer Woche und nehmen ihn zum Start der neuen Woche frisch zur Brust, passen ihn leicht an und starten dann.

Nimm Dir für Deinen Wochenplan 15 bis 20 Minuten Zeit. Schreibe neben den feststehenden Kundenterminen auf, welche Alltagsaufgaben wann erledigt werden wie z.B. Administrationsaufgaben, Marketing, Deine persönliche Entwicklung wie z.B. Reflexion. Dann siehst Du, wie viel Zeit Du noch für besondere, nicht-alltägliche Aufgaben, also Projekte hast. Einen Vorschlag für Deine Wochenplanung findest Du in Kapitel 10.

Übe Dich wie beim Tagesplan darin, realistisch zu sein. Checke nach jedem Tag und insbesondere am Ende der Woche, bei welche Punkten Du gut geplant hast und bei welchen noch nicht. Schreibe Dir die wichtigsten Erkenntnisse in Dein schlaues Büchlein.

3. Abends Schluss machen:

Entwickle für Dich Strukturen und Maßnahmen, die Dir helfen, abends abzuschalten und bewusst Freizeit zu genießen – ohne Gedankenkarussel an Dein Unternehmen. Hier ein paar

Beispiele für geeignete Maßnahmen:

- Entscheide am Morgen eines Tages, um wie viel Uhr Du heute aufhörst zu arbeiten. Schreibe dies auf, z.B. auf Deinen Tagesplan (Empfehlung Nr. 1). Evtl. teilst Du es jemand anderem mit, um Verbindlichkeit zu schaffen.
- Stelle Dir den Wecker bspw. eine halbe Stunde vor Deiner Schluss-Uhrzeit, um vorgewarnt zu sein, und dann nochmal zur mit Dir selbst vereinbarten Endzeit.
- Verabrede Dich mit Freunden (real oder am Telefon, und sei es nur kurz), um einen äußeren Anker zu haben und auch wirklich mit der Arbeit aufzuhören.
- Mache mit Dir selbst den Deal, dass ab bspw. 20:00 Uhr Dein (berufliches) Handy aus ist.

4. Berufliches Handy / Diensthandy:

Jeder, absolut jeder erfahrene Unternehmer trennt seine Kontakte in einem beruflichen und einem privaten Handy. Am Anfang mag Dir das blödsinnig vorkommen, weil noch gar nicht so viel Kundenkontakt passiert.
Deine Richtschnur ist jedoch von Beginn an, Dich wie ein Unternehmer zu verhalten und Dir ein erfolgreiches Unternehmen aufzubauen. Und sobald Du die ersten Kunden hast, die abends um 22.00 oder 23.00 Uhr eine WhatsApp schicken oder anrufen, wird Dir sehr klar, warum das wichtig ist.
Deshalb meine Empfehlung: Hole Dir am besten schon jetzt ein Diensthandy.
Manche Hundetrainer kommen sehr gut mit einer Dual-Sim-Lösung klar, bei der ein Handy zwei Sim-Karten hat und sie so zwischen beruflich und privat wechseln können. Für mich persönlich würde diese Lösung nicht reichen. Für mich ist das klare Zeichen wichtig, dass ab einem gewissen Punkt oder am Wochenende das berufliche Handy aus ist, unbeachtet im Büro liegt und die Rolle „Unternehmer sein" Pause hat.

5. Regeln zur Erreichbarkeit und Nicht-Erreichbarkeit:

Schaffe Dir Strukturen und einen Rahmen, um nicht immer erreichbar zu sein. Entscheide, WANN (Uhrzeiten) Du WIE (über welche Kanäle: Mail, Telefon, Facebook…) erreichbar sein möchtest – und halte dies rigoros ein.
Tausche Dich mit anderen Selbständigen dazu aus. Lasse Dich von Freunden und/oder Deinem/r Partner/in dabei unterstützen. Bleib dran und versuche ggf. etwas Anderes, falls eine Maßnahme nicht funktioniert. Es ist ein Lern- und Übungsprozess, den Du Schritt für Schritt für Dich gehen wirst. Und er ist elementar wichtig!

6. Telefonische Sprechzeiten:

Auf Empfehlung Nr. 5 setze ich noch einen drauf: Führe so früh wie möglich, am besten von Beginn an, Sprechzeiten ein, zu denen Du erreichbar bist. Früher oder später machen erfahrene Hundetrainer das in der Regel sowieso. Es gibt dann nur wenige festgelegte Zeiten in der Woche, an denen Du telefonisch erreichbar bist, wie z.B. dienstags zwischen 15:00 und 16:30

Uhr und donnerstags zwischen 10:00 und 12:00 Uhr. Diese Zeiten sind auf der Webseite angegeben, mit dem Hinweis, ansonsten den AB zu nutzen und dass Du zurückrufst. So erziehst Du Kunden – und Dich selbst! – von Anfang an dahingehend, dass Du nicht rund um die Uhr erreichbar bist. Eines der wichtigsten Lernfelder für Hundetrainer und elementar für eine gesunde und glückliche Selbständigkeit.

7. "Zu Verbessern-Liste":

Notiere Dir, was genau in Deinen Prozessen und Abläufen nicht rundläuft. Führe eine Liste, auf der Du jeden Tag drei Minuten notierst, was heute nicht so gelaufen ist, wie Du es Dir wünschst. Diese Liste ist Dein roter Faden für das, was an Deinem Unternehmen zu optimieren ist (siehe auch die nun folgende Empfehlung Nr. 8).

8. Unternehmer-Tag:

Plane Dir regelmäßig einen Unternehmer-Tag ein (z.B. 1x pro Monat), an dem Du offline bist (kein Telefon, keine Mails, kein Facebook) und keinen Kundenkontakt hast. An diesem Tag arbeitest Du an den Themen auf der Zu Verbessern-Liste aus Empfehlung Nr. 7 und findest nach und nach Lösungen für die Punkte, die Dir viel Energie ziehen. Erfahrene Unternehmer nehmen sich sogar regelmäßig mehrere Tage am Stück oder eine ganze Woche, um sich ihrem Unternehmen zu widmen. Bei mir heißt diese Zeit „kundenfreie Woche". Sie findet ca. alle sechs Wochen statt und ist genauso eingeplant wie bspw. mein Urlaub. In dieser Woche bin ich von außen gesehen genau so wenig erreichbar wie im Urlaub. Ich beantworte keine Mails, bin nicht auf Facebook und gehe nichts ans Handy. Ich bin weg – nämlich auf (verdammt) wichtiger Mission. Mehr zu den Unternehmer-Tagen erfährst Du in Kapitel 9, wenn es um die Umsetzung Deines Handlungsplans geht.

9. Aufgaben der Selbständigkeit verstehen:

Notiere Dir, welche Aufgaben generell für Deine Selbständigkeit und für Dein Unternehmen zu tun sind. Plane diese nach und nach als regelmäßige Aufgaben in Deinen Alltag und Deine Bürozeiten ein. So bekommst Du ein immer klareres Bild davon, was alles zur Selbständigkeit dazugehört. Dies ist auch ein gutes Thema für Deinen Unternehmer-Tag und eine gute Grundlage für eine irgendwann anstehende Entscheidung, Aufgaben an andere abzugeben (siehe Alltag & Büro-Empfehlung Nr. 7).

10. Freie Tage:

Nimm Dir immer wieder einen freien Tag, spätestens alle zwei Wochen, am besten natürlich einen freien Tag in jeder Woche. Ein Tag, an dem Du RICHTIG frei hast und nicht doch mal schnell Mails checkst oder eine Überweisung machst – nein, vollkommen frei.
Natürlich ist es viel, was in dieser Phase Deiner Unternehmensentwicklung zu tun ist. Dein

Unternehmen wird sich aber nur gut und gesund entwickeln, wenn es Dir gut geht. Du bist das wichtigste Kapital Deines Unternehmens. Pflege Dein wichtigstes Kapital bewusst. Es gibt nichts Wichtigeres für Dich zu tun, als regelmäßig einen oder mehrere Tage frei zu haben. Ehrlich.

11. Urlaub:

Plane im ersten Jahr Deiner Selbständigkeit mindestens drei Wochen Urlaub ein.
Die müssen natürlich nicht am Stück genommen werden – es kann auch gerne drei Mal eine Woche sein oder mehrere Kurzurlaube von ein paar Tagen. Und es darf auch sehr gerne mehr Urlaub sein oder öfter, aber ich versuche, realistisch zu sein.
Auch wenn es gerade zu Beginn der Unternehmensentwicklung nicht machbar scheint, Urlaub zu nehmen: Es ist einzig und alleine Deine Entscheidung, ob es machbar ist oder nicht.
Es ist mehr als wichtig, dass Du wenigstens zwei bis drei Mal im Jahr mehrere Tage am Stück hast, in denen Du das Gehirn ausschalten und ganz und gar Privatperson sein kannst. Um wirklich runterzukommen, sind eigentlich Minimum zwei Wochen am Stück nötig, aber wie gesagt – ich möchte mit Dir realistisch bleiben, weil ich weiß, wie es üblicherweise im ersten und zweiten Jahr läuft und sich anfühlt. Informiere Dich, wie Du Abwesenheitsagenten bei Mails und auf Facebook nutzt, um mit gutem Gefühl nicht da zu sein – und dann nimm Dir frei. Plane dies mit viel Vorlauf und siehe es als genauso wichtig an wie die Hochzeit Deines besten Freundes, die Einschulung Deines Kindes oder die OP Deines Hundes mit anschließender Betreuung von Dir – bei all diesen „Events" würdest Du unter Einsatz Deines Lebens nicht fehlen, schätze ich. Genauso wichtig ist Dein Urlaub.

12. Arbeite langsam:

Vermeide Hektik, Aktionismus und schnelles Arbeiten in Deinem Alltag. Nein, „vermeiden" reicht nicht: Arbeite daran, es aus Deinem Alltag zu eliminieren. Schnelles Arbeiten mit innerem Druck macht Dich auf Dauer krank. So wirst Du Dir keine glückliche Selbständigkeit aufbauen können. Für viele ist dies einer der wichtigsten Lernschritte in den ersten Jahren – ruhig und langsam (im Sinne von aufgeräumt und fokussiert) zu arbeiten.
Stell Dir ein Warnsystem auf, wenn Du merkst, dass Du schnell arbeitest, hektisch oder fahrig wirst. Halte dann an und entscheide bewusst, dass Du langsam vorgehen möchtest. Reflektiere darüber regelmäßig mit Freunden, Partner, Bekannten und Kollegen – es hilft ungemein, die eigenen Beobachtungen und Erkenntnisse laut in Worte zu fassen und mit anderen zu teilen. So ploppt in der Regel ein Aha-Effekt nach dem nächsten auf.

13. Entscheide und priorisiere:

Arbeite daran, dass nicht alle offenen Themen und Punkte gleich wichtig sind. Lerne zu priorisieren und Entscheidungen zu treffen, dass bestimmte Dinge zeitlich verschoben werden oder im Moment einfach nicht dran sind. Auf zu vielen Hochzeiten gleichzeitig zu tanzen und zu viele Dinge parallel machen zu wollen, ist ein beliebter Fehler bei startenden Selbständigen, der

unglaublich viel Energie kostet. Entscheide sauber, in welcher Reihenfolge Du welche Projekte bearbeiten möchtest. Mit „Projekt“ sind außergewöhnliche Aufgaben gemeint, die nicht Deinem „normalen“ Alltagsgeschäft (Training und Administration) entsprechen, wie z.B. Aufbau oder Redesign der Webseite, Aufbau einer neuen Kooperation, Lernen einer neuen Marketing-Maßnahme usw. Neben Deinen Alltagsaufgaben sollten nie mehr als ein bis drei Projekte parallel laufen. Die anderen müssen halt einfach warten, bis sie dran sind – Du wirst die Themen sonst schlichtweg nicht erfolgreich umsetzen.
Lerne zu akzeptieren, dass es die leere To-do-Liste bei einem Selbständigen nicht gibt. Nutze dazu den Austausch mit Kollegen oder Selbständigen, gerne auch mit Selbständigen anderer Branchen.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 2-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 3 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

14. Aufräumen:

Die ersten Monate und Jahre bist Du naturgemäß mit dem Fokus beim Hundetraining, bei Deinen Kunden und Deinem Angebot. Das zeigt sich nach einiger Zeit oft in einem Chaos, was das Back-Office angeht – also die Bereiche, die Kunden (Gott sei Dank) nicht mitbekommen. Du weißt nun schon: Jetzt, auf Stufe 3, ist Zeit für einen Rundumschlag. Die Alltag & Büro-Empfehlung Nr. 6 gibt Dir bereits viel Anleitung dafür: Sammle all die vielen losen Enden, die Du bisher beiseitegeschoben, nicht beachtet oder verdrängt hast. Schreib alles auf, was nicht rundläuft, entscheide Dich für bewusste Abläufe, miste aus, lasse Dir helfen und tausch Dich mit anderen dazu aus. Es ist Zeit, in allen Unternehmensbereichen wirklich organisiert und professionell zu werden.

15. Ein freier Tag pro Woche:

Wenn Du es bisher noch nicht geschafft hast, arbeite daran, einen freien Tag pro Woche zu etablieren, egal, ob es ein Tag am Wochenende oder in der Woche ist. Das sollte eines Deiner Prio 1-Anliegen in Stufe 3 sein. Es gibt keinen Grund, diese Entwicklung weiter hinauszuschieben – sie steht JETZT für Dich an. Denke immer daran: Dein Unternehmen wird sich nur gut und gesund entwickeln, wenn es Dir gut geht. Du bist das wichtigste Kapital Deines Unternehmens. EIN Tag pro Woche ist das absolute Minimum an Freizeit, das Du Dir nehmen solltest. Und auch wenn ich es eigentlich gar nicht mehr erwähnen müsste, tue ich es trotzdem: An diesem freien Tag machst Du absolut keinen Fatz für Dein Unternehmen. Nicht mal eben schnell in die Mails schauen, kein Facebook, keine Whatsapp beantworten. Du bist rein privat auf dieser Welt.

16. Urlaub ausbauen:

Baue Deinen Urlaub weiter aus. Bisher solltest Du Minimum drei Wochen Urlaub im Jahr genommen haben – egal, wie Du sie verteilst. Nun solltest Du vier bis fünf Wochen einplanen. Und mindestens einmal pro Jahr sollten es zwei Wochen am Stück sein, um wirklich mal herunterzukommen und abzuschalten.

17. Langsam arbeiten – dranbleiben:

Wie sieht es aus mit der Empfehlung Nr. 12, langsam und fokussiert zu arbeiten? Vielleicht hast Du sie auf Stufe 2 noch nicht ganz ernst genommen und ihre Relevanz nicht gesehen. Wenn Du diese Empfehlung bisher nicht befolgt hast, ist Dir spätestens jetzt klar, warum sie so wichtig ist. Bleib weiter aktiv und bewusst an dem Thema dran, im Alltag mit innerer Ruhe zu arbeiten, auch wenn viel los ist. Nein, falsch: GERADE wenn viel los ist.
Falls Du merkst, dass Du bei diesem Thema nicht weiterkommst, Du Dir zu viel Druck machst und Dich zu Leistung und Tempo antreibst, ist nun die Zeit, Dir Hilfe von einem Coach und/oder Therapeuten zu holen. Mit ihm gehst Du an die Wurzel des Problems und arbeitest an den zugrundeliegenden Glaubenssätzen und inneren Antreibern, die in vielen von uns tief verankert sind und sich alleine kaum herauslösen lassen.

18. Entscheiden und priorisieren advanced:

Auch Empfehlung Nr. 13 möchte ich Dir auf Stufe 3 noch einmal intensiviert ans Herz legen – gerade jetzt, wenn es ans Aufräumen und Optimieren Deiner Prozesse geht.

- Hinterfrage kritisch, ob Dinge, die Du bisher gemacht hast, überhaupt gemacht werden müssen oder grundsätzlich wegfallen können. Ein Beispiel: Viele Hundetrainer geben den Kunden nach einem Termin eine schriftliche Dokumentation oder zu Beginn einen Trainingsplan. Das ist zwar nett, aber extrem aufwendig und überhaupt nicht nötig. Glaube mir: Das kannst Du einfach sein lassen.
- Hinterfrage, ob Du Dinge nicht extrem vereinfachen oder kürzen kannst. Oft hat sich ein Ablauf wie von selbst total aufgeblasen und ist extrem umständlich. Das bemerkt man selbst jedoch kaum, weil man mitten drin steckt. Deshalb ist es ganz wichtig, jemanden von außen draufschauen zu lassen, der kindlich-interessiert die Frage stellt: „Warum machst Du das so?“. Das muss übrigens kein Berater oder Coach sein. Ein guter Freund, der mitdenkt, ist perfekt dafür.
- Hinterfrage, ob Du nicht an zu vielen Themen parallel arbeitest. Auf Stufe 2 habe ich Dir schon empfohlen (Empfehlung Nr. 13), neben dem Alltag maximal ein bis drei Projekte parallel zu bearbeiten. Beherzigst Du das? Und planst Du die Zeit dafür realistisch?
- Hinterfrage, ob Termine und Deadlines wirklich eingehalten werden müssen, wenn es im Moment gerade zu viel ist. 95% der Termine, die uns Druck machen, haben wir selbst irgendwann einmal so entschieden und festgelegt. Das bedeutet, Du kannst auch alles neu entscheiden. Und nein, das bedeutet nicht, dass Du unzuverlässig oder sprunghaft bist. Das bedeutet nur, dass Du den Aufwand oder das Drumherum ursprünglich falsch

eingeschätzt und nun, mit neuen Erkenntnissen und Informationen, neu entschieden hast. So, wie ein guter Unternehmer das nun mal macht.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 3-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 4 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

19. Zwei freie Tage pro Woche:

Die meisten Angestellten haben zwei freie Tage pro Woche. Warum? Weil Körper und Seele diese Pause (mindestens!) brauchen, um langfristig gesund zu sein und mit Freude zu leben. Das gilt für Dich als Selbständigen noch viel mehr als für einen Angestellten, denn Du hast Deine Arbeit „immer bei Dir".

Am besten hast Du Dir von Anfang an zwei freie Tage pro Woche genommen. Wenn das bisher nicht so war: Entscheide Dich nun dafür, ab sofort zwei Tage in der Woche frei zu haben. Das müssen natürlich nicht der Samstag und Sonntag sein, denn diese Tage sind für Hundetrainer oft die umsatzstärksten. Viele Hundetrainer nehmen sich den Sonntag und Montag frei, um wenigstens einen Tag mit der Familie oder dem Rest der Gesellschaft frei zu haben – dann, wenn die Welt ein wenig langsamer läuft als sonst.

Und ja, stimmt: Wenn Du bisher an sechs Tagen in der Woche Training gegeben hast, dann musst Du nun Dein Angebot neu organisieren. Das ist in Ordnung.

Du darfst und sollst alles machen, was gut für Dich ist. Kunden akzeptieren jede Änderung, solange Du dahinterstehst und Dich über diese Veränderung freust. Und das solltest Du.

20. Urlaub weiter ausbauen:

Auf Stufe 4 solltest Du nun sechs oder mehr Wochen Urlaub im Jahr einplanen. Soll ich Dir was verraten? Ich nehme mir 10 bis 12 Wochen Urlaub im Jahr (und bin jetzt auf Stufe 5). Warum? Weil ich es möchte.

Ab Stufe 4 solltest Du mindestens zweimal im Jahr einen längeren Urlaub nehmen, also mindestens 1x zwei Wochen am Stück und 1x drei oder vier Wochen am Stück. Beginne nun ganz bewusst, die Früchte Deiner Arbeit zu genießen.

21. Urlaub gut vorbereiten:

Vielleicht kennst Du es, dass Du Dir vor dem Urlaub nochmal richtig schön Druck machst, alles rechtzeitig erledigen und abschließen zu wollen. Das ist ganz oft völliger Blödsinn. Das Fatale ist nur: Wenn man da drinsteckt, in dem selbst gebauten Druckkessel, dann fühlt es sich nicht wie Blödsinn an, sondern wie eine (nicht zu ändernde) Realität.

„Das muss vorher noch fertig werden", ist dann eine unumstößliche Wahrheit für Dich. Was für ein Quatsch!

Wie oft war ich zutiefst dankbar, wenn meine wunderbare externe Assistentin mich sanft frag-

te, ob ich das denn wirklich noch vor dem Urlaub erledigen muss. Und wenn ich in meinem Druck-Flow überzeugt, ja fast schon leidenschaftlich „Ja, muss ich!“ sagte, sie leise nachhakte: „Und warum…?“.
Meist gibt es auf dieses „Warum“ keine gute Antwort. (Und wenn Du denkst, dass Deine Antwort gut ist… schlaf nochmal drüber und frag Dich morgen nochmal.)
Meine Empfehlung: Überlege Dir bereits sechs Wochen vor Urlaubsbeginn, welche Aufgaben Du vor dem Urlaub wirklich noch erledigen möchtest.
Nicht „musst“. Sondern „möchtest“. Du musst – außer Steuern „machen“ und zahlen – nämlich gar nichts.
Plane diese Aufgaben konkret und mit Zeiten für die verbleibenden Wochen vor dem Urlaub. Ist das realistisch und mit gutem Bauchgefühl machbar? Machbar ist es meist, nur das Bauchgefühl ist dabei oft nicht gut… Und dann solltest Du weiter ausdünnen.
Tausche Dich mit ein, zwei Personen Deines Vertrauens aus, wenn Du eine Unterstützung bei der Entscheidung brauchst, wie Du nun die Prioritäten legst und was Du weglässt.
Wenn Du Deinen Urlaub planst und in den Kalender einträgst, trage diesen „Sechs-Wochen-vorher“-Planungstermin gleich mit ein. Und schaue jede Woche, je näher Dein Urlaub rückt, besonders aufmerksam, ob Du den Plan wirklich so beibehalten oder anpassen möchtest.
Wichtig ist nur, dass Du lernst, vor dem Urlaub nicht mehr „durchzuziehen“ oder irgendetwas noch runterzurocken – das ist völlig absurd und unnötig. Du bist schließlich bald wieder da.

22. Work-Life-Balance als Priorität:

Du hast einen Punkt in Deiner Unternehmensentwicklung erreicht, an dem Du von Deinem Unternehmen leben kannst. Die Ausrede „Ich brauche das Geld“ zieht nun nicht mehr. Natürlich gibt es sehr wahrscheinlich immer noch keine großen finanziellen Rücklagen, aber Du weißt nun, dass Du von Deinem Einkommen (gut) leben kannst.
Nun sollte der Fokus insbesondere auf „Ich brauche Auszeiten und Ruhe“ und „Ich brauche Zeit für mich“ liegen. Tatsächlich ist der gesamte Themenbereich „Selbstorganisation & Freizeit“ auf Deine Work-Life-Balance ausgerichtet.
Jetzt, auf Stufe 4, hast Du bereits viel für Deine Work-Life-Balance getan, wenn Du die bisherigen Empfehlungen beherzigt hast. Eine gute Work-Life-Balance ist ein Ergebnis von aufmerksamer Selbstfürsorge.
Und jetzt kommt's: Auf der einen Seite ist Selbstfürsorge ein überlebenswichtiger Faktor, damit Du langfristig zufrieden selbständig bist. Ohne sie geht es nicht.
Und auf der anderen Seite haben insbesondere Menschen, die vor 1990 geboren wurden, in der Regel von ihren Eltern nicht gelernt, wie man selbst für sich sorgt. Die früheren Erziehungsstile programmierten uns aufs Funktionieren, sich Unterordnen und Anpassen und Leistung bringen (und das sage ich ganz ohne Vorwurf oder Wertung, denn es gibt sehr gute Gründe dafür, dass das so gelaufen ist). Fakt ist jedoch, dass uns diese Werte für eine Selb-

ständigkeit nicht nur Gutes bringen und es leicht passieren kann, dass Du Dich dadurch nach und nach kaputtmachst.
Eine gesunde Selbstfürsorge ist die wichtigste (!) Voraussetzung dafür, dass Du zufrieden selbständig bist. Und wenn Du bisher noch nicht gelernt hast, für Dich zu sorgen, dann bringt es Dir die Selbständigkeit nun bei.
Wenn Du also merkst, dass Du trotz der bisherigen Empfehlungen große Schwierigkeiten hast, so zu arbeiten, dass es Dir gut damit geht, dann wende Dich nun mit Hilfe eines Experten den tieferliegenden Gründen zu, also inneren Mustern und Glaubenssätzen. Ich habe dies lange Jahre gemacht (und mache es auch immer noch) und oft sogar parallel mit einem Therapeuten und mit einem Coach gearbeitet. Ja, auch in Zeiten, in denen ich absolut kein Geld dafür hatte und mit meinem Konto weit im Minus war (die Therapeuten meiner Wahl wie auch Coaches müssen natürlich privat gezahlt werden). Wenn „Dich überarbeiten" und „regelmäßig über Deine Grenzen gehen" ein Thema für Dich ist – und das wirst Du jetzt, auf Stufe 4, definitiv wissen – muss Dir klar werden, dass dies die wichtigste Investition ist, die Du tätigen kannst. Nicht nur die wichtigste Investition in Deine Selbständigkeit, sondern in Dein Leben.
Was Du unterstützend jederzeit tun kannst und am besten als tägliche / wöchentliche Routine etablierst: Reflektiere, wann Du es gut schaffst, entspannt zu arbeiten, und was die Faktoren sind, die Dich in Stress geraten lassen. Mache es zu einer alltäglichen Aufgabe, Dich zwischendurch immer wieder von außen zu beobachten und Dir klar zu machen, wie Du Dich gerade fühlst und was die ausschlaggebenden und beeinflussenden Faktoren dafür sind. Die Wochenreflexion, die ich Dir in Kapitel 9 vorstelle, wird Dich dabei unterstützen. Schaue Dir auch die „Selbstverständnis als Unternehmer"-Empfehlungen Nr. 5 und 6 an.

23. Unternehmer-Tag als Routine:

Was auf Stufe 2 (Empfehlung Nr. 8) vielleicht noch eine etwas sperrige und sich unnatürlich anfühlende Aufgabe war, sollte nun zur liebgewonnenen Tradition und Routine gewachsen sein: Dir regelmäßig Alltags-Auszeiten zu nehmen, um an Deinem Unternehmen zu arbeiten. Den meisten Selbständigen bereiten diese Tage richtig Freude – sind sie da doch „richtig Unternehmer und Chef", während sie im Alltag auch oft die Rolle des besten Mitarbeiters haben. An diesen Tagen schaffst Du die Grundlage, um Dein Unternehmen bewusst zu steuern, Du entwickelst aktiv Deine Unternehmensstrategie und optimierst Prozesse und Abläufe. Sprich: Du schaffst die Voraussetzung dafür, um die Stufen zu einem erfolgreichen Hundeunternehmer immer weiter voranzuklettern und irgendwann wirklich anzukommen, auf Stufe 6, bei Deiner Traum-Selbständigkeit.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 4-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 5 oder 6 bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

24. Entspannte Selbständigkeit:

Einer der Gründe, warum ich mich mit meiner Unternehmensentwicklung erst auf Stufe 5 einordne, ist, dass mir meine Selbständigkeit noch zu anstrengend ist. Wenn ich an meinen Wunsch-Alltag denke, arbeite ich noch zu viel – also zu viele Stunden am Tag. Und mache mir beizeiten auch immer noch selbst zu viel Druck, was sich in schnellem Arbeiten, zu hohem Anspruch und Perfektionismus äußert.
Das Ziel muss sein, eine Selbständigkeit aufzubauen, bei der wir keinen Urlaub „brauchen". Weil wir gar nicht erst an den Punkt kommen, kaputt oder erschöpft zu sein. Das bedeutet insbesondere, dass all die Abläufe und Prozesse unserer Selbständigkeit so gestaltet sind, dass sie **leicht sind**.
Wir werden wohl nie an den Punkt kommen, dass alles Spaß macht. Muss es auch nicht.
Unsere Selbständigkeit ist schließlich kein Hobby, sondern ein Job, und es wäre unrealistisch zu glauben, dass absolut jede Aufgabe eines Jobs Spaß macht (wie gesagt, muss sie auch nicht).
Übersetzt als Handlungsempfehlung möchte ich Dich (und mich) also auch auf Stufe 5 weiter ermutigen, insbesondere an den Empfehlungen Nr. 7, 8, 14, 18 und 23 dranzubleiben und Dein Unternehmen immer weiter zu Deinem Wunsch-Unternehmen zu entwickeln. Merze wo immer möglich aus, was sich nicht gut anfühlt. Und stärke das, was Dir Freude macht.

Selbstverständnis als Unternehmer

→ Empfehlungen für Stufe 2-Unternehmer oder höher

1. Das Ziel von Anfang an kennen – Deine Stufe 6:

In Kapitel 3 hast Du bereits eingehend gelesen, warum es so wichtig ist, das Ziel hinsichtlich Deiner Selbständigkeit zu kennen: Wo willst Du hin? Wie sieht Deine Traum-Selbständigkeit aus? Nur, wenn Du das klar vor Augen hast, kannst Du eine Strategie entwickeln, wie Du dort ankommst. Und nur dann kannst Du im Alltag Entscheidungen treffen, die Dir und Deinem Unternehmen guttun.
Deshalb ist es schon zu Beginn in Stufe 2 Deine Aufgabe, Deine Traum-Selbständigkeit konkret zu visualisieren und für Dich klar zu haben, wo Du ankommen möchtest – also die Stufe 6 Deiner Unternehmensentwicklung. Nutze dafür die Anleitung in Kapitel 3.

2. Unternehmerische Fähigkeiten ausbilden:

Irgendwann fällt es jedem Selbständigen auf: Zu einem erfolgreichen Hundeunternehmen gehört nicht nur kynologisches Fachwissen. Selbstverständlich ist es die absolute Grundvoraussetzung, um überhaupt etwas anbieten und an den Markt gehen zu können. Und dann wird es verdammt zäh und anstrengend, wenn Du dauerhaft nur Deine Fähigkeiten rund um den Hund im Blick hast und Dich nicht damit beschäftigst, wie ein Unternehmen zu führen ist. Denn eine Selbständigkeit braucht Führung, um sich dorthin zu entwickeln, wie Du es haben möchtest.
Unternehmerische Fähigkeiten sind all die, die Du in diesem Buch in den Empfehlungen liest:
Strategisch denken und dadurch:

- das Ziel von Anfang an im Blick haben (Selbstverständnis-Empfehlung Nr. 1)
- Entscheidungen treffen (manchmal auch unangenehme)
- vorausschauend planen
- sich fokussieren & priorisieren

- Für sich sorgen, Pausen und Regenerationszeiten nehmen, sich selbst wertschätzen
- In Lösungen und Möglichkeiten denken, keine Problemorientierung
- Fokus auf das, was da ist („Haben"-Brille aufhaben statt „Defizit"-Brille, siehe „Selbstvertrauen & Stimmung"-Empfehlung Nr. 7)
- Netzwerken & sich austauschen
- Dranbleiben & Geduld haben (die meisten Dinge brauchen Zeit zum Wachsen)
- Eine gewisse Gelassenheit: Ja, die To-do-Liste ist niemals leer. Ja, es gibt Dinge, die nicht wie gedacht funktionieren. Ja, es gibt auch mal Unstimmigkeiten mit anderen Menschen. Nichts wird so heiß gegessen, wie es gekocht wird. Ein, zwei Mal drüber schlafen hilft oft schon ungemein.
- Die Freude im Blick haben und als roten Faden für Deinen Weg nehmen.

Schätze für Dich ein, wie ausgeprägt welche Fähigkeit derzeit bei Dir ist und mache Dir bewusst, wo Du Dich noch entwickeln möchtest.

3. Unternehmerisches Wissen aufbauen:

Neben den unternehmerischen Fähigkeiten brauchst Du auch unternehmerisches Wissen, insbesondere in den Themenfeldern Finanzen und Marketing. Selbstverständlich darfst und sollst Du Dir gerade hinsichtlich Deiner Finanzen Hilfe in Form eines Steuerberaters holen. Auch die IHK kann Dich gerade zu Beginn wunderbar unterstützen und Dir die Grundlagen erklären. Jedoch werden weder der Steuerberater noch die IHK Dir jeden Tag die Hand halten oder Dir über die Schulter schauen und Dich in Alltagsfragen rund um Umsatzprognose und Gewinnermittlung coachen. Als Unternehmer musst Du diese grundlegenden Prinzipien verstehen und die Größen selbst berechnen können – anders kannst Du Dein Unternehmen nicht gewinnbringend führen. Die Empfehlungen im Themenbereich Finanzen und Marketing helfen Dir dabei, dieses wichtige unternehmerische Wissen aufzubauen. Gib dem gerade zu Beginn Deiner Selbständigkeit eine hohe Priorität.

4. Investiere in Dich als Unternehmer:

Empfehlung Nr. 1, 2 und 3 wie auch dieses ganze Buch machen hoffentlich klar, dass unternehmerischer Erfolg kein Zufall ist. Sondern in hohem Maße ein Ergebnis der Entscheidung, sich unternehmerisch fortzubilden. Das tust Du bereits mit diesem Buch.

Wenn Du weiter einsteigen möchtest, kannst Du Dir den Leitfaden mit den vertiefenden Input-Empfehlungen downloaden: www.hundeunternehmer-club.de/6stufen_downloads

Reflektiere regelmäßig darüber, wie es um Deine unternehmerischen Fähigkeiten und Dein unternehmerisches Wissen steht und wo Du noch Lücken hast, die Dich in Deinem Vorankommen behindern. Schließe diese Lücken nach und nach, um vom Hunde-Fachexperten wirklich zu einem Hunde-Unternehmer heranzureifen, der erfolgreich selbständig ist.

5. Grenze Dich ab:

Auch darauf hat die Erziehung unserer Eltern viele von uns nicht vorbereitet: Uns gesund abzugrenzen. Unsere eigenen Grenzen zu spüren und sie souverän zu vertreten, sind Fähigkeiten, die wir oft erst als Erwachsene lernen. Spätestens jetzt, wo Du selbständig bist, ist es ein immens wichtiger Entwicklungsschritt, der unbedingt von Dir gegangen werden möchte. Sich gesund abzugrenzen bedeutet:

- Nicht ständig erreichbar sein
- Sich für Kundenwünsche nicht zu verbiegen
- „Nein“ sagen können

Um das tun zu können, musst Du erst einmal spüren und wissen, was Dir guttut und was nicht, wo also überhaupt Deine Grenzen sind. Die Kunden-Empfehlungen 3 bis 6 zielen genau darauf ab, Deine Grenzen kennenzulernen und Alltagsregeln für Dich aufzustellen, die Dir guttun. Setze diese Empfehlungen bewusst und dauerhaft (also nicht als einmalige Aufgabe, sondern immer und immer wieder) um, um einen gesunden Umgang mit den Anforderungen der Selbständigkeit für Dich zu entwickeln. Bei der dauerhaften Umsetzung hilft Dir die Wochenreflexion aus Kapitel 9.

6. Wisse, dass Du an 1. Stelle stehst:

Und nein, das ist nicht egozentrisch oder arrogant. Das ist ein gesunder Egoismus, den Du zwingend lernen musst.
Viele Selbständige stellen zu Beginn den Kunden an die 1. Stelle ihres Unternehmens – schließlich kommt von dem das Geld und ohne Moos nix los. So wird alles möglich gemacht, um den Kunden zufrieden zu stellen, damit er zahlt, bleibt und am besten rumerzählt, wie toll Du bist, auf dass weitere Kunden zu Dir kommen.
Klingt logisch, funktioniert aber nicht. Durch diese Schule sind unzählige Dienstleister gegangen. Mit dem Ergebnis, dass sie durch das Aufreiben für den Kunden an einem gewissen Punkt so kaputt waren, dass sie nicht mehr konnten. Erst dann ziehen viele die Reißleine und treffen Entscheidungen zu ihren Gunsten, grenzen sich also ab.
Ohne Dich gibt es kein Unternehmen. Du MUSST darauf achten, dass es Dir mit Deiner Selbständigkeit gut geht – und zwar von Anfang an.
Deshalb entscheide immer zu Deinen Gunsten. Entscheide immer so, dass Du Dich wohl damit fühlst. Ich garantiere Dir: Wenn Du den Empfehlungen in diesem Buch folgst (und fachlich gut bist, versteht sich), wirst Du ein erfolgreiches Unternehmen aufbauen. Auch wenn Du Dich nicht zu 100% nach Deinen Kunden richtest, sondern Dich an die 1. Stelle stellst. Ein gesunder, reflektierter (!) Egoismus ist ungemein wichtig für jeden Selbständigen.

7. Jederzeit neu entscheiden:

Du hast es in ein paar Empfehlungen schon gelesen „Du darfst jederzeit alles entscheiden." Da Du Dich die ganze Zeit weiterentwickelst und dazulernst, hast Du natürlich auch andauernd eine neue Grundlage aus Erfahrungen und Informationen, auf der folgerichtig neue Entscheidungen zu treffen sind. Konsequent ist, wer eine neue Entscheidung trifft, wenn er merkt, dass die bisherige nicht mehr zu ihm oder der Situation passt. Deshalb gewöhne Dich bitte daran, dass in Deinem Alltag im positiven Sinne nichts in Stein gemeißelt ist. Du kannst jederzeit alles neu entscheiden und verändern, wenn Dir klar ist, dass dies die Weichen stellt, um bei Deiner Traum-Selbständigkeit (Stufe 6) anzukommen.

8. Lass Deine Konkurrenz in Ruhe:

Die anderen Hundetrainer in Deiner Region können Dir ziemlich egal sein. Ja sicher: Schau Dir *einmal* zu Beginn an,

- was sie anbieten,
- ob sie eine Spezialisierung oder Positionierung haben,
- welche Preise sie nehmen.

Und wenn Du diese drei Kriterien einmal gecheckt und einen Eindruck davon hast, was in Deiner Ecke in Sachen Hundetraining am Markt los ist – lass sie in Ruhe.
Startende Selbständige beäugen aus der eigenen Unsicherheit heraus die Konkurrenz oft kritisch. Man selbst hat noch keine wirkliche Identität gefunden, weiß nicht, was einen besonders macht, ist am Markt nicht sichtbar oder etabliert. Da kann man schnell neidisch oder unsicher werden, wenn es bei den anderen so gut läuft.
Nur: Das bringt halt nichts, außer dass es Dich runterzieht und sich schlechte Energie in Dir breitmacht. Jeder Gedanke, all die Aufmerksamkeit, die Du in andere steckst, hast Du nicht mehr für Dich. Und wir wissen ja: Das, worauf die Aufmerksamkeit gerichtet ist, das wächst und gedeiht. Und schließlich möchten wir ja, dass ***Du*** wächst und gedeihst, richtig?
Wenn Du Dich mit Dir und Deinem Unternehmen schon sehr rund fühlst, kannst Du auch gleich zu Selbstverständnis-Empfehlung Nr. 12 springen. Erfahrungsgemäß ist es zu Beginn jedoch so, dass Du erstmal Deinen Stil und Deinen eigenen Weg finden musst.
Es gibt so viele Entscheidungen zu treffen und Themen zu verstehen – da musst Du jetzt noch nicht unbedingt Kontakt zu Kollegen aufnehmen (kannst Du aber gerne, wenn es sich gut anfühlt, denn der Aufbau Deines Netzwerks ist extrem hilfreich für Dich). Kümmere Dich um Dich. Kalkuliere Deine Preise, anstatt sie von anderen abzuschreiben. Erarbeite Dein Angebot, anstatt es von anderen zu kopieren. Fange an und konzentriere Dich auf Deine (Wunsch)Kunden, denn die gilt es glücklich zu machen. Und Dich selbst natürlich.
Die Hundetrainer-Kollegen kannst Du mit bestem Gewissen erstmal ausblenden und Dich ganz auf Dich und Deinen Unternehmensaufbau konzentrieren. Was sie tun, hat keinerlei Einfluss darauf, ob Du erfolgreich sein wirst oder nicht. Ausschließlich das, was Du tust, hat einen Einfluss auf Deinen Erfolg. Also tu was dafür – aber bitte nicht, Deine Konkurrenz zu stalken.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 2-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 3 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

9. Weiterentwicklung zum Unternehmer:

Investiere weiterhin in Dich als Unternehmer – mit Augenmaß. Entscheide bewusst, welche unternehmerischen Fähigkeiten nun am wichtigsten für Dich sind und welche Du gezielt

aufbauen möchtest. Investiere in diesen Bereich, anstatt die 114. Fach-Fortbildung in Sachen Hund zu machen – denn die macht für Deine Selbständigkeit keinen Unterschied.
Erfahrene Selbständige sind sich bewusst, dass unternehmerische und persönliche Fähigkeiten genauso viel Einfluss auf den Erfolg einer Selbständigkeit haben wie die fachlichen Fähigkeiten (ich würde in der Hundebranche eine Relation von 45% für fachliche Fähigkeiten und 55% für unternehmerische und persönliche Fähigkeiten schätzen).
Deine eigene Entwicklung in diesem Bereich „passiert" nicht einfach. Besser gesagt: Wenn Du sie nicht bewusst steuerst, passiert schon irgendetwas – aber üblicherweise nicht genau das, was gut für Dich ist, und sehr viel langsamer als möglich.
Das bedeutet nicht, dass Du Dich sputen oder schnell sein sollst. Alles braucht seine Zeit, um zu wachsen und zu reifen, und der Grashalm wächst nicht schneller, wenn Du an ihm ziehst. Aber er wächst schneller und vor allem zu einem kräftigen, gesunden und strahlenden Grashalm heran, wenn Du darauf achtest, dass er alles hat, um gesund und mit Freude zu gedeihen: Wasser, Sonne, Nährstoffe und Ruhe.
Diese Aufmerksamkeit ist es, die Deine unternehmerische Entwicklung auch braucht. Lass sie deshalb unbedingt zu einem Teil Deiner regelmäßigen Fortbildung werden und plane sie aktiv ein, sowohl zeitlich (Termine festlegen) als auch thematisch (in welchem Bereich ist es nun am sinnvollsten, Zeit zu investieren?).

10. Investiere in ausgewählte Experten:

Du musst und sollst nicht alles, was zur Führung eines professionellen Unternehmens nötig ist, selber können und selber machen. Gute Beispiele für solche Aufgaben sind: Aufbau und Gestaltung Deiner Webseite, Konzeption und Design von Print-Materialien wie Flyer, Banner oder Broschüren, die Suchmaschinenoptimierung Deiner Webseite, besondere Technik-Lösungen. Für diese Bereiche gibt es nicht umsonst Experten. Du hast weder die Zeit noch – das nehme ich jetzt einfach mal an – das Talent dazu, diese wichtigen Aufgaben selbst in der Qualität umzusetzen, wie es ein Unternehmen verlangt, das „oben mitspielen" möchte. Viele Selbständige starten zu Beginn mit einer selbstgebauten Webseite und einem selbst zusammengezimmerten Flyer. Dann höre ich oft: „Flyer funktionieren nicht". Doch, tun sie – wenn sie gut aussehen und intelligent sind. Wir haben nur nicht die Erfahrung, das so umzusetzen, dass diese wichtigen Marketing-Medien perfekt funktionieren. Und dann haben sie tatsächlich keinen Effekt. Ab Stufe 3 solltest Du spätestens für ausgewählte Bereiche Deines Unternehmens Experten einsetzen. Wähle sie mit Bedacht aus, lasse Dir welche aus Deinem Netzwerk empfehlen und lasse Dir insbesondere mehrere (!) Beispiele bereits umgesetzter Webseiten, Flyer etc. zeigen. Wenn Dich die bisherigen Ergebnisse begeistern und sich Dein Bauchgefühl beim Erstgespräch vollkommen wohlfühlt – greif zu.

11. Entscheide wie ein Pro:

„Pro" ist die Abkürzung für „Profi" oder „professionell", falls Du diesen coolen Ausdruck nicht kennst.

Dein Bauchgefühl ist in allen Entscheidungen Deines Lebens Dein bester Ratgeber, davon bin ich überzeugt. Gleichzeitig baust Du Dir ein Unternehmen auf – und es ist gut zu lernen, wie ein Unternehmer zu denken, zu entscheiden und zu handeln. Erfolgreiche Unternehmer treffen nämlich auch Entscheidungen, die nicht für alle bequem sind – manchmal sogar nicht mal für sie selbst. Da kann es z.B. sein, dass man ein Projekt oder eine Kooperation absagt, obwohl sie schon begonnen hat und jemand anderes sich darauf verlässt. Das ist nicht schön und niemand fühlt sich bei solch einer Entscheidung wohl. Aber letztendlich bleibe ich dabei: Du musst Dich an die 1. Stelle setzen, in Form eines gesunden (!) Egoismus.

Gesund bedeutet: Natürlich sollst Du auf Deinem Weg keine verbrannte Erde hinterlassen oder gar Menschen ausnutzen und dann fallen lassen, wenn Du sie nicht mehr „brauchst".

Ich stehe zu 100% hinter den Werten Integrität, Verlässlichkeit und Tiefe, sowohl in privaten als auch in unternehmerischen Beziehungen. Und mir ist es dennoch schon passiert, dass ich aus Lust an der Freude und aus großer gegenseitiger Sympathie zu einem anderen Menschen ein Projekt begonnen habe, bei dem ich beim Laufen gemerkt habe, dass es mir nicht guttut. Es war nicht der richtige Zeitpunkt für das Thema. Oder es war zu viel und ich konnte dieses Projekt zusätzlich zu meinen anderen Aufgaben nicht schaffen – zumindest nicht in der Qualität, wie ich es gerne schaffen wollte. Ich bin sehr schnell begeistert von einer Idee und einem Menschen und habe lange Zeit sehr spontan entschieden: „Jawoll, geil, das machen wir!" – halt rein nach (dem situativen) Bauchgefühl.

Und das reicht für eine kluge und vorausschauende Unternehmensführung nun mal nicht aus. Unterstütze Dein Bauchgefühl, indem Du Dir folgende Fragen beantwortest, bevor Du Entscheidungen triffst:

- Welchen Effekt hat das auf meine Selbständigkeit?
- Was bedeutet das für mich und meinen Alltag?
- Lohnt sich das? Bringt es mich und mein Unternehmen näher zu einem Leuchtturm – da, wo ich mit meiner Selbständigkeit hin möchte?

Um diese Fragen zu beantworten, gilt es, in engem Kontakt mit der Vision Deiner Traum-Selbständigkeit zu sein (Selbstverständnis-Empfehlung Nr. 1). Und dann hast Du eine schöne Mischung aus einem kühlen, unternehmerisch denkenden Kopf und Deinem Bauchgefühl.

Schließlich, ganz wichtig: Schlaf drüber.

Mindestens einmal, besser zwei Nächte. Lass es sacken. Und dann sagt Dir Dein Bauchgefühl, gefüttert von Deinen klaren unternehmerischen Überlegungen, ganz deutlich, wie Du Dich entscheiden solltest, um mit Deinem Unternehmen so voranzukommen, wie Du es Dir wünschst und wie es gut für Dich ist.

12. Kollegen in der Region & Konkurrenz:

Ab Stufe 3 oder 4 kannst Du Dich auch positiv mit den Kollegen in Deiner Region beschäftigen. Der richtige Zeitpunkt dafür beginnt, wenn Du merkst, dass Du Deine Kollegen mit einer neutralen Neugier und ehrlichem Interesse betrachten kannst. Solange Du Neid oder Missgunst verspürst, nach Beweisen suchst, dass bei ihnen nicht alles rundläuft, oder das Haar in der Suppe – gehe zurück zu Empfehlung Nr. 8. Denn dann bist Du noch nicht soweit.

Dein Selbstvertrauen in Dich als Unternehmer baut sich nach und nach auf. Erst wenn Du Dich mit Dir selber (recht) rund fühlst, eine eigene Identität aufgebaut hast, wirklich „bei Dir" bist und weißt, wer Du als Hundetrainer bist, kannst Du fruchtbar mit anderen kooperieren. Und Kooperationen sind nicht nur eine fantastische Möglichkeit, Deine Selbständigkeit voranzubringen – mit den richtigen Leuten machen sie auch immens Spaß.

Ich unterscheide übrigens bewusst zwischen „Kooperationen" und „Netzwerk". Der Aufbau Deines Netzwerks darf und sollte von Beginn Deiner Selbständigkeit an (siehe Marketing-Empfehlung Nr. 3) ein Thema für Dich sein. Ein Netzwerk zu haben bedeutet, andere Menschen mit einer ähnlichen Zielgruppe zu kennen, Kunden die passenden Kollegen empfehlen zu können (und andersherum empfohlen zu werden) und zu wissen, wen man zu welchem Thema fragen kann. Kooperationen hingegen gehen sehr viel mehr in die Tiefe und finden daher mit sehr ausgewählten Partnern statt. Es ist eine bewusst gestaltete Zusammenarbeit, wie gemeinsame Angebote, Projekte, Marketing-Aktionen o.Ä.

Um passende Kooperationspartner zu finden, schau, wen es alles in Deiner Region gibt. Das sind zum einen Hundeunternehmer, die für Dich als Hundetrainer keine Konkurrenz sind, wie Dogwalker, Barf- und Zubehörläden, Physiotherapeuten usw. Mit denen beginnt man üblicherweise, wenn man die ersten Kontaktversuche macht. Und das bietet sich definitiv schon auf Stufe 2 oder 3 an.

Schau Dir die Außenauftritte der Hundeunternehmer an und vertrau Deinem Bauchgefühl: Wer ist Dir sympathisch? Mit wem hast Du Lust, Dich zu unterhalten? Und dann – mach das einfach. Geh dort vorbei oder/und nimm die Dienstleistung selbst als Hundehalter in Anspruch, um einen Eindruck zu gewinnen. Wenn es menschlich passt, erzähle, dass Du Hundetrainer bist und denke an, ob Ihr einmal spazieren gehen und Euch ein wenig austauschen möchtet. Und schwupps – schon hast Du, wenn es menschlich zwischen Euch passt, einen tollen Kontakt mit jemandem, der mit einer ganz ähnlichen Zielgruppe arbeitet.

Ihr könnt dann überlegen, was Ihr einmal gemeinsam für die Kunden des anderen oder Deine Kunden anbieten könnt, oder eine gemeinsame Marketing-Aktion in der Region starten.

Mit Hundetrainer-Kollegen machst Du es ganz genauso. Wenn Du auf ein bestimmtes Thema spezialisiert bist (Angebots-Empfehlung Nr. 14), ist es einfach, Kollegen anzusprechen, die diese Spezialisierung offensichtlich nicht haben. Viele Trainer sind froh, einen kompetenten Kollegen für die Themen zu haben, die sie selbst gar nicht bedienen möchten, z.B. Jagen, Angst oder Aggression. Genauso ist das Deine Chance, jemanden zu finden, an den Du Kunden wei-

terleiten kannst, mit denen Du Dich thematisch nicht perfekt aufgehoben fühlst.
Aber auch Kollegen mit einem ähnlichen Angebot kannst Du kontaktieren – wenn Dein Bauchgefühl „Ja“ sagt. Es ist wichtig, dass Du hier rein nach dem Lustprinzip vorgehst: Nur wenn Du auf den Menschen Lust hast, kann es richtig gut werden. Und dann empfindet man sich auch bei exakt identischem Angebot nicht mehr als Konkurrenz – sondern sieht Möglichkeiten, gemeinsam noch mehr zu erreichen als alleine.
Du wirst in Deiner unternehmerischen Entwicklung bemerken, dass Du Kollegen immer weniger als Konkurrenz betrachtest. Irgendwann bist Du so bei Dir, so etabliert und so voller Selbstvertrauen, dass es Dir im positiven Sinne völlig egal ist, was Deine Kollegen um Dich herum machen. Du weißt dann, dass keiner von Euch kopiert werden kann, Du weißt, wofür Du stehst und kannst die anderen einfach „sein“ lassen. Und schauen, wo Ihr gemeinsam mehr erreicht als jeder für sich alleine. Und, nicht zu vergessen: Gemeinsam macht es einfach mehr Spaß als alleine.
Ja, auch und besonders in der Selbständigkeit.

Selbstvertrauen & Stimmung

→ Empfehlungen für Stufe 2-Unternehmer oder höher

1. Mache Dir klar, was Du kannst:

Deine Kunden stehen auf derselben Stufe wie Du vor ein paar Jahren, als Du selbst noch „ganz normaler" Hundehalter warst und keine intensive Fort- oder Ausbildung zum Hundetrainer genossen hattest. Denk daran, was Du alles in dieser Zeit gelernt hast. Denk daran, wie unglaublich viele Aha-Effekte Du in dieser Zeit hattest! Du weißt so unfassbar viel mehr als damals, vor Deiner Ausbildung. Und all das kannst Du nun an Deine Kunden weitergeben und ihnen ebenso die Augen öffnen.

Ich weiß, der Punkt ist: Durch ein intensives Beschäftigen mit einem Thema, wie Du es mit dem Hundetraining gemacht hast, merkt man ja immer erst, wie viel man eigentlich (noch) nicht weiß. Und das kann verunsichern.

Du hast vieles gehört, von dem Du weißt, dass Du es weiter vertiefen könntest. Du hast konkrete Fälle gesehen, bei denen Du hin und wieder dachtest: „Ach herrjeh, ich hätte jetzt nicht gewusst, was ich da tun soll!" oder „Oh Mann, ich hätte was ganz anderes gemacht / das ganz anders beurteilt." Und ganz ehrlich: Klar ist es so, dass Du in den ersten Jahren noch nicht alles weißt und sehr wahrscheinlich nicht auf alles eine Antwort hast. Oder nicht die „perfekte" Antwort.

Aber weißt Du was? Solange Du realistisch einschätzt, wo Du Kunden richtig gut weiterhelfen kannst und wo noch nicht, ist alles gut. Die Angebots-Empfehlung Nr. 1 zielt in dieselbe Richtung: Mache Dir klar, bei welchen Themen Du gerne und gut helfen kannst. Das werden sehr wahrscheinlich die klassischen Erziehungsthemen sein wie Grundgehorsam für Welpen, Junghunde und erwachsene Hunde, Leinenführigkeit und Rückruf. Wunderbar, das reicht völlig. Und alles Weitere kommt beim Gehen.

Du musst zu keinem Thema beraten, bei dem Du Dich nicht wohlfühlst. Du sollst es auch gar nicht, denn wir wollen ja, dass unsere Kunden eine wirklich gute Lösung bekommen. In meiner zweijährigen Tätigkeit als Hundetrainerin habe ich keinen einzigen Fall zum Thema Aggression angenommen, weil ich wusste, dass ich in diesem Bereich zu wenig Erfahrung habe. Ich habe solche Fälle immer an Kollegen weitergegeben und mich da getummelt, wo ich gut war. (Und bin bei den Kollegen dann mitgelaufen, um mich im Bereich Aggression weiterzuentwickeln).

Genauso machst Du das bitte auch. Bau Dir ein Netzwerk aus Hundetrainern auf, von denen Du weißt, dass sie gute Empfehlungen sind. Und dann nimmst Du die Fälle an, die zu Dir passen, und die anderen gibst Du weiter. So sammelst Du Erfahrung, erweiterst Deine Kompetenzen und wirst immer selbstsicherer und besser in Deinem Job. Du darfst wachsen. Schaff Dir den richtigen Rahmen, um das mit gutem Gefühl zu tun.

2. Gut vorbereitet auf Kundenfragen:

Eine der größten Sorgen von startenden Hundetrainern oder solchen mit ausbaufähigem Selbstvertrauen ist, vor Kunden zu stehen und keine Antwort auf ihre Fragen zu haben. Du kannst einiges tun, um Dich gut auf jegliche Situationen mit Kunden vorzubereiten – und zwar, indem Du Kundensituationen vorab gedanklich durchspielst, so wie es Sportler auch machen, bevor sie mit dem Lauf, Sprung oder Spiel starten.

Sammle alle inhaltlichen Kundenfragen, die Dir Bauchschmerzen machen könnten. Schreibe Dir solche Fragen z.B. in dem Moment auf, wenn Du die Inhalte für eine Stunde vorbereitest: Was könnten Kunden an welcher Stelle fragen? Wo könnten sie etwas nicht verstehen? An welcher Stelle möchten sie es vielleicht genauer wissen?

Notiere Dir auch nach einem Kundentermin Situationen, die Du es als „eng" empfunden hast, nach dem Motto „Gott sei Dank haben sie an dem Punkt nicht weitergefragt". Nimm Dir im Nachgang die Zeit, eine Antwort für diese Situation zu erarbeiten. Nach und nach wirst Du so einen Kanon an Fragen zusammenstellen, für die Du richtig gute Antworten hast. Und dann kann Dich kaum noch etwas überraschen.

Lege Dir auch Sätze zurecht für den Fall, dass Du einmal nicht antworten kannst. Das könnte z.B. so klingen: „Im Moment weiß ich gerade keine richtig intelligente Antwort darauf. Lass mich mal eine Nacht drüber schlafen und ich erzähle Dir morgen / das nächste Mal, was ich dazu denke, ja?"

Du wirst übrigens im Laufe Deiner persönlichen Reifung lernen: Irgendwann findest Du es gar nicht mehr schlimm, mal keine Antwort zu haben. Oder eine Antwort gemeinsam mit den Kunden zu entwickeln (was übrigens eine sehr schöne Variante ist) anstatt wie aus der Pistole geschossen zu antworten. Du bewertest so etwas nicht mehr. Herrgott nochmal, Du bist schließlich nicht Google und auch noch keine 512 Jahre auf dieser Welt, so dass Du bereits alles in allen möglichen Versionen kennengelernt hättest. Es ist normal und menschlich, etwas nicht zu wissen. Wichtig ist nur, dass Du damit souverän umgehst. Dann wird niemand auch nur ansatzweise Deine Kompetenz in Frage stellen.

3. Hör auf Dich zu vergleichen – Sei bei Dir 1:

„Vergleiche anzustellen ist ein gutes Mittel, sich sein Glück zu vermiesen." So lautet die erste Lektion, die Hector auf seiner Reise nach dem Glück (ein Buch von François Lelord) lernt.

Die erste Lektion, wohlgemerkt, und damit sicherlich eine der wichtigsten. Du wirst definitiv IMMER jemanden finden, der besser ist als Du. Viele machen sogar den Fehler, sich mit ihren Ausbildern zu vergleichen – was der Garant für ein negatives Selbst-Urteil ist.

Und nochmal anders formuliert: Du wirst definitiv immer jemanden finden, der von außen besser zu sein scheint als Du. Denn das ist eine große Crux von Social Media: Man bekommt ungefragt zahllose Menschen präsentiert, mit denen man sich vergleichen kann. Und all diese Selbst-Präsentationen strotzen nur so vor guter Laune, Freude am Leben und guten Nachrichten. Ja,

glaubst Du denn ernsthaft, jemand postet dort seine Selbstzweifel, wenn irgendetwas nicht geklappt hat? Glaubst Du tatsächlich, dass bei den anderen immer alles gelingt, alles ausgebucht ist und immer alles rundläuft? Glaubst Du wirklich, dass ich immer gut gelaunt und fröhlich bin – eine Rückmeldung, die ich von Followern auf Facebook immer wieder mal bekomme? Nein, bin ich nicht. Aber ich werde den Teufel tun und Zweifel, Sorgen oder unschöne Erlebnisse mit der ganzen Welt teilen. Sich draußen zu präsentieren, gehört zu Deinem Marketing. Und es ist völlig richtig, die nicht so schönen Dinge nicht in die Welt zu posaunen – denn dafür hat man Freunde. Wann immer ich im Rahmen meiner Beratungen einen Blick hinter die Kulisse werfen durfte (und ich durfte auch schon „große Namen" der Branche beraten, von denen ich vorher auch den Eindruck hatte, alles laufe „perfekt"), hat sich gezeigt: Wir alle haben die gleichen Probleme, sind mal unsicher oder voller Zweifel, treffen mal falsche Entscheidungen und haben nicht für alles die perfekte Lösung. Der Punkt ist nur: Bei Dir selbst bekommst Du das regelmäßig auf dem Silbertablett präsentiert, und zwar en détail. Und bei den anderen bekommst Du es nicht mit.
Deshalb ist es so wertvoll, sich in einem geschützten Rahmen mit anderen Selbständigen auszutauschen (siehe Empfehlung Nr. 6). Denn dann siehst Du, dass wir alle nur mit Wasser kochen und gleich ticken.
Wichtig ist nur: Hör auf Dich zu vergleichen, vor allem dann, wenn es Dir nicht gut geht. Bringt nichts. Wenn es zu etwas führt, dann zu schlechter Laune, destruktiven Gedanken und Selbstzweifeln. Und warum solltest Du etwas tun, was Dir nicht guttut?

Mein Tipp: Eine Social Media-Diät. Wie eben beschrieben sind Social Media-Kanäle mit ihrer „Alles ist super"- und Glitzer-Welt bestens dazu geeignet, uns insbesondere dann, wenn es uns ohnehin schon nicht so gut geht, noch weiter herunterzuziehen. Das ist so, als würdest Du Dir die ganze Zeit kleine Dosen von Gift in Deinen Kaffee streuen: Bringt Dich erstmal nicht um, aber es schwächt Dich und Du fühlst Dich schlecht.
Lerne, es mit Dir selbst auszuhalten, anstatt Dich mit Social Media abzulenken. Verbanne Facebook & Co. von Deinem Handy und verordne Dir mal einen Tag oder mehrere am Stück, Social Media-frei zu sein. Oder verordne Dir, Dir die Profile von Kollegen nicht anzuschauen, wenn Du merkst, dass Dir das nicht guttut. Wirkt Wunder!

4. Nicht alles hat mit Dir zu tun – Sei bei Dir 2:

Wenn Kunden mal nicht mehr erscheinen oder ein Angebot nicht angenommen wird, dann kann das Dutzende verschiedener Gründe haben. Und nur ganz wenige davon haben wirklich mit Dir zu tun. Ja, es kann sein, dass es zwischen Euch nicht gepasst hat. Und ja, es kann sogar auch sein, dass sie von Deiner Leistung nicht überzeugt waren. Deshalb ist es gut, sich einmal konstruktiv und mit positivem (!) Blick zu hinterfragen: Ist etwas vorgefallen, was zum Nicht-

Wiederkommen geführt hat? Haben die Kunden etwas anderes erwartet? Eine ehrliche Reflexion ist gut, um zu wachsen. Was aber auf keinen Fall passieren darf, ist, dass Du ins Grübeln verfällst, Dich der Fall ewig lang begleitet, Du darauf rumkaust und ihn nicht loslassen kannst. Auch das sind wieder kleine Dosen Gift, die Du Dir selber verabreichst.
Die Erfahrung zeigt: In den allermeisten Fällen kommen Kunden nicht wieder, weil in ihrer Welt gerade etwas nicht passt. Sie haben keine Zeit. Sie haben keinen Raum und keine geistige Kapazität, um sich im Moment intensiv um ihren Hund zu kümmern. Etwas liegt familiär oder beruflich im Argen, was ihre Kraft und Aufmerksamkeit fordert. Sie sind umgezogen. Es ist finanziell gerade eng. Dem Hund geht es nicht gut. Es gibt unzählige Gründe, die alle beim Kunden liegen und nicht bei Dir.
Und manchmal ist es auch schlichtweg in Ordnung, wenn sie nicht wiederkommen, weil es nicht passt zwischen Euch. Hinterfrage Dich, ob Du nicht vielleicht froh bist, dass dieser Kunde weg ist. Wenn Du ein „Ja" in Dir hörst, bedeutet das, dass es zwischen Euch nicht gepasst hat. Und das muss es auch gar nicht immer, denn nicht jeder Mensch passt mit jedem anderen zusammen. Das ist normal und gehört zu Deiner Selbständigkeit dazu.
Suche die Gründe für das Fernbleiben eines Kunden nicht wie besessen bei Dir. Eine kurze (!), ehrliche und wohlwollende (!) Reflexion Deinerseits ist fein. Und dann lass es los und geh weiter voran. Hör auf, im Außen nach Antworten zu suchen, und komm zurück zu Dir.
Ach ja: Vielleicht kommt der Mensch auch nur nicht wieder, weil er glücklich ist mit dem, was er durch Eure Arbeit erreicht hat, und er durch Dich sein Problem lösen bzw. sein Ziel verwirklichen konnte. Wie wäre es, wenn Du immer dann, wenn Du nicht weißt, warum jemand nicht wiederkommt, das als Grund annimmst? Das wäre dann eine kleine Dosis Vitamine und Nährstoffe, die Du Dir verabreichst. Und die tut Dir gut.

5. Mit Deinen Gefühlen umgehen lernen:

Zunächst einmal sei versichert: Eine Gefühlsachterbahn gerade in den ersten Jahren der Selbständigkeit ist für die meisten Menschen normal. So viel Neues trifft auf so viele Hoffnungen und Erwartungen Deinerseits – und alle Fäden laufen bei Dir zusammen. Du bist derjenige, der alles entscheidet, alle Verantwortung hat und von dem alles abhängt. Das ist ungewohnt und spannend und aufregend. Und will geübt werden.
Hinzu kommt, dass viele Menschen erst im Erwachsenen-Alter lernen, mit ihren Gefühlen umzugehen. Nein, warte, noch einen Schritt zurück: Viele Erwachsene müssen ganz neu lernen, ihre Gefühle überhaupt erstmal zu *fühlen*, sie wahrzunehmen (dazu zählte ich definitiv auch). Und dann mit diesen Gefühlen positiv umzugehen. In den meisten Elternhäusern gehörte weder das bewusste Wahrnehmen noch der konstruktive Umgang mit Gefühlen zur Standard-Ausstattung. Also ist das Thema spätestens jetzt, während des Aufbaus unserer Selbständigkeit, dran.
Trotz der vollen To-do-Liste: Seelen-Hygiene gehört zum Gelingen einer glücklichen Selb-

ständigkeit dazu. Nimm Dir Zeit, Deine Gefühle zu fühlen – denn jedes Gefühl hat eine wichtige Botschaft für Dich und will Dir etwas sagen. Entweder: „Das ist nicht gut und richtig für Dich" oder „Hier berühren wir ein für Dich sehr wichtiges Thema – schau hin" oder „Das ist genau richtig für Dich, weiter so!".
Gefühle sind der Kompass in Deinem Leben. Es wäre völlig verrückt, diesen Kompass nicht willkommen zu heißen oder gar zu ignorieren. Insbesondere, weil wir ja auf dem Weg sind, Deinen Leuchtturm zu erreichen. Da ist es hilfreich, sich nicht nur auf Deine visuellen Fähigkeiten zu verlassen, sondern diesen Kompass zu nutzen mit all den Botschaften, die Du von Deinem gnadenlos intelligenten Innenleben bekommst. Nimm Dir Zeit für Dein Innenleben und Deine Gefühlswelt. Zeit für Dich. Auch wenn und gerade wenn viel zu tun ist.
Im Kapitel 10.3 bekommst Du noch mehr Tipps zu diesem wichtigen Thema.

6. Suche Dir Unterstützung. Vernetze Dich:

Suche Dir Kollegen (gern auch aus anderen Branchen), um Dir ein Erfolgsteam / eine „Mastermind"-Gruppe aufzubauen, mit der Du regelmäßig (mind. 1x alle zwei Wochen, zu Beginn besser 1x pro Woche) über die Themen Abgrenzung, Freizeit nehmen, Work-Life-Balance, Kundenkontakt, Optimierung der Prozesse, Umgang mit Gefühlen und Stimmungsschwankungen reflektierst und bewusst daran arbeitest.
Jeder startende Dienstleister hat ähnliche Themen (deshalb können diese Menschen auch gerne aus einer anderen Branche sein) und muss einen Rahmen für sich entwickeln, mit dem er langfristig glücklich selbständig sein wird. Das erfordert Trial & Error, also Ausprobieren, Lernen, Anpassen und wieder Ausprobieren. Es fällt sehr viel leichter, das gemeinsam mit anderen Menschen zu machen, die im selben Boot sitzen. Denn Freunde oder Familie, die die Selbständigkeit nicht kennen, können Deine Herausforderungen und Fragen nur teilweise nachvollziehen und sind nicht immer die richtigen Ansprech- und Austauschpartner dafür. Das braucht man ihnen nicht vorzuwerfen. Es ist schlichtweg unmöglich nachzuempfinden, was eine Selbständigkeit bedeutet, wenn man sie nicht selbst tagtäglich erlebt.
Andere Selbständige findest Du auf Veranstaltungen für Gründer (z.B. von der IHK) oder auf Netzwerktreffen für Selbständige, die in vielen größeren Städten angeboten werden. Wenn es das in Deiner Region nicht gibt, lohnt es sich, zu solch einer Veranstaltung auch mal ein wenig weiter zu fahren, um sich dann im Alltag virtuell über Telefon o.Ä. zu unterstützen. Weiterhin bietet sich das Netzwerk Deiner Ausbildung an, eine gut geführte Facebook-Gruppe, ein lokales Netzwerk von Hundetrainern oder -unternehmern in Deiner Region (was Du auch selber initiieren kannst) oder z.B. der Hundeunternehmer-Club.
Entscheide nach Deinem Bauchgefühl, was das Richtige ist, denn Du musst Dich in dem Netzwerk wirklich wohlfühlen, damit es Dir weiterhilft.

7. Feiere Erfolge und das, was da ist, ganz bewusst:

Um Dein Selbstvertrauen systematisch aufzubauen, ist es wichtig, dass Du Dir Deine Erfolge bewusst machst. Die Erziehung hat noch bis in dieses Jahrtausend hinein (und das reguläre Schulsystem tut es meines Wissens nach immer noch) den Fokus auf das gelegt, was nicht gut läuft. Wir sind getrimmt darauf zu sehen, was wir noch besser machen können. Anstatt zu feiern, was wir alles gut können und was wir jeden einzelnen Tag bewirken. Und das ist so verdammt viel! Wenn Du einmal beginnst, Dir jeden Tag zu vergegenwärtigen, was Du erreicht hast und was an Gutem passiert ist, wirst Du mit den Ohren schlackern, wie lang die Liste ist. Wie gesegnet Du bist mit schönen Dingen, die in Deinem Leben sind und die jeden Tag hinzukommen.
Wichtig ist zu lernen, auch die kleinen Dinge zu feiern. Das Leben besteht aus kleinen Momenten, die sich aneinanderreihen, nicht aus dem großen BÄM alle drei Wochen. Das sind die Dinge, über die Du Dich vielleicht selber sagen hörst: „Ach, das war doch nichts." oder sogar „Andere hätten das noch viel besser gemacht." (MÖÖP! Da sitzt die Empfehlung Nr. 3 noch nicht.) Sich selbst wertzuschätzen und dankbar zu sein für all das, was in unserem Leben positiv ist, ist eine der mächtigsten Möglichkeiten, glücklich zu sein und Dir selbst Kraft zu schenken.
Kennst Du die Frage, die Du als Hundetrainer Deinen Kunden stellen kannst, wenn sie nicht glücklich mit ihrem Hund sind? Sie lautet: „Wie viele Minuten am Tag ärgern Sie sich über Ihren Hund?" Die Antwort lautet meist irgendetwas zwischen 3 und 10 Minuten. „Das bedeutet also, dass Sie 1430 Minuten am Tag mit Ihrem Hund zufrieden oder glücklich sind?" Es ist absurd, sich auf das zu konzentrieren, was schiefläuft. Setze die Defizit-Brille ab, die Dich sehen lässt, was alles noch fehlt. Setze stattdessen die Haben-Brille auf, die Deinen Blick auf die Fülle lenkt, die da ist. Das kannst Du üben, indem Du Dir jeden Abend Zeit nimmst, Deine Erfolge und schönen Begebenheiten des Tages zu notieren. Um eine solche Abendreflexion für Dich zu entwickeln, kannst Du die Wochenreflexion (zu finden in Kapitel 9) als Inspiration nutzen.

8. Habe vielfältige Rollen in Deinem Leben:

Du bist nicht Dein Unternehmen. Dieser Satz ist ganz, ganz wichtig, deshalb nochmal langsam: Du. Bist. Nicht. Dein Unternehmen.
Du bist so viel mehr als nur Deine Selbständigkeit.
Du bist bunt, vielfältig, voller Bedürfnisse, Wünsche, Gedanken, Ideen und Fähigkeiten.
Du brauchst ganz verschiedene Elemente in Deinem Leben, um glücklich zu sein und Dich wirklich rund und vollkommen zu fühlen.
Nur leider ist da die Gefahr, das zu vergessen und all seine Aufmerksamkeit und Energie in sein Unternehmen zu stecken. Wenn Du das jedoch tust und dieser Lebensbereich funktioniert dann nicht wie gewünscht, hast Du nichts anderes, was Dich auffängt. Wenn Deine Selbständigkeit Dein einziger Halt im Leben ist und das, worüber Du Dich größtenteils definierst… dann fällst Du tief, wenn es im Job nicht läuft.
Ein starkes Lebensfundament besteht immer aus verschiedenen Elementen: Freunde, Familie,

Beziehung, Du selbst mit dem, was Dir Freude macht und Deiner persönlichen Entwicklung und schließlich Dein Job. Dein Job ist nur ein Teil Deines Lebens – er sollte nicht Dein Leben sein. Definiere Dein Dasein nicht über Deine Selbständigkeit. Achte darauf, vielfältige Rollen in Deinem Leben zu haben: Als Freund, Partner, Mutter/Vater, Tochter/Sohn, Bruder/Schwester, als Gärtner, Reiter, Handwerker, als Koch, Sportler, Kreative, als Gast, Gastgeber, Urlauber, Reisender, Entdecker, Partymaus, Meditierende, Shoppende usw.
Nicht alles in Deinem Leben darf zu 100% auf Deine Selbständigkeit ausgerichtet sein. Es ist sehr einfach, sich in der Selbständigkeit zu verlieren und die anderen Bereiche (Beziehungen, Hobby) und Rollen wegzudrängen. Das funktioniert auf Dauer jedoch nicht und wird Dich immer weiter ausbrennen. Es ist notwendig, dass Du Deine anderen Lebensbereiche im Auge behältst und ihnen regelmäßig und mit Freude Aufmerksamkeit schenkst. Das passiert übrigens nicht einfach so, sondern erfordert eine bewusste Entscheidung von Dir, sich die Zeit für diese anderen Rollen zu nehmen.

9. Entspann Dich & surfe aktiv die Welle:

Nicht alles ist berechenbar. Nicht alles gelingt so, wie wir es uns gedacht haben. Es gibt Nachfrageschwankungen. Menschen reagieren nicht immer so, wie wir es uns wünschen oder es erwarten. Das ist so. Sich dagegen zu sperren und verkrampft an Deinem Plan A festzuhalten, bringt nichts. Es bremst Dich, nimmt Dir den Schwung und die Freude und hält Dich von dem zurück, was eigentlich möglich wäre. „Leben ist das, was passiert, während Du eifrig dabei bist, andere Pläne zu machen", sagte John Lennon. Es ist gut, dass Du weißt, wo Du hin willst und was Dein Leuchtturm ist. Es ist gut, dass Du Pläne und Strategien hast, um diesen Leuchtturm zu erreichen. Nur finden Deine Pläne nicht losgelöst vom Rest statt – sie werden in dieser Welt, mit all ihren Unwägbarkeiten und Überraschungen, zum Leben erweckt. Und dabei gilt es, das zu sehen, was das Leben Dir anbietet, und flexibel zu sein.
Hast Du mal einen Wellenreiter beobachtet? Er nimmt die Welle spontan, so wie sie kommt und wie das Zusammenspiel zwischen ihm und der Welle am besten funktioniert. Er plant nicht jeden Schwung vorab – kann er auch gar nicht. Er kennt die Welle ja noch nicht und weiß erst, wie sie beschaffen ist, wenn er auf ihr reitet. Erst wenn er sich richtig auf die Welle einlässt, kommt er in den Flow und wird das Maximum an Spaß und Möglichkeiten herausholen.
Die Welle zu surfen, widerspricht übrigens nicht den „Selbstorganisation & Freizeit"-Empfehlungen Nr. 1, 2 und 13: Du sollst bitte planen und Dir Gedanken machen, welche Wellen Du reiten möchtest, wie viele, wie lange und in welcher Art. Das Wellenreiten an sich, das Umsetzen Deiner Pläne, ist dann jedoch etwas, wo Du geschmeidig mit dem gehst, was die Welt Dir anbietet.
Du surfst, entscheidest aktiv über Richtung, Geschwindigkeit, Schwünge und Intensität. Aber die Welle kommt und geht dennoch, wie sie es möchte. Du kannst nicht gegen sie kämpfen. Du kannst nur mit ihr gemeinsam zur Höchstform auflaufen. Lass Dich drauf ein und schwing mit.

Um Dich bei diesem Prozess zu unterstützen, kannst Du den „Leitfaden mit Dir selbst“ in Kapitel 10 nutzen.

→ Hier enden Deine Empfehlungen, wenn Du Dich als Stufe 2-Unternehmer einordnest. Wenn Du auf Stufe 3 oder höher bist (oder ganz einfach neugierig), lies weiter.

10. Du und die Selbständigkeit als Hundetrainer – passt das?:

„Wenn Du einen Fisch danach beurteilst, wie er auf einen Baum klettern kann, wird er sein ganzes Leben glauben, dass er dumm ist“, sagte Albert Einstein. Und das hat er am eigenen Leib erfahren, denn seine Schulzeit war ganz und gar kein Zuckerschlecken, weil sich sein wacher Geist nicht in das System reinpressen lassen wollte, das von (aus seiner Sicht sinnlosem) Pauken dominiert wurde. Er musste natürlich lange, wie jedes Kind, in diesem für ihn falschen Biotop aushalten.

Wir müssen das als Erwachsene Gott sei Dank nicht mehr. Wenn Du ein Fisch bist und die Selbständigkeit ein Wald, wirst Du dort nicht zurechtkommen. Und wenn Du ein Reh oder Wolf bist und die Selbständigkeit ein Meer, ebenso wenig. Der Fisch, das Reh und der Wolf sind, jeder für sich genommen, perfekte, hochintelligente und wunderbare Wesen.

Aber im falschen Biotop werden sie ein- bzw. untergehen. Das liegt nicht an ihnen. Wir alle brauchen die richtige Umgebung, um unser Potenzial zu leben und glücklich zu sein.

Wenn Du mit der Selbständigkeit nicht zurechtkommst, ist das keine Aussage darüber, dass Du nicht richtig bist oder nicht gut genug. Du bist vielleicht einfach nur im falschen Biotop, am falschen Platz. Und dann gilt es, den für Dich richtigen Platz zu finden. Wenn Du nach mehreren Jahren Selbständigkeit als Hundetrainer merkst, dass es Dir damit nicht gut geht und dass sich dieses „nicht gut gehen“ trotz bewusster Arbeit an Deiner persönlichen Entwicklung auch nicht so richtig bessert, dann stelle Dir bitte diese beiden Fragen:

→ Ist die Selbständigkeit das Richtige für mich?

→ Ist eine Tätigkeit als Hundetrainer das Richtige für mich?

Es kann schlichtweg sein, dass die Strukturen einer Festanstellung einfach besser zu Dir passen und Du Dich damit wohler fühlst. Und es kann genauso sein, dass die Selbständigkeit an sich völlig fein für Dich ist, aber ein Dasein als Hundetrainer auf Dauer nicht zu Dir passt. Dann bist Du in einem anderen Geschäftsfeld (Hundebetreuung oder etwas ganz anderes außerhalb der Branche Hund) besser aufgehoben und kannst dort endlich aufblühen. Verschließe vor dieser Möglichkeit nicht die Augen, bloß weil Du nun mehrere Jahre und sicherlich auch einiges an Geld in diesen Weg investiert hast.

Wege entstehen beim Gehen. Auch Dein eigener. Und Du darfst jederzeit neu entscheiden, welchen Weg Du gehen möchtest.

Such Dir den aus, der Dich glücklich macht. Mehr dazu liest Du im Kapitel 10.3.