



**Berührung ist Begegnung
Shiatsu-Ausbildungen Austria
Dr. Eduard Tripp**

A-1120 Wien, Schönbrunner-Schloss-Str. 21/8
Tel: +43 (676) 61 74 970
tripp@shiatsu-austria.at, www.shiatsu-austria.at

Vision Idee Profil - Energie durch Selbstmarketing 1. Coaching für Shiatsu- Profis (Mignon von Scanzoni)

Worum es beim Marketing geht

Das Shiatsu Journal vom Winter 2002 beschäftigt sich in seinen Beiträgen mit dem Berufsbild und der Verbandsarbeit. Zwei Artikel greifen die Themen sehr differenziert auf und führen inhaltlich zu meinem Anliegen mit der neuen Coaching-Serie. So schreibt Renate Köchling-Dietrich auf S. 26 „...die Shiatsu-PraktikerInnen sehen es als eine ihrer wichtigsten Aufgaben, den Begriff 'Gesundheit' im Westen neu zu definieren und damit der Gesellschaft, in der sie leben, Anregungen zu geben“. Und Peter Helmes fordert die GSD dazu auf, sich „vom passiven Serviceangebot (und das Warten auf Anfragen)“ zu verabschieden und sich einer „aktiven Marktangebotsgestaltung und Profilierung“ zuzuwenden (S.6). Damit bringt er nicht nur das Problem des Berufsverbands auf den Punkt. Die Aussage trifft für Schulen genauso zu wie für einzelne Shiatsu-PraktikerInnen.

Es geht also im Kern um eine produktive Verbindung von Innen und Außen. Denn was nützt mir all mein Wissen, die Superangebote und ein differenziertes berufliches Selbstverständnis, wenn niemand etwas davon erfährt oder meine Angebote nicht den Bedürfnissen der Kunden entsprechen. Um Anregungen geben zu können, die einen positiven ResponS bewirken, muss ich über den Markt informiert sein und gezielt in die Öffentlichkeit gehen. Marketing strebt einen „für beide Seiten gewinnbringenden Austauschprozess zwischen Unternehmen und Kunden“ an (Gerson, Der Marketingplan, S. 15). Zu einem erfolgreichen Marketing gehört ein Konzept, das die Strategien und Werkzeuge beinhaltet, mit denen eine Firma zu einem markt- und kundenorientierten Unternehmen wird.

Was ist Selbstmarketing?

Auch eine einzelne Shiatsu-Praktikerin, die mit Behandlungen und Kursen ihr Geld verdient, ist eine Unternehmerin. Sie muss etwas unternehmen, damit das Geschäft gut läuft. Die „Ich-AG“



**Berührung ist Begegnung
Shiatsu-Ausbildungen Austria
Dr. Eduard Tripp**

A-1120 Wien, Schönbrunner-Schloss-Str. 21/8
Tel: +43 (676) 61 74 970
tripp@shiatsu-austria.at, www.shiatsu-austria.at

hat es in Shiatsu-Kreisen schon immer gegeben. Sie funktioniert jedoch in der Zukunft nur dann erfolgreich, wenn ihr ein Marketing-Konzept zugrunde liegt, das flexibel auf die veränderte wirtschaftliche und gesundheitspolitische Berufssituation reagiert.

Für eine KleinunternehmerIn oder Ich-AG bedeutet Marketing vor allem eine gute Selbst-PR. Auf dem Marktplatz potentielle Käufer für die eigenen Früchte anlocken zu wollen, hat nichts mit Schaumschlägerei oder Manipulation zu tun. Das ist leider in Therapeutenkreisen ein weit verbreitetes Vorurteil und auch ein Standesdünkel. Selbstmarketing ist ein Handwerk und eine Kunst. Ähnlich wie im Shiatsu ist es das Ziel, Menschen Impulse zu geben, damit die Energie in Fluss kommt. Das kann nur auf der Basis einer Beziehung von gegenseitiger Wertschätzung funktionieren. In beiden Disziplinen geht es um die Frage, wie ich das, was ich tue und bei dem mein Selbst mit Leib und Seele dabei ist, so rüber bringe, dass es auch ankommt. Im Selbstmarketing gelingt es, wenn ich meine Potentiale in authentischer Weise zur Entfaltung bringe, in Dialog gehe mit meinen Kunden und dabei eine Begeisterung spüre.

Ich habe beobachtet, dass Menschen, die in einer großen Öffentlichkeit eine gute Selbst-PR machen, Freude und Überzeugtheit ausstrahlen. Das wirkt ansteckend und motivierend auf das Publikum. Selbstmarketing ist ein dynamischer Prozess, in dem Energie ausgetauscht wird und sich produktiv verwandelt. Die Anregungen, die ich gebe, wirken durch die Reaktionen meines Gegenübers auf mich selbst zurück. Aktive Selbst-PR belebt die eigenen Potentiale und sie erweitern sich durch die neuen Herausforderungen.

Die 5 Schritte eines energetischen Selbstmarketings

1. Die eigene Vision entdecken und kreative Ideen zulassen

Das Herz des Selbstmarketings ist nicht die PR-Mappe, sondern die eigene Vision. „Ich hatte mal einen Traum“, sagen manche Menschen „und dann habe ich ihn verloren“. Ein Traum kann sich auch wandeln im Laufe des Lebens. Astrologisch gesehen, verändern sich alle 7 Jahre die Lebensthemen und jede Lebensphase hat andere Zugpferde mit einer neuen energetischen Qualität. In den Zyklen zwischen 28 und 63 entsteht dabei auch beruflich eine Neuorientierung. Etwas ruft mich in eine neue Richtung.

In solchen Zeiten tauchen oft Wünsche, Phantasien und verrückte Ideen auf. Das Feuerelement ist aktiv. Jeder kreative Funke leuchtet mir den Weg in eine neue Richtung. Wenn unsere Vision wirklich Kraft hat, wie der Baum, der im Frühling seine Blätter austreibt, wird sie im Sommer Früchte tragen. Die zündenden Ideen reifen heran; die anderen fallen von alleine ab.



**Berührung ist Begegnung
Shiatsu-Ausbildungen Austria
Dr. Eduard Tripp**

A-1120 Wien, Schönbrunner-Schloss-Str. 21/8
Tel: +43 (676) 61 74 970
tripp@shiatsu-austria.at, www.shiatsu-austria.at

Übung 1:

Stell Dir vor, zu Deinem 70. Geburtstag hält eine gute Freundin af Dich eine Laudatio. Was möchtest Du, dass sie über Dich und Dein Berufsleben erzählt?

2. Persönliche Ziele festlegen

Vision und Ideen reichen nicht aus für das Wachstum einer Pflanze. Damit sich die im Samen angelegte Gestalt gut entwickelt, braucht es Pflege damit sich stabile Wurzeln bilden.

Mit dem 2. Schritt beginnt jetzt die Konkretisierungsphase. Der Traum muss auf die Erde gebracht werden. Dazu gehört das Erstellen eines Projektplans mit Zielvorgabe und Zeitplan. Was will ich in einem Jahr erreicht haben? Welche Zwischenschritte sind dafür notwendig? Bis wann mache ich welchen Schritt? Ziele dürfen nicht als diffuser Wunsch beschrieben werden, sondern so konkret wie möglich in der Gegenwartsform. Also nicht: „In einem halben Jahr möchte ich gerne mehr Klienten behandeln“, sondern „In einem halben Jahr behandle ich 5 Klienten pro Woche und verdiene damit im Monat 1200 Euro“.

Übung 2:

- Suche Dir eine Person Deines Vertrauens. Stellt Euch gegenüber. Formuliere Dein Ziel - einmal als Wunsch und ein zweites Mal in der Gegenwartsform.*
- Beide beobachten bei sich die Unterschiede in der energetischen Wirkung*

Die konkreten Ziele führen zum nächsten Schritt : Wie will ich sie erreichen?

3. Zielgruppen bestimmen

Je genauer ich weiß, mit wem ich arbeiten will, desto spezifischer kann ich diesen Personenkreis ansprechen und mein Angebot auf die Bedürfnisse und Probleme abstimmen. Energetisches Marketing setzt dort an, wo es ohnehin gut läuft. Es zehrt an der eigenen Kraft, wenn ich mir eine Zielgruppe aussuche, an der ich mir die Zähne ausbeiße. Zu welchen Personen, Gruppen und Institutionen habe ich bereits gute Kontakte? Auf welche positiven Erfahrungen kann ich dabei zurückgreifen und wie kann ich sie zu einem interessanten Angebot ausbauen?



**Berührung ist Begegnung
Shiatsu-Ausbildungen Austria
Dr. Eduard Tripp**

A-1120 Wien, Schönbrunner-Schloss-Str. 21/8
Tel: +43 (676) 61 74 970
tripp@shiatsu-austria.at, www.shiatsu-austria.at

In den Texten vieler Flyer wird Shiatsu oft als universales Allheilmittel angeboten mit der Konsequenz, dass sich alle und gleichzeitig niemand angesprochen fühlen.

In seinem Buch „Schöpfung ohne Schöpfer“ beschreibt Peter Atkins, Prof. für physikalische Chemie in Oxford, dieses Phänomen für seinen Arbeitsbereich als Potentialverlust von Energie: „Wenn Energie lokalisiert ist, kann sie etwas leisten. Sie verliert aber ihr Potential, Veränderung herbeizuführen, wenn sie sich verstreut hat. Qualitätsverlust ist chaotische Ausbreitung.“ Ähnliches geschieht bei dem Fehlen von klar definierten Zielgruppen. Wenn die Angebote einer Dienstleistung diffus sind, um möglichst viele Personen zu erreichen, verliert die eingesetzte Energie an Qualität. Es geschieht genau das Gegenteil von dem, was wir beabsichtigen: potentielle Kunden zu bekommen.

Ist die Entscheidung für eine Zielgruppe mit der man gerne arbeiten möchte, getroffen, sollte man diesen Personenkreis genauer studieren. In welcher inneren und äußeren Welt bewegen sich diese Menschen? Wo drückt sie der Schuh? Welche Lösungen habe ich anzubieten? Im Coaching für eine Präsentationsvorbereitung, empfehle ich deshalb immer, sich vorher die Räumlichkeiten und die Arbeitsplatzsituation anzuschauen und mit einzelnen Personen zu sprechen. Dann hat man eine klare Vorstellung von den Problemen und kann das eigene Angebot lösungsorientiert präsentieren.

Tipp:

Gut vorbereitet sein ist der halbe Erfolg!

4. Das eigene Profil entwickeln und sich positionieren

Für meine Positionierung auf dem Marktplatz muss ich wissen, was das Besondere an mir ist und auch dazu stehen. Mein Profil oder „Alleinstellungsmerkmal“ – wie es in der Marketingsprache heißt - ist eine Kombination von fachlichen, persönlichen und sozialen Eigenschaften und Kompetenzen. Wie lautet unser Untertitel - „Der Clown“ oder „diejenige, die weiß, was sie will“? Dadurch unterscheiden wir uns von anderen, die fachlich ebenso gut sind wie wir. Bei einer Bewerbung oder Präsentation kommt es nicht in erster Linie auf die Fachkompetenz an. Diese wird meistens vorausgesetzt. Entscheidend für den Erfolg ist oft etwas Querliegendes in der persönlichen Geschichte oder eine bestimmte Ausstrahlung, die mir eine besondere Farbe verleiht.

Ein Beispiel: In meinen Seminaren arbeite ich zum Thema „Beruf und Berufung“ mit einer Intuitionsübung. Die Gruppe lässt zu einem Teilnehmer oder einer Teilnehmerin Assoziationen kommen „An welchem Arbeitsplatz sehe ich diese Person?“. In einem Kurs hatten bei dieser



**Berührung ist Begegnung
Shiatsu-Ausbildungen Austria
Dr. Eduard Tripp**

A-1120 Wien, Schönbrunner-Schloss-Str. 21/8
Tel: +43 (676) 61 74 970
tripp@shiatsu-austria.at, www.shiatsu-austria.at

Übung mit einer Sekretärin fast alle ein Bild, in dem sie mit Kindern zusammen war. Berührt von diesem Feedback verriet sie uns, dass es seit langem ihr geheimer Wunsch sei, ein Kinderheim zu leiten. Inzwischen ist sie ihrem Traum etwas näher gerückt. Sie arbeitet jetzt als Teamassistentin in einer Sozialeinrichtung für Kinder.

Aber nicht nur eine Person hat ein Profil, sondern auch das Angebot mit dem sie sich präsentiert. Was ist das Markenzeichen meiner Dienstleistung? Wie schaffe ich es, dass mein Unternehmen zu einem Geheimtipp wird? Shiatsu-PraktikerInnen haben oft professionelle Vorerfahrungen in einem Erstberuf. Sie kennen sich mit den Problemen in bestimmten Arbeitsbereichen gut aus. Das ist ein wertvolles Potential, um genau dort spezifische Fortbildungen anzubieten.

Tipp:

Nutze Deine Berufserfahrungen um Dich mit Shiatsu als Fachfrau oder Fachmann für die Problemlösung einer bestimmten Berufsgruppe zu positionieren.

Vor kurzem bekam ich das Programm einer Kollegin zugeschickt, die damit wirbt, dass sie wegen der schlechten wirtschaftlichen Situation ihre Behandlungspreise gesenkt hat. Dieser Weg, sich zu profilieren, macht das eigene Marketing kaputt. Die „Preis-Qualitätsvermutung“ – was nichts kostet, ist nichts wert – wird nicht zu mehr Klienten führen. Den Fehler, ihre Leistungen zu Dumpingpreisen anzubieten, machen leider auch viele Anfänger nach dem Abschluss ihrer Ausbildung. Sie tun damit dem Aufbau ihres Geschäfts und ihrer eigenen Zukunft nichts Gutes an.

5. Die Bühnen nutzen und Netzwerke aufbauen

Untersuchungen in großen Unternehmen haben ergeben, dass heute der berufliche Aufstieg und Erfolg nur noch zu 10% von der Leistung abhängen. 30% machen die Selbstdarstellung aus und 60% die Kontakte und Beziehungen.

Wenn wir im Selbstmarketing beim 5. Schritt angelangt sind, beginnt die PR-Arbeit. Ein Flyer ist dabei nur ein winziges Teil. Das wichtigste Instrument bin ich selbst und die Bühnen, auf denen ich mich zeige. Das Geld für Anzeigen und aufwendige Mailings kann man sich sparen durch die eigene Präsenz. Eine Bühne kann ein Kongress sein oder eine Messe; auch ein Artikel in einer Zeitschrift, Redebeiträge auf Meetings oder jede Party, auf der ich jemandem etwas über mich und meine Arbeit erzähle. Visitenkarten nicht vergessen!



**Berührung ist Begegnung
Shiatsu-Ausbildungen Austria
Dr. Eduard Tripp**

A-1120 Wien, Schönbrunner-Schloss-Str. 21/8
Tel: +43 (676) 61 74 970
tripp@shiatsu-austria.at, www.shiatsu-austria.at

Gebraucht wird in diesem Kontext die Metallenergie. Unsere Fähigkeit zur Kommunikation und die Bereitschaft, auf die eigenen Leistungen aufmerksam zu machen, sind gefragt. Klappern gehört zum Handwerk eines guten Marketings.

TeilnehmerInnen meiner Seminare haben mir öfters rückgemeldet, dass ihnen beim Akquirieren ein spannendes Phänomen begegnet ist: nach dem ersten Erfolg wandelt sich plötzlich der Frust in die Lust! Und jedes Projekt, das nicht geklappt hat, macht einen schlauer für den nächsten Versuch. Meine Selbstbeobachtungen und die Eigenwahrnehmung der Seminarteilnehmer bei Übungen haben noch zu einer anderen – unvermuteten – Entdeckung geführt. Die Angst vor der Lust, sich zu zeigen, ist oft größer als die Angst, zu versagen.

Tipp:

Lerne von anderen, die Erfolg haben!

- Was machen sie gut?

- Was missfällt Dir an ihnen? Gerade hier liegt oft der Schlüssel zu dem, wie Du eigentlich auch gerne wärst und was Du mehr üben solltest.

Um richtig zu wirken, muss man nicht alles selbst machen. Kontakte zu Multiplikatoren haben häufig eine unterstützende Wirkung bei der Selbst-PR.

in gutes Netzwerk aufzubauen, braucht Zeit. Es kann hilfreich sein, sich eine „Beziehungslandkarte“ anzufertigen, in der ich alle Personen und Institutionen eintrage, zu denen ich in der Vergangenheit gute Kontakte hatte und mit denen mich in der Gegenwart etwas Positives verbindet. Das hat nichts mit Funktionalisieren von anderen Menschen zu tun. Netzwerken basiert auf dem Prinzip des Austausches. Ich habe etwas zu geben, was jemand anders gebrauchen kann und umgekehrt. Manchmal sind es auch gute Ideen, die in einem Gespräch entstehen oder Adressen, die mir weiter helfen. Netzwerke sind energetische Felder, in denen Signale ausgesendet werden und die Empfänger antworten.

Bei allen Schritten und Strategien des Selbstmarketings gilt natürlich wie beim Shiatsu auch: Es ist ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess. Nur die Übung macht den Meister. Ich wünsche Euch viel Erfolg und vor allem viel Lust beim Ausprobieren!



**Berührung ist Begegnung
Shiatsu-Ausbildungen Austria
Dr. Eduard Tripp**

A-1120 Wien, Schönbrunner-Schloss-Str. 21/8
Tel: +43 (676) 61 74 970
tripp@shiatsu-austria.at, www.shiatsu-austria.at

© Mignon von Scanzoni, M.A., Soziologin, Körperpsychotherapeutin, Shiatsu-Lehrtherapeutin (GSD) und Coach für Einzelpersonen und Teams. Sie leitet Seminare in den Bereichen Potenzialentwicklung, Energiemanagement und Work-Life-Balance, info@von-scanzoni.de