

STARK DURCH COACHING

Eine erfolgreiche Selbstvermarktung fängt immer bei den eigenen Zielen und Vorstellungen an. Christian Ahrens erklärt, wie man Ziele definiert – und sie dann auch erreicht.

TEXT CHRISTIAN AHRENS

Es gibt eine Menge sehr guter Fotografen. Aber nur eine kleine Anzahl davon ist wirklich erfolgreich. Fast immer liegt der Grund in den mangelnden Fähigkeiten der Kreativen, sich erfolgreich zu vermarkten. Na schön, könnte man sagen. Ist doch kein Problem. Dann lernt man eben ein bisschen Marketing, legt sich ein funktionierendes Label zu, peppt seine Website auf und sieht zu, dass man bei seinen Kunden besser wahrgenommen wird.

Könnte man meinen – aber viele talentierte Kollegen bekommen einfach ihren Arsch nicht hoch. Dabei ist es doch ganz einfach: Einsicht, Entschluss und Tat! Braucht es mehr, um erfolgreich zu sein? Eigentlich nicht. Trotzdem gelingt es nur den Wenigsten. Da nützt auch das beste Marketingseminar, das man besucht hat, nichts: Man kommt ins Atelier zurück, ist hochmotiviert, fängt irgendetwas an – aber wenige Tage oder Wochen später läuft wieder alles im alten Trott.

Der Grund liegt in der komplexen Struktur von uns Menschen. Wir sind ein vielschichtiges Konstrukt aus Erfahrungen, Überzeugungen, Routinen, Paradigmen, Gelerntem und Glaubenssätzen. Wir sind optimistisch oder pessimistisch geprägt, wir haben gute und schlechte Erfahrungen gemacht und wir sind Gewohnheitstiere. Wenn wir etwas in unserem Business ändern wollen, genügt es nicht, lediglich einer simplen Erkenntnis zu folgen. Die intellektuelle Entscheidung zu mehr Erfolg mag ein Schritt sein – aber diesen auch zu realisieren bedeutet, sich selbst zu ändern. Und das ist ganz schön schwierig.

Unter Fotografen und Kreativen ist ein Glaubenssatz stark verbreitet: „Ich will mich nicht verkaufen.“ Was wir damit meinen: Wir haben keine Lust, Akquise zu betreiben. Doch ganz gleich, ob wir uns als Künstler, als Journalisten, als Kreative oder als beinharte Kommerzfotografen begreifen – Honorare und Kunden brauchen wir alle. Die meisten wollen mehr davon. Aber aktiv etwas dafür tun?

Nehmen wir mal einen Kollegen als Beispiel, der einfach die Schnauze voll davon hatte, immer schon am 20. des Monats kein Geld mehr auf dem Konto zu haben. Vermutlich möchte er etwas an seiner Lebenssituation ändern. Nehmen



FOTOS: JIRSAK/THINKSTOCK, AHRENS+STEINBACH

wir an, er setzt sich in einer stillen Stunde hin und schreibt auf ein Blatt Papier, was er eigentlich will. Da steht dann: „Ich will meine Kunst authentisch ausüben und anständiges Geld verdienen.“

Ein wichtiger Durchbruch – denn da steht nun schwarz auf weiß ein Wunsch. Willkommen im Club der Veränderungswilligen. Wer eine Vorstellung hat, kann sich verändern. Wer lange, kontinuierlich, engagiert und begeistert für ein Ziel lebt, wird es meist auch erreichen. Man ist dabei, sich in Frage zu stellen und Neues zu beginnen. Wenn man sein Ziel noch etwas präziser formuliert, es messbar und überprüfbar macht und provokativ äußert, kann das eine echte Granate werden.

Wie gesagt, das ist eine wirkliche Herausforderung, aber man kann sich dabei helfen lassen. Coaching nennt man das – und das kann viel effektiver sein, als aus sich selbst heraus zu handeln. Man kann sich einen Business-Coach suchen, der einen eine Zeitlang begleitet. Man kann sich einer Coaching-Online-Plattform anschließen und deren Angebote annehmen. Oder man beginnt ein Selbststudium und arbeitet mit Büchern oder Multimedia-Angeboten.

Was passiert dann idealerweise? Der verbesserungswillige Fotograf hat eine kompetente Begleitung, die ihm hilft, in die Puschen zu kommen. Es ist ein



Christian Ahrens ist Industrie- und Technikfotograf und Teil des Teams Ahrens+Steinbach Projekte. Er hat bereits mehrfach Coachings in Anspruch genommen. Sein aktuelles Ziel: „Authentisch in der Fülle leben und international auf hohem Niveau tätig zu werden.“ ahrens-steinbach-projekte.de

Unterschied zwischen der rationalen Erkenntnis („Ich muss mein Business entwickeln“) und der tagtäglichen Bereitschaft, dies auch wirklich zu tun. Ein Coaching-Programm hält einen eher bei der Stange als der übereilte Silvesterentschluss, der Mitte Januar schon Makulatur ist. Man durchschaut sich und seine Ausreden besser. Man setzt gegen alte Glaubenssätze neue Erfolgsroutinen. Man findet seinen Fokus: Wo will ich eigentlich wirklich hin? Und was kann ich im Alltag dafür tun? Die Kunst vieler erfolgreicher Menschen besteht darin, jeden Tag einen kleinen Wegstrecke zu gehen. Mit Baby-Schritten auf den Himalaya. Irgendwann kommt man an.

Übrigens: Ziele müssen nicht nur wirtschaftlicher Natur sein. Ebenso könnten Sie auch ein viel besserer Fotograf werden wollen. Oder nur noch Themen und Projekte fotografieren, die auch Freude machen. Oder nur für Kunden zu arbeiten, von denen man wertgeschätzt wird.

Dann gesellt sich zum wirtschaftlichen Aspekt etwas Essenzielles hinzu: Werte, die man leben will. Sinn, den man erfahren möchte. Und Freude im beruflichen Alltag. Ist es zu viel verlangt, seinen Beruf mit Begeisterung auszuüben und gleichzeitig materielle Sicherheit zu genießen? Ich finde nicht. Dazu gehört eine erfolgreiche Strategie – und die Bereitschaft, diese auch konsequent zu leben. Coaching oder Selbst-Coaching kann einem dabei helfen. Und „verkaufen“ muss man sich dann erst recht nicht mehr: Dann steht man für sein eigenes Ding, und es stimmt nicht nur die Kohle, sondern auch der Inhalt. ■

„Wenn wir etwas in unserem Business ändern wollen, genügt es nicht, einer simplen Erkenntnis zu folgen.“