

HONORARE FÜR TRAINER

Spielerisch verhandeln



Foto: Stock4B

Honorarverhandlungen als ein Spiel anzusehen, nimmt ihnen den ernstesten Charakter. Mit dieser Haltung fällt es leichter, souverän zu bleiben – und damit erfolgreich.

Viele Trainer, Berater und Coaches tun sich schwer mit Honorarverhandlungen. Versucht ihr Gegenüber, den Preis zu drücken, verstehen sie das oft als persönlichen Angriff. Das stresst – und macht den Verhandlungserfolg unwahrscheinlicher. Mit der richtigen Haltung, Vorbereitung und Strategie hingegen gelingt es Trainern, ihr Wunschhonorar zu erzielen.

Die Honorarspreizung in der Weiterbildungsbranche ist und bleibt enorm: An der Spitze gibt es eine kleine Elite von Trainern, Beratern und Coaches, die fast jeden Tagessatz bezahlt bekommen. Ihnen folgt ein breites Mittelfeld, das zwischen 1.200 und 1.600 Euro als Tagessatz erhält. Und dann gibt es ein noch größeres Feld, das sich deutlich unterhalb dieser Tagessätze bewegt. Leider kann dieses dritte Feld oft nicht alleine von der Selbstständigkeit leben, sondern muss sich ein zweites Standbein suchen, in die Festanstellung wechseln

– oder doppelt so hart und so viel wie alle anderen arbeiten.

Ob man an der Spitze mitspielt oder zumindest im guten Mittelfeld, hängt aber davon ab, wie man sich aufstellt. Nach meiner Erfahrung als Honorar-Coach gibt es drei Faktoren, die es zu beachten gilt, um das persönlich „richtige“ Honorar zu finden (siehe auch Grafik rechts):

1. Die Kalkulation

Was muss ich verdienen, um meine Fixkosten, Steuern, Versicherungen, Lebenshaltungskosten reinzuholen? Was möchte ich verdienen, um mir meine Träume zu erfüllen? Wie viel Zeit (abzüglich Urlaub, Krankheit, Fortbildung) steht mir für meine Arbeit zur Verfügung? Solche Fragen stehen am Anfang jeder Kalkulation.

Die Hälfte der Zeit für Marketing und Vertrieb einplanen

Ich empfehle, die so ausgerechnete verfügbare Zeit noch einmal zu halbieren. Denn etwa fünfzig Prozent ihrer Arbeitszeit benötigen Trainer, Berater und Coaches für Vertrieb, Marketing und administrative Tätigkeiten, damit sie die anderen fünfzig Prozent erfolgreich verkaufen können.

Diese Rechnung bietet ein einfaches Gerüst, um den passenden Stunden- oder Tagessatz zu kalkulieren. Ein gut berechneter Satz schützt nicht zuletzt auch davor, zu leichtfertig einen

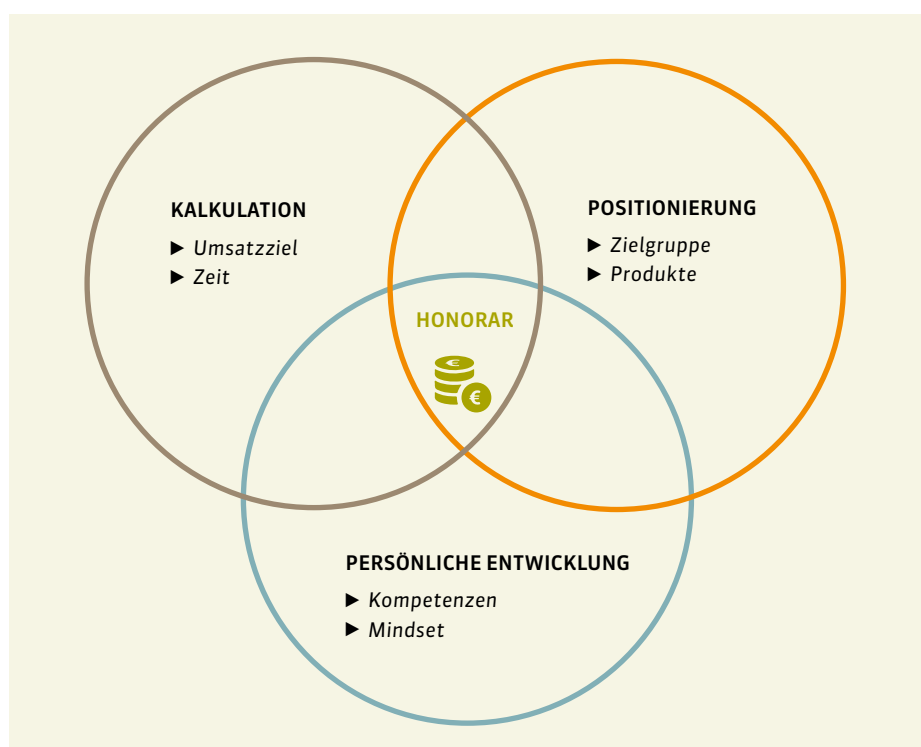
Preisnachlass zu geben. Denn mit einer klaren Kalkulation lässt sich sofort erkennen, wie sich der Preisnachlass auf den Wunschumsatz auswirkt. Das hilft, gegenüber dem Kunden stark zu bleiben.

Expertenstatus gibt den Kunden ein Gefühl von Sicherheit

2. Die Positionierung

Mit einem Bauchladen ist es grundsätzlich schwierig, hohe Tages- oder Stundensätze zu erzielen. Heutzutage möchten sich die meisten Unternehmen und zunehmend auch Privatkunden von Experten trainieren oder coachen lassen. In einer sehr komplexen Welt und einem überfüllten Weiterbildungsmarkt gibt es Klienten ein Gefühl von Sicherheit, z.B. mit einem Experten für die Überwindung von Ängsten zu arbeiten, anstatt mit einem Coach, der alle möglichen Themen beackert. Neben Sicherheit verbinden Kunden mit Expertentum auch, dass der Coach ihnen schneller helfen kann und sie so ihr gewünschtes Ziel einfach, zügig und ohne Umwege erreichen.

Bei der Positionierung zeigt sich auch, wer die eigene Zielgruppe ist und in welchem Markt sich der Trainer, Berater oder Coach genau bewegt. Das ist auch deshalb wichtig, weil davon abhängt, welcher Tagessatz passt. Denn wer Azubis trainiert, wird deutlich weniger fordern können, als ein Coach für das Topmanagement. Und der öffentliche



Dienst zahlt weniger als die Banken- und Finanzbranche.

Mit einem zu geringen Honorar sabotiert man sich selbst

Allerdings sollte man nicht zu tief stapeln. Gerade im Businessumfeld stimmt das Sprichwort „Was nichts kostet, ist auch nichts wert!“ noch immer. Mit einem zu geringen Honorar sabotiert man sich daher immer doppelt:

1. Man verdient weniger.
2. Man wird nicht als Experte wahrgenommen. Damit bleibt dann auch langfristig der Erfolg aus.

Es ist daher ratsam, sich nicht über den Preis zu positionieren, sondern immer über Expertentum, Erfahrung, positive Referenzen und über ein Thema, das für den Kunden hohe Relevanz hat.

3. Persönliche Entwicklung/Kompetenzen

Doch nicht nur eine solide Kalkulation und eine Positionierung als Experte sind wichtig, um ein gutes Honorar zu erzielen. Manchmal trennen einen auch blockierende Glaubenssätze über Geld und Erfolg (z.B. „Über Geld spricht man nicht“ oder „Ich arbeite doch nicht für Geld!“) oder kritische Gedanken zur Verhandlung und zum

Verhandlungspartner vom Wunschhonorar.

Gerade wenn der eigene Preis in einer Verhandlung angegriffen wird, stolpert man gerne über solche Bewertungen. Sie bringen einen aus dem Konzept und verursachen Stress. Der wiederum verpasst der Souveränität und Kreativität einen ordentlichen Dämpfer – beides wichtige Kompetenzen für eine erfolgreiche Preisverhandlung.

Verhandlungskompetenz muss trainiert werden

Ein zweiter wunder Punkt: Viele Trainer, Berater und Coachs gehen unvorbereitet in Verhandlungen und meinen, dass sie das eben von sich aus können müssen. Nein, müssen sie nicht. Sie sollten allerdings Verhandlungskompetenz als eine unternehmerische Fähigkeit bewerten und sie entsprechend entwickeln und trainieren. Alles andere ist fahrlässig für Selbstständige – wenn auch leider allzu oft Praxis in der Weiterbildungsbranche.

In vielen Bereichen üben und trainieren Weiterbildner bereits, um mehr Erfahrung zu sammeln und besser zu werden. Das sollten sie unbedingt auch für ihre Verhandlungskompetenz beherzigen. Je sicherer sie werden, umso

einfacher fallen ihnen diese Gespräche – und umso erfolgreicher setzen sie ihre Preise durch.

Rein in die Verhandlung!

Doch wie funktioniert das nun eigentlich konkret, den Preis auszuhandeln? Mit ein wenig Akquise, vertrieblichem Geschick oder einer Empfehlung sitzt man irgendwann mit seinem gut kalkulierten Angebot beim Kunden, um über den Preis zu verhandeln. Und nun?

Eine gute Vorbereitung spielt eine entscheidende Rolle. Dazu gehört auch, mögliche Einwände und Fragen zum eigenen Angebot zu antizipieren und bereits im Vorfeld gute Antworten zu entwickeln. Wichtig an dieser Stelle ist, den Mehrwert und Nutzen der Leistung in den Vordergrund zu stellen – und nicht etwa den Preis zu rechtfertigen. Menschen, ob nun privat oder in Unternehmen, möchten immer wissen: Was habe ich davon, wenn ich diese Leistung bzw. dieses Produkt kaufe?

Die Antworten darauf sollten dem Kunden das Wasser im Mund zusammenlaufen lassen. Dazu kann man zum Beispiel die Geschichte von einem anderen Kunden erzählen. Welche Erfolge konnte dieser feiern, weil er die Leistung in Anspruch genommen hat?

Weitere gute Spielkarten für den Verhandlungspoker sind Alleinstellungsmerkmale, Expertenwissen oder besondere Erfahrungen, innovative Lösungen, eine außerordentliche Qualität oder ein zeitlicher Vorteil gegenüber anderen Anbietern. Es lohnt sich, gute Argumente zu erarbeiten, einzuüben und das Gespräch mit einer unbeteiligten Person einmal komplett durchzugehen.

Verhandlung als Spiel

Aber nicht nur die Vorbereitung ist wichtig, um erfolgreich zu verhandeln, sondern auch die Haltung, mit der man in solche Gespräche geht. Viele Trainer, Berater und Coachs fühlen sich angegriffen oder sogar abgewertet, wenn sie über ihren Preis verhandeln sollen. Erfahrungsgemäß ist das aber nicht so gemeint. Der Kunde will einfach einen besseren Preis, hat gerade weniger Budget – oder hat einfach Spaß am Verhandeln.

Die richtige Haltung in einer solchen Situation ist also, diesen vermeintlichen Angriff nicht persönlich zu nehmen, sondern damit zu rechnen und sich sogar darauf zu freuen. Schließlich ist man gut vorbereitet und hat die Verhandlungssituation geübt – jetzt will man dem Kunden auch mal zeigen, was man kann!

Blockierende Glaubenssätze über Geld und Erfolg oder kritische Gedanken zur Verhandlung verhindern häufig das Wunschhonorar.

Hilfreich ist, sich die Verhandlung als eine Art Spiel vorzustellen. Das nimmt ihr den ernsten Charakter und sorgt für eine spielerische Haltung seitens des Trainers. Mit dieser Einstellung fällt es ihm garantiert leichter, den Verhandlungspoker gut durchzuhalten und souverän und kreativ zu bleiben.

Die Argumente sind dabei die Spielkarten. Je mehr Spielkarten man vorbereitet, umso flexibler kann man auf die Spielzüge des Gegenübers reagieren. Schon Rudi Carrell sagte: „Wenn du später ein Ass im Ärmel brauchst, dann musst du es vorher dort reinstecken!“

Zwischen Produkt und Mensch unterscheiden

In der Weiterbildungsbranche kommt noch eine Besonderheit hinzu: Wer sein Geld z.B. damit verdient, Autos zu reparieren, dem fällt es leicht, zwischen seiner Dienstleistung und seiner Person zu unterscheiden. Für Trainer, Berater und Coaches ist das viel schwieriger. Wer Beratungs- oder Coachingleistung verkauft, ist praktisch ein Teil seines eigenen Produktes. Damit das Ringen um den Preis nicht auf den Selbstwert schlägt, ist hier eine gute Distanz vom „Ich als Mensch“ zum eigenen „Produkt“ sinnvoll und hilfreich.

Um diese Haltung zu unterstützen, hilft folgendes Bild: Man streckt seine Hand so aus, als wollte man seinem

Gegenüber einen Apfel anbieten. Nun stellt man sich vor, dieser Apfel ist das eigene Produkt. So kann man ganz entspannt zusammen das Produkt anschauen, sich darüber austauschen und auch über den richtigen Preis verhandeln. Mit diesem inneren Bild schafft man zwischen sich und seinem Produkt eine gute Distanz, um zu spüren: Bei der Preisverhandlung geht es nicht um mich als Mensch, sondern lediglich um ein Produkt, das ich anbiete.

Schweigen als Verhandlungsstrategie

Neben der richtigen Vorbereitung und Haltung gibt es noch konkrete Taktiken, die Trainer in der Verhandlung selbst einsetzen können, um zum gewünschten Ergebnis zu kommen. Schweigen etwa ist ein großer Hebel, denn Menschen halten es nur schwer aus, wenn in Gesprächssituationen geschwiegen wird. Das kann man gezielt zu seinem Vorteil nutzen. Hält der Verhandlungspartner die Spannung nicht mehr aus, füllt

dieser die Stille oft schnell mit dem nächsten Angebot oder Preisschritt.

Das kann folgendermaßen aussehen: Nachdem man seinen Preis oder sein Angebot genannt hat, macht man einen Punkt und schweigt. Man lehnt sich innerlich zurück und wartet ab, was passiert. Je länger man diese Spannung aushält, umso mehr gerät der Kunde in Zugzwang – und man selbst eben nicht!

Wer fragt, der führt

Eine weitere wichtige Strategie liegt darin, die richtigen Fragen zu stellen. Wer erfolgreich verhandeln will, sollte das unbedingt trainieren und kultivieren. Viele Menschen stellen geschlossene Fragen oder begnügen sich mit oberflächlichen Antworten und haken nicht nach.

Gerade in Verhandlungen lohnt es sich aber, neugierig auf die Motive und Beweggründe des Gegenübers zu sein. Denn fragt der Trainer, Berater oder Coach ausgiebig nach, hört wirklich zu, zeigt Interesse und bleibt dran, offenbart der Verhandlungspartner meist mehr von sich, als er möchte: Er lässt sich in die Karten schauen, verrät seine Motive und Strategien.

All das sind hilfreiche Informationen für die Verhandlung. Denn je besser man sein Gegenüber einschätzen kann, umso mehr kann man die eigene Strategie und die Argumente darauf anpassen. Darüber hinaus kann man so das Gespräch besser lenken, Schwerpunkte setzen oder auch unvorteilhafte Themen umschiffen. Ganz nebenbei übernimmt man so die Gesprächsführung, was die eigene Verhandlungsposition stärkt.

Ein bisschen Spaß muss sein!

Mit Begeisterung und Freude machen die Dinge nicht nur mehr Spaß, man ist auch erfolgreicher darin – das gilt auch für Honorarverhandlungen. Sobald man anfängt, zu trainieren und besser zu werden, schleichen sich mehr Leichtigkeit und Freude in diese Gespräche ein – und eben auch mehr Erfolg!

Tanja Peters ■



Die Autorin: Tanja Peters ist Expertin für Mut, Positionierung und Verhandlung. Mit ihren Coachings, Vorträgen und Seminaren unterstützt sie vor allem Selbstständige auf ihrem Weg. Kontakt: www.dieMUT-beraterin.de