

Interview mit Angelika Färber, Spezialistin für Positionierung und klare Kommunikation für Solounternehmerinnen

Mit einem Buch schneller zum Expertenstatus



Angelika Färber

Angelika Färber ist Spezialistin für Positionierung und klare Kommunikation. Im Interview erläutert sie uns nicht nur, warum eine unverkennbare Positionierung für Unternehmerinnen wichtig ist, sondern auch, wie ein Buch dazu beitragen kann, sich einen Expertenstatus im eigenen Fachgebiet aufzubauen.

Wir beide sind Solounternehmerinnen und im Ruhrgebiet ansässig. Nachdem wir uns regelmäßig austauschen, sind wir auf die Idee gekommen, auch Euch an Angelikas Expertise und Erfahrungsschatz teilhaben zu lassen.

Liebe Angelika, ich freue mich, dass wir im Rahmen unseres Gesprächs heute eine Brücke schlagen zwischen der Bücherwelt und Deinem Fachgebiet, der Positionierung für Solounternehmerinnen.

Vielleicht beschreibst Du uns kurz, woraus Dein Business besteht und wie Du wem hilfst.

Man könnte sagen, ich helfe anderen, genau diese Frage zu beantworten. Um das zu präzisieren: Ich arbeite mit Einzelunternehmerinnen, denen es schwerfällt, die richtige Kundschaft anzuziehen, ihr Business klar auf den Punkt zu bringen und so eine klare Marketingbotschaft zu entwickeln, mit der sie sich abheben. Doch es ist mehr als das: Im Grunde schaffe ich mit meinen Kundinnen das Fundament für ihr Business und für ihr gesamtes Marketing.

Ich helfe ihnen, noch mehr Klarheit darüber zu gewinnen, wer ihre Kundschaft ist und was genau sie für diese Kundschaft erreichen – in deren Augen. Denn das, stelle ich fest, sind oft zwei Paar Schuhe: Was wir denken, was wir für unsere Kundschaft tun, und wie diese selbst das erlebt. Und erst wenn man diese Dinge wirklich verstanden hat, ist zielgerichtetes Marketing überhaupt möglich.

Wie bist Du denn zu Deiner eigenen Positionierung gekommen?

Wie so viele, die gerade gründen, hatte auch ich am Anfang meiner Selbständigkeit eine ganz andere Idee von dem, was ich machen würde. Ich komme ursprünglich aus der PR, habe früher viel Medienarbeit für Unternehmen gemacht, auch etwas Marketing. Als ich mich selbstständig machte, war die Idee, das auch weiterhin anzubieten.

Ich habe dann aber schnell gemerkt, dass ich darauf eigentlich keine Lust mehr hatte. Als Gründerin kam ich vermehrt mit anderen Selbstständigen in Kontakt und habe festgestellt, dass viele einfach so loslegen in ihrem Marketing, ohne Klarheit zu haben, welche Botschaft sie vermitteln oder wen sie überhaupt erreichen wollen. Da hat sich der Wunsch entwickelt, anderen Selbstständigen genau dabei zu helfen.

Die Schwierigkeit war dann mehr, das auch benennen zu können, um was genau es geht. Ich hatte immer sowas wie „strategische Kommunikation“ im Kopf – wohlwissend, dass da noch nie jemand nach gefragt hat oder fragen würde. Und wenn ich darüber sprach, erntete ich viele fragende und verwirrte Blicke. Ich weiß also genau, wie doof sich das anfühlt und kann meine Kundinnen gut verstehen, wenn sie um die richtigen Worte oder eine treffende Bezeichnung ringen.

Ich musste für mich selbst erst einmal herausfinden, was ich eigentlich genau damit meinte. Witzigerweise habe ich in meinem Blog schon relativ früh und immer wieder mal über Positionierung geschrieben und darüber auch in meinen Postings gesprochen, ohne dass ich das bewusst oder aus strategischen Gründen getan hätte. So kamen dann die ersten Kundinnen zu diesem Thema zu mir. So ein bisschen wurde ich also auch von dem Thema gefunden.

Warum ist es Deiner Meinung nach so interessant, speziell für Unternehmer, Autor zu werden und ein Buch zu veröffentlichen? Wie kann ein eigenes Buch aus Deiner Sicht bei der Positionierung helfen?

Das Buch selbst hilft nicht bei der Positionierung. Natürlich kann die Arbeit an einem Buch helfen, noch tiefer in die eigene Materie einzusteigen, aber die Positionierung an sich sollte schon klar sein. Doch das Buch hilft, damit ich für das, wofür ich stehe, auch wahrgenommen werde. Dass ich als Expertin wahrgenommen werde. Positionierung ist für mich auch sehr viel innere Arbeit. Gerade bei uns Einzelunternehmerinnen ist ja unser Business sehr eng mit der Persönlichkeit verbunden. Ich brauche also zunächst eine innere Klarheit, und dann geht es im zweiten Schritt darum, diese nach außen zu tragen. Und da kommt dann das Buch ins Spiel.

Ich finde, ein Buch ist ein wahrer Booster, wenn es darum geht, sich nach außen als Expertin zu zeigen. Natürlich kann ich das auch durch andere Dinge erreichen, wenn ich mich online zeige auf verschiedene Weisen. Aber ein Buch hat da eine besondere Kraft und erreicht das auch schneller. Ein Buch, wenn es gut geschrieben ist und vor allem auch thematisch einen neuen interessanten Blickwinkel bietet, hat viel mehr Potenzial, weitere Kreise zu ziehen. Da hat man es dann auch häufig leichter, in der Presse damit zu landen oder von Medien als Expertin für ein Thema wahrgenommen zu werden und so dann auch für Interviews dazu angefragt zu werden. Das ist sicher noch einmal leichter, wenn man das Buch mit einem Verlag veröffentlicht. Doch auch für Selfpublisher entstehen diesbezüglich immer mehr Möglichkeiten.

Was denkst Du: Wann ist man denn Expertin genug, um ein Buch zu schreiben?

Um es ganz einfach zu sagen: Wenn man sich richtig gut mit einer bestimmten Problematik auskennt. Ich wähle hier bewusst „Problematik“. Es geht nicht darum, dass man ein ganzes Gebiet erfasst. Ich denke, ein Sachbuch wird umso besser, je klarer der Fokus ist, je klarer die konkrete Frage oder das Problem ist, das es behandelt.

Ich bin Expertin, wenn ich mich mit einer Sache so gut auskenne und vor allem mehr darüber weiß, als allgemein bekannt ist, weil ich mich mehr und länger mit einem bestimmten Thema befasst habe als die meisten Menschen. Das bedeutet, dass ich weiß, worum es da geht, was die Ursachen von Problemen sind, und vor allem weiß ich auch die Lösungen dafür. Als Expertin habe ich dieses Wissen nicht nur aus anderen schlaun Büchern, sondern auch aus der Praxis. Die hilft mir letztlich, ein Thema mehr und mehr zu durchdringen. Und die besten Sachbücher ziehen auch immer wieder praktische Beispiele heran. Man sollte also eine gewisse praktische Erfahrung haben, aus der man schöpfen kann.

Ich denke, es ist also vor allem wichtig, sich vorher sehr gut zu überlegen, welchen Blickwinkel ich einnehmen will. Auf welche Fragestellungen meines Bereichs will ich mich fokussieren? Und dabei sollte man natürlich immer die Menschen im Auge haben, für die ich das Buch schreibe – in der Regel sind das ja die idealen Kundinnen.

Ein Buch ist daher, wenn ich gerade mit meiner Selbstständigkeit starte, möglicherweise nicht das Sinnvollste. Doch wenn ich Klarheit habe, wer ich selbst als Expertin sein will, wofür ich stehe und wer meine Kundinnen sind, dann ist das grundsätzlich jederzeit eine sinnvolle Option. Natürlich muss man das aber im Gesamtkontext des eigenen Business und Marketings sehen. Und da ist eben auch vieles eine Frage der Ressourcen. Das muss jeder individuell entscheiden, also Fragen klären wie: Mache ich jetzt meinen Onlinekurs oder setze ich mich an das Buchprojekt?

Siehst Du ein Buch also als Erfolgsgarant, um das eigene Business voranzutreiben?

Es ist sicher kein Selbstläufer. Wie gesagt, ich sollte einen guten Blickwinkel wählen und etwas Neues zu einem Themengebiet beizutragen haben. Wie das Buch vermarktet wird, spielt natürlich auch eine Rolle. Wenn man mit einem Verlag zusammenarbeitet, wird einem da ja viel abgenommen. Aber im Selfpublishing muss man sich auch selbst darum kümmern (und sei es, dass man jemand anderen damit beauftragt) und eine Strategie entwickeln. Und dann sollte ich natürlich auch die passenden Angebote haben, sodass das Buch quasi als Brücke zu einer Zusammenarbeit mit mir dienen kann. Wenn diese Dinge stimmen, denke ich, hat man gute Voraussetzungen, dass das Buch das Business weiter nach vorne bringt.

Wenn ein Gründer oder eine Unternehmerin Schwierigkeiten damit hat, für sich selbst die richtige Positionierung zu finden, wie könnte eine Zusammenarbeit mit Dir aussehen? Kannst Du uns vielleicht auch ein Beispiel aus Deiner Zusammenarbeit mit einer Kundin schildern?

Die meisten meiner Kundinnen wissen schon, was sie tun oder tun wollen, denn sie sind schon eine Weile selbstständig. Ich entwickle also nicht komplett neue Geschäftsideen mit ihnen. Ich helfe ihnen, sich in ihrer Kommunikation zu fokussieren.

Ich hatte schon des Öfteren mit Kundinnen zu tun, die bisher kein oder kaum Marketing betrieben haben, weil sie es nicht mussten. Sie haben offline gearbeitet und über einen festen Auftraggeber oder ihr Netzwerk Kundschaft gefunden. Doch dann kam der Wunsch oder die Notwendigkeit, das Business mehr online zu betreiben, vielleicht sogar einen Kurs zu verkaufen und neue oder andere Kunden und Kundinnen zu gewinnen. Viele merken dann, dass ihre Website und die Art, wie sie online kommunizieren, sehr viel wichtiger wird als bisher. Und dass sie da einfach mehr Klarheit brauchen. Sie merken, dass es ihnen schwerfällt, in Worte zu fassen, was sie tun, und fühlen sich oft unzufrieden, wenn sie zum Beispiel auf ihre Website schauen. Sie können sich darin nicht wiederfinden.

Oft ist es also so, dass ich mit meinen Kundinnen aus einer groben Idee eine präzisere mache. Zum Beispiel von der Anti-Stress-Coach für jeden zur Coach für Burn-out-Prävention von Müttern mit Burn-out-Erfahrung. Oder von der allgemeinen Lektorin zur Lektorin für Marketingtexte für Selbstständige. Doch dabei bleibt es nicht. Mit meinen Kundinnen erarbeite ich außerdem ein klares Positionierungsstatement, man könnte auch sagen, einen Elevator Pitch (wobei ich den Begriff nicht sonderlich mag). Das heißt, wir beschäftigen uns auch intensiv damit: Was ist das konkrete Ergebnis der Zusammenarbeit und was hat jemand darüber hinaus noch davon?

Um an diesem Punkt ankommen zu können, beschäftigen wir uns anfangs intensiv mit den idealen Kunden und den eigenen Stärken und Besonderheiten. Das alles passiert im 1:1-Austausch, ich nenne es auch gerne Sparring. Ich gebe meinen Kundinnen eine Anleitung zur Orientierung vor, das heißt, ich begleite sie bei jedem Schritt. Es gibt also eine klare Struktur, doch inhaltlich ist die Zusammenarbeit schon sehr individuell. Ich möchte meinen Kundinnen nicht irgendwas überstülpen, das ist mir sehr wichtig. Und das ist ja auch eine häufige Befürchtung, wenn es um Positionierungsarbeit geht.

Mit wem arbeitest Du am liebsten zusammen? Wie sieht Deine Wunschkundin oder Dein Wunschkunde aus?

Ich arbeite mit Coaches und Beraterinnen. Meine ideale Kundin ist schon eine Weile selbstständig, in manchen Fällen sogar viele Jahre. Sie hat sich mit dem Thema Selbstvermarktung bisher nicht sehr befasst und fühlt sich davon etwas überwältigt; sie weiß gar nicht, wo sie anfangen soll. Und sie ist sich unsicher geworden in Bezug auf ihre Business-Identität oder weiß, dass sie eine andere möchte. Sie wünscht sich eine neue, klarere Ausrichtung. Die Schwierigkeit, die sie hat, ist, dass sie vieles kann oder auch vieles angeboten hat. Doch sie spürt, es ist an der Zeit, sich mehr zu fokussieren. Nur hat sie das Gefühl, den Wald vor lauter Bäumen nicht zu sehen.

Wie findet man Dich und welche Möglichkeiten wählst Du selbst, um Dich und Dein Angebot sichtbar zu machen?

Über meine Website www.angelikafaerber.de.

Ich habe einen Blog, einen Podcast – den Unverkennbar Podcast – und bin auf LinkedIn aktiv.

Hast Du schon mal darüber nachgedacht, selbst ein Buch über Deine Expertise zu schreiben? 😊

Ich muss gestehen, dass ich lange überhaupt nicht darüber nachgedacht habe. Doch seit einiger Zeit ist die Idee tatsächlich in meinem Kopf. Allerdings bin ich derzeit noch nicht so weit, dass ich an die konkrete Umsetzung denke – ich sprach ja vorhin von den Ressourcen. Es kann also noch eine Weile dauern, aber es steht auf der Zukunftsagenda. Wer was von mir lesen möchte, der muss sich also erst einmal weiter mit meinem Blog begnügen. 😊

Zu guter Letzt: Was machst Du, wenn Du Deine Kundinnen und Kunden nicht dabei unterstützt, mit ihrem Business erfolgreich zu werden? Welche Interessen hast Du darüber hinaus und wie verbringst Du Deine Freizeit?

Ich bin sehr gerne draußen in der Natur, ich mag lange Spaziergänge, Wandern oder Radtouren. Gerade beim Wandern kann man super abschalten, finde ich. Ich mag auch gerne Yoga und Pilates. In den ungemütlicheren Monaten verziehe ich mich aber gerne nach drinnen und mache es mir da gemütlich. Es würde jetzt toll klingen, wenn ich behaupten könnte, ein Bücherwurm zu sein, aber tatsächlich bin ich eher ein Serienjunkie. Ich gebe zu, ich lasse mich gerne in eine gute Story reinziehen und fiebere dann der nächsten Episode entgegen. 😊

Oder ich höre mir meine Lieblingsmusik an, die ist in der Regel eher gitarrenlastig. Live-Musik mag ich auch sehr gerne, und das ist hoffentlich bald wieder mehr möglich.

Ganz herzlichen Dank für Deine Zeit und Deine Tipps rund um das Expertenbuch als Positionierungsinstrument!

Ich wünsche Dir weiterhin viel Erfolg für all Deine Vorhaben und freue mich außerdem sehr auf den weiteren kollegialen Austausch mit Dir.

Vielen Dank. Ich danke Dir für die Gelegenheit, liebe Isabelle! Ich freue mich auch auf unseren weiteren Austausch. 😊

Falls Du jetzt auf Angelika Färbers „Unverkennbar Podcast“ neugierig geworden bist und Du ihn hören möchtest, findest Du hier mehr Informationen: [Zum Podcast](#)



Der Podcast für Solounternehmerinnen, die unverkennbar sein wollen. Angelika spricht darüber, wie Du Dich so nach außen zeigst, dass Du bei potenziellen Kunden ins Schwarze triffst und Dich von der grauen Masse abhebst. Damit Du die passenden Kunden leichter gewinnst. Du bekommst Denkanstöße, die Dich in eine neue Richtung bringen werden, wenn Du das Gefühl hast, mit Deiner Positionierung und deiner Kundengewinnung nicht weiterzukommen, oder wenn Du wissen möchtest, wie Du Dein Selbstmarketing optimieren kannst. Klar gehört dazu auch immer wieder mal eine Prise an Mindset-Themen.

Du folgst Angelikas Empfehlung, schreibst gerade an Deinem Buch und möchtest Dich über den möglichen Ablauf eines Buchprojektes mit mir als Lektorin informieren, dann besuche gern meine Website:

www.isabelle-romann.de/buchlektorat