



# Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer

Das eBook zur gleichnamigen  
Blogparade - 56 Beiträge  
Herausgegeben von: Monika Birkner

[www.blog.monika-birkner.de](http://www.blog.monika-birkner.de)

# Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer



Herzlich willkommen zu diesem eBook, das eine Zusammenfassung meiner [Blogparade „Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer“](#) enthält. Mein Name ist Monika Birkner. Als Business Transformation Coach, Strategieberaterin und Buchautorin („Erfolgreich als Solo-Unternehmer“) unterstütze ich Solo-Unternehmer, ihre Einzigartigkeit zu erkennen, daraus ein nachhaltig erfolgreiches Business zu entwickeln und damit für die Kunden und die Welt insgesamt Gutes zu tun.

## Warum ich Solo-Unternehmer liebe

Obwohl ich aus der Welt der Großunternehmen komme – nach meiner Anwaltszeit war ich in Management und Geschäftsführung bekannter Unternehmen –, gehört meine Liebe den Solo-Unternehmern. Ich sehe Solo-Unternehmer als die Vorreiter einer neuen Lebensform. Solo-Unternehmer können wie niemand sonst Ideen und Projekte verwirklichen, die einen einzigartigen Beitrag für die Kunden und die Welt darstellen. Sie können das verbinden damit, ein erfolgreiches Business zu schaffen als Vehikel für das, was sie in die Welt zu bringen haben.

Außerdem sind Solo-Unternehmer auch insofern Vorreiter, als sie eine neue Kultur des Miteinander erschaffen. Denn wenn jeder wirklich seine eigene Einzigartigkeit erfolgreich lebt, braucht es keine Angst vor Wettbewerb zu geben. Zudem sind Solo-Unternehmer in einer Situation, wo es ohne gegenseitige Unterstützung viel schwerer ist.

Meine Vision ist, dass Solo-Unternehmer einzeln und gemeinsam mehr von diesem Potenzial verwirklichen. Durch meine Arbeit möchte ich dazu beitragen.

## Inspiration & Handwerkszeug in meinem Blog und meinem Solo-Unternehmer-Buch

In meinem [Blog](#) biete ich Inspiration & Handwerkszeug für Solo-Unternehmer, die große Ziele verwirklichen wollen.

Mein Buch [Erfolgreich als Solo-Unternehmer](#) beschreibt Wachstumsstrategien für Selbstständige. Es geht dabei – wie es meiner Arbeit insgesamt entspricht – ganzheitlich auf alle Themen ein, die für Solo-Unternehmer relevant sind: Klarheit über die Lebensziele und großen Visionen, Werkzeuge für die Realisierung, Positionierung, Kundengewinnung, Geschäftsmodelle für Solo-Unternehmer, Preisgestaltung und Glaubenssätze zum Thema Geld. Außerdem enthält es ein umfangreiches Kapitel, wie Solo-Unternehmer Social Media für die Kundengewinnung nutzen können.



# Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer

## Blogparade „Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer“

Zum Auftakt des von mir initiierten Jahrs der Solo-Unternehmer startete ich eine Blogparade zum Thema „Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer“. Diese fand vom 20.04.2013 bis zum 20.05.2013 statt und stieß auf lebhaftes Resonanz. 56 Beiträge gingen ein.

Ich bedanke mich an dieser Stelle bei allen, die durch ihre Beiträge und Kommentare sowie die Diskussion in den Social Media zum Erfolg dieser Blogparade beigetragen haben.

## Über dieses eBook

Dieses eBook enthält eine thematische Zusammenfassung der Schwerpunkte der Blogparade. Außerdem finden Sie die Links zu allen Beiträgen in der Reihenfolge des Eingangs.

Die Urheberrechte für die Beiträge sowie die inhaltliche Verantwortung dafür liegen bei den einzelnen Autoren.

Alle Beiträge sind nach bestem Wissen erstellt. Weder ich noch die Autoren übernehmen Haftung oder Garantien irgendwelcher Art.

Das eBook darf nur als Ganzes und kostenlos weitergegeben werden.

Bei der Gestaltung dieses eBooks hat mich Simone Abelman von [Bürosmart](#) unterstützt.

# Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer

## Inhaltsverzeichnis

Das eBook zur gleichnamigen Blogparade - 56 Beiträge .....	1
Herausgegeben von: Monika Birkner .....	1
Einleitung : Warum eine Blogparade „ Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer“? .....	5
Auswertung der Blogparade ein bisschen Statistik .....	7
Wissenschaftlich belegt: Warum Wertschätzung wichtig ist .....	8
Viele Gründe, warum Solo-Unternehmern Wertschätzung gebührt.....	9
Was Solo-Unternehmer an ihrer Selbstständigkeit schätzen.....	10
Wie Solo-Unternehmer zu mehr Selbstwertschätzung und Wertschätzung untereinander kommen können.....	11
Solo-Unternehmer und ihre Kunden: Was sie attraktiv für Kunden macht .....	14
Wie Solo-Unternehmer sich mit mehr Selbst-Wertschätzung präsentieren können .....	15
Tipps für das Verkaufsgespräch.....	16
Was Solo-Unternehmer von ihren Kunden erwarten .....	17
Erfahrungen mit problematischen Kunden .....	18
Zukunftsperspektiven .....	19
Die Diskussion ist noch nicht zu Ende, sondern fängt gerade erst an.....	20
Einzel-Beiträge zur Blogparade.....	21
Impressum.....	27
Bildnachweise.....	27

(mit Klick auf die Zeile gelangen Sie zum Artikel)

## Einleitung : Warum eine Blogparade „ Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer“?



Rund 2,6 Millionen Solo-Unternehmer gibt es allein in Deutschland. Hinzu kommen ca. 238.000 in Österreich und rund 156.000 in der Schweiz. Doch trotz dieser stattlichen Zahlen tun sich viele „Einzelkämpfer“ schwer mit ihrem Status. Statt sich selbstbewusst dazu zu bekennen und die Stärken zu vermarkten, wird nach außen hin das Image von etwas Größerem aufgebaut („Wir“ statt „ich“ auf der Website usw.).

Mit dem schwachen Selbstbewusstsein einher geht die Schwierigkeit, Kunden den Wert der Leistung deutlich zu machen und Wertschätzung in Form angemessener Preise wie verbaler Anerkennung zu erlangen, was wiederum am eigenen Selbstwertgefühl nagt und den unternehmerischen Erfolg unterminiert.

Auch wird die kollektive Kraft und volkswirtschaftliche Bedeutung der Solo-Unternehmer vielfach ignoriert. Doch auch wenn diese keine formalen Arbeitsplätze schaffen, schaffen sie Arbeit in vielen Branchen.

Alles das war Anlass für mich, die Blogparade „Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer“ ins Leben zu rufen. Ich möchte damit das Bewusstsein für die Leistungen und die Bedeutung von Solo-Unternehmern anheben und zu einer neuen Kultur der Selbstständigkeit beitragen.

In einem [früheren Blogbeitrag](#) hatte ich drei Gründe für mehr Selbstbewusstsein von Solo-Unternehmern genannt. Hier ein Auszug daraus:

### 1. Solo-Unternehmer sind unentbehrliche Partner für Großunternehmen

Für Großunternehmen können externe Spezialisten interessanter sein als Stammkräfte.

Vorteile bestehen unter anderem in den flexiblen Kosten sowie im frischen Wind, den Externe durch die Kombination ihres Wissens aus verschiedenen Unternehmen und Branchen hereinbringen. Gleichzeitig sind sie „pflegeleicht“ und stören die Hierarchie nicht.

### 2. Solo-Unternehmer leisten erhebliche Beiträge zur Volkswirtschaft

Sind Solo-Unternehmer Unternehmer zweiter Klasse, weil sie keine festen Arbeitsplätze schaffen? Oft hat es den Anschein. Doch völlig zu Unrecht, und zwar aus mehreren Gründen. Zum einen hat sich die Wirtschaft viel stärker gewandelt, als das in Politikerreden zum Ausdruck kommt. Zum anderen leisten Solo-Unternehmer erhebliche volkswirtschaftliche Beiträge.

In der klassischen Industriegesellschaft war das arbeitsteilige Zusammenwirken festangestellter Mitarbeiter im Rahmen der Organisation „Unternehmen“ die Regel und aufgrund der Produkte und Prozesse auch sinnvoll oder sogar nötig.

# Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer

Die technologische Entwicklung, verbunden mit dem Übergang zur Dienstleistungs-, Informations- oder Bewusstseinsgesellschaft (wählen Sie aus, wo Sie die heutige Entwicklung sehen), erlaubt aber ganz neue Formen von Kooperation: projektbezogen statt dauerhaft, virtuell statt an einem gemeinsamen Ort, in immer neuen Formen statt im Rahmen eines normierten Arbeitsverhältnisses.

Übersehen wird außerdem, dass Solo-Unternehmer erhebliche volkswirtschaftliche Beiträge leisten und mittelbar in vielen Branchen Arbeitsplätze beziehungsweise Arbeit schaffen:

- in produzierenden Unternehmen durch Investitionen in Büroausstattung, Autos, Hard- und Software, Mobilgeräte
- im Dienstleistungssektor durch Aufträge an andere Kleinunternehmer wie Steuerberater, Rechtsanwälte, Grafiker, Website-Gestalter, Texter, Marketing-, PR- und Social Media-Berater, Weiterbildungsanbieter, Coaches und andere
- bei Banken und Sparkassen durch Kontoführung und Geldgeschäfte.

### 3. Solo-Unternehmer fördern den Bewusstseinswandel in der Gesellschaft

Solo- und Kleinunternehmer sind Vorreiter für eine neue Kultur – und das scheint mir fast das Wichtigste zu sein.

Den Weg in die Selbständigkeit zu wagen und dort erfolgreich zu sein, verändert den Einzelnen wie die Gesellschaft.

Der Einzelne gewinnt an Selbstvertrauen. Er lernt, wie er aus Ideen Realität schaffen und Herausforderungen meistern kann.

Solo- und Kleinunternehmer, die ihren Traum erfüllt haben, dienen anderen als Rollen-Modell. Sie zeigen, dass Träume und Visionen keine Luftschlösser sein müssen, sondern dass sich daraus etwas Reales entwickeln kann.

Jedes erfolgreiche Beispiel macht vielen anderen ebenfalls Mut. Damit wächst die Gruppe derer, die aufhören, andere für ihre Situation verantwortlich zu machen, und stattdessen ihr Leben selbst in die Hand nehmen. Darin liegt die wahre Bedeutung einer neuen Kultur der Selbständigkeit.

## Auswertung der Blogparade - ein bisschen Statistik



Die Blogparade „Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer“ hat eine beeindruckende Resonanz hervorgebracht: 56 Beiträge, zahlreiche Erwähnungen und Diskussionen in den Social Media, viel Wertschätzung für die Blogparade an sich und die gehaltvollen Beiträge.

Diese hohe Resonanz zeigt, dass das Thema vielen Solo-Unternehmern unter die Haut geht. Gleichzeitig zeigt sich eine erstaunliche Vielfalt in den Themen und Ausdrucksformen

Für die Zahlenfreunde zu Beginn ein bisschen Statistik.

- 12 der 56 Beiträge stammen von männlichen Solo-Unternehmern. Das sind mehr als 21,43 %.
- Während die meisten Beiträge Textform haben, sind auch ein eigenes Video dabei, ein Hinweis auf ein anderes Video sowie drei Beiträge in vollständig oder teilweise gezeichneter Form.
- Ist das Thema „Wertschätzung“ ein deutsches Thema? Wenn ich es richtig sehe, haben sich nur Deutsche beteiligt (einer davon lebt allerdings in Brüssel).
- Von den vielfältigen Themen, die berührt werden, betreffen besonders viele die Selbstwertschätzung.
- Fast alle Teilnehmer der Blogparade sind im Dienstleistungsbereich selbstständig: Berater, Coaches, andere Dienstleister. Ist die Thematik hier besonders ausgeprägt? Denn Dienstleistungen kann man ja – anders als physische Produkte – nicht vorher sehen und anfassen.
- Das Spektrum der Themen reicht weit: Von wissenschaftlichen und sonstigen allgemeinen Grundlagen über teilweise sehr persönliche und Mut machende Erfahrungsberichte bis zu sonstigen persönlichen Beiträgen und zahlreichen Tipps für andere.
- Teilgenommen haben nicht nur Solo-Unternehmer im engeren Sinne, sondern auch „gefühlte“ Solo-Unternehmer, die trotz anderem formalen Status ähnliche Herausforderungen erleben.

56 Beiträge sind eine Menge, zumal wenn sie so gehaltvoll sind, dass man sie nicht mal nur eben überfliegt. Um einen ersten Überblick zu geben, habe ich im Folgenden die Kernpunkte der Beiträge thematisch geordnet und zusammengefasst. Im Anschluss daran finden Sie eine Übersicht aller Artikel mit einem kurzen Hinweis, worum es jeweils geht. Ich hoffe, dass so diejenigen Leser zu ihrem Recht kommen, die sich schnell orientieren wollen, wie auch diejenigen, die mehr in die Tiefe gehen wollen.

## Wissenschaftlich belegt: Warum Wertschätzung wichtig ist



Gefühlt haben wir es alle schon, doch es lässt sich – wie wir nun nachlesen können – auch wissenschaftlich belegen, dass Wertschätzung wichtig ist.

Ergebnisse der Hirn- und Herzforschung legen nahe, dass aufrichtig praktizierte Wertschätzung zu mehr Wohlbefinden, mehr Resilienz und besserer Problemlösefähigkeit führt. Oder wie es anderer Stelle heißt: die beste Stressprophylaxe ist.

Und ein anderes wissenschaftliches Ergebnis: Schon die Veränderung der äußeren Haltung, zum Beispiel eine aufrechtere Sitzhaltung, kann zu einer anderen inneren Haltung führen.



## Viele Gründe, warum Solo-Unternehmern Wertschätzung gebührt



Es werden zahlreiche Gründe genannt, weshalb Solo-Unternehmer Wertschätzung verdienen. Und das hat nicht nur oder sogar in erster Linie mit den konkreten Leistungen zu tun.

Vielmehr werden in den Beiträgen Gründe genannt, die völlig unabhängig sind von dem, was der Einzelne auf den Markt bringt.

Die Autoren nennen stattdessen allgemeine Gründe, weshalb Solo-Unternehmern Wertschätzung gebührt, zum Beispiel

- für den Mut, sich selbstständig zu machen und Verantwortung für das eigene Leben zu übernehmen.
- für das Durchhaltevermögen, trotz finanzieller und sonstiger Engpässe selbstständig zu bleiben.
- für den hohen Arbeitseinsatz und die Bereitschaft und Fähigkeit, vielen Rollen gerecht zu werden: neben der fachlichen Kompetenz u.a. Unternehmensführung und Betriebswirtschaft, Marketing und Kommunikation, Trendbeobachtung, Organisation, Qualitätsmanagement, private Rollen. Dafür werden verschiedene Metaphern erwähnt: Theaterbühne, Jongleur im Zirkus, Leistungen von Spitzenköchen, „Mädchen für alles“.
- für die Bereitschaft, fortwährend an sich selbst zu arbeiten und sich mit dem inneren Kritiker auseinander zu setzen.
- für die Bereitschaft, ihre Einzigartigkeit in die Welt zu bringen und möglicherweise noch über die engeren Kundenbeziehungen hinaus etwas für eine bessere Welt beizutragen.

## Was Solo-Unternehmer an ihrer Selbstständigkeit schätzen



Auch wenn die Herausforderungen, den vielen Rollen gerecht zu werden, nicht gering sind, wiegt offenbar mehr, was Solo-Unternehmer aus ihrer Selbstständigkeit gewinnen.

Und das ist nicht in erster Linie das Geld, das sie verdienen.

Stattdessen werden Aspekte genannt, die mehr mit Lebensstil und Selbstverwirklichung zu tun haben als mit dem Einkommen, u.a.

- Wahl- und Gestaltungsfreiheit einschließlich der Möglichkeit, Aufträge abzulehnen
- Möglichkeit, Herzensprojekte zu verwirklichen, kreativ und initiativ zu sein
- Verantwortung für das eigene Leben und die Zukunft zu übernehmen, und das auch in einem Alter, in dem es schwierig ist auf dem Arbeitsmarkt
- Vereinbarkeit von beruflichem und privatem Leben
- ganzheitliche und authentische Lebens- und Arbeitsweise
- Augenhöhe mit den Kunden und diesen auch als Unternehmer gegenüber treten zu können
- bei guter Leistung weiter empfohlen zu werden.

## Wie Solo-Unternehmer zu mehr Selbstwertschätzung und Wertschätzung untereinander kommen können



Das Thema, wie Solo-Unternehmer sich selbst und anderen Solo-Unternehmern mehr Wertschätzung schenken können, nimmt den größten Raum unter allen Themen ein, gefolgt von dem Umgang mit Kunden.

Wie ein roter Faden zieht sich durch die Beiträge der Zusammenhang zwischen Selbstwertschätzung und der Art und Weise, wie man nach außen agiert und von dort wahrgenommen wird. Zum Teil wird das auch untermauert durch persönliche Erfahrungen, dass Kunden einem dann mehr Respekt entgegenbringen, wenn man auf eigene Bedürfnisse achtet und auch gegebenenfalls mal Grenzen zieht.

Aus der Vielzahl der Gedanken, Erfahrungen und Tipps hier eine Auswahl der am häufigsten genannten.

- Selbstliebe praktizieren und Verantwortung für sich selbst übernehmen
- das eigene Wohlbefinden ernst nehmen
- Selbstwertschätzung als gelebte Stressprävention
- eigene Gefühle erkennen und kommunizieren und sich nicht von der Befürchtung abhalten zu lassen, als zu empfindlich angesehen zu werden.
- den eigenen Wert wie einen Schatz behandeln
- Wertschätzung als Grundhaltung kultivieren, nicht als (Manipulations-)Technik
- ein Tool nutzen wie die Balanced Scorecard für Selbstständige
- die eigenen Werte in der Selbstständigkeit verwirklichen, was erst einmal voraussetzt, sie wirklich erkannt zu haben
- Überprüfen, wie viel man sich wert ist, nicht nur in Geld, auch in Redezeit, Raum, Körperhaltung...
- Wie innen, so außen und wie außen, so innen: Mehr Selbstwertschätzung kann auch durch eine andere Körperhaltung erzeugt werden
- Einstellungen zu Erfolg überprüfen und ggf. ändern, zum Beispiel Angst vor zu viel Erfolg
- Ängste wahrnehmen und sich damit befassen, ohne sie zu ernst zu nehmen
- an Schwächen, Fehlern, Misserfolgen wachsen
- Umgang mit Misserfolgen: Es gibt keine Fehler, nur Dinge, die Sie, wenn Sie damals soviel gewusst hätten wie heute, anders gemacht hätten.

# Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer

- Stolz auf die eigenen Leistungen, sich überhaupt der eigenen Leistungen bewusst sein und sich selbst dafür immer wieder Bestätigung geben. Mehrere Autoren empfehlen Erfolgs-, Anerkennungs-, Dankbarkeitstagebücher und ähnliche Methoden.
- Stolz auf das Geschaffene insgesamt, zum Beispiel die hochwertigen Materialien
- sich für jeden Auftrag sechsmal wertschätzen: wenn ein Kunde anfragt, wenn das Angebot abgegeben wird, wenn der Auftrag hereinkommt, wenn er erledigt ist, wenn die Rechnung geschrieben wird, wenn die Zahlung eingeht.
- die eigenen Leistungen auch nach außen selbstbewusst vertreten wie die Hausfrau in dem Werbespot, der in einem der Beiträge zitiert wird: „Ich führe ein sehr erfolgreiches kleines Familienunternehmen“.
- nur Projekte annehmen, die einem selbst am Herzen liegen, und konsequenterweise Aufträge ablehnen, für die man selbst nicht die beste Person ist oder die man nicht durchführen möchte
- Wegschicken von Kunden, die nicht passen
- gute Arbeit für die Kunden leisten
- sowohl auf Anerkennung achten als auch auf Geld: auf Lösungen für Kunden fokussieren und selbstbewusst zu den Preisen stehen
- Verantwortung der Welt gegenüber zeigen durch die eigenen Leistungen für die Kunden und möglicherweise auch ehrenamtliche Engagements
- „Notfalltropfen“, wenn einem die Selbstwertschätzung abhanden gekommen ist: Erinnerungsstücke, Kundenreferenzen u.ä., die helfen, sich den eigenen Wert wieder klar zu machen. Und vor allem: Den Fokus darauf lenken, dass es neben dem Mangel an Wertschätzung auch Positives gibt, dass der Mangel nicht die ganze Wahrheit ist.
- wertschätzende Kommunikation mit sich selbst
- Austausch mit anderen
- andere Solo-Unternehmer nicht sofort als Wettbewerber betrachten, sondern als Menschen, die versuchen, ebenfalls aus eigener Kraft etwas auf die Beine zu stellen
- Kooperation oder freundliches Miteinander prüfen, statt sofort an Abgrenzung und Wettbewerb zu denken

# Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer

Möglicherweise können Solo-Unternehmer auch Wertschätzung daraus beziehen, dass sie für andere Solo-Unternehmer (mich eingeschlossen☺) gern gesehene Kunden sind. Mehrere Beiträge gehen darauf ein und heben besonders hervor:

- Solo-Unternehmer sind mit Leidenschaft bei ihrer Sache. Vielen geht es um Herzensprojekte.
- Sie versuchen, etwas Einzigartiges in die Welt zu bringen.
- Sie finden eigene Antworten auf Herausforderungen in der Welt.

Dass die Wertschätzung gegenüber Solo-Unternehmern noch darüber hinaus gehen kann, zeigen Beiträge, die erläutern, warum Solo-Unternehmer für Banken interessanter sein sollten als angestellte Kunden, und was Unternehmen und Arbeitgeber von Solo-Unternehmern lernen können.

## Solo-Unternehmer und ihre Kunden: Was sie attraktiv für Kunden macht



Eine weit verbreitete Meinung besagt, dass Solo-Unternehmer gegenüber anderen Anbietern im Nachteil wären und wenig Chancen hätten, interessante Aufträge zu gewinnen.

Doch dem ist nicht so. Solo-Unternehmer können sogar sehr attraktive Alternativen zu größeren Anbietern sein, und zwar nicht trotz dessen, dass sie allein arbeiten, sondern gerade deshalb. Was sie für Kunden attraktiv macht, ist zum Beispiel:

- Sie bringen neben der fachlichen Kompetenz ihre eigene unternehmerische Erfahrung und Haltung mit ein, so dass sie dem Kunden auf Augenhöhe begegnen.
- Sie arbeiten mit Herzblut und Engagement.
- Sie sind es gewohnt, strategisch und weitsichtig zu denken und auf Marktanforderungen zu reagieren.
- Der Kunde erhält individuelle Betreuung und Beratung.
- Er erhält alles aus einer Hand, oft sogar von einer Person („Rundum-Sorglos-Paket“).
- Die Kommunikationswege sind kurz.
- Solo-Unternehmer sind flexibel und wendig, nicht so schwerfällig wie Großunternehmen.
- Sie sind Realisten, die ihre Fähigkeiten und ihre Grenzen kennen.
- Sie engagieren sich für die Kunden wie für eigene Belange und empfehlen auch die Kunden weiter.
- Wenn das eigene Know-how nicht ausreicht, empfehlen sie Netzwerkpartner.
- Sie sind mutige und interessante Menschen mit einem einzigartigen Angebot.
- Sie sind verletzlich und stark zugleich und zeigen auch Gefühle.
- Sie sind Energielieferanten.

Natürlich trifft nicht alles davon gleichermaßen auf alle Solo-Unternehmer zu. Doch zumindest das Potenzial ist vorhanden.

Umso interessanter ist, dass die tatsächliche Selbstpräsentation, zumindest auf der Website, nicht immer so selbstbewusst, kompetent und unternehmerisch herüberkommt.

## Wie Solo-Unternehmer sich mit mehr Selbst-Wertschätzung präsentieren können



Mehrere Beiträge gehen darauf ein, wie sich Solo-Unternehmer am besten präsentieren.

Die Empfehlungen wie auch die praktischen Erfahrungsberichte laufen darauf hinaus, sich so authentisch wie möglich darzustellen und weder zu versuchen, sich „größer“ zu machen, als man tatsächlich ist, noch ins Gegenteil zu verfallen, sich nahezu unsichtbar zu machen oder die realen Kompetenzen nicht zu zeigen. Praktische Empfehlungen sind:

- „Ich“ statt „Wir“
- dazu stehen, wenn man noch relativ neu am Markt ist, und die Kompetenzen aus der Anstellungszeit mit einbeziehen („komprimierte Expertenkompetenz“)
- dazu stehen, dass es neben dem Business noch den Zweitberuf der Familienmanagerin gibt („Mompreneur“)
- sich als Person zeigen und das „Brennen“ für die Sache deutlich machen
- sich mit Foto präsentieren
- die eigenen Werte erkennen lassen
- keinen gezwungenen Schreibstil oder Fachchinesisch, sondern so schreiben, wie man spricht
- den Kundennutzen deutlich machen
- zum eigenen Wert und dem Preis dafür stehen
- die Website in eine Gesamt-Marketing- und Verkaufsstrategie einbinden

Einige Autoren haben offenbar die Erfahrung gemacht, dass Kunden ihre Qualifikation nicht richtig würdigen, sondern meinen, dass sie mit niedriger qualifizierten Dienstleistern gleich gute Ergebnisse erzielen. Eine Herausforderung für das Marketing ☺.

## Tipps für das Verkaufsgespräch



Viele Solo-Unternehmer scheuen sich vor Verkaufsgesprächen. Und das ist verständlich, weil wir alle Erfahrungen mit Verkäufern gesammelt haben, die unangenehm waren.

Neben den praktischen Fähigkeiten spielt vor allem die innere Einstellung eine Rolle. Die Empfehlungen der Autoren lauten:

- an der inneren Haltung arbeiten: Das Bild vom Staubsaugervertreter ablegen und Authentizität praktizieren
- die Lösung für den Kunden herausstellen und deren Wert deutlich machen
- selbstbewusst zu den Preisen stehen und diese nicht zu niedrig ansetzen
- das Preisgespräch so führen, dass der Kunde auch emotional angesprochen ist
- klar machen, dass das Ergebnis, das der Kunde erhält, nicht nur durch den aktuellen Zeitaufwand determiniert ist (zum Beispiel den Aufwand für eine Reparatur), sondern dass der Kunde die Kompetenz erhält, die sich über Jahre aufgebaut hat und dazu geführt hat, dass man eine Aufgabe an der richtigen Stelle anpackt.

Auch das Thema der Fairness wird angesprochen. Wie wertschätzen Kunden besondere Qualifikationen? Wie fair sind Vertragskonditionen in besonderen Situationen, zum Beispiel wenn es um die Vergütung von Vertriebs- oder Werbeleistungen geht.



## Was Solo-Unternehmer von ihren Kunden erwarten



Solo-Unternehmer sind nicht nur in der Rolle des Gebenden, sondern sie haben auch bestimmte Erwartungen an ihre Kunden.

Hinter all dem steht der Gedanke, dass Wertschätzung keine Einbahnstraße ist, sondern in beide Richtungen gelebt werden will. Konkrete Erwartungen sind zum Beispiel, dass die Kunden

- ihnen ebenso Wertschätzung entgegenbringen, wie sie selbst das den Kunden gegenüber tun
- realistische Anforderungen stellen
- ihre Mitwirkungshandlungen termingerecht erbringen
- die mit der Dienstleistung verbundene Beratungskompetenz und –leistung schätzen, ferner besondere Qualifikationen
- die Zeit der Solo-Unternehmer respektieren
- bereit sind, Sonderwünsche zu vergüten
- bereit sind zu offener Kommunikation
- Rechnungen pünktlich zahlen
- bei guter Leistung weiter empfehlen.

Kunden, die Fans sind, sind die größten Wertschätzer. Damit es soweit kommt, ist wiederum Wertschätzung gegenüber den Fans nötig. So schließt sich dann der Kreis.

Irgendwann kommt vielleicht der Zeitpunkt, wo nicht mehr nur einzelne Produkte oder Dienstleistungen angeboten werden, sondern das Unternehmen insgesamt zum Verkauf ansteht. Auch diese Option schon frühzeitig in den Blick zu bekommen, so dass ein „gutes Ende“ möglich ist, wird thematisiert.

## Erfahrungen mit problematischen Kunden



Mehrere Beiträge gehen auf persönliche Erfahrungen mit problematischen Kunden ein.

Es werden sowohl Ursachen dargestellt, warum Aufträge nicht so verlaufen, wie man erhofft hatte. Und es werden konkrete Erfahrungen geschildert, sich von Kunden zu trennen beziehungsweise von Anfang an „Nein“ zu sagen.

Einige der Ursachen dafür, dass Aufträge nicht so verlaufen, wie erhofft, können zum Beispiel – wie zum Teil selbstkritisch angemerkt wird – darin bestehen,

- dass man einen Auftrag aus Geldgründen angenommen hat, obwohl klar war oder es zumindest ein warnendes Bauchgefühl gab, dass dieser Auftrag problematisch werden könnte
- dass im Rahmen der Zusammenarbeit Entwicklungen eintreten, die eine weitere Zusammenarbeit als nicht tragfähig erscheinen lässt.

Die dargestellten Erfahrungen laufen daraus, dass sich Konsequenz auszahlt, sowohl in materieller Hinsicht wie auch in Bezug auf Seelenfrieden. Es kommen wertschätzendere Kunden, mit denen eine angenehmere Zusammenarbeit zu besseren Konditionen möglich ist. Bis dahin kann es ein Entwicklungsprozess sein:

- Arbeit an der Selbstwertschätzung und an vorhandenen Ängsten
- daraus entstehende Klarheit nach außen und Erwartungen an Kunden, mit Wertschätzung behandelt zu werden
- frühzeitiges und bewusstes Prüfen, ob man zueinander passt
- Ablehnung von Aufträgen, bei denen die Chemie nicht stimmt oder die beiderseitigen Erwartungen nicht zur Deckung kommen
- Trennungen von Kunden, mit denen eine weitere gedeihliche Zusammenarbeit nicht zu erwarten ist.

## Zukunftsperspektiven



Was folgt nun aus dem Ganzen? Sehr deutlich ist geworden, dass mehr Wertschätzung angebracht ist. Und auch, dass der sicherste Weg, mehr Wertschätzung von außen zu erleben, in einem anderen Umgang mit sich selbst besteht.

Höhere Selbstwertschätzung strahlt nach außen aus. Höhere Selbstwertschätzung ermöglicht, anders mit anderen umzugehen, vor allem natürlich mit Kunden. Und interessanterweise scheinen Kunden darauf positiv zu reagieren, zumindest wenn man die eingebrachten Erfahrungsberichte zugrunde legt. Diese Erfahrung lässt sich auch in anderen Lebenszusammenhängen beobachten.

Höhere Selbstwertschätzung kann auch zu einem anderen Umgang untereinander führen. In mehreren Beiträgen klingt eine neue Form des Miteinander an: sich nicht primär als Wettbewerber untereinander misstrauisch zu beäugen, sondern mehr nach Möglichkeiten des Miteinander zu suchen. Es wird der Wunsch geäußert, Teil einer Unternehmerbewegung zu sein. Die Vision einer Gesellschaft taucht auf, wo jeder Einzelne in Eigenverantwortung sein Leben lebt und seine Einzigartigkeit verwirklicht und dadurch etwas in das Ganze hereingibt, und wo man sich gegenseitig ergänzt und unterstützt und auf Augenhöhe miteinander umgeht.

Und Solo-Unternehmer können dafür Vorreiter sein.

Mich würde eine derartige Gesellschaft faszinieren. Und was Solo-Unternehmer betrifft, sehe ich gar keine realistische Möglichkeit, das traditionelle Einzelkämpfertum aufrecht zu erhalten. Denn die Anforderungen werden nicht weniger und die Rollenvielfalt nimmt nicht ab, sondern im Gegenteil zu.

# Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer

Die Diskussion ist noch nicht zu Ende, sondern fängt gerade erst an.



Auch wenn die Blogparade zu Ende ist, ist die Diskussion noch nicht zu Ende.

Wie kann es weitergehen?

Wie soll es weitergehen?

Wie ist Ihre Meinung?

[In meinem Blog finden Sie eine Kurzzusammenfassung der Blogparade.  
Lassen Sie uns dort weiter diskutieren.](#)

Wichtige Fragen sind zum Beispiel:

- Was nehmen Sie für sich persönlich mit aus den Beiträgen dieser Blogparade?
- Was haben Sie schon verändert oder wollen Sie ändern?
- Was wünschen Sie sich, um zu noch mehr Wertschätzung für sich selbst und andere zu kommen?
- Wie können Solo-Unternehmer sich gegenseitig mehr unterstützen?
- Wie können Solo-Unternehmer sich insgesamt selbstbewusster präsentieren?

Herzlichst  
Monika Birkner

## Einzel-Beiträge zur Blogparade



Wie schon erwähnt, gab es insgesamt 56 Beiträge zur Blogparade und aus den Feedbacks während der Aktion ging hervor, dass diese als sehr inspirierend erlebt wurden.

Damit Sie die Einzelbeiträge in Ruhe lesen können, folgt nun eine Übersicht in der Reihenfolge des Eingangs.

Eine kurze Einführung soll Ihnen Orientierung über das Thema des jeweiligen Artikels geben.

1. **Detlef Krause** schreibt: [Warum eine Website allein noch KEIN Marketing ist](#). Resonanz von Kunden ist natürlich die ultimative Wertschätzung. Doch wenn die Website dazu nicht beiträgt, hat man ein Problem. Detlef Krause zeigt eine Reihe von Lösungsansätzen.
2. **Annja Weinberger** schreibt: [Blogparade "Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer"](#). Dass Annja Weinberger's Herz für die "Kleinen" schlägt, ist unverkennbar. Der Beitrag enthält sogar ein Mini-Manifest von 5 Punkten, was Solo-Unternehmer selbst für ihre Wertschätzung tun können.
3. **Susanne Steinicke's** Beitrag lautet: [Wahre Werte](#). Es ist ein sehr tiefgründiger und zum Nachdenken anregender Beitrag, wie man sein Leben wirklich leben will.
4. **Christina Bodendieck** schreibt: [Verkaufen ist leichter, wenn die innere Haltung stimmt](#). Die meisten unserer Bilder vom Verkaufen stammen von negativen Beispielen. Christina Bodendieck gibt Tipps, wie man eine positive und wertschätzende Haltung entwickeln kann. Wichtiges Thema für die meisten Selbstständigen.
5. **Reinhard Jesberger** schreibt: [Darf Vertrieb etwas kosten?](#) Er geht auf eine echte Gewissensentscheidung ein: Was ist die eigene Leistung, in diesem Fall Geschäftsanbahnung für einen anderen Unternehmer, wert? Wie soll sie bezahlt werden? Über den konkreten Fall hinaus interessant.
6. **Jörg Weisner** spricht das wichtige Thema "Banken" an: [Mehr Wertschätzung für Selbstständige auch von Banken!](#) Seine Argumentation, dass Selbstständige letztlich die sicheren Kunden für Banken sind, weil ihr Problemlösungsmuskel viel ausgeprägter ist als der von Angestellten, überzeugt mich vollkommen.
7. **Silke Bicker** schreibt: [Jeder Arbeitgeber müsste eigentlich mehrere Solo-Unternehmer beschäftigen](#). Und sie hat dafür eine Menge Gründe anzuführen. Ich kenne ja beide Seiten. In meinem früheren Leben als Managerin habe ich die Welt der Konzernunternehmen von innen kennen gelernt und heute kenne ich die Welt der Solo-Unternehmer. Mich überzeugen die Gründe von Silke Bicker und ich kann sie jedem Arbeitgeber ans Herz legen.
8. **Thomas Kiefer** schreibt: [Best Practice: Was Sie von erfolgreichen Solo-Unternehmern lernen](#). Er beschreibt die vielen Hüte, die ein Solo-Unternehmer trägt und welche Qualitäten er entwickeln muss, um diese Vielfalt zu bewältigen, und kommt zum Schluss, dass ein Solo-Unternehmer insofern durchaus eine Vorbildfunktion für die "Mit-Unternehmer" in größeren Unternehmen haben kann.
9. **Jörg Weisner** macht uns einen wunderschönen Beitrag des Möbelrestaurators Manfred Sturm-Larondelle zugänglich: [Eine Frage der Wertschätzung](#). Nehmen Sie sich Zeit, um

# Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer

diesen Beitrag in Ruhe zu genießen. Und lassen Sie sich inspirieren, noch einmal tiefer über Ihre eigene Leistung nachzudenken und sie in einem größeren Zusammenhang zu sehen.

10. **Renate Hoffmann-König** hat im Kommentar [zu dieser Blogparade \(Kommentar Nr. 8\)](#) ihre Vision angesprochen, ein großes Netzwerk entstehen zu lassen von Menschen mit verschiedensten Begabungen und Fähigkeiten, die alle zu einem großen Ganzen beitragen. Aus dem Pool an Wissen und Erfahrungen können alle nehmen und alle geben hinein. Diese Vision finde ich sehr ansprechend und diese Blogparade mit dem Reichtum an Beiträgen gibt bereits einen Vorgeschmack dessen, was dadurch möglich werden kann.
11. **Bettina Schöbitz** bedient sich der Theatermetapher. Ihr Beitrag: [Eine One-Woman-Show geht auf die Bühne...in den Hauptrollen?](#) Die vielen unterschiedlichen Rollen gelten natürlich, wie sie betont, gleichermaßen für die One-Man-Show. Wie im Theater: Schon bevor sich der Vorhang hebt, ist ein großer Teil der Arbeit erfolgt. Und allein dafür gebührt der Unternehmerin/dem Unternehmer bereits Respekt. Und nach der Aufführung kommt der nächste Probenstag...
12. **Steffi Schwarzack** kommt von der Perspektive der Arbeit an Stimme, Sprechen und Auftritt und den Erfahrungen mit Klienten, die dazu neigen, ihr Licht unter den Scheffel zu stellen. In ihrem Beitrag [Wie Solo-Unternehmer durch ihre Haltung außen über ihren Selbstwert bestimmen](#). Sie berichtet u.a. von beeindruckenden Studien dazu. Testen Sie es!
13. **Martina Baehr** bringt ebenfalls eine wissenschaftliche Sicht ein: In dem Beitrag [Wertschätzung wissenschaftlich betrachtet](#) macht sie mit neueren Erkenntnissen aus Herz- und Hirnforschung bekannt. Daraus wird deutlich, dass aufrichtig praktizierte Wertschätzung zahlreiche positive Auswirkungen hat.
14. **Eva Peters** schreibt in [Ihrem Kommentar \(Nr. 10\)](#): "...Für mich ist das Freiberufler Dasein eine Wertschätzung, weil ich meinen eigenen Stärken und Eigenheiten entsprechend meine Angebote gestalten kann. Ich freue mich jedesmal von einem Kunden gefragt zu werden, ob ich einen Auftrag annehmen kann, welcher Angestellte wird schon gefragt? Und ich brauche keine Rechenschaft darüber abzulegen, wenn ich einen Auftrag nicht annehme....". Diese Wahl- und Gestaltungsmöglichkeit sehe ich auch als einen der zentralen Vorteile der Selbstständigkeit und eine Wertschätzung der eigenen Stärken.
15. **Thomas Lemke** singt ein [Loblied auf die Solo-Unternehmer](#), und das sogar per Video. Anknüpfend an einen Text von Hannes Wader, entwirft er eine Vision einer Welt von Menschen, die jeder einzeln und frei wie ein Baum leben und dabei brüderlich wie ein Wald. Ich kann dieser Vision sehr viel abgewinnen.
16. **Stephanie Mertens** hat einen sehr ganzheitlich orientierten Beitrag verfasst: [Unternehmer werden ist nicht schwer](#). Darin geht sie auf zahlreiche Aspekte der Selbstständigkeit ein, wo simples Schwarz-Weiß-Denken versagt, sondern statt dessen neue und ganzheitliche Betrachtungsweisen angesagt sind. Falls Sie den Beitrag nicht auf Anhieb entdecken: Er beginnt unter dem Bild.
17. **Manuela Kaps** schreibt über [Solo-Unternehmer: Komprimierte Experten-Kompetenz](#). Angereichert mit konkreten Beispielen nennt sie eine Reihe von Argumenten, die dafür sprechen, einen Solo-Unternehmer zu beauftragen statt ein größeres Unternehmen. Oft sind diese Vorteile nicht auf den ersten Blick erkennbar. Umso wichtiger, dass sie explizit gemacht werden.

# Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer

18. **Ulrike Bergmann** ruft auf zu [Mehr Mut zum Erfolg als Solo-Unternehmen](#). Äußere Anstrengungen können sabotiert werden durch innere Erfolgsblockaden. Die Einstellung zum Erfolg, ob im Elternhaus geprägt oder auf anderem Wege, spielt eine wichtige Rolle. In dem Beitrag stellt Ulrike Bergmann drei Fragen, die sich für jeden Selbstständigen lohnen.
19. **Florian Frech** befasst sich speziell mit Bloggern sowie mit Blogparaden eher kommerziellen Hintergrunds. [Seine Frage: Unternehmen – was ist euch der Blogger wert?](#) Die Frage geht aber auch an den einzelnen Blogger, wie er sich gegenüber Unternehmen, die über Blogs Werbung betreiben wollen, verhalten will.
20. **Leonie Walter** sagt [Hochachtung für Solo-Unternehmer](#) und begründet das auch. Denn in einer Gesellschaft, wo die Festanstellung nach wie vor als sicherer Hafen angesehen wird, erfordert die Entscheidung für die Selbstständigkeit einiges an Mut und Selbstverantwortung. Interessant ist auch der Aspekt des Nutzens für die Auftraggeber und dass Solo-Unternehmer für gute Arbeit gutes Geld verdienen können und es dennoch für den Auftraggeber so günstiger sein kann, als wenn er ein größeres Unternehmen beauftragt.
21. **Susanne Buchner** bricht in ihrem Beitrag [Badly Broken English](#) eine Lanze für ihren Berufsstand der Übersetzer. Diese Berufsgruppe ist, wie mir auch aus anderen Fällen bekannt ist, besonders anfällig für Mangel an Wertschätzung. Doch ein Wörterbuch alleine reicht nicht aus für gute Übersetzungen. Und nicht jeder, der Englisch spricht, kann Fachtexte übersetzen. In ihrem Beitrag liefert Susanne Buchner gute Gründe, warum man die Profis ans Werk lassen sollte.
22. **Susanne Hagedorn** geht auf die Frage “Wir” oder “Ich” auf der Website ein. Ihr Beitrag lautet [Die Sache mit dem “Wir”](#). Ich weiß, dass viele Solo-Unternehmer sich ziemlich herumschlagen mit dieser Frage. Wie sich Susanne Hagedorn entschieden hat und welche Gründe dafür maßgeblich waren, lesen Sie in ihrem Beitrag.
23. **Karin Schnappauf** hat aus ihren Erfahrungen als Gründungsberaterin gelernt, Gründern mit Wertschätzung zu begegnen, unabhängig davon, wie überzeugend oder abstrus die Geschäftsidee auf den ersten Blick erscheinen mag. Ihr Beitrag [Wertschätzung für Solo-Unternehmer](#) zeigt auf, warum das wichtig ist und welche Freiheit sie sich nimmt.
24. Ein Beitrag ganz besonderer Art kommt von **Gitte Härter**: [Wertschätzung in der Selbstständigkeit heißt für mich...](#) In witzigen Bildern illustriert sie verschiedene Aspekte der Wertschätzung: angefangen von der Selbsteinschätzung über verschiedene Situationen in der Kundenbeziehung bis hin zur Weiterempfehlung. Ganz besonders gefällt mir das letzte Bild: sich selbst in den Mittelpunkt stellen. Ohne das kann es auf Dauer auch mit den Kunden nicht gut gehen, ist meine Meinung dazu.
25. **Pia Tischer** geht auf ein heikles Thema ein: In [\(K\)Eine Frage des Preises](#) plädiert sie vehement dafür, dass Solo-Unternehmer auf ihren Websites auch den Preis ihrer Leistungen angeben. Sie selbst surft mittlerweile weiter, wenn sie auf der Seite keine Preisangaben findet. Am Schluss ihres Beitrages hat sie einen Tipp, wie Solo-Unternehmer ganz konkret vorgehen können.
26. **Barbara Stedinger** fragt [Warum ist das so schwer?](#) Gemeint ist damit, sich zu zeigen. Anhand typischer Beispiele, die ich ebenfalls schon häufig gesehen habe, zeigt sie, wie sich Solo-UnternehmerInnen über Ihre Website-Darstellungen selbst boykottieren können. Ihre klare Empfehlung stattdessen: Authentischer Einsatz der eigenen Ausstrahlungskraft.

# Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer

27. **Dr. Annika Lamers** Beitrag lautet: [Selbstwert-Lektion für Einzelunternehmer: 5 Tipps für einen überzeugenden Internetauftritt](#). “Rücken gerade, Brust heraus” ist ihr erfrischendes Fazit und die 5 Tipps zeigen, wie es praktisch geht. Nämlich indem man selbstbewusst die Stärken dessen kommuniziert, dass man als Solo-Unternehmer arbeitet.
28. **Claudia Dietl** schreibt bei [Facebook](#) über ihre persönlichen Erfahrungen: Aufträge aus Geldgründen annehmen und etliches an unliebsamen Folgen daraus sowie das als Anlass zu nehmen, um an der eigenen Wertschätzung zu arbeiten und diese bewusst auszustrahlen und – wie sie es nennt – einzufordern.
29. **Barbara Simonsen** bringt eine ganz neue und sehr interessante Facette ein: Die Balanced Scorecard für Solo-Unternehmer. Mit diesem seit Jahren bewährten Management-Instrument, das sie für Solo-Unternehmer neu interpretiert hat, ist es möglich, sowohl die unternehmerische wie die persönliche Entwicklung im Blick zu halten und mehr Wertschätzung zu generieren. Der Beitrag lautet: [Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer – dank Balanced Scorecard](#).
30. **Tina Gärtner** empfiehlt [Sei doch mal empfindlich](#). Es geht darum, die eigenen Gefühle und Wahrnehmungen ernst zu nehmen und zu artikulieren, ohne dabei an Professionalität einzubüßen. Auch das ist eine Form der Wertschätzung, die dazu beiträgt, langfristig mit Freude, Kraft und Leidenschaft UnternehmerIn zu sein.
31. **Heide Liebmann** hat eine [Checkliste für mehr Wertschätzung als Solo-Unternehmer](#) erstellt. Darin spricht sie vier Kategorien an: Wertschätzung sich selbst gegenüber, Wertschätzung den Leistungen gegenüber, Wertschätzung den Kunden gegenüber, Wertschätzung der Welt gegenüber.
32. **Arndt Aschenbeck** gibt eine [Geschichte](#) wieder, die er bei Brian Tracy gelesen hat. Sie handelt vom Wert des Erfahrungswissens. Doch mehr verrate ich noch nicht.
33. **Sonja M. Mannhardt** bereichert das Buffet unserer Blogparade durch einen besonderen Leckerbissen: [Was Solo-Unternehmer und gute Köche gemeinsam haben](#). Lassen Sie es sich munden:-)
34. **Silke Karsten** schreibt in ihrem Beitrag [Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer](#) über Werte, Wertschätzung von Kunden und Selbst-Wertschätzung. An ihrem eigenen Beispiel und ihrem Thema “Familie als Erfolgsteam” wird sehr schön deutlich, wie alles miteinander verknüpft ist.
35. Der Beitrag von **Rainer Schuppert** erscheint [im Kommentarfeld \(Nr. 26\)](#). Er beleuchtet ein Thema, das viele Solo-Unternehmer vernachlässigen: Dass die Wertschätzung für die eigene Arbeit sich am Ende auch darin äußern sollte, dass man sein Unternehmen zu einem angemessenen Preis verkaufen kann. Doch allzu oft ist die harte Realität, dass nicht genügend Unternehmenswert geschaffen wurde.
36. **Bettina Ramm** geht in ihrem Beitrag [Blogparade Wertschätzung – wann eine Zusammenarbeit leider nicht in Frage kommt](#) darauf ein, wie für eine gute Leistung Auftraggeber und Dienstleister zusammen wirken müssen. Daraus leitet sich dann die Konsequenz ab, auch Aufträge abzulehnen oder sich von Kunden zu trennen, wenn bestimmte Spielregeln der Zusammenarbeit nicht eingehalten werden. Augen öffnend nicht nur für Kunden von Webentwicklern.



# Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer

37. **Carsten Wendt** geht auf einen Aspekt ein, der bei der Positionierung und Kundengewinnung oftmals unterschätzt wird. [Solo-Unternehmer: Die Energielieferanten](#) heißt sein Beitrag, dessen Titel schon verrät, um was es geht.
38. **Ina Machold** schreibt [Blogparade von Monika Birkner: Mein WERT als Einzelunternehmerin ist MehrWERT für andere](#). Sehr schön wird hier ihr persönlicher Entwicklungs- bzw. Entfaltungsprozess deutlich und auf wie vielfältige Weise sie ihren Kunden wie auch der Gesellschaft insgesamt WERT bietet.
39. **Astrid Meyer** ermuntert zur Selbstwertschätzung. Jeden Kundenauftrag mindestens sechs mal wertzuschätzen, klingt auf den ersten Blick verblüffend, leuchtet dann aber schnell ein. Welche weiteren Tipps sie empfiehlt, lesen Sie im Beitrag [Wertschätzung für Solo-Unternehmer](#).
40. **Angelika Bungert-Stüttgen** hat einen zeichnerischen Beitrag geliefert. In [Begriffe in Bilder übersetzen: Wertschätzung](#) zeigt sie, wozu der Begriff "Wertschätzung" sie inspiriert hat.
41. **Barbara Simonsen** hat es nicht bei einem Beitrag belassen (Nr. 29), sondern noch einen weiteren Beitrag nachgeliefert, der noch ein Stück weit über die Thematik dieser Blogparade hinausreicht und [Wertschätzende Führung](#) betrifft. Kernaussage, die sich auch für Solo-Unternehmer nutzen lässt: Wertschätzung ist eine Haltung, keine Technik.
42. **Gabriele Panning** berichtet in ihrem sehr berührenden Beitrag [Bin ich es \(mir\) wert? – Blogparade zum Thema "Wertschätzung" von Monika Birkner](#) von einer Erfahrung, die sicher jeder Solo-Unternehmer kennt: Auf ein liebevolles Angebot kommt keine Resonanz. Wie schnell kann man durch solch eine Erfahrung in ein schwarzes Loch fallen. Doch möglicherweise gibt es Zeichen des Universums, die an den eigenen Wert erinnern – wie diejenigen, die in dem Beitrag genannt sind.
43. **Dörte Behrmann** schreibt [Vom Wert der Herzensprojekte durch Solo-Unternehmer](#) und macht das am Beispiel eines sehr schönen Buches über Reisen deutlich. Der Satz "Ich musste niemand sein, außer mir selbst" hat in mir viele Parallelen zu Solo-Unternehmern anklingen lassen. Auch sie müssen niemand sein außer sie selbst. Auch Solo-Unternehmertum ist wie eine Reise, einmal zu uns selbst, zum anderen auch, um die Welt der Kunden zu "erkunden".
44. **Ines Cordes** zeigt in ihrem Beitrag [Blogparade: Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer](#) die Zusammenhänge auf zwischen eigener Wertschätzung, Angeboten, die wirklich eine Lösung für Probleme der Kunden bieten, und der Bereitschaft der Kunden, dafür angemessen hohe Preise zu zahlen sowie sonstige Anerkennung zu geben.
45. **Susanne Jestel** hat sich von einem Werbespot inspirieren lassen zu ihrem Beitrag [Wertschätzung für Solo-Selbstständige](#). Der Spot zeigt ein paar Szenen aus dem Alltag einer Frau, die selbstbewusst und charmant antwortet "Ich führe ein sehr erfolgreiches kleines Familien-Unternehmen" als sie gefragt wird "Und was machen Sie so beruflich?" Da dieses Selbstbewusstsein nicht unter allen Umständen leicht fällt, gibt Susanne Jestel zusätzlich praktische Tipps, wie es sich (wieder) herstellen lässt.
46. **Stephanie Ristig-Bresser** schreibt: [Vom Einzelkämpfer zum Entrepreneur. Lass mich Teil einer \(nachhaltigen\) Unternehmerbewegung sein!](#) Statt des Kampfes gegeneinander wünscht sie sich, dass jeder sich seines USP bewusst ist und diesen als Mosaikstein eines größeren Bildes begreift, daraus eine ruhige Gelassenheit und ein Miteinander entsteht.

# Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer

47. **Wilfried J. Klein** spricht in seinem Beitrag [Die Zukunft selbst in die Hand nehmen](#) vor allem Menschen an, die ihren Job verlieren, möglicherweise schon älter sind und wenig Chancen auf eine neue Anstellung haben. Er macht Mut, sich auf seine Talente zu besinnen und diese in der Selbstständigkeit zu verwirklichen.
48. **Christine Meisner** nennt ihren Beitrag [Solo-Unternehmer, die MehrWertMarke](#). Darin geht sie ein auf die Bedeutung von Werten für den Markenaufbau und gibt dem Leser sofort ein paar Fragen zur Selbstreflexion an die Hand.
49. **Anne M. Schüller** geht in Ihrem Artikel [Mein Beitrag zur Blogparade von Monika Birkner: Wertschätzung ist ein perfekter Fan-Generator](#) auf die Bedeutung von Fans für ein Unternehmen ein. Sie nennt Fans die "größten Wertschätzer aller Zeiten" und empfiehlt, auch den Fans aktive Wertschätzung entgegen zu bringen, und zwar nicht nur in der Rolle als Fans, sondern auch als Menschen mit ihren Höhen und Tiefen.
50. **Manuela Seubert** bricht in ihrem Beitrag [Mehr Wertschätzung für Neu-Solo-Unternehmer und Mompreneurs](#) eine Lanze für Solo-Unternehmerinnen mit kleinen Kindern. Sie selbst hat sich entschlossen, kein Geheimnis daraus zu machen, dass sie eine berufstätige Mutter ist, und berichtet von ihren überwiegend positiven Erfahrungen mit dieser Haltung sowie darüber hinaus von ihren Erfahrungen beim Start in die Selbstständigkeit.
51. **Siegmar Gebeles** Beitrag [Mehr Wertschätzung für Solounternehmer – Hallo Perle!](#) ist ein feuriger Appell, die Arbeit an sich selbst wichtig zu nehmen und die Verantwortung für das eigene Denken und Handeln zu übernehmen.
52. **Judith Torma** stellt die Frage [Wie sehr schätzen Personalerinnen Unternehmerinnen – die Rhetorikerinnen sind?](#) Sie geht darin ein auf die Erfahrung, dass Entscheider eine besondere universitäre Ausbildung – hier als Rhetorikerin – nicht besonders würdigen. Auch wenn diese Fragestellung sehr speziell zu sein scheint, berührt sie Kernfragen des Marketings: Dem Kunden eine passgenaue Lösung für seine Situation zu bieten und nutzenbezogen zu kommunizieren.
53. **Andrea Stanke** schreibt [Solo-Unternehmer – Profis im Business-Zirkus](#). Eine witzige Zeichnung einer Jongleurin, verbunden mit einer Erläuterung von Qualitäten, die Solo-Unternehmer aufzubringen haben, machen die Parallelen zur Zirkus-Welt sehr anschaulich.
54. **Petra Manthey-Petersen** fragt [Was hat Wertschätzung mit Stressprävention zu tun?](#) Und sie gibt auch sogleich die Antworten auf diese Frage. Jetzt gilt es nur noch, das auch zu beherzigen:-)
55. **Ingrid Meyer-Legrands** Beitrag lautet: [Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmerinnen, weil...](#) Darin berichtet sie von ihren Erfahrungen, dass Solo-Unternehmerinnen ganz besonders dafür geeignet sind, einen eigenen Beitrag in die Welt zu bringen und eigene Antworten auf eine andere Welt zu entwickeln.
56. **Brigitte Godizart** beschreibt ihre [Erfahrungen als Solo-Unternehmerin mit vielen Hüten](#), die Zahnärzte berät, welche ihrerseits viele Hüte zu bewältigen haben. Dabei ist ihr ein besonderes Anliegen, einen wertschätzenden Umgang mit den Patienten und innerhalb des Teams zu schaffen.

# Mehr Wertschätzung für Solo-Unternehmer

## Impressum

Monika Birkner Business Transformation  
Kaiserstr. 91  
63065 Offenbach  
Tel.: + 49 (0) 69/ 93 99 65 35  
Fax: + 49 (0) 69/ 93 99 65 37

[mailto@monika-birkner.de](mailto:mailto@monika-birkner.de)

<http://www.monika-birkner.de>

<http://blog.monika-birkner.de>

[http://www.xing.com/profile/Monika\\_Birkner](http://www.xing.com/profile/Monika_Birkner)

<http://twitter.com/MonikaBirkner>

<https://www.facebook.com/MonikaBirkner>

<https://www.facebook.com/MonikaBirknerBusinessTransformation>

<https://plus.google.com/118262033083900176528>

Umsatzsteuer-ID gem. § 27 a UStG:  
DE 216601528

## Bildnachweise

Coverbild © burak çakmak - Fotolia.com  
Gitarrespieler © Viorel Sima - Fotolia.com  
Jongleur © denisgo - Fotolia.com  
Luftballons © Mariusz Blach - Fotolia.com  
Grünes Heft mit Kaffeetasse © karandaev - Fotolia.com  
Handstand © valiza14 - Fotolia.com  
Herz © final09 - Fotolia.com  
Make Things Happen © Marek - Fotolia.com  
Merci © bofotolux - Fotolia.com  
Good-bye © mtkang - Fotolia.com  
Teamwork © Fotolia365 - Fotolia.com  
Fragezeichen © AllebaziB - Fotolia.com  
Gehirn © Guido Vrola - Fotolia.com  
Statistik © 3Dmask - Fotolia.com