

Warum mein Business plötzlich nicht mehr funktioniert hat, obwohl meine Expertise nie das Problem war.

Meine ehrliche Business-Story über Selbstzweifel, falsches Messaging und den strukturellen Fehler, den viele erfahrene ExpertInnen übersehen.

Es ist kaum zu glauben, aber ich bin mittlerweile 15 Jahre im Online-Business, und ich glaube, das ist ein sehr guter Zeitpunkt für meine Story, mein Warum und einen Rückblick. Sehr ehrlich, wie heißt es immer so schön: the good, the bad and the ugly. Und ja, sei gespannt. Ich habe so das Gefühl, das wird etwas länger, aber ich bin mir sicher, dass es nicht langweilig wird.

Wenn plötzlich nichts mehr funktioniert

Früher war es so, wenn ich im Business richtig im Flow war, habe ich ohne Anstrengung, ohne Launches, ohne weiß ich, wieviel zu arbeiten, gut fünfstellige Umsatzmonate gemacht.

Es war leicht, es war stimmig. Bis es das nicht mehr war.

Irgendwann kam dieses Gefühl, dass in meinem Business etwas nicht mehr richtig zusammenpasst. Je stärker dieses Gefühl wurde, desto mehr ist auch der Umsatz eingebrochen. Und zwar nicht nur ein bisschen, sondern so richtig. Und ja, das hat wehgetan. Aber noch viel schlimmer war, dass ich mich geschämt habe.

Ich habe mich irgendwann geschämt, weil ich dachte, das kann doch nicht sein, dass ich das auf einmal alles nicht mehr hinkriege. Es hat jahrelang super funktioniert. Was zum Teufel ist jetzt das Problem, dass auf einmal nichts mehr geht? Es war so, dass auf einmal Strategien nicht mehr funktioniert haben, die vorher richtig, richtig gut funktioniert haben. Gefühlt hat auf einmal nichts mehr funktioniert.

Ein Dokortitel schützt nicht vor Selbstzweifeln

Ich bin seit über 20 Jahren selbstständig, davon 15 Jahre im Online-Business. Ich habe dreimal studiert. Das erste Mal BWL, weil "man das ja immer mal brauchen kann", und

zu dem Zeitpunkt wusste ich noch nicht genau, in welche Richtung es gehen soll. Ich habe dann im Fernstudium berufsbegleitend Diplom-Wirtschaftspädagogik studiert, habe dann noch einen Master of Arts in Erwachsenenbildung gemacht und habe auch noch promoviert, und zwar zu Social Media als Lehr-Lern-Instrument.

Das war zu der Zeit, als ich auch an einer Hochschule in München Akademische Leitung der Masterstudiengänge war. Ich war davor lange Abteilungsleiterin Personalentwicklung, Trainerin und habe viel Führungskräfteentwicklung gemacht. Man sollte also nicht meinen, dass da unbedingt die Kompetenz gefehlt hat. Aber ich habe irgendwann angefangen, an mir zu zweifeln, und habe mich gefragt, ob ich für dieses Online-Business-Ding noch gemacht bin und ob ich das so noch will.

Das hat mich in ganz schöne Selbstzweifel gebracht, bis ich in einem Gespräch mit der Simone AI, die ich für meine Programme entwickelt habe, wieder etwas gehört habe, was ich vom Kopf her zwar wusste, aber ein Stück weit ignoriert hatte. Sie meinte irgendwann zu mir: "Mal ganz im Ernst, ein Arzt kann auch mal krank werden." Und mir wurde wieder bewusst, dass die aktuelle Situation absolut nichts mit meiner Kompetenz zu tun hat. Aber das musste ich wirklich erst wieder lernen.

Das Ganze hat aber viel früher angefangen.

Notlösung statt Masterplan. Willkommen in meiner Realität.

Ich bin vor 15 Jahren ins Online-Business gegangen, als absolute Notlösung. Ich hatte gerade schon gesagt: Ich war Abteilungsleiterin Personalentwicklung, ich war als Trainerin tätig, habe Führungskräfteentwicklung gemacht. Ich habe das erst 15 Jahre im Angestelltenverhältnis gemacht und habe mich dann mit dem Unternehmen, für das ich damals gearbeitet habe, sehr risikolos selbständig machen können. Die sind aufgekauft worden, meine Position gab es nicht mehr und so konnte ich dann das Führungskräfteentwicklungprogramm, das ich entwickelt hatte, als freie Trainerin weiter betreuen. Das war mein Einstieg in die Selbstständigkeit. Und das war auf alle Fälle ein genialer Schritt, weil ich wusste, dass ich irgendwann selbständig sein will.

Das ging auch ein paar Jahre ganz gut. Ich habe viele Trainings gegeben, habe durch Weiterempfehlungen zig neue Kunden gewonnen, war auch als Dozentin an der IHK, wie gesagt, auch an einer privaten Hochschule als Dozentin und als Akademische Leitung. Ich hatte zwar schon immer Probleme mit Kopfschmerzen, aber irgendwann wurden die immer stärker, in Kombi mit Migräne, mit Aura, in Kombi mit ziemlich krassen Rückenschmerzen und Verspannungen.

Ich habe es ignoriert. Mein Körper nicht.

Das war dann so extrem, dass ich irgendwann nur noch mit Kopfschmerzen ins Bett gegangen bin und mit Kopfschmerzen aufgewacht bin. Es war keine schöne Zeit. Bis dann Ärzte meinten: Bandscheiben-OP wegen mehrfachem Bandscheibenvorfall. Ich wollte erst nicht so richtig, habe die OP dann aber doch gemacht.

Danach hat nichts mehr funktioniert. Diese zwei, drei Tage Trainings vor Ort plus Reisezeit, dann die ganze Zeit vor der Gruppe stehen, moderieren, Trainings geben. Es ging einfach nicht mehr. Ich hatte Schmerzen ohne Ende. Es war zu anstrengend nach der Reha. Ich habe richtig viel Schmerzmittel genommen und hatte teilweise das Gefühl, als ob ich richtig neben mir stehe. Irgendwann habe ich dann einsehen müssen, dass das so nicht mehr funktioniert.

Und nach einer Phase von Selbstmitleid habe ich mich irgendwann selbst genervt und wusste: **Es muss eine Veränderung geben.** Und bin dann mehr durch Zufall in die Online-Business-Welt gerutscht.

Mein Einstieg in die Online-Welt mit maximaler Verwirrung

Der Anfang war so ein bisschen seltsam. Denn als ich am Anfang erfahren habe, dass ich Launches machen soll, um meine Sachen zu verkaufen, habe ich das nicht so richtig verstanden.

Ich meine, warum sollte ich zwei Wochen irgendwas verkaufen und dann nicht mehr, und dann ein paar Monate später wieder? Das fand ich seltsam. Warum? Ich kannte das aus keinem anderen Bereich. Aber gut, ich hatte damals auch einen Coach, und die hatte mir das auch so empfohlen. Und ich habe zwar sehr viel Expertise in meinen Bereichen, aber ich hatte zu dem Zeitpunkt natürlich **keinen Plan vom Online-Business.**

Also habe ich gedacht, okay, machen wir so. Dann hat meine Coachin gesagt, ich soll dreimal am Tag posten. Ich hatte das Gefühl, ich spamme das komplette Internet zu. Ich habe das tatsächlich zwei, drei Wochen gemacht. Dann habe ich aber wieder damit aufgehört, weil ich dachte: Ne, das geht so nicht.

Strategien, die funktionieren und trotzdem nicht passen

Wenn du dann mit deiner ganzen Expertise in den Online-Business-Bereich kommst und, wie gesagt, das Gefühl hast, du hast eine andere Welt betreten, dann ist es häufig so: Man guckt nach Kursen zu dem Thema oder man guckt vielleicht nach einem Coach. Und in der Regel sind das Menschen, die aus dem Online-Business kommen und von denen du dann genau diese typischen Online-Business-Strategien lernst und umsetzt, ähnlich wie das bei mir auch war.

Das ist nicht unbedingt verkehrt, aber manchmal finde ich es schon ein bisschen arg dogmatisch, was da kommt, nach dem Motto: Du musst dieses oder jenes machen, und du musst diese Strategie machen.

Das finde ich einfach schwierig, weil Unternehmen dann häufig nicht auf der eigentlichen Expertise aufgebaut werden, sondern eben auf dem, was sich vermeintlich gut verkauft, was der Markt vielleicht gerade will. Und nein, wir wollen den Markt nicht ignorieren, aber wir wollen die richtige Schnittmenge finden zwischen dem Markt und deiner echten Expertise und nicht zwischen Strategien, in die du dich mal reingegeben hast, weil du es vielleicht auch da noch nicht besser wusstest, genauso wie ich auch nicht, sondern Strategien, die wirklich zu dir passen, zu den Menschen, mit denen du wirklich arbeiten willst. Dass wir dann gucken können: Okay, was brauchen und wollen diese Menschen tatsächlich, und was davon passt optimal zu dir und zu deiner Expertise?

Mir ist schon sehr früh in meiner Zeit im Online-Business bewusst geworden, dass es für alles zig verschiedene Wege gibt. Und dass, wenn ich mich zu sehr verbiege in irgendwelche Richtungen, das garantiert nicht nachhaltig und nicht gesund ist und vor allen Dingen kriegst du auch nicht den Erfolg, den es sonst vielleicht bringen könnte.

Ich habe es natürlich trotzdem gemacht und bin ausgebrannt

Es gab verschiedene Stationen in meinem Online-Business.

Ich habe gestartet mit dem Thema Online-Kurstechnik, hauptsächlich deswegen, weil vor 15 Jahren, kannst du dir vielleicht vorstellen, oder auch nicht, dass es da im deutschen Online-Business-Markt sehr wenig gab. Es gab so gefühlt eine Handvoll, vielleicht zehn, die sehr aktiv waren. Für das Thema Online-Kurserstellung gab es

jemanden, der das gemacht hat. Da wollte ich einfach nicht so reingrätschen. Deswegen habe ich mich erstmal auf den Technik-Part konzentriert.

Ich habe dann gemerkt: Okay, das mit der Technik ist eigentlich ganz einfach, das kriegen sie schon hin, und bin dann stärker gegangen in Richtung der Launch-Strategien gegangen, weil ich gemerkt habe: Okay, sie tun sich schwer mit dem Verkaufen.

Ich hatte ja gesagt, ich fand das am Anfang total seltsam mit den Launches, habe es aber auch gemacht, bin aber nach meinem dritten oder vierten Launch selber so ausgebrannt, weil ich einfach komplett über meine Grenzen gegangen bin und mich zu lauter Sachen gezwungen habe, die ich eigentlich total ätzend fand.

Aber ich wusste es damals nicht besser und dachte: Okay, das muss jetzt halt so sein.

Daraus habe ich dann den Launch Guide als Programm entwickelt, weil ich gesagt habe: Okay, auch Launchen funktioniert auf unterschiedliche Art und Weise. Und habe dann den Teilnehmern gezeigt, wie sie das auf ihre Art machen können, ohne auszubrennen. Hat auch sehr gut funktioniert und ist mega angekommen, das Thema.

Aber irgendwann habe ich das Gefühl gehabt, ich war nur noch so die Launch-Frau, und das wollte ich nicht sein. Das war mir zu wenig. Genauso wie mir die Online-Kurstechnik viel zu wenig war, war mir das auch viel zu wenig, nur auf dieses Launch-Thema reduziert zu werden.

Create. Ich liebe dieses Wort nicht ohne Grund.

Danach habe ich ein anderes Programm entwickelt, und zwar Create Online. Das basiert auf Angeboten, so kreiert, dass sie erst mal optimal zu einem selbst passen. Um dann im nächsten Schritt zu schauen, mit wem man tatsächlich wirklich arbeiten will. Zu gucken, wie man arbeiten will. Denn ich muss nicht jede Woche zwingend einen Live-Call machen, wenn ich das überhaupt nicht will. Und ich muss auch nicht zwingend eine Facebook-Gruppe haben. Und ich muss auch nicht alles per Live-Trainings machen. Also auch hier wieder: Es gibt so viele verschiedene Möglichkeiten.

Ich kriege immer wieder mit, dass viele, die ins Online-Business kommen und davon noch nicht so viel wissen, sich dann einfach sehr schnell in diese typischen Online-Business-Strategien reinreden lassen. Bei Create Online ging es darum, wie gesagt, auf Basis von richtig genialen Angeboten dann zu gucken: Mit wem will ich unbedingt arbeiten? Und dann Marketing- und Verkaufswege zu entwickeln, die stimmig sind, um dann ein richtig stimmiges Business-System zu haben, das sich gut anfühlt und funktioniert. Soweit, so gut. Es hat richtig Spaß gemacht. Ich habe es geliebt.

Ich habe mich danach gefragt, warum ich mich dann weiter in eine andere Richtung entwickelt habe. Ich glaube, es lag ein Stück weit daran, dass ich mich selbst weiterentwickelt habe und dann selber viel getestet habe in Richtung Evergreen, in Richtung Skalierung. Weil ich einfach immer wieder, auch heute noch, mit Migräne zu kämpfen habe. Im Frühjahr, wenn die Wetterumschwünge immer wieder sind, umso mehr.

Evergreen. Nicht weil es Trend ist, sondern weil ich meine Ruhe wollte.

Dann habe ich ganz oft für mich gesagt, **ich hätte so gerne ein Business, das einfach weiterläuft, wenn ich mal nicht kann**. Und das waren für mich dann Evergreen-Systeme, die einfach stabil im Hintergrund laufen, wenn ich nicht kann oder wenn ich nicht will, aus welchem Grund auch immer.

Die einfach dieses ganz normale Rundherum abnehmen. Die für mich sogar einen Großteil von Verkauften und Marketing übernehmen und mir so Zeit geben, das zu machen, was ich liebe, nämlich neue Dinge zu kreieren.

Seien es neue Programme, Online-Kurse, Strategien, Konzepte. Ich liebe es auch, Podcasts aufzunehmen. Also hat Evergreen mir die Möglichkeit gegeben, mehr von dem zu tun, wo ich im Flow bin.

Auch das Thema Skalierung war etwas, was dann einfach Sinn gemacht hat. Aber nicht Skalierung so im Sinne von höher, schneller, weiter, sondern Skalierung im Sinne von: Okay, **wie kannst du mit weniger Aufwand mehr erreichen?**

So haben dann auf einmal Evergreen und Skalierung den absoluten Fokus bekommen. Es lag, glaube ich, auch mit daran: Ich hatte das Gefühl, na ja, du hast dich jetzt weiterentwickelt, du brauchst ein neues Label. Ich hatte dann auch überlegt: Okay, für die eher Fortgeschrittenen, mit denen ich unglaublich gerne gearbeitet habe, was passt für die gut?

Und ja, bin dann ungeplant immer stärker in das Thema Evergreen und Skalierung reingegangen. **Das, was für mich eigentlich hauptsächlich Mittel zum Zweck war, war auf einmal der Hauptfokus von meinem Business**. Ich hatte auch das Gefühl, das verkauft sich besser, und ja, irgendwie wollte ich, wie gesagt, ein Label haben, das sich nach was anhört, wo man was mit anfangen kann. Aber wie gerade schon gesagt: Eigentlich war das für mich schon immer viel mehr Mittel zum Zweck.

Denn, was ich wirklich liebe, ist das Kreieren. Ich glaube, dieses Programm Create Online, das habe ich vom Namen her schon geliebt. Und auch das Wort Create: Ich

verbinde da so viel mit, was mich ausmacht und was mein Business ausmacht. Wie gesagt: Trainings, neue Konzepte, individuelle Strategien, Podcasts. Als ich letztes Jahr die acht Scale Codes entwickelt habe und das ALY-Programm war ich so im Flow, die Zeit ist nur so verfliegen und ich habe es geliebt.

Das war allerdings nur so möglich, weil meine Evergreen-Systeme im Hintergrund liefen, also auch hier als Mittel zum Zweck. Also nicht nur, wenn gesundheitlich schwierige Phasen sind, dass das für mich den Großteil von meinem Business übernimmt, sondern eben auch in Phasen, dass ich so richtig abtauchen kann und wochenlang absolut tief, ganz in Ruhe in meiner Expertise arbeiten kann, ohne dass ich ständig ein schlechtes Gewissen haben muss, nach dem Motto: Ah Mist, ich wollte doch noch einen Newsletter rauschicken. Oh verdammt, ich hätte doch wieder posten sollen.

Evergreen ist genial, aber nicht nur, damit du Evergreen hast, sondern einfach, weil es mir so unglaublich viel abnimmt und weil ich dann viel mehr Zeit habe für das, was meine eigentliche Expertise ist, was ich am allermeisten liebe.

Und gerade diese individuellen Strategien, die wirksamen Angebote, dieses mehr Bewirken. Auch das spielt da ganz, ganz stark mit rein. Ich habe gemerkt, dass sich im Laufe der Jahre mein Fokus immer mehr verschoben hat. Das, was eigentlich für mich Mittel zum Zweck war, ist zum absoluten Hauptfokus geworden.

Ich habe dem Ganzen das falsche Label gegeben

Und klar, bei Evergreen und Skalierung passiert es ganz automatisch, dass man damit mehr verkaufen, leichter verkaufen, mehr Umsatz machen, verbindet. Ich hatte auch letztes Jahr mal eine Umfrage gemacht, wo ich dann gucken wollte: Okay, was ist es denn, was die Community in meinem Newsletter gerne haben möchte? Und dann ging es sehr stark in Richtung "Angebote leicht und planbar verkaufen". Und das ist dann auch das Label geworden, was beispielsweise Evergreen Flow bekommen hat. Aber eigentlich war das für mich gar nicht der Hauptaspekt.

Der Hauptaspekt von Evergreen Flow ist, dass du dein Business wieder komplett auf dem Fundament von deiner Expertise aufbaust. Nicht im Sinne von, du schmeißt alles um, sondern im Sinne von, du justierst nach, was für dich nicht mehr passt. Du ziehst sozusagen die Essenz wieder raus und fokussierst dich auf das, was wirklich deine absolute Zone of Genius ist.

Dann, im nächsten Schritt, gucken wir dann, dass du dafür deine Evergreen-Systeme entwickelst, die dir einen Großteil von Marketing und Verkauf übernehmen, aber auf Basis von Angeboten, die 100%ig zu dir passen, auf Basis von einer Business-Struktur, die absolut zu dir und zu deiner Expertise passt. Was definitiv mein Fehler war, ist, dass

ich Evergreen Flow dieses Label gegeben habe, obwohl das Programm eigentlich viel mehr ist.

Das ist auch das Ironische daran, dass die Produkte, die ich entwickelt habe, und das melden mir auch meine Kunden immer wieder zurück, wirklich genial sind. Richtig, richtig gut. Die haben aber viel, viel mehr gemacht, als das Label, was ich sozusagen draufgeklebt habe, weil ich dachte, es verkauft sich dann besser und ich müsste das ein bisschen reduzieren und vereinfachen.

Das Problem daran war folgendes. Es gibt diesen Spruch, kennst du vielleicht: "Verkauf ihnen, was sie wollen, und gib ihnen, was sie brauchen". Und das ist auch nicht verkehrt. Das Problem ist nur, wenn du die falsche Schnittmenge nutzt, wenn du die falsche Brücke nutzt, zwischen dem, was sie wollen und dem, was sie brauchen.

Dann wird es problematisch. Es wird deshalb problematisch, weil du dann auf einmal was verkaufen musst mit einem Messaging, was eigentlich gar nicht so wirklich dir entspricht und wo du weißt: Eigentlich ist es viel mehr.

Obwohl ich das genau weiß, obwohl ich das mit meinen Kunden mache und da sofort sehe, was da vielleicht nicht stimmig ist, habe ich es bei mir nicht gesehen. **Trotz meiner Kompetenz, trotz dieser vielen Jahre, trotz der Expertise.**

Es ist echt peinlich, das zu sagen. Aber es war halt so.

Einzelstrategien machen kein System, sie machen Baustellen

Mir geht es überhaupt nicht darum, das Thema Online-Business oder die Online-Business-Bubble schlecht zu machen. Überhaupt nicht. Es ist nicht alles verkehrt, was da passiert und was es da an Strategien und an Methoden gibt, aber es passt halt nicht alles zu jedem, Thema Live-Launches, das sehr, sehr viel über Social Media funktioniert. Dann diese Themen mit Dringlichkeit, vor allem, wenn es keine echte Dringlichkeit ist. Diese Fake Scarcity über Rabatte. Also das sind alles Sachen, da konnte ich nie so richtig mit. Trotzdem gibt uns das Online-Business unendlich viel Freiheit, die es früher nicht gab.

Und was noch dazu kommt: Dass häufig auch nur Einzelstrategien betrachtet werden. Aber Einzelstrategien reichen einfach nicht aus, um dein Business leichter zu machen. Wenn du kein System hast, das diese ganzen Einzelstrategien stimmig für dich miteinander verbindet, und im Idealfall ein Evergreen-System, was ganz viele Aufgaben für dich übernimmt, dann hast du nachher hunderte Einzelbaustellen, aber einfach kein System, das das alles verbindet.

Das wird verdammt anstrengend und mühsam.

Jetzt stell dir mal diese Kombi vor von Strategien, die eigentlich überhaupt nicht zu dir passen. Mit Launches, mit Social Media, mit diesem und jenem. Weil vielleicht Formate in deinem Angebot drin sind, die dich selber einfach nerven, wo du eigentlich gar keine Lust drauf hast. Dann noch diese hunderte Einzelbaustellen. Das kann nicht nachhaltig funktionieren.

Wenn dann noch dieser Punkt dazu kommt: Du musst dich überwinden mit dem, was du tust, und musst dann vielleicht sogar noch deine eigene Expertise kleiner machen, als sie eigentlich ist, weil du dir dann immer denkst: Nee, lieber nicht zu tief gehen, dann versteht es vielleicht keiner.

Ich passe da nicht rein. Muss ich auch nicht.

Auch diese Sache: In einem Newsletter soll nur ein Link drin sein, zum Beispiel. Ja, das mag verkaufpsychologisch alles richtig sein. Aber ganz ehrlich, ich kann das und will das, was ich tue, nicht immer so runterbrechen, dass es dann genau nur einen Link gibt.

Dann gibt es vielleicht auch mal zwei oder vielleicht auch mal drei Links. Und ich halte meine Newsletterleser definitiv für intelligent genug, da für sich zu gucken, was für sie gerade Prio hat, und sich dazu zu entscheiden. Ja, mag sein, dass es verkaufpsychologisch anders, besser ist, alles gut. Aber wie gesagt, **wenn ich mich ständig mit irgendwas verbiegen muss, wenn ich permanent das Gefühl habe, ich muss mich und das, was ich eigentlich machen will, viel kleiner machen, weil es sonst nicht in diese Online-Business-Welt passt, dann passe ich da auch nicht rein.**

Das ist wirklich was, wo ich lange darüber nachgedacht habe, was vor ein paar Jahren schon mal kam, wo ich wirklich überlegt hatte, aufzuhören. Aber ich gebe ungern auf, und irgendwie hätte es sich dann auch ein Stück weit so angefühlt. Dann war es mir aber eigentlich viel wichtiger, wieder zu gucken, alles wieder viel stärker auf meine Art und auf meine Weise zu machen.

Ich habe meinen Dokortitel verschwiegen. Ja, wirklich.

Ich hatte vorhin ja erzählt, dass ich auch mal einen Doktor gemacht habe. Als "Frau Doktor" war ich an der Hochschule unterwegs, aber ich habe zum Beispiel am Anfang in den ersten Online-Business-Jahren meinen Dokortitel bewusst verschwiegen. Ich habe den nicht nur nicht gezeigt, ich habe den bewusst verschwiegen, weil ich Angst hatte,

jemand könnte meinen, dass ich mich für was Besseres halte. Das tue ich überhaupt nicht, und darum ging es auch überhaupt nicht. Aber mir war wirklich peinlich in den ersten Jahren im Online-Business, dass ich einen Dokortitel habe.

Aber, wie gesagt, Kompetenz hat absolut nichts damit zu tun, sich da auch ein Stück weit in Strategien reinziehen zu lassen, die nicht optimal passen. Selbst wenn man es nachher eigentlich besser weiß, kann man trotzdem immer mal wieder irgendwo reinzurutschen. Und das hat gar nichts damit zu tun, dass die Expertise oder die Kompetenz nicht da ist.

Am Anfang kannte ich mich nicht aus im Online-Business. Am Anfang ist es ja so: Klar, du hast in deinem Bereich die Expertise, aber was weiß ich denn, wie so ein Online-Business funktioniert. Gefühlt war das erstmal eine völlig andere Welt, völlig andere Gesetzmäßigkeiten, und klar, dass man da erst mal braucht, bis man da reinkommt.

Wenn du den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr siehst

Nur was dann kommt, macht es auch nicht unbedingt leichter, denn dann kommt das, was ich manchmal den Fluch der Expertin oder Fluch des Experten nenne. Denn auch wenn du am Anfang nicht die Expertise im Online-Business hattest, kriegst du die im Laufe der Zeit. Du kriegst unheimlich viel Know-how in verschiedenen Strategien, in Marketing-Methoden, in Verkaufswegen, in Content-Erstellung, in was weiß ich denn noch alles.

Irgendwann hast du auch sehr viel Expertise im Bereich Online-Business nach ein paar Jahren. Du kennst zig Strategien, du kennst zig Varianten zu jeder Strategie und dann nochmal zig Alternativen zu jeder Variante. Und ganz ehrlich, das macht es nicht leichter, das macht es schwerer, weil es einfach immer komplexer alles wird, weil du einfach zu intelligent bist, weil du eigentlich weißt, wie es geht, und dann versuchst, irgendwie alles unter einen Hut zu bringen, alles zusammenzubringen. **Je mehr Expertise du dann hast, auch im Thema Online-Business, desto schwieriger wird es dann, den Wald vor lauter Bäumen noch zu sehen.**

Dann kommt dieser Punkt, an dem man sich denkt: Mein Gott, ich weiß doch eigentlich, wie es geht, aber trotzdem funktioniert nichts mehr. Und das ist ganz häufig der Fall, wenn du einfach nur an den Symptomen rumdokterst und nicht an die echten Ursachen gehst.

Das ist genau das, was mir selber wirklich ein paar Jahre passiert ist. Ich habe ständig die Symptome verbessert und nachjustiert. Wie ich vorhin auch schon mal gesagt habe, ist das Irrsinnige daran, dass ich das bei anderen sofort sehe. Ich meine, das ist das, was ich seit Jahren mache.

Nur das, was ich bei anderen so unglaublich klar auf einen Blick sehe, sofort benennen kann, habe ich bei mir nicht mehr gesehen. Ich habe nicht gesehen und gemerkt, dass ich das Kreieren, das, was ich am allermeisten liebe, so weit zurückgestellt habe.

Es funktionierte noch, es passte nur nicht mehr.

Ich habe KundInnen, mit denen ich schon seit vielen, vielen Jahren arbeite, und wir entwickeln gemeinsam ihre Unternehmen weiter. Wir haben die immer erst mal absolut auf ihre echte Expertise ausgerichtet, daraufhin die Angebote so angepasst, dass sie wieder optimal zu ihnen und den Menschen, mit denen sie wirklich arbeiten wollen, passen und dann geniale Evergreen- und Skalierungsstrategien entwickelt. Und das liebe ich absolut.

Das sind dann Termine, aus denen ich mit viel mehr Energie rausgehe, als ich reingegangen bin. Im Gegensatz dazu kennst du das vielleicht auch mit manchen Kunden, dass es einfach anstrengend ist. Dass du danach mit Kopfschmerzen rausgehst, dass du danach völlig erschöpft bist. Dann merkst du, irgendwas hat hier nicht mehr gepasst.

Ich habe bei mir gemerkt, dass das, was ich bei anderen sofort sehe, was unstimmig ist, hat sich bei mir sehr stark im Körperlichen ausgedrückt. Viel mehr Migräne, viel mehr Rückenschmerzen, Schlafprobleme etc., dass ich dann auch angefangen habe, zum Beispiel immer weniger Live-Termine zu machen.

Als ich auf meine Produkte Labels draufgeklebt habe, die gar nicht mehr das waren, was ich eigentlich nach außen bringen wollte, hat das in mein Business einen Bruch reingebracht, sodass irgendwann gar nichts mehr richtig funktioniert hat. Ich habe das zu dem Zeitpunkt nicht erkannt und bin nicht an die Ursache gegangen, sondern habe nur versucht, an allen möglichen Symptomen herumzudoktern, natürlich ohne wirklichen Erfolg.

Das Spannende daran ist, dass ich sehr viele Stammkunden und Kundinnen seit sehr, sehr vielen Jahren habe. Und ich liebe diese Kunden und Kundinnen. Aber ich habe irgendwann gemerkt, dass ich viel weniger Neukunden gekriegt habe. Meine Stammkunden, die haben geniale Ergebnisse mit mir erzielt und unsere Zusammenarbeit Jahr für Jahr verlängert, wie gesagt, teilweise seit acht Jahren

mittlerweile. Wir haben deren Unternehmen gemeinsam großartig weiterentwickelt, und ich liebe das.

Ich freue mich über ihre Erfolge, ehrlich gesagt, fast sogar noch mehr als über meine eigenen. Es macht einfach so unglaublich Spaß, erst mal zu gucken, das Business wieder hundertprozentig auf ihre echte Expertise auszurichten und dann ihre Erleichterung zu spüren, wenn es sich endlich wieder stimmig und wie ihr Business anfühlt. Dann haben wir erst Evergreen, dann Skalierung entwickelt, und es über Jahre weiterentwickelt, weil das ja nichts ist, was du nur einmal machst, sondern du entwickelst dich weiter und dein Business entwickelt sich weiter.

Genauso sind dann jedes Jahr andere Themen relevant. Es gibt vielleicht neue Angebote, denn meine LieblingskundInnen lieben es, genau wie ich, neue Ideen zu haben und zu entwickeln. Ja, man muss manchmal ein bisschen aufpassen, sich nicht zu verzetteln, aber die Sachen, die einem wirklich Energie geben, die man liebt, die müssen auch genug Raum und Zeit kriegen. Und dafür sind Evergreen-Systeme genial.

Aber abgesehen von meinen genialen Stammkunden, die ich absolut liebe, habe ich, wie gesagt, gemerkt, dass ich insgesamt einfach viel weniger neue Kunden bekommen habe. Ich habe viel weniger Menschen neu in meiner Liste gehabt. Da sind viele, die sind da seit vielen Jahren. Auch die Öffnungsquoten sind richtig gut. Aber du kannst dir vielleicht auch vorstellen, wenn du über Jahre alles, was du machst, gefühlt fast immer wieder an die gleichen Menschen verkaufst oder anbietest, dass das eine Weile sehr gut funktioniert, sogar viele Jahre sehr gut funktioniert, wenn deine Liste groß genug ist, bis es irgendwann nicht mehr richtig funktioniert.

An dem Punkt habe ich auch gemerkt, okay, hier ist was nicht mehr richtig in Balance, das ist nicht gesund. Wenn ich zwar einige sehr gute Stammkunden seit vielen Jahren habe, die auch wirklich alles gekauft haben, was ich neu auf den Markt gebracht habe, weil sie wussten, wie wirksam meine Angebote sind und auch mit ihnen weiter wachsen, habe ich aber dann aber auch gesehen, okay, es kommen viel zu wenig Leute hinterher.

Ich bin mir sicher, dass das größtenteils daran lag, dass mein Messaging und das, was ich eigentlich machen wollte und das, was meine Produkte eigentlich auch sind, nicht mehr zusammengepasst haben. Das habe ich gespürt, das hat man aber auch im Außen gespürt. Ich hatte das Gefühl, dass ich nach und nach die Verbindung zu den Menschen, mit denen ich am liebsten arbeite, etwas verloren hatte. Auch zu meinem Business.

Und dass ich durch ein Messaging wie "Angebote leicht verkaufen" natürlich logischerweise sehr stark Menschen angezogen habe, die gesagt haben, ich will jetzt mehr verkaufen, ist auch nicht verwunderlich. Ja, das wollen wir. Das will wahrscheinlich jeder, schließlich haben wir ein Business, aber bei den Menschen, mit denen ich am allerliebsten zusammenarbeite, ist das einfach nicht der alleinige Hauptfokus.

Es ist vor allen Dingen nicht der alleinige Hauptfokus unserer Zusammenarbeit. Der Hauptfokus ist, dass sie unglaublich viel bewirken wollen. Sie wollen ein Business, das sie (wieder) erfüllt. Sie wollen einfach viel mehr mit ihrer eigentlichen Expertise anfangen und bewirken. Wenn du dann noch ein System hast, das sehr viel von dem Rundherum und ja, auch Marketing und Verkauf, für dich übernimmt, verkaufen sich auch deine Angebote leicht und planbar als logische Konsequenz.

Aber das funktioniert nicht, wenn du gefühlt auf einmal eine 1-Personen-Marketingagentur bist, weil du jetzt einen Nebenjob hast, den du eigentlich nie gewollt hast und für den du dich nie beworben hast. Doch ohne System bist du irgendwann viel mehr mit Marketing, Verkaufen und Co. beschäftigt als mit deiner eigentlichen Expertise.

Deswegen ist es für mich zu kurz gedacht, nur zu sagen, "Angebote leicht zu verkaufen" oder auch Evergreen und Skalierung haben zu wollen, wenn das Fundament nicht stabil ist. Und das, wie gesagt, ist mir auch passiert. Es passiert, egal wie viel Expertise du hast.

Dann ist es auch ganz häufig noch so, dass du im Laufe der Jahre Programme entwickelt hast, du hast Kurse angeboten, du hast Content erstellt. Selbst wenn du irgendwann feststellst, okay, irgendwie bin ich mal falsch abgebogen, irgendwie ist es eigentlich nicht mehr so ganz das, was ich machen will und was ich liebe und wo ich verdammt gut drin bin, dann kommt aber der Punkt, dass du sagst, okay, ich habe jetzt aber hier richtig viel Zeit rein investiert. Ich will das jetzt nicht alles niederbrennen, und jetzt machen wir das halt weiter, weil es funktioniert ja irgendwie.

Das ist aber dann ganz häufig die Situation, die zum Ausbrennen führt oder dann dazu führt, dass unglaublich geniale Leute auf einmal vom Markt verschwinden, was mich immer traurig macht, weil sie einfach nicht den Weg für sich gefunden haben, es so nachhaltig aufzustellen, dass es für sie auch langfristig funktioniert. Aber es gibt immer verschiedene Wege! Garantiert auch für dich welche, die gut passen.

Wie wäre es leicht für dich? Ich habe es ignoriert.

Wer mich schon länger kennt oder auch mit mir arbeitet, der weiß, dass einer meiner Lieblingssätze, den ich meine Kundinnen und Kunden fast immer frage, wenn es um irgendwelche Entscheidungen geht, ist:

Wie wäre es leicht für dich?

Und genau diesen Satz habe ich mich selber sehr, sehr lange nicht mehr gefragt.

Mein schlechtestes Umsatzjahr. Jetzt war ich wach.

Der richtige Aha-Moment kam aber erst, als mich meine Mentorin mal um ein Review des letzten Jahres gebeten hat, und dazu gehörten auch die Umsatzzahlen. Ich wusste, das Jahr war nicht gut. Obwohl ich meine Umsatzsteuervoranmeldung natürlich regelmäßig gemacht habe, habe ich ehrlich gesagt die Zahlen immer schnell wieder verdrängt und weggeschoben.

Erst dieser Blick auf den Gesamtumsatz hat mir einen Schock versetzt. Es war das allerschlechteste Umsatzjahr meiner 20-jährigen Selbstständigkeit.

So hart das in dem Moment war, ich kam mir vor wie die absolute Versagerin, war das trotzdem auch der Trigger, den ich gebraucht habe, um auch zu erkennen, hier geht es nicht um mal ein bisschen hier optimieren und ein bisschen da optimieren, es geht wirklich um eine Grundsatzentscheidung.

Mir ist auch im wahrsten Sinne des Wortes schwarz auf weiß bewusst geworden: Wenn ich das nicht wieder richtig hinkriege, dann habe ich irgendwann kein Business mehr. Dann ist das kein Business mehr. Und das ist definitiv nicht das, was ich will. Denn was ich wirklich will, ist wieder mehr zu bewirken.

Echte ExpertInnen. Echte Tiefe.

Ich weiß, dass ich in meiner Rolle eine Multiplikator-Funktion haben kann. Eine Hebelwirkung dadurch, dass ich mit anderen echten Expertinnen und Experten arbeite, die auch viel bewirken.

Die Menschen, mit denen ich am meisten und am liebsten arbeite, die haben einen unglaublich fundierten Hintergrund mit sehr großer Expertise. Also, die sind nicht nur ein oder zwei Schritte vor ihren Kunden, die sind da mindestens fünf bis zehn oder sogar noch mehr Schritte weiter. Sie haben ganz häufig einen akademischen Background, einige auch mit Dokortitel. Sie haben jahrelange Erfahrung in ihrem Bereich und eben nicht nur oberflächlich, was man leider manchmal im Online-Bereich erlebt.

Diese Menschen wollen natürlich auch Geld verdienen. Ich meine, wir haben ein Business, das ist natürlich wichtig, aber sie haben eben auch sehr, sehr stark den Fokus darauf, dass sie wirklich mehr bewirken wollen. Und zwar mit ihrer Expertise. Das

können sie am allerbesten, wenn sie zum Beispiel Evergreen-Systeme im Background haben, die dann vieles für sie übernehmen.

Ich will, dass für diese Menschen ihr Business sich auch so leicht und selbstverständlich anfühlt wie ihre Expertise.

Genau diese Lücke will ich wieder viel mehr schließen, weil ich da drin verdammt gut bin und weil mir das extrem Spaß macht. Vor allen Dingen, weil ich dann einfach auch wieder viel mehr bewirken kann, beziehungsweise die Menschen, mit denen ich arbeite. Das ist das, was ich mit dem Multiplikator-Effekt meinte.

Ich finde es so schade, wenn es so viele absolut geniale Experten gibt und man dann im Online-Bereich merkt, dass viele sich viel kleiner machen, dass sie gefühlt immer ihre Expertise ein Stück weit vereinfachen, dass sie sich manchmal gar nicht trauen, so richtig das zu zeigen, was sie eigentlich ausmacht, wer sie eigentlich sind. Das kommt dann manchmal erst in persönlichen Gesprächen raus und erstaunt mich immer wieder.

Natürlich kommt es darauf an, mit wem du arbeitest. Es muss natürlich bei den Menschen ankommen, mit denen du arbeiten willst. Aber wenn das vielleicht nicht in irgendeinem Bereich die absoluten Anfänger sind oder wenn das Menschen sind, die da schon tief in dem Thema drin sind, dann kannst du natürlich da auch viel, viel tiefer reingehen.

Wie gesagt, **es muss nicht immer alles Instagram-Post-tauglich aufbereitet werden. Es darf echt sein. Es darf Expertise sein. Es darf in die Tiefe gehen.** Es darf auch mal ein langer Newsletter sein. Es dürfen auch mal mehr Links drin sein.

Vor allen Dingen darf und soll es so sein, dass es für dich optimal, nachhaltig funktioniert, weil du dann am allermeisten mit deiner Expertise bewirken kannst.

Wenn ich im Flow bin, läuft es. Das ist eine Tatsache.

Ich weiß definitiv wieder genau, wo ich hinwill. Und ich weiß auch, dass wenn mein Business wieder 100%ig auf meiner echten Expertise basiert, wenn ich die Systeme, die ich im Hintergrund ja schon alle laufen habe, dann wieder viel stärker darauf ausgerichtet sind, dann wird es auch wieder so gut und leicht funktionieren, wie in all den Jahren, in denen ich absolut im Flow war. Dann werde ich auch wieder genau die richtigen Menschen erreichen und die tiefe Verbindung zu ihnen und zu meinem Business spüren.

Wenn ich im Flow bin, dann löse ich bei den richtigen dieses "Wie-für-mich-gemacht-Gefühl" aus und ich liebe es, wenn dann Nachrichten kommen,

wie: Sag mal, kannst du in meinen Kopf schauen? Ich weiß, dass dann auch neue Menschen in meiner Liste und neue Kunden gefühlt fast wie von alleine kommen. Nicht, weil ich nichts mache, sondern weil ich wieder absolut in meiner Zone of Genius wirken kann und meine Systeme im Hintergrund zuverlässig für mich laufen. Ich weiß, dass auch meine Umsätze dann kein unregelmäßiges Auf und Ab mehr sind, sondern dass sich meine Angebote stabil und planbar verkaufen.

Das ist kein Hoffungsmarketing, das ist einfach eine Tatsache.

Wenn du dir vielleicht auch manchmal denkst, dass du bei deiner Expertise eigentlich viel erfolgreicher sein müsstest mit deinem Business, dann lass uns gerne schauen, dass das auch tatsächlich so wird. Denn ich kenne diesen Gedanken und ich kenne vor allen Dingen auch sehr gut diese Selbstzweifel, die dann kommen können.

Denn wenn sich dein Business nicht mehr richtig stimmig anfühlt, immer anstrengender wird und scheinbar nichts mehr so richtig funktioniert, dann trägst du deine Message natürlich nicht unbedingt überzeugter nach außen, und Überraschung, nein, es wird nicht wirklich besser dadurch funktionieren.

Wenn du dich hier vielleicht so ein Stück weit wiedergefunden hast und du auch unglaublich viel Expertise in deinem Bereich hast, dein Business sich aber vielleicht im Moment nicht so stark wie deine Expertise anfühlt, nicht ganz so selbstverständlich, und du auch keine Lust mehr auf hunderte Einzelbaustellen ohne System hast, auf Strategien, die vielleicht nicht wirklich zu dir passen oder noch nie so wirklich gepasst haben, wenn du einfach spürst, oh ja, da habe ich mich jetzt doch an der einen oder anderen Stelle ertappt gefühlt, dann bist du hier auf alle Fälle genau richtig.

Und ich werde in den nächsten Wochen und Monaten wieder viel mehr über diese Themen schreiben und sprechen. Wenn du magst, dann schreib mir gern deine Geschichte auch. Ich lese alles und antworte auf alle Fälle auch persönlich.