

Ihr Fernstudium

PSYCHOLOGISCHE BERATUNG

STUDIENHEFT 14
SELBSTSTÄNDIG IN DER BERATUNGSPRAXIS

Autorin: Antje Limbach-Mayerhöfer | zertifizierte Dozentin in der Erwachsenenbildung
Herausgegeben von:



**PRIVATAKADEMIE FÜR
PRAKTISCHE PSYCHOLOGIE**

© 2024

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Autors reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

IMPRESSUM:

Entwicklung und Gestaltung: Oleg Haak.

Oberstraße 3, 47829 Krefeld

www.psychologie-zertifikat.de

Inhaltsverzeichnis

Lernorientierung.....	5
Einleitung.....	6
1 Die Pflege der psychischen Gesundheit – Wer ist zuständig?	7
1.1 Psychotherapeutin / Psychotherapeut.....	7
1.2 Psychiater/in	7
1.3 Psychologin / Psychologe.....	8
1.4 Heilpraktiker/in	8
2 Tipps für die Suche nach der passenden Therapie	9
3 Der organisatorische Estand in die Praxis	11
3.1 Allgemeine Fragen.....	11
3.2 Ihre Beratungspraxis – die Räumlichkeiten.....	13
3.3 Recht und Tätigkeitsbeschreibung	16
3.4 Schweigepflicht in der Beratung.....	17
3.5 Datenschutz	18
3.6 Rechte und Pflichten aus einem Vertrag.....	19
3.7 Gewerbeschein und Steuern	20
3.8 Versicherungen.....	21
3.9 Gute Kontakte pflegen	21
3.10 Ihre Werbung	23
3.11 Andere berufliche Optionen.....	24
3.12 Vorträge halten und in Seminaren lehren.....	24
4. Persönliche Entwicklung und Erfahrung in Gruppen	26
4.1 Die Gestaltung eines Vortrages	27
4.1.1 Spannend über Sachfragen reden.....	27
4.1.2 Aufbau eines Fachvortrages	29
4.1.3 Hilfreiche Übung.....	33
4.2 Psychologische Seminare und Workshops.....	34
4.2.1 Die Einrichtung des Seminarraums.....	35
4.2.2 Das Willkommen heißen Ihrer Teilnehmer/innen	35
4.2.3 Der Einstieg in das Thema	35
4.2.4 Der Hauptteil.....	36

4.2.5 Der Abschluss	37
5 Schlussbetrachtung.....	38
6 Lösungen der Aufgaben zur Selbstüberprüfung.....	40
7 Literaturtipp	42

Lernorientierung

Nach Bearbeitung dieses Studienhefts sind Sie in der Lage,

- Ihren beruflichen Einstieg zu planen;
- sich Ihre organisatorischen und rechtlichen Fragen der Psychologischen Beratung zu beantworten;
- Ihr Marketing zu finden und die Verknüpfung mit anderen Berufen gewissenhaft und sinnvoll zu nutzen;
- grundlegende Möglichkeiten für einen Seminaraufbau in der Psychologischen Beratung umzusetzen.

Einleitung

In diesem letzten Studienheft der Ausbildung zur / zu Psychologischen Berater/in erhalten Sie Tipps für den Start in Ihre neue Karriere. Zuerst geht es um die notwendigen rechtlichen und organisatorischen Eckpunkte. Wir stecken das Tätigkeitsgebiet ab, in dem Sie Ihre Arbeit ansiedeln werden und auch die Grenzen, die per Gesetz Ihren beruflichen Alltag definieren. In diesem Kontext werden Sie für Ihre Praxis mit wertvollen Anregungen zur Gestaltung Ihrer Räumlichkeiten, zur Vernetzung mit den Kolleginnen und Kollegen, anderen Expertinnen oder Experten und zur angemessenen Interaktion mit Ihren Klientinnen und Klienten versorgt.

Zu Beginn geben wir Ihnen einen Überblick darüber, welche Berufsgruppen sich um Menschen mit psychischen Erkrankungen kümmern. Sie wissen dann, an wen Sie solche Personen verweisen können und welche Bedingungen erfüllt sein müssen, damit eine psychisch Kranke / ein psychisch Kranker die richtige Hilfe bekommt.

Im zweiten Teil folgen Hinweise an Sie, die Ihnen dabei helfen werden, finanzielle und organisatorische Fragen einer selbstständigen Tätigkeit in der psychologischen Beratung erfolgreich zu klären. Anschließend werden Sie sich mit rechtlichen Grundlagen beschäftigen. Sie sollen schließlich auch juristisch gesehen und steuerlich korrekt handeln können.

Zu guter Letzt werden Sie erfahren, wie Sie Ihre Veranstaltungen planen, die Sie auf dem Bildungssektor abhalten dürfen. Ein Vortrag oder die Durchführung eines Seminars sind interessante weitere Tätigkeiten, die jedoch eine gute Vorbereitung brauchen, um ihren Zweck zu erfüllen. Das Studienheft ist diesbezüglich Ihr Leitfaden, um die wichtigsten Einzelheiten in Ihre Planung einzubeziehen.

Wir wünschen Ihnen eine produktive Lernzeit und viel Spaß!

Dr. phil. Marcus Klische, Pädagogische Leitung und Antje Limbach-Mayerhöfer, zertiifizierte Dozentin in der Erwachsenenbildung

1 Die Pflege der psychischen Gesundheit – Wer ist zuständig?

Menschen mit psychischen Erkrankungen und Belastungen, mit körperlichen und sozialen Problemen müssen angemessen versorgt werden. Sie haben gelernt, was Sie als psychologische Berater/innen tun dürfen und was nicht. Doch was ist mit den übrigen Fällen? Wer kümmert sich sonst noch? Wie unterscheiden sich die Aufgaben der einzelnen Berufsgruppen und wo gibt es Berührungspunkte?

1.1 Psychotherapeutin / Psychotherapeut

Die Psychotherapeutin / der Psychotherapeut ist Ärztin oder Arzt („ärztliche/r Psychotherapeut/in“) oder Diplom-Psychologin / Diplom-Psychologe («psychologische/r Psychotherapeut/in») und aktuell Master of Science mit entsprechender fachlicher Ausrichtung. Im Anschluss an diese Grundausbildung haben die Angehörigen dieser Berufszweige eine psychotherapeutische Zusatzausbildung absolviert.

Die unterschiedliche Grundausbildung führt zu einer verschiedenartigen Herangehensweise: Während die Psychologin / der Psychologe das Instrumentarium der Psychologie ausschöpft, um psychische Probleme zu lindern oder zu lösen, greifen ärztliche Psychotherapeutinnen und -therapeuten auch auf Medikamente zurück und können organische Erkrankungen in ihre Behandlung miteinbeziehen.

Für den Fall, dass eine psychologische Psychotherapeutin / ein psychologischer Psychotherapeut über eine „Kassenzulassung“ verfügt, kann sie / er wie Ärztinnen und Ärzte mit der gesetzlichen Krankenversicherung abrechnen.

1.2 PSYCHIATER/IN

Eine Psychiaterin / ein Psychiater erwirbt ihre / seine Kompetenz durch eine Facharztausbildung. Sie / er verfügt über spezifisches Wissen die Entstehung und den Verlauf von Krankheiten des Geistes und der Psyche betreffend und ist in der Lage, diese Krankheiten zu diagnostizieren und zu therapieren.

INFO

In der psychiatrischen Behandlung werden häufig spezielle Medikamente, auch **Psychopharmaka** genannt, eingesetzt.

Durch zusätzliche Ausbildungen kann auch die Psychiaterin / der Psychiater die Berechtigung zur Ausübung der Psychotherapie erwerben. Diese modernen Facharztausbildungen führen zu den Titeln „Fachärztin / Facharzt für Psychiatrie und psychotherapeutische Medizin“ oder „Fachärztin / Facharzt für Psychotherapie“.

1.3 PSYCHOLOGIN / PSYCHOLOGE

Eine Psychologin / ein Psychologe hat ebenfalls an einer Hochschule studiert und den Studiengang Psychologie mit einem Diplom oder Masterabschluss beendet. Psychologinnen und Psychologen widmen sich den Erfahrungen, die ein Mensch persönlich macht und den Konsequenzen, die diese für sein Verhalten haben. Gegebenenfalls geht es darum, dieses Verhalten methodisch zu verändern.

Die Titelführung ist geschützt und an das erfolgreiche reguläre Studium gebunden. Im Anschluss an das Bachelor-Studium kann sich die angehende Psychologin / der angehende Psychologe auf spezifische Gebiete wie die klinische Psychologie und psychologische Verfahrensweisen konzentrieren. Ist das Studium dann ganz beendet, kann sich die junge Psychologin / der junge Psychologe für eine mehrjährige psychotherapeutische Weiterbildung entscheiden, um schließlich als „psychologische Psychotherapeutin“ / „psychologischer Psychotherapeut“ (siehe Kapitel 1.1) auch zur eigenverantwortlichen Ausübung der Psychotherapie befugt zu sein.

1.4 HEILPRAKTIKER/IN

In Deutschland ist die Heilkunde, also das Diagnostizieren und Behandeln von Krankheiten (darunter fällt auch die Ausübung von Psychotherapie) nur Personen gestattet, die eine staatliche Heilerlaubnis vorweisen können. Eine solche Erlaubnis kann im Wege der allgemeinen Heilpraktikerüberprüfung erlangt werden.

Nach dem Heilpraktikergesetz kann diese Heilerlaubnis ausdrücklich auf das Gebiet der psychischen Erkrankungen beschränkt sein; die Überprüfung vor dem Gesundheitsamt bezieht sich hier auf die Psychotherapie („Heilpraktiker/in für Psychotherapie“).

Um diese Überprüfung zu bestehen und anschließend eine „Praxis für Psychotherapie“ führen zu dürfen, müssen die Antragstellerin / der Antragsteller in der Lage sein, eine korrekte Diagnose stellen und entsprechend therapieren können. Sie müssen unter anderem nachweisen, dass sie die Risiken der psychotherapeutischen Arbeit kennen und über die Ursachen seelischer Erkrankungen Bescheid wissen.

Wenn Sie sich für eine Tätigkeit im Bereich der Psychotherapie begeistern können, dann gehen Sie daran, die notwendige Qualifikation zu erwerben: Ihre Heilerlaubnis. Die Akademie für praktische Psychologie bietet mit dem Fernstudium **Heilpraktiker/in für Psychotherapie** eine hochwertige Vorbereitung auf die Überprüfung vor dem Gesundheitsamt an.



Wiederholungsfrage № 1:

- a) In der lokalen Wochenzeitung Ihres Wohnortes erfahren Sie von einer Neueröffnung: „Gerda Selbstlos, Praxis für Psychotherapie“. Erkennen Sie die Berufsgruppe, zu der die Inhaberin höchstwahrscheinlich zählt?
- b) Eine Freundin berichtet Ihnen, dass sie in einer bestimmten Angelegenheit Hilfe gesucht hat. Sie ist Patientin von „Fabian Glück (BDP) – Psychologischer Psychotherapeut“. Mit welcher Berufsgruppe haben Sie es hier zu tun?

2 Tipps für die Suche nach der passenden Therapie

Da Sie die Grenzen Ihres Tätigkeitsfeldes kennen, wissen Sie, dass es notwendig werden kann, eine Klientin / einen Klienten an eine der oben vorgestellten Berufsgruppen zu verweisen.

Stehen Sie konkret vor der Frage, eine Therapeutin / einen Therapeuten zu finden, die / den sie guten Gewissens empfehlen möchten, dann hilft die richtige Recherche. Ein Portal, das sie nutzen können, wenn sie im Internet forschen, ist der Psychotherapie-Informationsdienst; erreichbar unter <http://www.psychotherapiesuche.de>. Dieser Dienst wird vom Bund Deutscher Psychologinnen und Psychologen offeriert. Hier erhalten Sie Informationen zu den in Ihrer Region ansässigen Psychologischen Psychotherapeutinnen und -

therapeuten, die zusätzlich etwas über die Spezialgebiete der Behandler/innen aussagen.

Auch die Krankenkassen können über ihre Adressenlisten der Vertragsbehandler/innen Auskunft geben. Dort sind die ärztlichen und psychologischen Psychotherapeutinnen und -therapeuten verzeichnet, die bei der Krankenkasse zugelassen sind. Im Krankheitsfall, wenn also eine „psychische Beeinträchtigung mit Krankheitswert“ Maßnahmen erfordert, trägt die Kasse die Kosten für eine Psychotherapie durch diese Behandler/innen.

Die Fragen zu der Kostenübernahme sind teilweise vielschichtig, Ihre Klientinnen / Klienten müssen sich vorab gut informieren (z. B. beim PID), insbesondere wenn sie wegen terminlicher Probleme oder zu langer Wartezeiten auf eine psychologische Behandlerin / einen psychologischen Behandler ohne Kassenzulassung oder eine weit entfernt gelegene Praxis ausweichen müssen.

Grundsätzlich erfolgt keine Kostenübernahme durch die Krankenkassen bei Maßnahmen, die sich der allgemeinen Lebensberatung oder der Beratung zu Erziehung und Partnerschaft zuordnen lassen. **Dies ist Ihr Metier. Hier sind Sie als Psychologische Berater/innen gefragt!**



Wiederholungsfrage № 2:

Welche psychologischen Beratungsstellen gibt es bei Ihnen in Ihrer Region? Wie viele Psychiaterinnen / Psychiater können Sie ausfindig machen?

Sie sollten sich auch an den Service der Suchtberatungsstellen erinnern, wenn sich eine Person mit einem möglichen Suchtproblem an Sie wendet. Die Mitarbeiter/innen dort verfügen über die Möglichkeit, das Vorliegen einer Sucht abzuklären und darüber zu beraten, welche Hilfe (Entgiftung, stationäre Therapie, Psychotherapie und / oder die Teilnahme an einer Selbsthilfegruppe) passend ist. Bei Bedarf vermittelt die Beratungsstelle der Klientin / dem Klienten einen Platz in diesen Einrichtungen.

3 Der organisatorische Einstand in die Praxis

Bevor Sie Ihre Tätigkeit aufnehmen, sind einige Voraussetzungen zu erfüllen. In jedem Fall müssen Sie sich überlegen, wie sie Ihre Praxis einrichten und organisieren.

3.1 ALLGEMEINE FRAGEN

Wie können Sie konkret tätig werden? Vielen von Ihnen werden sich hauptsächlich mit der Einzelberatung beschäftigen, aber auch die Durchführung von Veranstaltungen (vgl. Kapitel 4) oder eine publizistische Tätigkeit kann auf sie zu kommen.

Bevor Sie erwägen, sich mit einer Beratungspraxis selbstständig zu machen oder auf andere Weise Ihren neuen Beruf auszuüben, sollten Sie sich selbst fragen, was Sie davon erwarten und ob Sie dies tatsächlich umsetzen möchten und wollen:

Was interessiert mich an dieser Arbeit?

Sie wissen aus Ihren Studien, dass Psychologische Beratung vieles bedeuten kann und sich den unterschiedlichsten Inhalten widmet. Um zu gewährleisten, dass Sie auf einem hohen Niveau beraten, sollten Sie darüber nachdenken, Ihre Spezialgebiete ausfindig zu machen. Ihr Schwerpunkt kann auf einem bestimmten Verfahren liegen, aber auch eine spezifische Thematik innerhalb eines größeren Beratungsbereiches abdecken; ein Beispiel ist die Beratung von Migrantinnen und Migranten in beruflichen Angelegenheiten oder ein Resilienztraining für junge Erwachsene.

Bin ich fachlich fit genug, um mit meinem Spezialgebiet auch langfristig Erfolg zu haben?

Ihr Wissen und Können ist im wahrsten Sinne Ihr bestes Kapital. Bauen Sie es ständig aus, um fachlich kundig zu bleiben und sich vor Fehlern zu bewahren. Sie müssen nicht jeden „Trend“ mitmachen, aber es kann nichts schaden, dafür Sorge zu tragen, dass Sie mit Ihren Kenntnissen theoretisch und praktisch auf der Höhe der Zeit sind. Üben Sie sich darin, regelmäßig eigenständig in der Fachliteratur und im Internet zu recherchieren.

Informieren Sie sich gerne auch zukünftig über neue Angebote der Akademie. Es wird sicher etwas Interessantes für Sie dabei sein!

Mindestens ebenso wichtig wie die Teilnahme an Kursen oder Seminaren zu Ihrem Thema sind die Erfahrungen zur Praxis, die Sie sich auf kreativen Wegen beschaffen können:

Eventuell kommt ein **Praktikum** für Sie infrage, das Ihnen Einblick in die Arbeit einer Suchtberatung oder sonstigen Beratungseinrichtung gibt. Oder Sie **hospitieren** bei einer Veranstaltung einer Kollegin / eines Kollegen, um in Ruhe die möglichen Situationen dieser Tätigkeit beobachten zu können und eigene Lehren daraus zu ziehen. Schließlich sollten Sie sich selbst ausprobieren, indem Sie für Ihre Familie und Ihre Freunde ein Thema aufbereiten und es vortragen oder sich für bestimmte überschaubare Gruppentreffen (junge Eltern, Seniorentreffs etc.) als Referent/in anbieten.

Wie will ich „am Markt“ auftreten?

Verstehen Sie sich in erster Linie als Berater/in? Wollen Sie Einzelpersonen beraten oder mit Gruppen arbeiten? Wie groß dürfen diese Gruppen sein? Oder ist Ihr Schwerpunkt die Konzeption und Durchführung von Kursen und Seminaren?

Kenne ich meine Zielgruppe? Wie werde ich für diese Menschen sichtbar?

Ihre Zielgruppe sollten Sie unbedingt kennen. Sie können thematisch noch so gut vorbereitet sein – ohne Klientel oder ohne Zuhörer/innen nützt Ihnen dies nichts. Suchen Sie sich für Ihr Thema das passende Umfeld oder ein Thema, das zu Ihrem Umfeld passt. Gibt es nur wenige junge Menschen vor Ort, ist es schwierig mit einem Inhalt, der sich an diese Altersgruppe wendet, präsent zu sein. **Allerdings:** Sie können immer noch einen Online-Vortrag oder ein Online-Seminar in Betracht ziehen, wenn Ihnen das liegt. Auf diese Weise werden Sie ortsunabhängig für Ihre ideale Zielgruppe sichtbar!

Wir werden uns mit Ihrer Sichtbarkeit am Markt noch an anderer Stelle beschäftigen. Vorweg bereits die Bemerkung, dass Sie bei der Vorbereitung Ihrer Veranstaltungen immer schon mögliche weitere Projekte im Blick haben sollten: Vielleicht lässt sich aus dem Thema eines Vortrages ein Kurs machen, wenn Sie mit Ihrem Auftreten überzeugen und eine Einrichtung entsprechende Mittel hat.



Wiederholungsfrage № 3:

Führen Sie für sich eine Inventur Ihrer Ideen unter Berücksichtigung der oben gestellten Fragen durch.

Geben Sie sich selbst ehrliche Antworten.

3.2 IHRE BERATUNGSPRAXIS – DIE RÄUMLICHKEITEN

Eventuell haben Sie die Gelegenheit, gleich in eigenen Räumen mit Ihrer Beratungspraxis zu starten und die Vorteile dieser Selbstständigkeit gegenüber einer Anstellung oder alleinigen Lehrtätigkeit zu nutzen. In diesem Fall müssen Sie mit relativ hohen Kosten kalkulieren. Insbesondere eine Anmietung von Räumen will gut überlegt sein. Diese müssen in vielfacher Hinsicht für Ihr Vorhaben geeignet sein.

Es muss sich alles im Rahmen Ihrer **finanziellen Möglichkeiten** abspielen, da sie mit einmaligen (Renovierung, Kautions, Einrichtung, etc.) und wiederkehrenden Kosten (Miete, Telefon, Nebenkosten etc.) zu rechnen haben. An diesem Punkt kann es sinnvoll sein, zu überlegen, ob der Zusammenschluss mit Kolleginnen oder Kollegen für Sie in Betracht kommt. Die Kosten können geteilt werden; die große Voraussetzung ist, dass Sie gut miteinander auskommen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die **richtige Größe der Räumlichkeiten**. Brauchen Sie nur ein Sprechzimmer oder einen Raum für Kurse oder ein Gruppentreffen? Oder können Sie einen Raum für beide Zwecke nutzen, indem Sie eine kleine Büro-Nische installieren? Sie werden vielleicht erfinderisch sein müssen, um an Ihre Räume zu gelangen. Immer sollte es jedoch geschmackvoll und nicht zu provisorisch wirken!

Daneben müssen Sie wissen, dass an gewerblich genutzte Räume nicht selten langfristige **Mietverträge** geknüpft sind. Oftmals ist es sehr schwierig, diese vorzeitig zu kündigen. Daher ist es besser, wenn sich Ihre konkrete Planung auf mehrere Jahre bezieht.

Ihre Räumlichkeiten sollten auch gut erreichbar sein, sowohl mit dem Auto als auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Informieren Sie sich unbedingt, ob und wie viele Parkmöglichkeiten sie selbst nachweisen müssen, um hohe Ablösesummen an die Gemeinde zu vermeiden!

Haben Sie Ihre Räume gefunden, müssen Sie abklären, ob die Nutzung, die Sie dort planen, **baurechtlich** zu genehmigen ist. Die Nutzung von Praxisräumen ist im Sinne des Baurechts eine gewerbliche Nutzung, die gewissen Anforderungen unterliegt. Daher sind die betreffenden Vorschriften des Bundeslandes und darüber hinaus der Gemeinde zu beachten. Auch hier gilt: Informieren Sie sich gründlich!

Ein Beispiel: Die Toilette ist ein wichtiger Ort und ebenfalls nach rechtlichen Vorgaben die Größe und das Inventar betreffend zur Verfügung zu stellen. So müssen Sie pro Besucher/in ein frisches Handtuch vorrätig haben, alternativ Papierhandtücher oder einen Handtrockner anbieten.

Hinweis: Denken Sie daran, in ihrem Haus oder in Ihrer Wohnung einen Raum für Beratungen zu nutzen, dann müssen Sie diesbezüglich bei der Gemeinde die **Änderung der Nutzung beantragen**. Sie stellen einen Antrag auf Nutzungsänderung!

Im Übrigen ist es grundsätzlich eine gute Idee, Beratungen zunächst in der Privatwohnung stattfinden zu lassen. Denn es ergeben sich keine Mietkosten, was zu Beginn der Praxis Erleichterung verschafft. Doch braucht es viel Selbstfürsorge, um langfristig professionell arbeiten zu können. Psychologische Beratungsarbeit und ein guter Abstand zum Privatleben sind hier nur bedingt möglich! Dazu kann es durch äußere Faktoren wie Mitbewohner/innen, Telefon etc. zu Störungen und Unterbrechungen im Arbeitsablauf kommen. Wägen Sie ab, welche Schritte Sie für Ihre Selbstständigkeit unternehmen wollen.

Auf dem Gebiet Ihrer Tätigkeit herrscht wegen der Vielfalt der psychologischen Verfahren oftmals nur eine vage Kenntnis darüber, was genau Sie machen. Daraus ergibt sich, dass es enorm bedeutsam ist, von Anfang an – möglichst vom ersten Schritt in Ihre Praxis hinein – für Ihre Klientin / Ihren Klienten eine vertrauensserweckende Atmosphäre zu schaffen.

Bieten Sie allen Teilnehmer/innen am Setting einen Sitzplatz, der dieses gute Klima unterstützt. Man weiß, dass eine Sitzposition im rechten Winkel zueinander hilfreich ist, da dies die Energie der Konfrontation mildert. Wenn Sie die Möglichkeit haben, dann nutzen Sie einen Bürotisch, der eine verbreiterte Rundung aufweist, welche die Beraterin / den Berater und die Klientin oder den Klienten in einem optimalen Winkel zueinander positioniert.

Weitere Anregungen, die Ihren Räumlichkeiten gut tun:

- In der Ruhe liegt die Kraft. Ein ruhig gelegener Raum unterstützt Ihre Arbeit. Türklingel und Telefon sollten zumindest angenehm leise sein.
- Für Ihren geeigneten Beratungsplatz können Sie bereits recht günstig ein erstes Mobiliar erhalten. Wählen Sie dieses so aus, dass sie gegebenenfalls schnell umräumen können, um Platz für Gruppenaktivitäten zu schaffen.
- Richten Sie für sich selbst einen Platz her, an dem Ihre persönliche Note stärkend wirkt. Schön ist eine kleine „friedvolle Oase“, die positive Energie ausstrahlt und für Sie als Beraterin / den Berater als Rückzugsmöglichkeit fungiert.
- Vermeiden Sie sehr dunkle Wandfarben. Verwenden Sie stattdessen warme Naturfarben und ein elegantes Weiß oder einen Creme-Ton. Setzen Sie vor allem Holz und Naturmaterialien ein, wenn Sie das mögen,

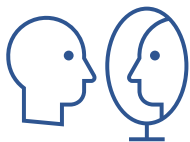
da diese Objekte sofort eine anheimelnde Wärme und Behaglichkeit installieren.

- Jedoch: Richten Sie die Räume auch für sich selbst ein. Wenn Sie klare Linien und viel Glas brauchen, um sich mit ihrer Arbeit wohlfühlen, dann sollten Sie dies bedenken. Es findet sich immer eine Möglichkeit, den eigenen Stil angemessen zu pflegen.



Praxistipp:

Wenn Sie es geschafft haben, „Ihren“ Beratungsraum zu finden und einzurichten, dann sollten Sie sich regelmäßig die Zeit nehmen, sich selbst daran zu erfreuen. Ihre Dankbarkeit und Wertschätzung für die Möglichkeit, derart angemessen arbeiten zu können, wird Ihnen weiteres Vergnügen an Ihrer Tätigkeit schenken. Und diese positive Einstellung und Energie werden Ihre Klientinnen und Ihre Klienten in der Tat schon beim ersten Betreten des Raumes spüren ...



Kleine Selbstreflexion: Wissen Sie schon, was Sie wollen?

Halten Sie die Erfahrungen dieser Übung gerne in Ihrem Lerntagebuch fest:

Notieren Sie sich, was Ihnen bereits klar ist.

Folgen Sie dabei Impulsen wie, „Wo will ich arbeiten?“ „Warum will ich psychologisch beraten?“ »Welche Klientinnen und Klienten sind mir die Liebsten?“ Wenn Sie dann Ihre ersten Schritte in die Praxis hinter sich haben, ziehen Sie anhand folgender Fragen Ihr Fazit: „Hat sich etwas verändert?“ „Welche Pläne haben Sie korrigiert?“ „Wo fühlen Sie sich bestätigt?“

Bitte notieren Sie Ihre Antworten in Ihr Tagebuch. Wenn Sie wollen, können Sie diese Übung regelmäßig wiederholen, um Ihre praktischen Erfahrungen für sich auch wirklich auszuwerten.

3.3 RECHT UND TÄTIGKEITSBESCHREIBUNG

Die Tätigkeit der Psychologischen Beratung ist in Deutschland nicht gesetzlich reglementiert. Dennoch haben Sie sich an rechtliche Vorgaben zu halten.

Können Sie eine Zulassung zu einem medizinischen oder heilkundlichen Beruf vorweisen, dann sind Sie verpflichtet, die hierfür geltenden Gesetze und Regelungen auch Ihren Psychologischen Beratungen zugrunde zu legen.

Ist eine solche Zulassung nicht vorhanden, bleibt es bei einer »beratenden Tätigkeit«; Sie dürfen bezogen auf § 1 Abs. 2 Heilpraktikergesetz **Krankheiten, Körperschäden oder Leiden weder diagnostizieren noch therapieren oder heilen und lindern!**

Greifen Sie auf eine Heilmethode zurück, positionieren Sie sich mit Ihrer Arbeit auf dem gesetzlich geregelten Gebiet zur „Ausübung der Heilkunde“.

Diese bleibt jedoch ausnahmslos **Ärztinnen, Ärzten, approbierten Psychotherapeutinnen oder Psychotherapeuten sowie Heilpraktikerinnen und Heilpraktikern** gestattet!

Sie sollten sich merken, dass jede Methode zu einer Heilmethode werden kann, wenn nach außen hin der „*Eindruck des Heilens*“ aufkommt!

Daraus ergibt sich:

- Ohne Zulassung zu einem medizinischen oder heilkundlichen Beruf beschränkt sich Ihr Tätigkeitsfeld auf das Gebiet der BERATUNG.
- Darüber hinaus ist es Ihnen gestattet, präventiv, also im Sinne der Vorbeugung von Krankheiten tätig zu werden. Dazu verwenden Sie Methoden, die dem Wohlbefinden zuträglich sind und welche die persönlichen Kräfte fördern (z. B. Entspannungsverfahren, Gespräche und ähnliche Maßnahmen).
- Nicht zu vergessen ist der interessante Bereich der AUS- und WEITERBILDUNG. Geben Sie Workshops, kreieren Sie Seminare oder Webinare, konzipieren Sie Vorträge. Jede Selbsthilfetechnik kann Inhalt Ihres Unterrichts sein.

Nun ist klar, was Sie tun dürfen, ohne dass Sie den Regelungen des Heilpraktikergesetzes unterliegen. Arbeiten Sie auf diese Weise, müssen Sie sich nicht um die Erlaubnis des Gesundheitsamtes kümmern.



Praxistipp:

In der Praxis bietet sich für Sie folgendes Vorgehen an: Formulieren Sie ein kurzes Schreiben, das wesentliche Informationen zu Ihrer Ausbildung und Ihren Kompetenzen enthält und lassen sie sich eine Ausfertigung dieses Zettels von Ihren Klientinnen und Klienten beim ersten Besuch unterschreiben.

Weisen Sie explizit darauf hin, dass die Psychologische Beratung keine medizinische Diagnose sowie keine ärztliche / heilkundliche Behandlung ersetzt und dass Ihre Klientinnen im Hinblick auf den Ablauf und Inhalt der Beratung in vollem Umfang eigenverantwortlich bleiben!

3.4 SCHWEIGEPFLICHT IN DER BERATUNG

Das deutsche Strafrecht hat in § 203 des Strafgesetzbuches (StGB) eine Schweigepflicht geregelt, die von den Angehörigen eines Heilberufes grundsätzlich zu beachten ist. Auch für einige verwandte Berufsgruppen hat diese Vorschrift Relevanz; eindeutig für Berufspsychologinnen und -psychologen mit einem staatlichen wissenschaftlichen Abschluss.

Unabhängig davon, ob eine Psychologische Beratung eine Schweigepflicht mit sich bringt, ergibt sich bereits aus dem ethischen Verständnis Ihrer Tätigkeit, dass es angebracht ist, die Intimsphäre Ihrer Klientin / Ihres Klienten als schützenswertes persönliches Gut zu wahren. Dies bedeutet, dass Sie Geheimnisse, welche Ihnen anvertraut werden, nicht an Dritte weitergeben.

Der Begriff „Geheimnisse“ umfasst sämtliche zum persönlichen Lebensbereich gehörenden Bekanntmachungen, die Intimsphäre, Erkrankungen, Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse. Auch der Umstand, dass Ihre Klientin / Ihr Klient Ihre Beratung genutzt hat ist vertraulich zu behandeln!

3.5 DATENSCHUTZ

Mit der Schweigepflicht eng verknüpft ist der Datenschutz. Auch er hat zum Ziel, die Privatsphäre zu schützen. Wie bei der Schweigepflicht ist das Schutzgut des Datenschutzes das Recht auf die informationelle Selbstbestimmung einer jeden Person. Dieses hohe Gut ist in der Verfassung verankert.

Konkret dienen die einzelnen Regelungen zum Datenschutz dazu, personenbezogene Daten zu schützen und den Datenmissbrauch durch Dritte zu unterbinden. Unter personenbezogenen Daten sind alle Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbaren natürlichen Person (Art. 4 DSGVO) zu verstehen.

Die rechtlichen Grundlagen finden Sie in der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und im Bundesdatenschutzgesetz (BDSG).



Praxistipp:

Auch die Erhebung und Verarbeitung personenbezogener Daten in einer Praxis unterliegen der Anwendung dieser Normen. Art. 5 DSGVO regelt das Grundsätzliche. Die Verarbeitung von personenbezogenen Daten darf nur rechtmäßig, zweckgebunden und sachlich richtig erfolgen. Zudem müssen Sie darauf achten, dass Erhebung und Verarbeitung in ihrem Umfang auf die Daten beschränkt werden, welche Sie zu der Erfüllung des Erhebungszwecks benötigen.

INFO

Die Schweigepflicht, um die es im vorherigen Kapitel ging, ist umfassender als der Datenschutz. Neben den personenbezogenen Daten umfasst sie auch alle Privat- und Geschäftsgeheimnisse, die Ihnen anvertraut werden.

3.6 RECHTE UND PFLICHTEN AUS EINEM VERTRAG

Zumeist werden Sie aufgrund eines Vertrages tätig werden, ganz gleich, ob Sie eine Beratung durchführen oder als Referentin / Referent zu einem fachlichen Thema auftreten.

Dies ist etwas anderes als einer Person nur einen Gefallen zu tun, der ohne rechtliche Folgen bleibt. Rechte und Pflichten können sich auch aus einer rein mündlichen Korrespondenz ergeben. Ob Sie einen Vertrag geschlossen haben, hat zudem nicht unbedingt etwas damit zu tun, ob Sie Geld für Ihre Leistungen verlangen. Die Tatsache, dass sie über eine spezifische Sachkunde verfügen, fällt da schon eher ins Gewicht, insbesondere, wenn Sie erkennen konnten, welche Bedeutung Ihrer Auskunft für die ratsuchende Person haben würde.

Ist ein Vertrag zustande gekommen, führt diese Konstellation zu Rechten und Pflichten, die vor Gericht geltend gemacht können. Entweder haben sich die Parteien dazu konkret geäußert oder die Verbindlichkeiten sind auf die Umstände des Vertragsschlusses, zum Beispiel den Gegenstand der Anfrage zurückzuführen.

Wenn Sie unentgeltlich tätig werden, wurden Sie **beauftragt**. Erhalten Sie für Ihre Leistungen ein Honorar, arbeiten Sie auf der Basis eines **Dienst- oder Werkvertrages**. In jedem Fall sollten Sie sich um Sorgfalt bemühen und auch die Quellen Ihrer Auskünfte gewissenhaft auswählen und überprüfen. Denn dies ist eine Ihrer Pflichten, welche aus Ihrem Verhältnis zu der anfragenden Person entsteht. Diese Person muss auf die Korrektheit Ihrer Informationen vertrauen können.

Im Falle eines entgeltlichen Beratungsvertrages ist hinsichtlich der Rechte und Pflichten danach zu differenzieren, ob es sich um einen Dienst- oder um einen Werkvertrag handelt. Beim Dienstvertrag ist es das Wirken, die Arbeitsleistung als solche (z. B. eine Beratung), wozu sich die / der Ausführende verpflichtet hat. Beim Werkvertrag muss die beauftragte Partei ein konkret definiertes, vereinbartes Arbeitsergebnis erzielen (z. B. einen Workshop oder Vortrag), damit sie ihre Pflicht und damit den Vertrag erfüllt hat.

Geregelt wird der Dienstvertrag in den §§ 611 ff BGB, denen Sie entnehmen können, dass es hier um die Leistung verabredeter Dienste, für welche eine Vergütung vereinbart wurde geht. Auch der Arbeitsvertrag ist ein Dienstvertrag, der jedoch vielen weiteren rechtlichen Vorgaben entsprechen muss. Diese tragen dem Umstand Rechnung, dass eine Arbeitnehmerin / ein Arbeitnehmer in einen fremden Betrieb räumlich und zeitlich fest eingegliedert und weisungsgebunden ist.

Den Werkvertrag finden Sie in den §§ 631 ff BGB. Diese Regelungen beinhalten, dass die Unternehmerin / der Unternehmer sich dazu verpflichtet hat, ein bestimmtes individuelles Werk herzustellen. Im Gegensatz zum Dienstvertrag wird in diesen Vertrag ein bestimmtes Arbeitsergebnis einbezogen, die Tätigkeit muss zu einem Erfolg führen. Für dieses konkrete Werk hat die Bestellerin / der Besteller desselben die vereinbarte Vergütung zu entrichten. Ohne ausdrückliche Absprache ist für diesen Erfolg entscheidend, ob das Ergebnis dem Vertragszweck entspricht.



Ein Beispiel aus der Praxis:

Nehmen wir an, Sie sollen einen Workshop zu einer speziellen Materie konzipieren sowie durchführen und Sie tun dies auch. Ihre Auftraggeberin / Ihr Auftraggeber muss Ihnen nun das Honorar zahlen. Keine Rolle spielt es, ob ihr / ihm Ihre inhaltliche Arbeit zusagt.

Als „Honorarkraft“ sind Sie tätig, wenn Sie im Auftrag anderer Anbieter/innen referieren oder Seminare/ Workshops durchführen.

3.7 GEWERBESCHEIN UND STEUERN

Häufig wird die Tätigkeit einer Psychologischen Beraterin / eines Psychologischen Beraters gewerblich sein. Ob dies für Sie zutrifft oder ob Sie freiberuflich arbeiten, klären Sie mit dem zuständigen Finanzamt. Dort ist eine freiberufliche Tätigkeit anzumelden. Und vom Finanzamt erhalten Sie auch Ihre Steuernummer. Einen **Gewerbeschein** bekommen Sie beim Ordnungsamt oder beim örtlichen Gewerbeamt.

An eine Gewerbebeanmeldung müssen Sie auch dann denken, wenn Sie den ausschließlich beratenden Bereich verlassen und beispielsweise Sachgegenstände wie Bücher o.ä. verkaufen.

In jedem Fall sind sie verpflichtet, Ihre Einnahmen zu versteuern. Im Rahmen Ihrer jährlichen Einkommensteuererklärung gehören ihre Einkünfte in die Kategorie „Einkünfte aus selbstständiger Arbeit“. Sie führen eine Bilanz durch oder legen eine Überschussrechnung (§ 4 Absatz 3 EStG) vor. Dazu sollten Sie

zumindest ein simples Kassenbuch mit einer entsprechenden **Einnahmen- und Ausgabenauflistung** führen.

Als abzugsfähige Ausgaben können Sie alle Aufwendungen angeben, die Sie im Laufe des Jahres verzeichnen konnten: z.B. Mietkosten, Fachliteratur, durch Werbung verursachte Kosten, beruflich genutzter Telefonanschluss und -gebühren, Zusatzausbildungen usw. Seien Sie bei Ihrer Auflistung genau, denn nur der verbleibende Gewinn am Ende Ihrer Einnahmen-Ausgabenbilanz wird tatsächlich versteuert.

Sollten Sie ausschließlich auf dem Bildungssektor tätig sein und Ihr Wissen als Dozent/in weitergeben, so fallen Ihre Kosten in die Sparte Werbungskosten. Auch diese sind in der Steuererklärung anzugeben. Zu weiteren Einzelheiten (Mehrwertsteuerpflicht, Übungsleiterfreibetrag etc.) wird hier auf einschlägige Literatur verwiesen und empfohlen, sich gegebenenfalls mit einer Steuerberaterin oder einem Steuerberater zu besprechen.

3.8 VERSICHERUNGEN

Freiberufler/innen sorgen selbst für Ihre soziale Absicherung. Informieren Sie sich bitte, was für Sie sinnvoll und nötig ist. Beachten Sie: Der Abschluss einer Krankenversicherung ist verpflichtend. Erwägen Sie zudem eine Unfallversicherung und die Möglichkeiten der Altersvorsorge sowie die Auswahl einer angemessenen Berufshaftpflichtversicherung.

3.9 GUTE KONTAKTE PFLEGEN

Ist es Ihnen wichtig, Ihre Klientinnen und Klienten ausgezeichnet zu beraten, werden Sie sich beizeiten darum kümmern, ein Netzwerk zu haben, das Ihnen hilft, wenn Sie persönlichen an Ihre Grenzen stoßen. Manche Anfragen Ihrer Klientinnen oder Ihrer Klienten sind bei anderen Expertinnen und Experten besser aufgehoben.

Was die fachkundige Versorgung seelischer Erkrankungen anbelangt, so haben wir diese Grenzen unter anderem in Kapitel 1 sichtbar gemacht. Dort finden Sie die Berufsgruppen, mit denen Sie in Kontakt stehen sollten. Es ist sinnvoll, eine Liste von Psychologinnen und Psychologen, Heilpraktiker/innen sowie Ärztinnen und Ärzten in Ihrer Umgebung bereithalten, die Sie Ihren Klientinnen und Klienten empfehlen können, wenn es nötig wird. Dienstleisterinnen oder Dienstleister, die eine andere Methode der Beratung anbieten, können Ihnen und Ihrer Klientel eine breitere Begleitung gewährleisten. Vielleicht werden Sie von Ihren Klientinnen oder Klienten nach bestimmten Kursen und Seminaren gefragt. Dann ist es von Vorteil, wenn Sie Kontakt zu geeigneten Seminarleiterinnen und Seminarleitern haben.

Also beginnen Sie damit, Ihre Region auch unter diesem Aspekt kennenzulernen und sich kundig zu machen, welche qualifizierten Fachleute mit ihren Angeboten dort zur Verfügung stehen. Folgen Sie dabei auch Ihrem Gespür. Die Menschen, mit denen Sie kooperieren wollen, sollten nicht nur fachlich überzeugen, sondern auch Ihnen selbst angenehm sein.

Nicht zu unterschätzen ist auch der „Marketingeffekt“ dieser Vernetzung mit geschätzten Kolleginnen und Kollegen. Sie können sich untereinander weiterempfehlen. Gehen Sie davon aus, dass die Dankbarkeit für die Zusammenarbeit und die Pflege der Kontakte im Interesse der Menschen, die Sie alle auf Ihre Weise unterstützen wollen, überwiegt.

Dies sind erste Gelegenheiten, Kontakte zu knüpfen:

- In der medizinischen Versorgung:
- Psychotherapeutinnen / Psychotherapeuten, Heilpraktiker/innen, Ärztinnen / Ärzte verschiedener Fachrichtungen, Klinikeinrichtungen
- Im Wellness- und Gesundheitsbereich:
- Masseurinnen / Masseur, Physiotherapeutinnen und -therapeuten, Entspannungstrainer/innen, Ernährungsfachleute, Fitnessexpertinnen / Fitnessexperten
- Selbsthilfegruppen
- Krebsgruppen, Anonyme Alkoholiker, Gruppen für von Mobbing oder Essstörungen betroffene Personen usw.
- Seminaranbieter/innen
- Volkshochschulen, Familienbildungsstätten, Vereine



Wiederholungsfrage № 4:

Schauen Sie sich nach Kontaktpersonen um, die für Sie infrage kommen, um. Wenn möglich, notieren Sie sich die wesentlichen Informationen und die Kontaktdaten.

3.10 IHRE WERBUNG

Moderne Werbung ist wichtig, wollen Sie Ihre zukünftigen Klientinnen oder Klienten erreichen. Ihr Angebot im psychologischen Bereich sollte gut definiert und sichtbar sein, ebenso Ihre Philosophie, die Sie Ihrer Arbeit zugrunde legen. Mit diesen Aspekten treten Sie an die Öffentlichkeit, um ein Teil des wirtschaftlichen Marktes zu werden.

Überlegen Sie sich, welche Werbemittel am besten Ihre konkrete Tätigkeit und Ihren persönlichen Auftritt repräsentieren. Zur besseren Orientierung ein Überblick:

Flyer sind schnell gestaltet und ebenso flott und günstig gedruckt. Nehmen Sie sich jedoch im Vorfeld die Zeit festzulegen, welche Merkmale Wiedererkennungswert haben könnten. Es ist günstig, alle Werbemittel in einem einheitlichen Stil zu kreieren.

Ihre Flyer sollten eine handliche Größe haben und dennoch gut lesbar sein. Wählen Sie sinnvolle Orte, um diese Zettel auszulegen; hierzu zählen unter anderem Buchhandlungen, Beratungsstellen oder ärztliche Einrichtungen. Prägnante Formulierungen sind attraktiv; mit klaren Überschriften lenken sie die Aufmerksamkeit in die richtige Richtung. Schauen Sie sich nach Materialien um, die Ihnen gefallen, hüten Sie sich jedoch davor, etwas nachzubilden. Eine einfache Kopie fremder Ideen wird Ihnen nicht gerecht.

Prüfen Sie selbst: Sind Thema, Ort und Zeit einer Veranstaltung vorhanden? Wurde an die Adresse gedacht?

Flyer sind aber nur eine Option, sichtbar zu werden. Eventuell möchten Sie zudem in einem Printmedium oder Onlineportal eine Anzeige schalten. Je nachdem, ob es sich um einfache Fließtextanzeigen oder eine grafisch individuell gestaltete Anzeige handelt, ergibt sich ein entsprechender finanzieller Aufwand. Neben Tageszeitungen oder Werbeblättern kommen auch Fachzeitschriften infrage.

Eventuell ist es Ihnen möglich, einen redaktionellen Beitrag zu positionieren. Besorgen Sie sich die Media-Daten der Publikationen, die Sie interessieren, um die Anzeigenpreise und übrigen Konditionen (Verbreitungsgebiete, Auflagenhöhen etc.) zu erfahren.

Besondere Events, so ein Tag der offenen Tür oder ein „Schnupperworkshop“ sind gute inhaltliche Aufhänger für Ihre Werbemaßnahmen. Laden Sie die „Presse“ ein; sie knüpfen damit geschickt Kontakte.

Ein **Newsletter** hält Ihre Klientel oder interessierte Personen auf dem Laufenden. Info-Briefe oder Mailings sollten immer den Hinweis enthalten, dass diese abbestellt werden können. Im Falle des Newsletters können Sie einen entsprechenden Link bereits bei der Einrichtung erstellen. Im Sinne des Datenschutzrechtes sind Sie sogar dazu verpflichtet.

Haben Sie schon Ideen für Ihre **Homepage**? Mithilfe spezieller Online-Baukästen lässt sich ein solcher Internetauftritt heute sehr gut eigenhändig einrichten. Sie können sich kreativ „austoben“ und auch die Kosten sind überschaubar. Denken Sie an einen Bereich, in dem Sie aktuelle Termine ankündigen oder erstellen Sie einen Blog oder Podcast, der informativen Mehrwert hat.

Auch über **Soziale Medien** wie Instagram oder Facebook sollten Sie nicht hinwegsehen, sondern Sie klug für Ihre Zwecke nutzen. Teilen Sie Ihre Beiträge achtsam und überlegt, so helfen Sie mit, eine wertschätzende Kultur im Netz zu schaffen.

3.11 ANDERE BERUFLICHE OPTIONEN

Neben einer reinen Beratungstätigkeit können Sie andere Formen der fachlichen Arbeit für sich entwickeln. Schreiben Sie gerne? Vielleicht möchten Sie publizieren. Freie Mitarbeit ist für viele Medien nach wie vor ein interessantes Modell. Es ist kaum eine Illustrierte zu finden, in der nicht auch psychologische Themen erörtert werden. Bereiten Sie einen Inhalt vor und fragen Sie an, ob Interesse besteht. Wenn Sie in das Spektrum und zum Stil einer Zeitschrift passen, dann erhalten Sie eventuell weitere Aufträge. Und irgendwann sind Sie dann vielleicht so weit, sich als professionelle Autorin / professioneller Autor an ein Buch zu wagen.

3.12 VORTRÄGE HALTEN UND IN SEMINAREN LEHREN

Seminare zu leiten oder einen Vortrag zu absolvieren, kann äußerst attraktiv sein. Veranstalter im Bildungsbereich brauchen fähige Lehrende und Redner/innen. Wenn Sie sich eine solche Tätigkeit vorstellen können, dann gehen Sie ruhig daran, erste Schritte in diese Richtung zu unternehmen. Fragen Sie bei solchen Institutionen an, für die Sie mit Ihrer Fachkunde interessant sind. Vielleicht möchten Sie sich eine Mappe zurechtmachen, in der Sie Ihre Kompetenzen und Erfahrungen präsentieren. So haben Sie etwas vorzuweisen, sollten Sie nach der schriftlichen Bewerbung zu einem ersten Gespräch eingeladen werden.

Es ist von Vorteil, sich bereits im Vorfeld Gedanken zu machen, welcher Art die Veranstaltung sein soll, die man an den Mann oder die Frau bringen, also

verkaufen will. Handelt es sich um ein paar einzelne Termine oder einen fortlaufenden Kurs? Wie lange dauert ein Termin? Welche Medien wollen Sie einsetzen? Welchen Raum, welches Equipment brauchen Sie?

Für den gesamten Bewerbungsprozess gilt: Bemühen Sie sich um ein professionelles, entspanntes Auftreten; dieses sollte sich auch in Ihrer äußeren Erscheinung widerspiegeln.

Ebenso gekonnt dürfen Ihre Unterlagen aufgemacht sein, jedes Anschreiben sollte vermitteln, dass Sie Ihren Beruf als Dozentin / Dozent und / oder Berater/in selbst wertschätzen. Denken Sie auch an alle sonstigen wichtigen geschäftlichen Angaben: Ihr Name, Ihre Adresse, Ihre telefonische Erreichbarkeit, E-Mail sowie Kontoverbindung. Mithilfe entsprechender Online-Tools können Sie sich einen vollständigen Briefkopf in einer ansprechenden und seriösen Aufmachung selbst gestalten.

Die Farbigkeit sollte zurückhaltend sein. Ein gepflegter, eleganter Minimalismus unterstreicht die inhaltlichen Informationen, auf welche es ankommt.



Denken Sie an Ihre Adressatin / Ihren Adressaten. Ein Anschreiben lässt sich leichter lesen, wenn der Satzbau klar ist und der Text den Fokus ohne Weiteres auf alle wichtigen Details lenkt.

Jedoch müssen Sie zunächst einmal wissen, welche Institutionen für Ihre Bewerbung infrage kommen. Zur ersten Orientierung seien hier **Volkshochschulen, Familienbildungsstätten, Senioreneinrichtungen, ärztliche Praxen, Gesundheitszentren oder Therapeutinnen / Therapeuten verschiedener Fachrichtungen** genannt.

Zum Teil existieren dort spezifische Fachbereiche mit einer Person an der Spitze, die für Ihre Bewerbung zuständig ist. Ansonsten wenden Sie sich an die Leitung der Institution.



Wiederholungsfrage № 5:

Erstellen Sie ein Bewerbungsschreiben für eine Institution Ihrer Wahl, in der Sie einen Kurs Ihrer Wahl anbieten wollen.

Schauen Sie sich jedoch noch weiter um. Mögliche Veranstalter/innen finden sich viele. Ein Buchladen ist ein feiner Rahmen für einen Vortrag und ein Bioladen ein Hotspot für Gesundheitsinteressierte. Vielleicht bringen Sie mit Ihrer Anfrage sogar „frischen Wind“ in ein Team, eine Firma oder an einen anderen Platz, der sich für solche Events eignet. Wichtig ist allein, dass es eine potenzielle Klientel für Ihr Angebot gibt. Dann lohnt es sich, sich dort zu melden und sich vorzustellen.

In unserem Kontext dürfen die gesetzlichen **Krankenkassen** nicht fehlen. Je nach Qualifikation ist es durchaus denkbar, dass Sie als Referentin / Referent tätig werden können. Dabei wird es in der Regel um solche Events gehen, die von der Kasse als eigene Veranstaltung durchgeführt werden, für die Sie aber Inhalt und Expertise liefern. Auch ist es Ihr Part, die Konditionen (finanzielle Belange, Werbung) auszuhandeln.

Weitere Anlaufstellen für Ihre Anfrage können sein: Ärztinnen und Ärzte mit Interesse an Maßnahmen zur Vorbeugung, Freiberufliche Physiotherapeutinnen und -therapeuten, Sprachtherapeutinnen und -therapeuten, unabhängige Hebammenpraxen, Heilpraktiker/innen und bereits etablierte Kolleginnen und Kollegen, die über passende Räumlichkeiten verfügen oder die Möglichkeit haben, dieser zu organisieren.

4. Persönliche Entwicklung und Erfahrung in Gruppen

Irgendwie müssen Wissen, Wollen und Handeln zusammenfinden, soll sich im Leben etwas bewegen. Auch durch den Austausch und das Gespräch bilden sich Menschen fort und bilden sie sich eine Meinung, bereiten sie Entscheidungen vor. Gerade darum finden Sie sich auch in einer Ihrer Beratungen ein; um sich zu entwickeln und den Boden für Entscheidungen zu bereiten. Vorträge,

Seminare und Workshops, die klug gestaltet sind, machen solche Prozesse durchschaubarer und können Denkblockaden abbauen. Letztlich sind diese Events eine gute Gelegenheit, eine hochgradig praktische Sammlung von Tipps und Methoden anzubieten und weiter zu lernen. Zudem können Sie einen guten Eindruck als kompetente Rednerin / kompetenter Redner hinterlassen – wieder ein Pluspunkt für Ihre Sichtbarkeit am Markt.

4.1 Die Gestaltung eines Vortrages

Aufmerksame Zuhörer/innen merken schnell, wenn ein Vortrag nicht gut vorbereitet ist. Auf inhaltliche Fehler kommt es dabei zunächst gar nicht an. Ist das Auftreten zu unsicher oder vermeiden Sie jeden Blickkontakt, dann verspielen Sie rasch Ihre Chance auf einen guten Gesamteindruck. Gelingen wird Ihr Vortrag, wenn Sie sich eine gute Redepraxis aneignen und es darauf anlegen, Ihre Zuhörer/innen zu faszinieren, also Ihre Aufmerksamkeit an sich zu binden.

Und dies ist Ihnen bestimmt möglich; Sie halten sich an ein paar schlichte Regeln, dann wird das eine klare Sache und eine angenehme Erfahrung für Sie.

4.1.1 Spannend über Sachfragen reden

Sie haben Optionen, sich optimal auf eine Präsentation vorzubereiten. Wie Sie es im Detail auch machen, die Vorbereitung eines Vortrages ist im Wesentlichen ein ordnender Vorgang. Folgende Aspekte werden Ihnen hier begegnen:

Sie legen einen **Zweck des Vortrages** fest. Was ist Ihr Ziel?

Diesen Zweck bestimmen Sie in Abhängigkeit von Ihrer Expertise, Ihrer potenziellen Zuhörerschaft und Ihrer Sprechsituation. Natürlich ist hier nichts in Stein gemeißelt; Sie bleiben flexibel genug, um in Ihrer konkreten Vortragsgestaltung diesbezüglichen Änderungen Rechnung zu tragen.

Wenn Sie sich Ihre Einfälle auf Zetteln notieren, dann sollten Sie diese innerhalb eines Rahmens anordnen; es gibt sicherlich ein umfassendes Element, das diesen Rahmen für Ihre Ausführungen bilden kann! Setzen Sie auf Prägnanz und Präzision statt auf Menge. Entscheiden Sie sich lieber für einen Inhalt, der mit Qualität glänzt, der gut zu erinnern ist und die Zuhörer/innen stetig „mitnimmt“.

Setzen Sie daher inhaltliche Highlights!

Nun analysieren Sie den **Hörer-/Teilnehmer/innenkreis**.

Für jeden Vortrag sollten Sie sich am jeweiligen Publikum orientieren. Wer wird das sein? Was bringen diese Menschen wahrscheinlich an Hintergrundwissen mit? Welche Relevanz könnte das Thema für sie haben?

Die Klärung dieser Fragen ist wichtig, denn sonst halten Sie womöglich einen Vortrag, ohne dass Ihnen jemand wirklich zuhört. Der Stil Ihrer Präsentationsweise könnte träge oder auch zu wissenschaftlich sein, wenn Sie Ihr Publikum aus den Augen verlieren. Sprechen Sie mit einer Präsentation Ihre Kolleginnen und Kollegen an, können Sie sehr wohl auf wissenschaftliche Termini (Fachbegriffe) zurückgreifen. Ihre Zuhörerschaft wird zumindest ein grundlegendes Verständnis der Materie haben.

Tragen Sie das Thema in gleicher Weise vor fachfremden Zuhörer/innen vor, machen Sie es diesen eventuell unnötig schwer, Ihren Ausführungen zu folgen. Sie sprechen Ihr Publikum gar nicht richtig an, wenn Sie in unangemessenem Umfang eine Fachsprache oder fachliche Zusammenhänge voraussetzen.



Praxistipp:

Gerade wenn Sie selbst wissen, dass Ihr Thema komplex oder ziemlich trocken ist, sollten Sie besonderen Wert auf die Art Ihrer Präsentation legen. Üben Sie sich immer wieder in einer klaren, schlichten Ausdrucksweise, die dennoch locker und begeisternd ist. So heben Sie Ihren Vortrag auf eine emotional anrührende Ebene; ein solches Erlebnis bleibt besser im Gedächtnis. Bilder und kleine Anekdoten können helfen.

Weiter geht es mit der sachlichen Ordnungsarbeit und der **inhaltlichen Aufarbeitung** des Themas:

Haben Sie für sich ein klar umrissenes Gebiet abgesteckt, das Sie präsentieren wollen, suchen Sie sich die Elemente heraus, die dem Zweck Ihres Vortrages am besten dienlich sind.

Damit sich Ihre Zuhörer/innen umfassend an den Inhalt Ihres Vortrages erinnern, sollten Sie diesen möglichst in einem Spannungsbogen aufbereiten, der das Interesse Ihres Publikums wachhält. Reden Sie nicht nur in Stichpunkten, sondern erzählen sie eine „Geschichte“.

Ein solches Vorgehen verhindert zudem, dass sich das Publikum in einer Menge Inhalt verirrt. Der rote Faden in Ihrer „Story“ weist den Weg zum Erfassen und Verstehen. Ihre Zuhörer/innen werden es begrüßen, wenn sie das Thema förmlich riechen, sehen und schmecken können, man es also mit allen Sinnen

begreifen kann. Wir Menschen sind sinnliche Geschöpfe, daran dürfen Sie immer denken; und besonders dann, wenn es darum geht, Ihre Fachkunde und Ihre Projekte erfolgreich darzustellen.

Docere, movere, delectare – belehren, bewegen, erfreuen; seit den Anfängen der Rhetorik in der Antike sind dies nach wie vor die drei hauptsächlichen Aufgaben, denen sich eine Rednerin / ein Redner mit ihrem / seinem Vortrag stellt.

Ganz gleich, zu welchem Anlass Sie etwas vortragen, auf irgendeine Weise werden sie es mit allen drei rednerischen Aufgaben zu tun haben.

Um den Spannungsbogen richtig herzustellen, bietet es sich an, die entscheidenden Fakten erst einmal zurückzuhalten. Starten Sie mit „leichter Kost“, die Appetit auf weitere Informationen macht. Weisen Sie ausdrücklich darauf hin, dass es noch interessanter wird.

4.1.2 Aufbau eines Fachvortrages

Ihre Präsentation gehört in einen Kontext. Aus einem gut gewählten Sinnzusammenhang erschließt sich dem Publikum der Mehrwert der Veranstaltung. Unterschätzen Sie diesen Aspekt keinesfalls. Eine ZuhörerIn / ein Zuhörer, die / der weiß, was er von Ihrer Rede hat, ist **wesentlich motivierter**, Ihnen aufmerksam zuzuhören.



Praxistipp:

Sie halten beispielsweise einen Vortrag zum Thema „Resilienz“. Nun ordnen Sie diesen in einen Kontext ein. Es wird eine Menge Leute geben, die sich nicht sofort für diese Materie interessieren. Machen Sie Ihnen daher deutlich, dass es für sie alle von Vorteil ist, sich damit zu beschäftigen, weil in jeder Lebensphase kleine und große Krisen auftreten können, die gehandhabt werden wollen. Ihre zentrale Aussage: Resiliente Menschen können diese Krisen besser verarbeiten und nutzen.

Ihr Vortrag gelingt, wenn es für Ihr Publikum spürbar wird, dass die Dinge, über die Sie reden, persönlich von Wichtigkeit sind.

Wieder ist es die emotionale Beteiligung, die hier sehr motivierend wirkt. Mit überzeugenden sachlichen Argumenten beginnt die Meinungsbildung bei den Zuhörer/innen, doch die Gefühlsargumente sind es, welche eine Meinung schließlich ausformen.

Was die inhaltliche Gestaltung anbelangt, so braucht diese eine gute Balance zwischen **Struktur** und **Flexibilität**.

Nachdem Sie das recherchierte Material gesichtet haben und sich selbst klar darüber geworden sind, welche Informationen Sie präsentieren wollen, bringen Sie diese in eine Reihenfolge, die nach Ihrer Einschätzung sinnvoll ist. Trotzdem ist es möglich, dass wider Erwarten einige Ihrer thematischen Aspekte besonderes Interesse wecken. Eine derartige Entwicklung sollten Sie von vornherein in Ihre persönlicheEinstimmung auf den Vortrag einkalkulieren und entsprechend flexibel sein.

Dieses spezifische Interesse Ihrer Zuhörer/innen dürfen Sie ruhig begrüßen. Greifen Sie Fragen auf und geben Sie Ihrem Vortrag damit eine spontane Wendung. Sollten dadurch andere Passagen Ihres Vortrages ausfallen, macht dies überhaupt nichts. Ihre Präsentation gewinnt an Mehrwert. Um diesen Effekt zu erreichen, müssen Sie jedoch inhaltlich sehr gut vorbereitet sein. Sie müssen wissen, wovon Sie reden. Dann werden Sie die Fragen Ihrer Zuhörer/innen schätzen und bestens, also kompetent reagieren können.

Nur zu Ihrer Beruhigung: Souverän zuzugeben, dass man eine Frage nicht direkt beantworten kann, zeugt ebenfalls von Kompetenz!

Die Gliederung Ihres Vortrages dient Ihrer Orientierung; sie darf und sie sollte der jeweiligen Situation angepasst werden!



Optimal ist es, wenn Sie in der Lage sind, auch aus dem Stegreif ein Kapitel abzukürzen, ohne dass der Vortrag damit plötzlich zu Ende ist.

In jeder Phase Ihres Vortrages sollten Sie sich darauf konzentrieren, über das zu sprechen, was tatsächlich wichtig ist. Regelmäßig werden Sie ohnehin ein bestimmtes Zeitfenster zur Verfügung haben und daher die Länge Ihres Vortages gut planen müssen. Jedoch steckt hierin auch eine Herausforderung: Sie müssen

aus der Stoffmenge, die Sie vor sich haben, das Relevante herausfiltern und das Unwichtige zur Seite legen.

Überlegen Sie sich daher bereits, während Sie sich vorbereiten, auf welche Hintergrundinformationen Sie verzichten können, ohne dass die verständliche Darstellung des Themas leidet.

Doch auch bei längeren Präsentationen empfiehlt es sich, diese Abwägung vorzunehmen. Überflüssige Fakten verwässern die Botschaft Ihres Vortrages und können überdies sehr schnell dazu führen, dass sich Ihr Publikum langweilt. Denken Sie zurück an die dritte der rednerischen Hauptaufgaben: nach Möglichkeit ihr Publikum nicht nur zu belehren, sondern auch zu erfreuen.

Vorträgen, die nur eine schlechte Resonanz beim Publikum haben, fehlt es häufig an einem echten Schwerpunkt. Dieses Risiko minimieren Sie, indem Sie von konkreten Beispielen ausgehend Ihre wesentlichen Aussagen formulieren.

Ein Vortrag sollte einer **Disposition**, einem Plan folgen und ein paar wesentliche Elemente aufweisen:

- Sie haben ein Thema
- Sie wissen, warum Sie sprechen (situationsbezogene Einführung; Ihr Anlass)
- Sie führen Ihren eigentlichen Vortrag, den Hauptteil durch. Dies kann wie folgt geschehen: Was ist? Wie stellt sich die Situation dar? Was müsste sich eventuell verändern? Wie ist das machbar?
- Sie fassen das Gesagte zusammen
- Sie kommen zum Schluss: Vielleicht fordern Sie zu einer konkreten Handlung auf, bieten einen Transfer und einen Ausblick an.

I N F O

Die Konzepte und Techniken, welche Ihnen vermittelt werden, um einen Vortrag klug und lebendig zu gestalten, sind nur Hilfsmittel. Lassen Sie sich in Ihrer Kreativität nicht beirren. Betrachten Sie diese Anregungen allenfalls als Eselsbrücken, damit Sie nichts übersehen.

Ihre Vortragsplanung dient letztlich dazu, Ihre Zuhörerschaft zu **aktivieren**, sie in das Geschehen miteinzubeziehen.

Dazu können Sie Ihren auch Vortrag visualisieren. Gerade die weniger spannenden Elemente Ihrer Präsentation, nüchterne Fakten und Zahlen gewinnen an Attraktivität, wenn sie in Bilder oder Infografiken oder eine Mindmap¹ gekleidet werden. Nur zu bunt sollte es nicht werden, um nicht von den Kernaussagen und Ihrer Persönlichkeit abzulenken.

Visualisierungen kommen dort gut an, wo sie tatsächlich Sinn machen!



Eine bewusste Einheitlichkeit in der Gestaltung von Präsentation und Material kann hier unterstützend wirken. Mit diesen gleichbleibenden Reizen können die meisten Zuhörer/innen besser umgehen als mit einem kreativen Chaos. Folien oder Handouts, die neben dem Vortrag Verwendung finden, sollten „aus einem Guss“ sein. Herausragende Informationen gehören auf sämtliche Materialien. Doch auch hier gilt: Es einfach halten und den Inhalt betonen! Komplizierte Darstellungen würden den Eindruck der Einheitlichkeit stören.

Wenn Sie Ihre Sprache durchgängig intelligent gebrauchen, erschaffen Sie ein regelrechtes Erlebnis. Dazu ist es nötig, dass Sie sich auf Ihre Zuhörer/innen angemessen einzustellen vermögen. Ihre Worte und alle anderen Aspekte Ihres Auftritts sind nur dann verständlich, wenn andere etwas damit anfangen können, der Sinn klar ist.

Ungünstig und unachtsam ist es, durch eine unverständliche Ausdrucksweise eine überflüssige Barriere zu erreichen. In der Konsequenz bleibt der Zugang zu dem Thema dadurch verschlossen und die Sache von Expertinnen oder Experten.

Auch durch die Art und Weise, wie Sie sich selbst präsentieren, beeinflussen Sie den Erfolg Ihres Vortrages. Die souveräne, freie Rede ist eine rhetorische Kunstfertigkeit, die das Publikum umfassend aktiviert. Sie müssen Ihre Nervosität in den Griff bekommen, wollen Sie einen guten Eindruck hinterlassen. Bemühen Sie sich um Präsenz, Achtsamkeit und eine entspannt souveräne Haltung. Dies alles können Sie trainieren wie auch den richtigen Blickkontakt.

¹ Als *Mindmap* bezeichnet man allgemein die grafische Darstellung eines Themas, eines Prozesses oder einer Gedankenkette (Assoziation).

Lassen Sie Ihren Blick durch das Publikum schweifen, ohne sich an eine Person anzuheften. Sprechen Sie mit und zu allen Ihren Zuhörer/innen.

Sie haben sich gut vorbereitet, also ist alles gut. Sie kennen Ihr Thema und Ihre Mission, also ist alles gut. Machen Sie sich immer wieder bewusst, dass Sie etwas Wichtiges zu sagen haben und dass Ihr Redebeitrag wertvoll ist; jeder Unsicherheit und jedem Zweifel zum Trotz.

Tatsächlich sind Sie die Expertin / der Experte. Zeigen Sie es! Ihre Eigenheiten und die kleinen Fehler machen Ihren Vortrag charmant. Öffnen Sie sich Ihrem Publikum, so gut sie können. Es wird Ihnen gerne entgegenkommen. Und es wird Ihnen gerne zuhören.



Wiederholungsfrage № 6:

Was können Sie bereits bei der Planung Ihres Vortrages alles tun, um Ihren Vortrag interessant zu machen?

4.1.3 Hilfreiche Übung

Folgendes Vorgehen kann Ihnen helfen, Ihre rednerischen Qualitäten einzuschätzen:

Bitten Sie eine Freundin / einen Freund oder eine Kollegin / einen Kollegen darum, Ihnen bei einem Vortrag zuzuhören. Konzipieren Sie dazu ein kurzes Referat und tragen Sie es vor. Ihre Zuhörer/innen sollte sich zu diesen Punkten Notizen machen:

- Gesamteindruck
- Aufbau des Vortrages (Gliederung sinnvoll? Bezugnahme korrekt? Einleitung gelungen? Übergänge gelungen? Argumentation stimmig? Guter Schluss?
- Redestil (Emotionale Nähe aufgebaut? Angenehmer Satzbau? Angemessene Wortwahl? Anschauliche Beispiele?)

- Das Sprechen (Tempo, Energie, Aussprache verständlich?)
- Die Haltung (Mimik und Gestik? Präsenz? Blickkontakt gehalten?)

Wenn Sie selbst einmal gebeten werden, anhand dieser Beobachtungen ein Feedback zu geben, dann beginnen Sie mit dem, was Ihnen gefallen hat. Stellen Sie das Positive heraus, dann machen Sie es leichter, das zu akzeptieren, was in Ihren Augen verbessert werden sollte.



Wiederholungsfrage № 7:

Wie sehen Sie sich selbst, wenn Sie etwas vortragen? Sind Sie mit sich zufrieden? Gibt es etwas, das Sie ändern möchten?

Für Vorträge, die Sie im Homeoffice, also online durchführen gelten weitere Besonderheiten. Sie müssen auf einen guten Ton, gute Beleuchtung und die sonstige Technik achten.

Dazu finden Sie viele hilfreiche Tipps im Internet.

4.2 PSYCHOLOGISCHE SEMINARE UND WORKSHOPS

Erst einmal kann Sie das, was Sie eben zur Vortragsgestaltung gelernt haben, auch durch die Vorbereitung von Seminaren und Workshops leiten. Ergänzend geben wir Ihnen ein paar weiterführende Anregungen, um die Besonderheiten eines Seminars oder Workshops einzubeziehen. Die inhaltliche und didaktische Ausgestaltung ist Ihre Sache als Gruppenleiter/in. Hier betrachten wir den äußeren Ablauf, so wie er sich allgemein als sinnvoll erwiesen hat.

Dieser Ablauf lässt sich in einzelne Abschnitte einteilen, beginnend mit einem angemessenen Einstieg in den Inhalt und die Präsentation. Darauf folgt der Hauptteil, der sich der Arbeit an dem Thema widmet. Mit einem Abschluss, der sich an dem Vorangegangenen orientiert, endet die Veranstaltung. Da sie im Internet und in der Literatur viele nützliche Hinweise finden, wie Sie Ihr psychologisch ausgerichtetes Seminar gestalten können, beschränken wir uns im

Folgenden auf markante Eckpunkte, die allgemein eine wichtige Rolle für das Gelingen spielen.

4.2.1 Die Einrichtung des Seminarraums

Starten Sie in kleinem Kreis und erproben Sie Ihr Seminarkonzept mit Menschen, die Ihnen wichtig sind. Ihre Freundinnen oder Freunde werden Ihnen wertvolles Feedback geben. Sie können noch nachbessern, falls es etwas zu optimieren gibt. Fragen Sie andere auf dem Gesundheitssektor Praktizierende, ob Sie deren Räume für Ihre Veranstaltung mieten können.

Idealerweise einigen Sie sich darauf, dass sie nur bei tatsächlicher Nutzung des Raumes, also für den Fall, dass Ihr Seminar auch wirklich stattfindet, Miete zahlen. Sie gehen damit gerade am Anfang keine übermäßigen Verpflichtungen ein und machen dazu noch Werbung für die Praxis, in der sich die Räume befinden. Ansonsten bleibt Ihnen noch das Anmieten spezieller Seminarräume, das Ihnen jedoch bald keine Probleme mehr bereiten sollte. Schließlich gehen wir vom Erfolg Ihrer Arbeit aus. Oder?

Immer jedoch sollte der Raum, den Sie finden, ruhig und gemütlich sein. Dekorieren Sie angemessen.

4.2.2 Das Willkommen heißen Ihrer Teilnehmer/innen

Damit Ihre Teilnehmer/innen angemessen auf das weitere Programm eingestimmt werden, empfiehlt sich eventuell ein ruhiger musikalischer Rahmen. Angenehm farbig gestaltete Pinnwände oder Flipcharts machen neugierig auf das Thema und sind ein guter Anker für Ihre Teilnehmer/innen, wenn diese noch etwas zurückhaltend sind oder solange sie weiterhin zögern, Augenkontakt aufzunehmen.

Für die Sitzordnung empfiehlt sich die kreisförmige Aufstellung der Stühle, da dies einen gleichberechtigten Status fördert.

4.2.3 Der Einstieg in das Thema

Um Ihre Teilnehmer/innen in eine Materie hineinzuführen, bietet es sich an, einen konkreten Aufhänger zu verwenden, um die Aufmerksamkeit auf das Thema zu bündeln. Überlegen Sie sich dazu einen lebendigen Einstieg. Erzählen Sie zum Beispiel eine kleine Story, die dazu passt. Oder verwenden Sie Gedankenimpulse, welche Ihre Zuhörer/innen in einer Vorstellungsrunde oder nur für sich aufgreifen können.

In dieser Phase der Veranstaltung schaffen Sie die Stimmung, die möglichst von Zuversicht Humor und Offenheit geprägt sein sollte. Geben Sie dem Ganzen einen schönen und sicheren Rahmen, indem Sie kurz den Ablauf des Events

darstellen und über weitere wichtige Dinge informieren (einzelne Themen, Örtlichkeiten, Pausen).

4.2.4 Der Hauptteil

Wie der Hauptteil Ihrer Veranstaltung aussieht, das ist abhängig von den Ideen, die Sie zu Ihrem Thema entwickeln. Diese Ideen bringen sie in eine Ordnung, der Ihre Zuhörer/innen gut folgen können. Sie haben Ihre Vorbereitung auf das Event ja damit begonnen, sich sehr präzise zu überlegen, was Sie erreichen wollen. Dabei sollten Sie sich umfassend auf das Thema, den Kreis der potenziellen Teilnehmer/innen und die Situation, in der Ihre Präsentation ablaufen wird, beziehen.

Vielleicht haben Sie vor, über die „Positive Psychologie und die Wege zum persönlichen Glück“ (Details hierzu in den Studienbriefen 8 und 9) zu sprechen. Dann sammeln sie assoziativ Ihre Gedanken, welche geeignet sind, Ihre Zuhörerschaft zu Ihrem Ziel hinzuführen.



Wiederholungsfrage № 8:

Ihre letzte Wiederholungsaufgabe gibt Ihnen die Möglichkeit, sich zu überlegen, wie Sie Ihre Praxis um interessante Veranstaltungen erweitern können. Ist es denkbar für Sie, ein Seminar zu leiten oder einen Vortrag zu halten? Welche Themen fallen Ihnen ein? Haben Sie Ideen für sonstige Events?



Praxistipp:

Hilfreich ist es, einzelne Punkte schriftlich festzuhalten, zum Beispiel auf Karteikarten. Oder Sie arbeiten eine Präsentation mit Folien aus. Gestalten Sie diese Materialien dialogisch; sie berücksichtigen also bereits bei der Vorbereitung mögliche Einwände und Fragen.

Streuen Sie Beispiele ein, diese jedoch in Stichworten. Wörtliche Zitate sind ebenfalls interessante Stilmittel, um das Ganze lebendig zu halten. Achten Sie bei allem darauf, den Kern des Themas im Blick zu halten und Ihre Teilnehmer/innen nicht mit zu vielen Informationen zu ermüden.

In einem praktischen Teil können Ihre Teilnehmer/innen dann ihre eigenen Erfahrungen mit ihrem neuen Wissen machen. Im Hinblick auf die Idee der praktischen Psychologie, Menschen in ihrer Handlungsfähigkeit zu unterstützen, sind diese Praxis und das eigene Erleben von wesentlicher Bedeutung für das Gelingen Ihrer Veranstaltung. Möglicherweise entwerfen Sie mit Ihren Teilnehmer/innen positive Impulse, die diese dann in den Alltag mitnehmen. Oder Sie erproben eine neue Art der Kommunikation.

Denken Sie auch an die Arbeit in Kleingruppen, welche Sie moderierend begleiten können. Schöpfen Sie diesbezüglich aus den Anregungen, die Sie in den Inhalten der Studienhefte finden. Sehen Sie die Arbeit in der Gruppe als eine gute Möglichkeit, bestimmte Aspekte zu vertiefen und besser nachvollziehbar zu machen.

Manche Ihrer Seminare und Workshops werden sich auch dazu eignen, im Freien durchgeführt zu werden. Die Natur ist ein fabelhafter Platz für Übungen in Achtsamkeit und Ruhe. Outdoor – draußen – ist es leichter möglich, sich körperlich zu spüren und neue Energie zu tanken. Ein stabilisierender Effekt im Hinblick auf die angestrebte persönliche Entwicklung.

4.2.5 Der Abschluss

Für jedes Seminar, jeden Vortrag gilt: Alle Theorie ist grau, wenn sie nicht mit Leben gefüllt wird. Der Erfolg einer Veranstaltung kann nur darin bestehen, dass Inhalte dargelegt werden und diese dadurch sichtbarer und greifbarer werden. Die Teilnehmer/innen eines Kurses oder Workshops, die Zuhörer/innen eines Referates nähern sich einem Gegenstand, sie erhalten Tipps und Anregungen, wie sie mit dem Thema (besser) umgehen. Jedes Seminars und jeder Workshop lässt sich geschickt damit beenden, dass an die Teilnehmer/innen der Appell ergeht, kurz Stellung zu nehmen zu den wesentlichen Lernerfahrungen.

Geht es in der Hauptsache um die Vermittlung konkreter Techniken oder Methoden, ist es hilfreich, gemeinsam über Möglichkeiten zum Transfer in den Alltag zu reflektieren und diese schriftlich festzuhalten.

5 Schlussbetrachtung

Nach der Lektüre dieses Heftes arbeiten Sie bereits an Ihrem Erfolg, denn Sie haben erste wichtige Schritte gemacht. Ein guter Moment, um in Ruhe auf die Zeit Ausbildung zurückzublicken. Lehnen Sie sich etwas zurück und freuen Sie sich über diese Erfahrung. Es ist eine beachtenswerte Leistung, sich anhaltend zum Lernen zu motivieren, und dies neben den übrigen alltäglichen Aufgaben. Nun verfügen Sie über grundlegende Kenntnisse in verschiedenen Bereichen der Psychologie und immer noch gibt es genügend Neues zu erforschen. Zum Abschluss sei gesagt: Bleiben Sie am Ball, informieren Sie sich weiterhin und folgen Sie Ihrer Intuition. Nutzen Sie nochmals Ihr Lerntagebuch, um Ihre Ideen und Gedanken aufzuschreiben; mit Datum. Und daneben machen Sie sich ein paar Notizen zu Ihren Plänen.

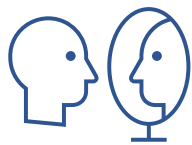
Pflegen Sie diese Gewohnheit, ihre geschäftlichen Erlebnisse zu dokumentieren, indem Sie von nun an ein neues Journal, ein **Erfolgstagebuch** anlegen.

Dieser kleine Trick hilft Ihnen, sich Ihrer Aufgaben bewusst werden, insbesondere soweit Sie Ihre Position als Unternehmer/in betreffen. Denn auch darin liegt ein Aspekt Ihrer Tätigkeit. Sie haben dafür zu sorgen, dass alles funktioniert: Ihre Beratung und die Organisation!

Hören Sie auf das, was Ihre Kundinnen und Kunden sagen und holen Sie sich wertvolles Feedback! Erkundigen Sie sich bei Ihren Zielgruppen danach, was Sie brauchen und Sie werden es Ihnen gerne mitteilen. Wenn Sie sich bereit fühlen, dann kommunizieren Sie, was sie anzubieten haben – und zwar deutlich. Der Nutzen Ihres Angebotes sollte bereits nach wenigen Worten klar sein. Grafische Elemente und die richtigen Farben können ihr klares unternehmerisches Profil unterstreichen. Idealerweise verkörpert Ihr visueller Auftritt am Markt Ihre Philosophie. Und mit Ihrer Absicht, Ihr Wissen auf dem neuesten Stand zu halten, werden Sie nachhaltig überzeugen. Investieren Sie regelmäßig in sich selbst. Es tut Ihnen und Ihrer Praxis gut, wenn Sie Ihren Horizont erweitern und sich fachlich weiterbilden. Mit Ihrem Wissensstand sind Sie in der Lage, gezielt zusätzliche Ausbildungen zu wählen, bereichernde Seminare zu besuchen und autodidaktisch zu arbeiten. Machen Sie das, was Ihnen Spaß macht! Lernen hält Sie und Ihr Geschäft lebendig!

Denken Sie gleich von Anfang an daran, sich ein Netzwerk zu schaffen. Wie können Sie andere und wie können andere Sie und Ihren Service fördern? Bauen Sie sich wechselseitig befruchtende Kooperationen und ein Team von Expertinnen und Experten auf.

Sie möchten fundierte Beratungsleistungen anbieten. In gleicher Weise tragfähig sollte das Fundament Ihres Unternehmens sein; gegründet auf einem guten „Warum“! Für ein erfolgreiches Tätigwerden ist es wichtig, dass Sie sich von der Masse abheben. Nehmen Sie Ihre Ideen kritisch unter die Lupe. Hinterfragen Sie Ihre Motive: Warum tun Sie das, was Sie tun? Ist Ihr Motiv stark genug, um darauf aufzubauen? Machen Sie aus sich eine Expertin oder einen Experten und streben Sie danach, die Beste oder der Beste in Ihrem Fach zu sein und das Beste zu erreichen!



Kleine Selbstreflexion: Einzigartigkeit

Nehmen Sie sich fünf bis zehn Minuten Zeit, um sich in Ruhe den Mysterien des Erfolges zu widmen. Atmen Sie durch, entspannen Sie, lassen Sie los ...

Was ist es, was Ihr Angebot, Ihren Service von den Ideen Ihrer Mitbewerber/innen unterscheidet? Was hebt es von den anderen ab, macht es einzigartig? Warum sollte man genau Ihr Angebot annehmen und für Ihre Praxis Geld ausgeben? Finden Sie Ihr besonderes Merkmal und teilen Sie dies der Welt unmissverständlich mit.

Wenn Sie sich derart sichtbar machen, dann tun Sie dies, um Ihren eigenen Weg zu gehen! Lassen Sie sich nicht verunsichern und glauben Sie an Ihre Standhaftigkeit. Natürlich werden Ihnen Personen oder Ereignisse begegnen, die Sie von Ihrem Weg abbringen wollen und die letztlich Ihre Kompetenz auf die Probe stellen. Doch lassen Sie sich nicht beirren, sondern bleiben Sie standhaft und glauben Sie an sich!

Feiern Sie auch kleine Erfolge! Erfreuen Sie sich an jedem noch so minimalen Gelingen. Würdigen Sie, was Sie geschafft haben und seien Sie dankbar dafür. Wenn Sie fleißig Ihr Erfolgstagebuch führen, können Sie es immer wieder nachvollziehen: Haben Sie echte Freude an Ihren kleinen und großen Erfolgen und erinnern Sie sich häufig an jene Augenblicke, um diese positive Energie wieder zu spüren.

Und fühlen Sie regelmäßig Ihren eigenen Glaubenssätzen auf den Zahn! Sie haben mittlerweile zahlreiche Überlegungen gespeichert; dazu vielleicht auch erste Erfahrungen. Wenn sich daraus bereits Überzeugungen gebildet haben, dann sind diese stärker als Ihre bewussten Ansichten und Wünsche. Um sich hier nicht selbst zu blockieren, möchten wir Ihnen ans Herz legen, weiterhin regelmäßig zu reflektieren, wie es um Ihre innere Haltung steht und gegebenenfalls etwas „aufzuräumen“ und überholte, hinderliche Glaubenssätze zu entfernen. Sie wissen ja, was zu tun ist ...

Viel Spaß und Erfolg bei all Ihren künftigen Projekten!

*Dr. phil. Marcus Klische, Pädagogische Leitung & Antje Limbach-Mayerhöfer,
zertifizierte Dozentin in der Erwachsenenbildung*

6 Lösungen der Aufgaben zur Selbstüberprüfung

Wiederholungsfrage N° 1:

a) In der lokalen Wochenzeitung Ihres Wohnorte erfahren Sie von einer Neueröffnung: „Gerda Selbstlos, Praxis für Psychotherapie“. Erkennen Sie die Berufsgruppe, zu der die Inhaberin höchstwahrscheinlich zählt?

Antwort:

Frau Selbstlos führt weder die geschützte Bezeichnung „Psychotherapeutin“ noch „psychologische Psychotherapeutin. Daher ist davon auszugehen, dass sie keine Qualifikation als psychologische oder ärztliche Psychotherapeutin hat. Die Formulierung in der Anzeige deutet hier auf eine Tätigkeit als Heilpraktikern für Psychotherapie hin.

b) Eine Freundin berichtet Ihnen, dass sie in einer bestimmten Angelegenheit Hilfe gesucht hat. Sie ist Patientin von „Fabian Glück (BDP) – Psychologischer Psychotherapeut“. Mit welcher Berufsgruppe haben Sie es hier zu tun?

Antwort:

Herr Fabian Glück ist wohl als psychologischer Psychotherapeut tätig, da er diese geschützte Bezeichnung nach den Angaben der Freundin ausdrücklich verwendet.

Wiederholungsfrage № 2

Welche psychologischen Beratungsstellen gibt es bei Ihnen in Ihrer Region? Wie viele Psychiaterinnen / Psychiater können Sie ausfindig machen?

Antwort:

Hier ist eigenständige Recherchearbeit gefordert.

Wiederholungsfrage № 3:

Führen Sie für sich eine Inventur Ihrer Ideen unter Berücksichtigung der oben gestellten Fragen durch. Geben Sie sich selbst ehrliche Antworten.

Antwort:

Hier ist eine individuelle Antwort möglich.

Wiederholungsfrage № 4:

Schauen Sie sich nach Kontaktpersonen um, die für Sie infrage kommen, um. Wenn möglich, notieren Sie sich die wesentlichen Informationen und die Kontaktdaten.

Antwort:

Eigenhändiges Erstellen einer Kontaktliste erwünscht.

Wiederholungsfrage № 5:

Erstellen Sie ein Bewerbungsschreiben für eine Institution Ihrer Wahl, in der Sie einen Kurs Ihrer Wahl anbieten wollen.

Antwort:

Eigenhändiges Formulieren des Schreibens erwünscht.

Wiederholungsfrage № 6:

Was können Sie bereits bei der Planung Ihres Vortrages alles tun, um Ihren Vortrag interessant zu machen?

Antwort:

Wichtig ist, Ihre Absicht zu motivieren, den Stoff zu ordnen und gut zu strukturieren, die Zuhörerschaft zu aktivieren und sie mit Ihrem Vortrag möglichst auch zu erfreuen.

Darüber hinaus ist hier eine individuelle Antwort möglich.

Wiederholungsfrage № 7:

Wie sehen Sie sich selbst, wenn Sie etwas vortragen? Sind Sie mit sich zufrieden? Gibt es etwas, das Sie ändern möchten?

Antwort:

Bleiben Sie so nah an Ihrer Wahrheit wie möglich, wenn Sie diese Frage für sich beantworten. Und doch sollte Ihre Beobachtung und Reflexion von Wertschätzung und Selbstliebe getragen sein. Legen Sie bitte jeden Hang zur Strenge und das „zu viel an Perfektionismus“ ab.

Wiederholungsfrage № 7:

Ihre letzte Wiederholungsaufgabe gibt Ihnen die Möglichkeit, sich zu überlegen, wie Sie Ihre Praxis um interessante Veranstaltungen erweitern können. Ist es denkbar für Sie, ein Seminar zu leiten oder einen Vortrag zu halten? Welche Themen fallen Ihnen ein? Haben Sie Ideen für sonstige Events?

Antwort:

Hier ist eine Individuelle Antwort ist möglich.

7 Literaturtipp

Elter, Constanze (2023)

Freiberufler: Fit fürs Finanzamt. Buchführung, Rechnungen, Steuern & Co.

Weinheim: Wiley Verlag