

# Inhalt

Vorwort: Stecknadel oder Patchworkdecke? .....	11
Wie ist es zu diesem Buch gekommen?.....	13
<b>1. Wie und warum man Sie als Coach oder Trainer auswählt .....</b>	<b>17</b>
1.1 „Wo das Suchen endet, beginnt das Finden“ – die vier Wege.....	17
1.2 Was geht Kunden während der Suche durch den Kopf? .....	21
1.3 Coachs werden auf diese Weise eher selten gesucht – Trainer schon häufiger!.....	24
<b>2. Liebe auf den zweiten Blick: Sich als Coach positionieren .....</b>	<b>29</b>
2.1 Es gibt keine passende Positionierung für mich .....	32
2.2 Es gibt zu wenige Kunden für meine Positionierung.....	33
2.3 Es gibt schon zu viele Coachs mit dieser Positionierung .....	34
2.4 Mit Positionierung wird es mir thematisch viel zu langweilig.....	36
2.5 Für diese Positionierung bin ich nicht gut genug .....	37
2.6 Wenn ich mich klar positioniere, fühlen sich andere Kunden abgeschreckt.....	38
2.7 Andere werden schlecht über mich denken, wenn ich mich für diesen Schwerpunkt „oute“ .....	39
2.8 Diese Zielgruppe kann mich nicht bezahlen.....	40
2.9 Mit Positionierung werde ich weniger Geld verdienen als ohne .....	42
2.10 Positionierung macht keinen Spaß .....	44
<b>3. So finden Sie Ihre authentische Positionierung .....</b>	<b>45</b>
3.1 Wie kam es zu ersten Positionierungen? Ein kleiner historischer Exkurs von Hans-Werner Klein .....	46
3.2 Was ist eine authentische Positionierung?.....	48
3.3 Wie finden Sie Ihre authentische Positionierung?.....	49
3.4 Erste Schritte zu Ihrem Ziel zur authentischen Positionierung .....	51
3.5 Coach, wofür lebst du? Coach, wofür stehst du? .....	65
3.6 Ein Kreis für Ihr Leben: Ihr eigener „Coach Positioning Circle“ .....	68

<b>4. Sie können Ihr Coaching-Know-how zum Thema Positionierung nutzen ....</b>	<b>73</b>
4.1 Coaching-unterstützte Auswahl der Positionierung .....	73
4.2 Coaching-unterstützte Umsetzung der Positionierung .....	81
<b>5. Welche Möglichkeiten der Positionierung gibt es? .....</b>	<b>85</b>
5.1 Die Stecknadel-Positionierung .....	87
5.2 Die Stricknadel-Positionierung.....	100
5.3 Die Roter-Faden-Positionierung .....	114
5.4 Die Patchworkdecken-Positionierung.....	130
5.5 Ein kurzes Fazit über alle Positionierungsarten.....	141
<b>6. Positionierung im Wandel.....</b>	<b>143</b>
6.1 Praxisbeispiel: Martin Weiss .....	143
6.2 Praxisbeispiel: Dr. Ingolf Hoven .....	150
<b>7. Zehn wesentliche Positionierungsfehler – und wie Sie sie vermeiden können .....</b>	<b>155</b>
7.1 Das eigene „Schmerzthema“ als Positionierung auswählen .....	156
7.2 Eine Zielgruppe nur auswählen, weil man diese halt am besten kennt .....	157
7.3 Das Hobby zum Beruf machen .....	158
7.4 Tun, was alle machen .....	159
7.5 Zu schwammig bleiben.....	160
7.6 Zu spitz werden.....	161
7.7 Zu schnell aufgeben.....	162
7.8 Zu sehr auf andere hören .....	163
7.9 Einen Guru-Status anstreben .....	164
7.10 Nicht ins Handeln kommen .....	165
<b>8. „Fünf Köstlichkeiten“ – ein Interview-Bufferet mit Ausbildern, Medien-Stars, Trainern, Weltreisenden und Scannern .....</b>	<b>167</b>
8.1 Weltreisende und Auswanderin: ein Interview mit eWa Ferens .....	168
8.2 Was wir von Coachingausbildern lernen können .....	170
8.3 Auch Trainer brauchen Trainer. Interview mit dem Top-Trainer Al Weckert.....	182
8.4 „Ich mache Musiker wieder glücklich.“ Interview mit Mona Köppen, einer als Stecknadel positionierten Scannerin .....	188

<b>9. Wie schnell zeigt sich der Erfolg der Positionierung? .....</b>	<b>191</b>
<b>10. Zuklappen und anfangen: die nächsten Schritte .....</b>	<b>195</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>197</b>
Kopiervorlage: der CPC-Kreis (Kapitel 3) .....	199
Danke.....	201
Foto- und Bildnachweise .....	207