

# MARKETING-KLARBLICK



IRRWEGE VERMEIDEN,  
STIMMIG WERBEN,  
NERVEN SPAREN

Programm 2026

[Zur Buchungsseite](#)

In meinen 1:1 Coachings sehe ich: Bunte Vögel wollen das System verstehen, um eigene Wege zu gehen. Das führt oft dazu, dass sie nicht mischbare Systeme kombinieren oder alle Methoden gleichzeitig anwenden – und am Ende nicht wissen, was funktioniert hat.

Deshalb gibt es Marketing-Klarblick: Du erwirbst das Verständnis, das du brauchst, um in der Kundengewinnung kreativ, effizient und zeitsparend zu sein. Das Abo ist auch ein Gegenmittel bei Marketing-Frust, Ekel vor üblichen Methoden oder großem Bedürfnis nach stimmigem, wertebasiertem Marketing.

Der Kurs wiederholt sich nach 12 Terminen, nur die Praxistermine sind

immer anders. Er besteht aus:  
Ortskenntnissen (Systemverständnis),  
Praxisterminen und Werkzeugkunde  
(Methoden zur Umsetzung) im Wechsel.

## Rahmenbedingungen:

- Jederzeit starten und stoppen
- Jederzeit kündigen
- Jederzeit unterbrechen und später wieder einsteigen
- Donnerstag, 16:30-18:00 Uhr,  
ungerade Kalenderwochen
- Sommerpause: 18. Juli – 17. August  
2026
- Winterpause: 10. Dezember 2026 –  
9. Januar 2027
- 84€/Monat (automatisch abgebucht,  
pausiert während der Pausen)

Die Terminübersicht ist ein Plan, kein Versprechen. Wenn sich Themen zusammenfassen lassen oder wiederkehrende Fragen einen eigenen Termin verdienen, passt sich der Kurs an.

# **ALLGEMEINE INFOS ZU DEN TERMINEN**

**Ortskenntnisse:**

**SYSTEMVERSTÄNDNIS ALS  
FUNDAMENT**

**4 MODULE PRO ZYKLUS**

Dieses Wissen ermöglicht dir, fundierte Entscheidungen zu treffen, Systemfehler zu erkennen und effiziente Strategien zu entwickeln.

Die vier Themen findest du weiter unten.

**Praxis:**

**KONKRETE ARBEIT AN REALEN  
BEISPIELEN**

**WECHSELNDE INHALTE, IMMER  
PRAXISNAH**

Wir arbeiten mit realen Beispielen, die gerade bei mir oder meinen 1:1 Kunden in Entwicklung sind. Die genauen Themen und Ziele werden vorher festgelegt und klar eingeschränkt.

## **Was wir konkret tun:**

- Strategien für Produkte entwickeln oder prüfen
- Verkaufsfunnel entwerfen
- Werbetexte-Strategien für Veranstaltungen planen

Dabei beachten wir individuelle Bedürfnisse, geben konstruktives Feedback und verstehen, was in welcher Reihenfolge ablaufen muss. Du lernst, Schwachstellen zu erkennen und Nutzen, Dringlichkeit sowie Kaufmotivation zu kreieren – ohne manipulativ zu werden.

## **Beispiel Praxistermin (26.02.26):**

Wir entwickeln gemeinsam die Strategie für ein reales Produkt von mir. Du blickst hinter die Kulissen, gestaltest mit und planst mit. Wir entwerfen eine Abfolge von Textideen (nur Ideen, nicht ausformuliert), die Interessenten informieren und den Nutzen aufzeigen. Dabei lernst du, systematisch aus der Kundenperspektive zu denken: Wann

braucht der Kunde welche Information für eine fundierte Entscheidung – ohne von unnötigen Details überflutet zu werden?

## **Praxistermine 2026:**

26. Februar | 9. April | 21. Mai | 2. Juli |  
10. September | 22. Oktober |  
3. Dezember

## ***Werkzeugkunde:***

**WISSEN ÜBER METHODEN  
UND WEGE ZUR UMSETZUNG**

### **4 MODULE PRO ZYKLUS**

Mit dem passenden Werkzeug geht es schneller und leichter. Wie setzt du es richtig ein? Wie passt du es an deine neurobunten Bedürfnisse an? Welches Werkzeug brauchst du wann?

Die vier Themen findest du weiter unten.



[Zur Buchungsseite](#)

# DIE EINZELNEN INHALTE:

MODUL: *Ortskenntnis*

## DIE ZWEI GRUNDSÄTZLICHEN FUNKTIONSPRINZIPIEN IN DER KUNDENGEWINNUNG: HOLEN UND BRINGEN

(Nächste Termine 12. Februar + 27. August)

Selbst Menschen, die sich für große Marketingexperten halten, können nicht immer erkennen, was, wann, wie funktionieren kann und wann nicht. Deshalb werden so viele Fertiglösungen verkauft und so wenig flexible, offene Herangehensweisen.

Dabei gibt es nur zwei Grundprinzipien, die halt nicht vermischt werden dürfen: „Der Kunde sucht“ oder „der Kunde sucht nicht“. Das ändert dein Vorgehen fundamental. Werden diese beiden Prinzipien vermischt, dann geht die Effizienz flöten, falls es überhaupt noch etwas abwirft.

**MODUL: *Praxis***

**IMMER ANDERS, IMMER SPANNEND,  
IMMER REAL**

(26. Februar + 10. September)

**MODUL: *Werkzeugkunde***

**PLANEN VERSUS IMPROVISIEREN:  
SICHERHEIT, STIMMIGKEIT UND  
SPONTANITÄT MISCHEN**

(nächste Termine 12. März + 24.  
September)

Der Kunde will wissen, was er kriegt. Deshalb kommst du nicht ums Planen rum, auch wenn du am liebsten nur improvisieren würdest. Planst du zu wenig, kauft er nicht und du hast finanziellen Stress.

Planst du zu viel, entsteht bei dir Enge oder Langeweile. Wir schauen hin, wo man planen muss, wo man sich an Pläne halten muss und wo und wieviel Improvisation Sinn und Spaß macht.

Außerdem klären wir: Wie plane ich zeitlich? Wieviel Vorlauf brauche ich für ein Projekt? Wie kurzfristig kann ich umsetzen, gerade bei terminierten oder verderblichen Produkten?

## MODUL: *Ortskenntnisse*

### **MARKTCHANCEN + ZIELGRUPPE EVALUIEREN**

(Nächste Termine 12. Februar + 27. August)

Wie erkennst du, ob dein Produkt gute Marktchancen hat? Wie kannst du erkennen, ob eine ausreichend große Zielgruppe da ist und wie und wo du sie am besten erreichst?

Wir arbeiten pragmatisch mit Beobachtung statt mit Statistik. Hinschauen lohnt sich, denn du kannst nur etwas bewirken, wenn da Interessenten sind. Wir schauen, wo und

wie du potenzielle Käufer anziehst und wie du verhinderst, nur begeisterte Fans ohne Kaufbereitschaft zu haben oder komplett ins Leere zu laufen.

**MODUL: *Praxis***  
**IMMER ANDERS, IMMER SPANNEND,  
IMMER REAL**

(9. April + 22. Oktober)

**MODUL: *Werkzeugkunde***  
**USP: SEIN NUTZEN UND SEIN  
GEBRAUCH**

(nächste Termine 23. April + 5.  
November)

Alle reden vom USP, viele haben Mühe einen guten zu finden. Aber: Wenn man ihn mal hat, wo und wie setzt man ihn dann konkret ein? Wir gehen der Sache auf den Grund.

Was macht einen guten USP aus? Was ist ein USP und was nicht? Du lernst, wo in deiner Kundengewinnung du ihn prominent präsentieren musst, wo du ihn erwähnst und wo er keine Rolle spielt. Der USP ist ein Punkt, wo du mit System viel Zeit und Energie sparen kannst und gleichzeitig dein Angebot viel interessanter und einzigartiger werden lässt.

**MODUL: *Ortskenntnisse***  
**MINDSET - ABGRENZUNG, PAUSEN,  
VORURTEILE, MOTIVATION**

(nächste Termine 7. Mai + 19. November)

Das wird keine abgehobene Mindset-Veranstaltung, wo ich dir (in vitro) erkläre, wie du denken sollst und du dann versuchst, dich umzuprogrammieren.

Du erhältst konkrete Alltagstechniken, um deine Bedürfnisse direkt in deine

Projekte und Strategien einzubauen. Wir reden über die gängigen Vorurteile und zerlegen sie logisch-rational, damit du erkennen kannst, warum das nicht stimmt.

Und wir schauen, welche Motivationsmethoden bei welchen neurobunten Motivationslöchern funktionieren – mit dem nötigen Hirnfutter, um zu verstehen, wie du tickst.

MODUL: *Praxis*

**IMMER ANDERS, IMMER SPANNEND,  
IMMER REAL**

(21. Mai + 3. Dezember)

MODUL: *Werkzeugkunde*

**TARGETING => PRÄZISION STATT  
GIESSKANNE**

(nächste Termine 4. Juni + anfangs 2027)

Der größte Verlust an Energie, Zeit und Geld im Marketing kommt vom Gießkannenprinzip. Du streust deine Werbung großflächig und hältst deine Ansprache allgemein, statt präzise und gezielt anzusprechen, was der Kunde braucht, und dort zu werben, wo er sich aufhält.

Gutes Targeting bedeutet nicht, deine Positionierung zuzuspitzen, sondern deine Kundenansprache und Strategie präziser zu machen. Selbst bei Systemen, die zwangsläufig Streuung mit sich bringen, kannst du mit klugem Targeting deinen Aufwand deutlich verringern.

**MODUL: *Ortskenntnisse***

**PREISE, PREISSTRATEGIE UND MARGE**  
(nächste Termine 18. Juni + anfangs 2027)

Wie findest du die passenden Preise?  
Was ist der Kunde bereit zu zahlen? Wie

verkaufst du, wenn deine Produktionskosten oder dein Qualitätsanspruch dazu führen, dass deine Preise höher sind als marktüblich?

Wir klären, wann es sich lohnt, etwas gratis oder günstig herauszugeben, wieviel Kostproben oder Rabatt Sinn machen und wie du dafür sorgst, dass Kunden wieder und wieder kaufen. Ich zeige dir unterschiedliche Modelle, mit denen du deine Preise ohne hohe Mathematik prüfen kannst, sowohl für schnelle Einschätzungen als auch für langfristige Planung mit deinen Businesszahlen.

**MODUL: *Praxis***  
**IMMER ANDERS, IMMER SPANNEND,  
IMMER REAL**  
(2. Juli + anfangs 2027)

**MODUL: *Werkzeugkunde***

**AUS DEM KOPF DER ZIELGRUPPE  
DENKEN**

(nächste Termine 16. Juli + anfangs 2027)

Im Marketing geht es zuerst nicht um dich. Erst wenn du das Interesse deines Gegenübers geweckt hast, interessiert es sich dafür, wer du bist und was du kannst. Deshalb starten gute Texte, Videos oder Unterhaltungen nicht mit dir, sondern mit deiner Zielgruppe.

Du brauchst Verständnis für deine Zielgruppe und ein Bewusstsein, was du als Erstes präsentieren musst, um neugierig zu machen. Deshalb zeige ich dir, wie du aus dem Kopf deiner Zielgruppe denken kannst. Damit dein Gegenüber sich verstanden und gesehen fühlt.



[\*\*Zur Buchungsseite\*\*](#)