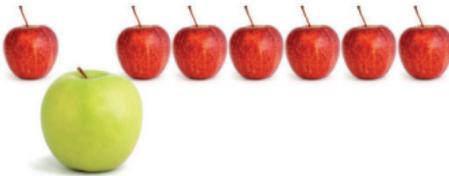


Miriam Bauer  
Giso Weyand

# 30 Minuten

## Trainermarketing



Wird empfohlen von



GABAL

**Miriam Bauer  
Giso Weyand**

**30 Minuten**

# **Trainermarketing**

## 30-Minuten-Reihe

---

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Umschlag und Layout: die imprimatur, Hainburg  
Titelfoto: © robynmac@www.fotolia.de  
Lektorat: Dr. Sandra Krebs, Offenbach  
Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)  
Druck und Verarbeitung: Salzland Druck, Staßfurt

Werden Sie Fan von uns auf [facebook.com](https://www.facebook.com).  
Follow us on [twitter](https://twitter.com).

© 2010 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autor noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

Printed in Germany  
ISBN 978-3-86200-465-2

## In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

### *Kurze Lesezeit*

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- Alle wichtigen Informationen sind blau gedruckt.
- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt auf die Seite, die Ihre Wissenslücke schließt.
- *Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen. Sie sind blau gedruckt und zusätzlich durch ein Uhrensymbol gekennzeichnet, sodass sie leicht zu finden sind.* 
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.

# Inhalt

---

<b>Vorwort</b>	<b>6</b>
<b>1. Marketing für Trainer: Was gehört dazu?</b>	<b>8</b>
Die Basis	9
Dem Kunden Sicherheit geben	14
Infomaterial	16
Öffentlichkeitsarbeit	18
Die Gesamtstrategie: Sogmarketing	21
<b>2. Anders sein</b>	<b>24</b>
Kein Alleinstellungsmerkmal – und nun?	25
Was ist Ihre Besonderheit?	30
Wie setzen Sie Ihre Besonderheit ein?	39
<b>3. Spannend sein</b>	<b>44</b>
Inszenierung	45
Den eigenen Auftritt verbessern: 5 Inszenierungstechniken	51
<b>4. Bekannt werden</b>	<b>62</b>
Machen Sie auf sich aufmerksam	63
7 Tricks, um in die Medien zu kommen	66

<b>Die Autoren</b>	<b>78</b>
<b>Weiterführende Literatur</b>	<b>79</b>
<b>Register</b>	<b>80</b>

## Vorwort

30 Minuten – eine halbe Stunde: das ist nicht viel. Und doch wird Heinrich Heine nachgesagt, er habe etliche seiner Gedichte in einer guten halben Stunde geschrieben. Eine halbe Stunde in einem Fußballspiel oder Tennismatch kann wiederum sehr lang sein. Eine halbe Stunde Joggen täglich ließe den „mittleren Ring“ vermutlich völlig verschwinden. Und nach einem Unfall entscheidet eine halbe Stunde oft über Leben und Tod.

Warum sollte eine halbe Stunde also nicht auch einen Unterschied im Marketing von Trainern machen? Sie haben sich dazu entschlossen, diese halbe Stunde zu investieren.

Was wir mit dem Buch erreichen wollen:

1. Sie sollen einen ersten Überblick bekommen, was gutes Trainermarketing ausmacht.
2. Aus der Vielzahl der Möglichkeiten sollen Sie jene Strategien und Instrumente kennenlernen, die Sie direkt nutzen können.
3. Sie sollen einen ersten Schritt in Richtung professionelles Marketing gehen, um sich nicht auf reines Empfehlungsgeschäft verlassen zu müssen.

Denn gutes Trainermarketing\* reduziert Ihre Abhängigkeit von Empfehlungen, von Großkunden und konjunkturellen Schwankungen. Wer mehr gefragt ist, als er arbeiten kann, der wird auch in Krisenzeiten nicht klagen können. Und der kann in Boomzeiten

wachsen, mehr verdienen – oder einfach wieder mehr Freizeit haben. Darum geht es: um Freiheit, Sicherheit und Wachstum.

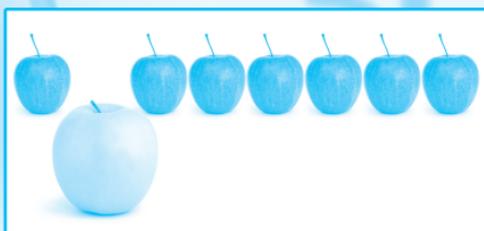
Viel Freude beim Lesen!

Miriam Bauer und Giso Weyand

\* Wir sprechen im Buch von Trainern. Alles Gesagte gilt aber gleichermaßen für Berater, Coachs, Interimsmanager und Vortragsredner.

# 1. Marketing für Trainer: Was gehört dazu?

---



**Welche Marketing-  
instrumente brauchen Sie?**

Seite 9

**Wie können Sie den Kunden  
mehr Sicherheit geben?**

Seite 14

**Was bedeutet Sogmarketing  
im Trainermarkt?**

Seite 21