



ERFOLGSESSENZ

Wie du dich richtig Positionierst

Für selbstständige Expertinnen aus dem
Gesundheitsbereich

Bevor du anfängst

Das hier ist kein Text zum Lesen, sondern eine Arbeitsstunde. Nimm dir einen Stift, druck die Werkstatt aus oder schreib in ein Dokument daneben, und plan etwa sechzig Minuten ein, in denen dich niemand unterbricht.

Alles, was hier drinsteht, stammt aus der Arbeit mit selbstständigen Expertinnen aus dem Gesundheitsbereich. Die Fehler im vierten Teil sind keine ausgedachten Beispiele, sondern das, was uns in acht ausgearbeiteten Positionierungen tatsächlich begegnet ist. Die Beispiele im fünften Teil sind echte Sätze von Frauen, die diesen Prozess durchlaufen haben.

- 📄 Ich sage dir vorher, was dich erwartet, damit du nicht mittendrin aufhörst. Die ersten Fragen gehen schnell und fühlen sich gut an. Die Frage nach der Haltung ist unangenehm, und genau sie entscheidet darüber, ob am Ende ein Satz steht, mit dem du arbeiten kannst.

Frage 1: Kannst du das Problem deiner Kundin besser formulieren als sie selbst?

Nicht ähnlich gut, sondern **besser**. Der Maßstab ist das Gefühl, das du bei deinen eigenen Vorbildern hast, nämlich dass sie deine Gedanken aussprechen, bevor du sie selbst sortiert bekommst. Genau dieses Gefühl muss deine Kundin auf deinem Profil haben.

Schreib in drei Sätzen auf, wie deine Wunschkundin ihr Problem beschreiben würde, und zwar in ihren Worten, nicht in deinen Fachbegriffen.

- ① Wenn dir das schwerfällt, ist das kein Wissensproblem, sondern ein **Materialproblem**. Dann fehlen dir Gespräche, und du holst sie dir in dieser Woche, indem du drei Frauen aus deiner Zielgruppe um zwanzig Minuten bittest und mitschreibst, welche Formulierungen fallen.



Frage 2: Was passiert, wenn deine Kundin nichts tut?

Der Mitgefühls-Modus beschreibt den Ist-Zustand liebevoll und lässt ihn dann stehen. Eine Leaderin benennt auch den Preis des Status quo, ohne Angst zu schüren, weil eine Frau, die keinen Grund sieht, jetzt zu handeln, eben auch erst in zwei Jahren handelt.

Schreib auf, wie das Leben deiner Kundin in zwei Jahren aussieht, wenn sich nichts ändert.

Frage 3: Wen schließt deine Positionierung aus?

Wenn dir darauf niemand einfällt, ist sie noch zu weit, und dann wird sich auch niemand von ihr gemeint fühlen. Deine Positionierung darf so spitz sein, dass sie dich gerade noch trägt, weiten kannst du später immer noch.

Ich bin da für:

Ich bin ausdrücklich nicht da für:

Das Template

Ich helfe **[spezifische Zielgruppe]**, **[konkretes Problem]** zu lösen, damit sie **[Transformation]** erleben. Ich stehe für **[Haltung]** und gegen **[Anti-Haltung]**. Ich bin **[Beruf oder Rolle]**.

1 Laut vorlesen

Nicht im Kopf, sondern wirklich laut, am besten im Stehen.

2 Auf Stocken achten

Wenn du an einer Stelle ins Stocken gerätst oder leiser wirst, stimmt dort inhaltlich etwas nicht.

Warum abstrakte Ergebnisse nicht tragen

Der häufigste Grund, warum ein Satz nicht trägt, sitzt im mittleren Teil, beim Ergebnis. Es bleibt abstrakt, und abstrakte Ergebnisse erzeugen kein Bild.

Drei Fragen bringen dich da raus

Beantworte sie für eine echte Kundin, die du begleitet hast.

- Was hat sie nach zwölf Wochen am Frühstückstisch anders gemacht?
- Was hat sie zum ersten Mal wieder getan, das sie vorher nicht getan hat?
- Was hat sie nicht mehr getan, das sie vorher dauernd getan hat?

Nimm die stärkste deiner drei Antworten und bau sie in deinen Satz ein.

Vorher

„Erkenntnis und Wissen für aktives und unabhängiges Handeln.“

Nachher

„Sie können ihr Leben selbst in die Hand nehmen und sind nicht mehr Opfer ihres Körpers.“

Fehler 1–3

1

Das Werkzeug steht vor dem Ergebnis

Beispiel: „Ich helfe Frauen mit Kinderwunsch, in vier bis sechs Monaten ihren Zyklus zu verstehen.“ Ihre Kundin will nicht ihren Zyklus verstehen, sie will schwanger werden. Das Verstehen ist der Weg, nicht das Ziel.

Prüfe: Steht im ersten Halbsatz, was deine Kundin bekommt, oder was du tust?

2

Das Ergebnis bleibt abstrakt

Beispiel: „Erkenntnis und Wissen für aktives und unabhängiges Handeln.“ Das kann man nicht sehen und nicht fühlen.

Prüfe: Kann sich jemand dein Ergebnis als Szene vorstellen? Wenn nicht, geh zurück in Teil 3.

3

Deine Methoden stehen als Aufzählung da

Beispiel: Zyklusarbeit, Ernährung, Stressregulation, Massage, Laborwerte. Solange das eine Aufzählung ist, klingt es nach vielen Dingen, die andere auch einzeln anbieten.

Prüfe: Hat dein Vorgehen einen Namen? Ein Name ist ein Behälter, in den Vertrauen fließen kann. Genau deshalb funktionieren Bezeichnungen wie die Billings-Methode.

Fehler 4–7

4

Der Angebotsteil hängt hinten dran und kippt den Satz

Ein starker Satz endet mit Online-Programm, plus Termine vor Ort, plus Kooperation mit einer Kollegin. Was als Vollständigkeit gemeint ist, liest sich als Unentschiedenheit. *Prüfe: Endet dein Satz mit deiner Haltung oder mit einer Liste?*

5

Der Satz wird im Nachsatz wieder geöffnet

Beispiel: „Vorwiegend berufstätige Mütter“, und zwei Zeilen später „ich arbeite auch mit kinderlosen Frauen und Männern“. Damit ist die Spitze weg. *Prüfe: Steht irgendwo ein vorwiegend, ein hauptsächlich oder ein auch?*

6

Die Anti-Haltung ist so allgemein, dass niemand widerspricht

Beispiel: „Gegen schnelle Fixes, die nichts lösen.“ Dagegen ist niemand. Zum Vergleich eine, die trägt: „Gegen den gutgemeinten Ratschlag, mach einfach mehr Yoga, für jemanden, der schon am Limit ist.“ *Prüfe: Könnte jemand deiner Gegenposition ernsthaft widersprechen?*

7

Du beschreibst denselben Schmerz wie alle anderen

Von acht Positionierungen beschrieben vier denselben Kern, nämlich die erschöpfte Frau, die für alle funktioniert. Keine von ihnen wusste das, weil keine die Sätze der anderen kannte. *Prüfe: Such drei Kolleginnen im Netz und lies ihre Sätze. Wenn deiner klingt wie ihrer, ist es kein Formulierungsproblem, sondern eine offene Entscheidung.*

Beispiel:

Eine Ernährungswissenschaftlerin, die mit den fünf Elementen der Traditionellen Chinesischen Medizin arbeitet

„Ich helfe Frauen in pädagogischen Berufen, die den ganzen Tag für andere da sind, aber selber niemanden haben, der nach ihnen fragt. Ich zeige ihnen, woher ihre Erschöpfung kommt und was ihre Verdauung, ihr Schlaf und ihre Stimmung miteinander zu tun haben. Ich Sorge dafür, dass sie ihren Beruf weiterhin gerne machen und nicht einfach nur durchhalten. Ich stehe dafür, dass Erschöpfung in diesen Berufen ein Signal des Körpers ist und kein persönliches Versagen, und gegen die Idee, dass noch mehr Disziplin die Antwort ist.“

Was ihn trägt

Die Zielgruppe ist an einem Beruf erkennbar, der Schmerz an einem Bild, und die Anti-Haltung nimmt genau den Vorwurf weg, den diese Frauen sich selbst machen.

Beispiel:

Eine Ernährungsberaterin mit Schwerpunkt Zöliakie, selbst betroffen

„Ich unterstütze Menschen mit Zöliakie und Eltern betroffener Kinder, sich so gesund glutenfrei zu ernähren, dass sie in acht bis zwölf Wochen spürbar mehr Energie, einen ruhigen Darm und keine Angst mehr vor Folgeerkrankungen haben. Ich stehe dafür, dass sich nach der Diagnose niemand mehr allein gelassen fühlt.“

Was ihn trägt

Eine enge Nische ist kein Nachteil. Wer als Einzige für eine bestimmte Diagnose da ist, muss niemanden überzeugen, sondern nur gefunden werden.

Dein Satz geht raus – diese Woche

Ein Satz, der in deinem Notizbuch steht, verändert nichts. Setz ihn in dieser Woche an drei Stellen ein:



Instagram-Bio

Dein Positionierungssatz als erstes, was Besucherinnen sehen.



Erster Absatz deiner Angebotsseite

Wer landet, soll sofort wissen, ob sie gemeint ist.



Nächste Story

Erkläre, für wen du arbeitest — in deinen eigenen Worten, mit deinem Satz als Grundlage.

📌 Rechne damit, dass es sich beim ersten Mal falsch anfühlt und dass ein paar Menschen dir nicht mehr folgen. Das ist der Teil, den niemand vorher gerne hört, und es ist trotzdem der Punkt, an dem es anfängt zu funktionieren.

Wenn du diesen Schritt nicht allein gehen willst, dann komm in unseren Workshop. Hier behandeln wir auch das Thema Positionierung. Live über Zoom.

[Zum Workshop anmelden](#)

[R.I.S.E. Workshop, dein Wissen online verkaufen | ErfolgsEssenz](#)