

# Hören & Podcasts

**Dr. Peter Sawtschenko**

*Business Consultant, Positionierungs-Strategie*



## **Positionierung**

„Wer nicht automatisch neue Kunden gewinnt, ist falsch positioniert.“

Wer nicht automatisch neue Kunden gewinnt, ist falsch positioniert, das steht für Peter Sawtschenko, Erfolgsautor und Gewinner des Strategiepreises 2007, fest. Der Business Consultant und Positionierungsexperte erklärt im Interview mit Angela Imdahl, was erfolgreiche Unternehmen anders machen.

[Booklet als PDF](#)

Weitere Veröffentlichungen:

- [Positionierung - das erfolgreichste Marketing auf unserem Planeten](#)
- [Rasierte Stachelbeeren](#)

## 2. Giso Weyand

Marketing für Berater, Trainer und Coaches



### Positionieren, inszenieren, profilieren

„Nur wer anders, spannend und bekannt ist, kann in diesem harten Markt bestehen!“

Seit seinem 15. Lebensjahr selbstständig arbeitet Giso Weyand seit 1997 ausschließlich für Berater und Coaches. Sein Schwerpunkt sind Spannungsaufbau und Inszenierung sowie Erhöhung des Bekanntheitsgrades. Im Interview mit Angela Imdahl gibt er konkrete Tipps zum Sog-Marketing für Berater und Selbstständige

[Booklet als PDF](#)

Weitere Veröffentlichungen:

- [Sogmarketing für Coaches - So werden Sie für Kunden und Medien \(fast\) unwiderstehlich](#)
- [Das gewisse Extra - Beratermarketing für Fortgeschrittene](#)
- [Allein erfolgreich - Die Einzelkämpfermarke: Marketing für beratende Berufe](#)

## 3. Barbara Schäfer-Ernst

Coach und Beraterin



### Everyday-Marketing

„Zaubern Sie mit jeder Mail und jedem Brief ein Lächeln auf das Kundengesicht.“

Wie zaubere ich ein Lächeln auf das Gesicht meines Kunden? Trainerin, Fachautorin und Everyday-Marketing-Expertin Barbara Schäfer-Ernst zeigt im Interview mit Angela Imdahl, dass schon kleine Änderungen in der schriftlichen Kommunikation eine große Wirkung haben können.

[Booklet als PDF](#)

Weitere Veröffentlichungen:

- [Geschickt kommunizieren](#)
- [Vom Small-talk zum Netzwerken](#)
- [Mittelstandspraxis. Unternehmenserfolg steigern](#)

#### 4. Sylvia Nickel

*Autorin, Beraterin, Referentin, Sachverständige/  
Gutachterin. (Dipl.-Ök.)*



##### **Nischen-Strategien**

„Nischen gibt es wie Sand am Meer,  
man muss sie nur finden. Dabei gilt:  
Weniger ist Mehrwert.“

Nischen gibt es wie Sand am Meer, man muss sie nur finden. Diplom-Ökologin, Autorin und Nischenexpertin Sylvia Nickel weiß, wovon sie spricht, schließlich wechselt sie ihre eigenen Nischen fast regelmäßig. Im Interview mit Angela Imdahl verrät sie, warum weniger in diesem Fall Mehrwert bedeutet.

[Booklet als PDF](#)

Weitere Veröffentlichungen:

- [Bankgespräche erfolgreich führen - Vom Bittsteller zum Kunden](#)
- [Erfolgreich in der Nische - Wie Sie als schlanker Anbieter die Konkurrenz schlagen](#)
- [Desk Research](#)

## 5. Gerhard Gieschen

Betriebsberater, Dipl.-Betriebswirt (BA)



### Preis-Marketing

„Die meisten Anbieter haben eine Sperre im Kopf. Sicher 50 Prozent des Preisdrucks sind hausgemacht.“

Viele Freiberufler sind gefangen in einem Hamsterrad: mehr und mehr Arbeit bei verhältnismäßig geringem Verdienst. Unternehmensberater, Fachautor und Preis-Marketing-Experte Gerhard Gieschen spricht im Interview mit Angela Imdahl über hausgemachten Preisdruck und verrät, wie sich dieser Teufelskreis systematisch durchbrechen lässt.

[Booklet als PDF](#)

Weitere Veröffentlichungen:

- [99 Tipps zur Kostensenkung - endlich mehr Gewinn](#)
- [Erfolgreich ohne Chef](#)
- [Wie Mittelständler versteckte Ressourcen mobilisieren](#)

B. Sanjay Sauldie

Internetmarketing-Experte, (Dipl.-Mathematiker)



**Internet-Marketing**

„95 Prozent aller Websites machen keinen Umsatz, weil sie nicht gefunden werden. Wer im Internet Kunden gewinnen möchte, muss zuerst selbst gefunden werden!“

[www.ironi.de](http://www.ironi.de)

Gerade für kleine Unternehmen bietet das Internet große Wachstumschancen. Internet-Marketing-Experte und Träger des Innovationspreises 2007 der Initiative Mittelstand Sanjay Sauldie erklärt im Interview mit Angela Imdahl die Regeln des World Wide Web und verrät, welche Möglichkeiten es gibt, im Internet gefunden zu werden.

[Booklet als PDF](#)

Weitere Veröffentlichungen:

- [Internet für Junggebliebene](#)
- [Mittelstandspraxis. Unternehmenserfolg steigern](#)

7. Dr. Torsten Schwarz  
Publizist, Trainer, freier Berater



#### E-Mail-Marketing

„Die Zeit ist für das Internet eigentlich noch gar nicht reif. Zuerst geht es mal darum, mit Kunden gute Beziehungen aufzubauen. Und da ist E-Mail interessant.“

[www.abssoft.de](http://www.abssoft.de)

Viele Unternehmen kennen ihre Kunden und deren Bedürfnisse nicht, meint Dr. Torsten Schwarz. Der Publizist, Consultant und Internet-Experte spricht im Interview mit Angela Imdahl über die Bedeutung guter Kundenbeziehungen und erklärt, wie Unternehmen mit Web2.0 und E-Mail-Marketing ihre Zielgruppe besser kennen lernen können.

[Booklet als PDF](#)

Weitere Veröffentlichungen:

- [Praxishandbuch E-Mail-Marketing](#)
- [Permission Marketing macht Kunden süchtig](#)
- [Leitfaden Online-Marketing](#)

Dr. Michael Böhm

Coach und Ego-Marketingberater,  
Spezialist im Bereich des Low-Budget-Marketings



#### Ego-Marketing

„Wenn kleine Unternehmer mehr Mut zeigen, werden sie zum Leuchtturm. Und ob den Leuten der Leuchtturm gefällt oder nicht: Sehen tun ihn alle.“

[www.augenfrenger.de](http://www.augenfrenger.de)

Auf die Persönlichkeit kommt es an, so Coach und Ego-Marketing-Experte Michael Böhm. Im Interview mit Angela Imdahl spricht der Spezialist für Low-Budget-Marketings über Leuchttürme, Mut und Individualität und zeigt, wie man seine Persönlichkeit und damit sein Unternehmen zum Strahlen bringen kann.

[Booklet als PDF](#)

Weitere Veröffentlichungen:

- [Wie man mit schmalem Budget erfolgreich wirbt](#)
- [Ego-Marketing - Ihre persönliche Erfolgsstrategie](#)
- [Local Marketing - Den Kunden vor Ort gewinnen](#)

## 9. Gitte Härter

Coach, Trainerin und Autorin



### Selbstmarketing

„Kunden gewinne ich in erster Linie mit Persönlichkeit. Wenn Kompetenz, Sympathie und Kommunikationsfähigkeit dazu kommen, finde ich die Kunden, die zu mir passen.“

[www.selbstmarketing.de](http://www.selbstmarketing.de)

Persönlichkeit ist das Fundament des Erfolgs, das steht für Trainerin und Autorin Gitte Härter fest. Im Interview mit Angela Imdahl verrät die Selbstmarketing-Expertin, wie Unternehmen durch Kompetenz, Sympathie und Kommunikationsfähigkeit Kunden finden können, die zu ihnen passen.

[Booklet als PDF](#)

Weitere Veröffentlichungen:

- [Selbst-Marketing - Zeigen Sie, was in Ihnen steckt!](#)
- [Kundenakquise - Wie Sie der Welt sagen, dass es Sie gibt](#)
- [Schriftliche Bewerbung](#)

## 10. Thorsten Ströher

Dipl.-Betriebswirt (FH)



### Customer-Portraiting

„Customer-Portraiting ist das erste Instrument, mit dem Unternehmen und Agenturen verstehen können, warum bestimmte Werbung an bestimmten Menschen vorbeigeht.“

[www.gstr.de](http://www.gstr.de)

Erfolgreiche Werbung muss auf die Persönlichkeit des Empfängers abgestimmt sein. Berater und Customer-Portraiting-Experte Thorsten Ströher erklärt im Interview mit Angela Imdahl, wie Unternehmen bei ihren Kunden systematisch Vertrauen aufbauen können, und erläutert, warum bestimmte Werbung an bestimmten Menschen einfach vorbeigeht.

[Booklet als PDF](#)