

Inhalt

Wie wird man eigentlich ...?	9
Wie ich wurde, was ich bin	13
Limitierte Vorstellungskraft	13
Mein Leben im Lebensmittelladen	15
Der Schubs ins kalte Wasser	29
Deine Lebensinventur als Ausgangspunkt	50
Einen geeigneten Standpunkt finden	55
Positionierung versus USP	55
Es kann mehr als einen geben	68
Auf der Suche nach einem Thema	75
Der Erzfeind jeder Positionierung	83
Attention, please!	90
Deine Personal Selling Proposition	97
Positionierung ist kein Hexenwerk	97
Deine Biografie ist deine Basis	101
Die Illusion der Authentizität	112
Dein Herzensanliegen	123
Dein Positionierungs-Check	131

Leben in der Message Economy	139
Die passende Story	139
Eine Welt aus Geschichten	145
Wir alle sind Botschafter	151
 Von der inneren Bühne zur äußeren	 155
Die passende Bühne	155
Inszenierung im richtigen Rahmen	156
Die goldene Mitte ist dein Feind	164
Der Weg zur Marke	172
Positionierung possible	184
 Content ist nicht King	 187
Zahlen, Daten, Fakten	187
Content auf der ganzen Welt	193
Gänsehaut ist Trumpf	199
Raus aus der Banalitätskrise	208
 Die Sache mit der Qualität	 211
Weniger ist mehr	211
Qualität im Kundenkopf	216
Ein Performance-Versprechen	219
 Pleiten, Pech und Pannen	 223
Übung macht den Meister	223
Die Sinnhaftigkeit des Scheiterns	229

Die Gewinnerformel für die Pole Position	235
Fix positioniert und doch dynamisch	235
 Nichts ist jemals fertig	 255
Auf dem Weg zu dir selbst	257
Vorbilder bringen dich vom Weg ab	258
Gib Gas, aber dosiert	260
Sei mutig und entschlossen	261
 Anmerkungen	 264
Hermann Scherer	270