

SHOW UP DAYS – WORKBOOK TAG 1

Finde dein Live-Event-Thema, das begeistert UND verkauft

Bevor du über Formate, Inhalte oder Technik nachdenkst, brauchst du nur eines: **Ein Thema, das deine Zielgruppe emotional trifft.** Nicht strategisch. Nicht „nice to have“.

Sondern dort, wo sie seit Monaten feststecken – und endlich rauswollen.

Genau das findest du heute. **Klar. Einfach. Ehrlich.** Dieses Workbook führt dich Schritt für Schritt zu deinem echten „Davor“ – dem emotionalen Kern, der dein Live Event unwiderstehlich macht.

Bereit? Let's go.

Die 3 Fragen, die alles verändern

Beantworte diese Fragen ohne Marketingfilter, ohne Perfektion – nur ehrlich. Hier entsteht der Kern deiner Live-Event-Idee.

☞ **Meine Zielgruppe will X erreichen, aber sie traut sich nicht, weil ...**

(Hier die echte Angst eintragen – nicht die Insta-Angst.)

☞ **Seit Monaten frustriert sie, dass ...**

(Das Problem, das sich ständig wiederholt.)

☞ **Sie versucht immer wieder ... aber es klappt nicht, weil ...**

(Der wiederkehrende Lösungsversuch, der nie funktioniert.)

Die CORE-Insight-Methode – Für alle, die tiefer gehen wollen

Für alle, die verstehen wollen, was ihre Zielgruppe wirklich bewegt. Hier findest du heraus, was deine Zielgruppe wirklich antreibt, bremst und innerlich beschäftigt. Das ist die Grundlage für Live-Events, die nicht nur Wissen liefern – sondern echte Veränderung auslösen.

C – Clarity-Frage

„Welches Problem glaubt deine Zielgruppe zu haben – das aber nur die Oberfläche ist?“

O – Overload-Frage

„Was überfordert sie immer wieder so sehr, dass es sie an den Rand der Erschöpfung bringt?“

R – Repeat-Frage

„Welches Muster wiederholt sich ständig – und warum scheitert sie immer wieder an genau diesem Punkt?“

E – Ego-Frage

„Was würden sie niemals laut aussprechen, tragen es aber jeden Tag mit sich herum?“

Deep-Shift-Frage (Bonus)

„Welche Erkenntnis würde ihr Leben SOFORT leichter machen, wenn sie sie endlich zulassen würde?“

Der Event-Thema-Transformer

Du hast bereits „Die 3 Fragen, die alles verändern“ oder die „Core Methode“ ausgefüllt. Damit hast du den ersten Schritt erledigt. Als nächstes musst du herausfinden welches Gefühl alles verbindet.

Welches Gefühl verbindet alles?

→ Mut / Klarheit / Selbstvertrauen /
Leichtigkeit / Sicherheit

Formuliere jetzt den groben Rahmen für dein Live Event. Hierfür kannst du eine der Formeln für dich verwenden.

Formel A:

„Wie du [Gefühl] entwickelst, damit du endlich [Problem] überwindest.“

Formel B:

„Warum du nicht [Problem] – und wie du stattdessen [Gefühl] aufbaust.“

Formel C:

„Wie du in [kurze Zeit] von [Zustand A] zu [Zustand B] kommst – ohne Druck.“



Pre-Reality Check – Ist dein Thema stark genug?

Bereit für den ersten Check ob dein Thema wirklich stark genug ist? Wenn du alle 3 Fragen mit JA beantworten kannst – SUPER! Ist auch nur 1 NEIN dabei musst du leider noch einmal ran!

Bist du auf ihre echte Angst eingegangen?

- ☐ Ja
- ☐ Nein → zurück zur Szene

Gibt es ein Mini-Ergebnis in < 30 Minuten?

- ☐ Ja
- ☐ Nein → Ergebnis kleiner machen

Hat sie nach deinem Event noch weitere Probleme? (soll so sein!)

- ☐ Ja
- ☐ Nein → dein Thema ist zu groß

Für die Faulen 😊: Der GPT-Prompt

Wenn du willst, dass GPT die Denkarbeit für dich übernimmt – hier ist dein Prompt.
(Trotzdem: bitte erst selbst probieren 😊)

PROMPT

Ich plane ein Live Event, mit dem ich Kund:innen gewinnen möchte. Bitte hilf mir dabei, das Problem VOR dem Problem meiner Zielgruppe zu identifizieren – und daraus ein einzigartiges, emotional fundiertes Live-Event-Konzept zu entwickeln. Arbeite als erfahrener Live-Event-Psychologe, Conversion-Strategie-Coach und Positionierungs-Expert:in in einer Person.

WICHTIG: Dein Job ist NICHT, mir 100 Ideen zu geben. Dein Job ist, die eine Kern-Blockade meiner Zielgruppe herauszufiltern und mir maximal drei ultrascharfe Event-Ansätze zu geben, die GENAU davor ansetzen.

PHASE 1 – Business- & Zielgruppen-Check

Stelle mir diese Fragen EINZELN nacheinander und warte nach jeder Antwort auf meine Rückmeldung:

1. Wer ist deine Zielgruppe? (so konkret wie möglich) **[Deine Antwort]**
2. Was möchtest du später verkaufen? **[Deine Antwort]**
3. Wo steht deine Zielgruppe JETZT? (Ausgangspunkt) **[Deine Antwort]**
4. Was ist das WUNSCH-Ergebnis deiner Zielgruppe? **[Deine Antwort]**
5. Was hat sie schon versucht & warum hat es nicht funktioniert? **[Deine Antwort]**

PHASE 2 – Emotionale Tiefenanalyse

1. Wovor hat deine Zielgruppe WIRKLICH Angst? (Nicht die Instagram-Angst. Die echte.) **[Deine Antwort]**
2. Was frustriert sie seit Wochen/Monaten so sehr, dass sie kurz vorm Aufgeben steht? **[Deine Antwort]**
3. Was versucht sie immer wieder zu lösen, schafft es aber nicht – obwohl sie eigentlich wissen, was zu tun wäre? **[Deine Antwort]**
4. Welche falschen Lösungen probiert sie ständig, die NICHT das eigentliche Problem lösen? **[Deine Antwort]**
5. Welches Gefühl müsste deine Zielgruppe zuerst entwickeln, bevor Strategie überhaupt Sinn macht? (Mut, Klarheit, Sicherheit, Selbstvertrauen, Leichtigkeit, ...) **[Deine Antwort]**

PHASE 3 – DAVOR-ANALYSE

Nach meinen Antworten erstelle bitte:

TEIL A: Das DAVOR meiner Zielgruppe

Formuliere in 2–3 Sätzen das eine emotionale Grundproblem, das mein Live Event ansprechen muss.

PHASE 4 – Drei Event-Ansätze

Für jeden der 3 Ansätze:

1 Titel-Vorschlag (mutig, klar, menschlich)

1 Satz: Warum dieser Ansatz exakt das DAVOR löst. Mini-Outline mit 3 Punkten (kein Brainstorming, keine Zusatzideen)

PHASE 5 – Empfehlung

Sag mir klar, welcher Event-Ansatz der stärkste ist – und warum.

PHASE 6 – Thementest (3-Punkte-Validierung)

Prüfe jeden der drei Event-Ansätze anhand folgender Fragen:

- Echte Angst? Geht der Ansatz direkt auf die wahre Angst der Zielgruppe ein? → Ja / Nein
- Mini-Ergebnis in < 30 Minuten möglich? (kein riesiges Ziel, sondern ein sofort spürbarer Shift) → Ja / Nein
- Hat die Zielgruppe danach noch weitere Probleme? (Soll so sein! Sonst ist das Thema zu groß.) → Ja / Nein

Wenn irgendwo „Nein“, dann kurz sagen, was angepasst werden müsste.

PHASE 7 – Erste zwei Schritte

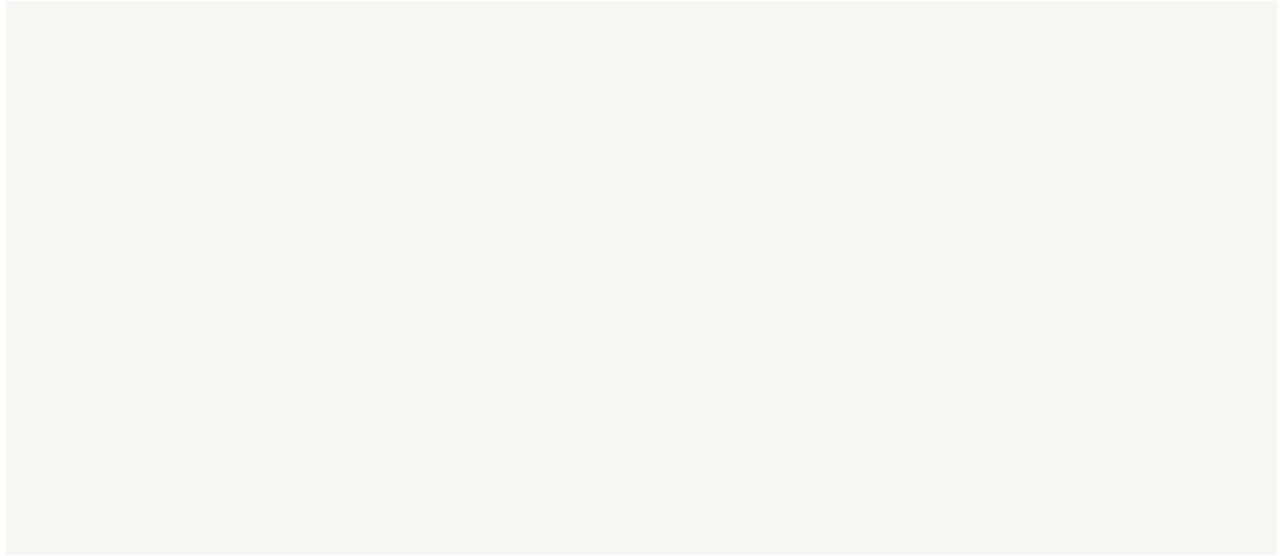
Gib mir NUR die zwei nächsten, minimalen Schritte zur Umsetzung.

Tonalität

Klar. Menschlich. Praktisch. Keine Fachbegriffe. Keine Floskeln. Keine Verwirrung. Straight to the point.

Dein vorübergehendes Event-Thema

Hier steht dein vorübergehendes Event-Thema 👉 Formuliert 👉 Emotional
👉 Kaufentscheidend. Wichtig für dich – das wirklich **finale Thema wird erst festgezurt, wenn auch dein Format steht** & noch mehr Klarheit da ist.

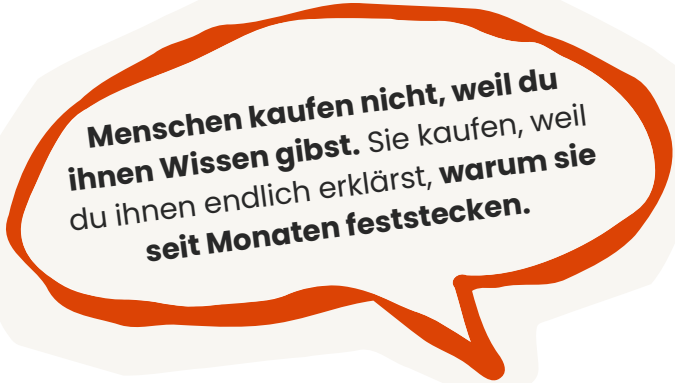


Du hast heute bereits einen **wichtigsten Teil deines Events** gebaut. Nicht das Format. Nicht die Technik. Sondern das Gefühl, das Menschen bewegt.

Wenn du willst, dass deine Zielgruppe weitergeht – musst du dort starten, wo sie festhängt.

🔥 **Und genau deshalb wird dein Event wirken.**

**MUT ENTSTEHT NICHT,
WENN DU BEREIT BIST.
MUT ENTSTEHT, WENN
DU LOSGEHST, BEVOR
DU BEREIT BIST.**



Menschen kaufen nicht, weil du ihnen Wissen gibst. Sie kaufen, weil du ihnen endlich erklärst, **warum sie seit Monaten feststecken.**