



**Ich setz mir dann mal ein Ziel! Ist es wirklich so einfach? Mach dir vorab ein paar Gedanken!**

## ZIELE.SETZEN

- 1. Philosophie** Ich setze mir dann mal ein Ziel - zack- fertig! So einfach ist es nicht. Deine Ziele müssen immer im Einklang mit deiner Philosophie stehen. Ansonsten bist du nicht authentisch.
- 2. Status Quo** Mach dir Gedanken darüber, welche Voraussetzungen gegeben sein müssen und was genau du eigentlich möchtest. Sollen es wirklich mehr Welpen sein oder magst du viel lieber die Trickdogger?
- 3. Marktanalyse** Im letzten Schritt, wenn du dir wirklich darüber im Klaren bist, was du willst, finde heraus, was der Markt will. Klar, einige Menschen muss man zu ihrem Glück zwingen, dennoch vereinfachst du die Sache, wenn du das bietest, was die Hundehalter möchten. Deine Überzeugung vermittelst du im zweiten Schritt.



### Der erste Schritt

Um mir meine Philosophie einmal genau vor Augen zu führen, bin ich folgendermaßen vorgegangen. Ich habe im Internet eine Liste gesucht, in der alle denkbaren Werte aufgeführt sind. Hier zum Beispiel sind fast 350 Werte aufgelistet: <https://stevepavlina.de/werte-liste/>

Notiere alle Werte, die für dich in Frage kommen. Geh die Liste erneut durch und streiche zwei davon, die nicht ganz so wichtig sind, weg. Das machst du so lange, bis deine 3 Werte am Ende übrig bleiben. Am besten machst du dir mal ein hübsches Bildchen mit deinen 3 Werten fertig, damit du sie nicht aus den Augen verlierst. Ich mache das gerne mit dem kostenlosen Tool von Adobe-Spark.

DEINE WERTE

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_





## Der zweite Schritt

Status Quo! Führe dir einmal ganz konkret vor Augen, was du wirklich kannst. Worin bist du ausgebildet, mit welchen Themen hast du dich bereits intensiv beschäftigt? In welchem Fachgebiet machst dir so schnell keiner was vor, denn darin bist du der Experte!

Aber auch in deiner Expertise gibt es Dinge, die du lieber tust und andere, mit denen du dich einfach nicht so wohl fühlst. Womöglich auch, weil sie gar nicht mehr zu deine Werten passen. Vielleicht bist du der Top-Experte im Bereich „Begleithunde“, dein aktueller Wert lautet akutell jedoch „Flexibilität“. Kann das zusammen passen?

Notiere im ersten Step alles, was du richtig gut kannst. Trickdog, Einzeltraining, Gruppenstunden, Problemhunde, Leinenaggressionen, Apportieren usw.

### IN.DIESEN.DINGEN.BIN.ICH.DER.EXPERTE

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



Sei ehrlich zu dir!

Stelle diese Dinge nun deinen Werten gegenüber. In meinem Fall wäre das: „Problemhundetraining“, denn da bin ich richtig gut drin. Passt zu Vielfalt, denn ich bin gut darin, verschiedene Ansätze zu präsentieren. Nicht so gut zu Respekt, denn ich persönlich habe oft Vorbehalte den Kunden gegenüber, weil ich Dinge denke, wie „Diese Idioten, wären sie mal eher gekommen“ oder „Wie konnten sie nur dies oder das tun, ist doch klar, dass der Hund nun...“. Diese Art von Traininig bereitet mir also nicht besonders viel Freude. Somit fällt es für mich raus, auch wenn ich es theoretisch gut kann.

### DAS.PASS.GUT/NICHT.GUT.ZU.MEINEN.WERTEN,WEIL...

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---





## Der dritte Schritt

So, nun weißt du ziemlich genau, wer du bist und was du möchtest. Nun gilt es, die Schnittstelle zwischen dir und dem Markt zu finden. Denn das was du möchtest, passt nicht grundsätzlich zu dem, was der Realität entspricht. Hier auf dem Lande beispielsweise legen die Menschen nicht besonders viel Wert auf „Freizeit mit Hund“. Sie wollen primär einen Hund, der sich gut in das Familienleben einfügt, ohne dabei viel Arbeit zu machen. In der Stadt hingegen, insbesondere, wenn der Kundenstamm der Hundeschule etwas jünger ist, wird ein Freizeitangebot sicherlich gerne angenommen, wohingegen Probleme mit dem Hund gerne beschönigt werden.

### MEIN.UMFELD

Notiere möglichst detailliert, wie du dein Umfeld wahrnimmst. Was wollen deine Kunden, welche Anfragen erhältst du? Natürlich kannst du auch selbst deine Zielgruppe bestimmen, aber dazu gehört ein umfangreiches Wissen im Bereich Marketing und Akquise. Einfacher ist also, dir die Frage zu stellen, was vor Ort gewünscht ist. Frage alle Menschen mit Hund, die du so antriffst. Erstelle eine Umfrage auf Facebook usw. Wohnst du eher in einer Gegend mit Einfamilienhäusern und 2-3 Kindern, dann ist ein Kind-Hund-Kurs sicher gefragt oder spezielles „Crossdogging for Kids“. Sind in deinem Umfeld viele Geschäftsleute oder Paare ohne Kinder zuhause, denk über spezielle Angebote, wie „Stand up Paddling“ nach.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### MEIN.ANGEBOT

Jetzt weißt du, welche Werte du in deiner Hundeschule vertreten möchtest, hast dir Gedanken über deine Expertise gemacht und dein Umfeld unter die Lupe genommen. Nun setze dir ein Ziel. Vielleicht möchtest du in den Herbstferien ein Kinderangebot auf die Beine stellen oder deine Freizeitangebote wieder auf Vordermann bringen. Was auch immer du wählst, im nächsten Newsletter geht es dann um die Fokussierung. Möchtest du dir um die Ausarbeitung der Kursstunden keine zusätzlichen Gedanken machen, stöbere in unserem Shop. Der ein oder andere Kurs könnte womöglich genau deinen Vorstellungen entsprechen.

Das gehe ich nun an:

---

