

Für Selbstständige + Unternehmer,
die sich nicht endlos erklären wollen

Die perfekte Pitch-Formel

Dein 6-Schritte-Leitfaden, wie Du
Dein Angebot so kommunizierst, dass
Kunden sofort sagen: „*Das will ich!*“



UNBOTHERED

Welcome!

Bereit, Dein Angebot für sich sprechen zu lassen?

Du bist **Experte in Deinem Gebiet**, aber trotzdem versteht niemand so richtig, was Du machst? Und insgeheim wünschst Du Dir mehr Kunden, die ohne Zögern Deine Preise bezahlen, weil sie wissen: *Du bist es wert.*

Vielleicht bekommst Du bereits Anfragen, aber bis daraus zahlende Kunden werden, kostet es Dich Zeit, Nerven und **jede Menge Überzeugungsarbeit**. Oder Du hast einen Launch durchgezogen, nur um festzustellen: Statt einem vollen Terminkalender herrscht **gähnende Leere in Deinem Posteingang**.

Egal, wo Du gerade stehst: Der Aufbau einer Expertenmarke ist **Dein Türöffner zu neuem Selbstvertrauen, erstklassigen Kunden und High-End-Angeboten, die sich wie von selbst verkaufen**.

Unsere **Pitch-Formel** zeigt Dir, wie Du Dein Angebot so klar auf den Punkt bringst, dass Kunden sofort sagen: „*Das will ich!*“

- Kein „*Warum kaufen Kunden woanders?*“
- Kein Marketing-Chaos
- Schluss mit Preisdiskussionen, endlosen Erklärungen und Verkaufsangst

Du hast Dich lange genug bewiesen. Jetzt ist es Zeit, dass Dein Angebot für sich spricht und Du **endlich die Anerkennung, Kunden und Umsätze bekommst, die Deinem wahren Wert entsprechen**. Let's go!



claudia

Claudia J. Paßberger,
Gründerin UNBOTHERED

✓ Proven Expert
It's All About Trust

5,00 von 5
★★★★★
SEHR GUT

Empfehlung

Einleitung ⁽⁰³⁾

Über Claudia J. Paßberger,
Gründerin UNBOTHERED

Die 5 Bewusstseinsstufen ⁽⁰⁴⁾

Warum 98% im Marketing scheitern + wie Du ab sofort
zu den 2% gehörst, die Kunden magnetisch anziehen

Pitch-Formel ⁽¹²⁾

In 6 Schritten zu einem Pitch, der erstklassige
Kunden sofort von Deinem Angebot überzeugt

Bonus #1 ⁽¹⁸⁾

High-End Kaufpsychologie: Identifiziere die Kauf-
Persönlichkeiten und -Motive Deiner Zielgruppe

Bonus #2 ⁽²³⁾

Marketing Blacklist: Diese abgedroschenen Floskeln
und Worthülsen solltest Du konsequent vermeiden

Wie es jetzt weitergeht ... ⁽²⁸⁾



A close-up portrait of a young woman with long, wavy blonde hair and blue eyes. She is resting her chin on her hand, looking directly at the camera with a slight smile. She is wearing a dark top and a ring on her finger.

Hi, ich bin Claudia J. Paßberger

„Wenn ich selbstständig bin, entscheide ich, mit wem ich arbeite.“ Diesen Satz sagte ich im Juni 2020 stolz, und mit felsenfester Überzeugung, zu meinem Vater.

Damals war ich frisch selbstständig.
Motiviert bis in die Haarspitzen.
Und für Kunden ... völlig unsichtbar.

Also verschlang ich jeden Tipp zum Thema Verkaufen. Ich übte Einwandbehandlungen, lernte Verkaufsskripte auswendig und führte endlose Gespräche. Mein längstes? Drei Stunden. Am Ende kaufte die Kundin nicht. Da wusste ich: Das bin ich nicht. Ich will niemanden überreden müssen, nur um irgendwie ein „Ja“ zu bekommen. Hätte mein innerer Moralkompass nicht so hartnäckig dagegeengehalten, würde ich heute vielleicht Kaltakquise machen und wildfremde Menschen am Telefon nerven. Zum Glück kam es anders: Ich begann, mir als Expertin eigene Reichweite und ein starkes Netzwerk aufzubauen. Und ein halbes Jahr später sah alles anders aus: Ich wurde zu Interviews eingeladen, knackte meinen ersten fünfstelligen Monatsumsatz und hatte Abschlussquoten von 90%.

Nicht, weil ich plötzlich die beste Verkäuferin war. Sondern weil ich die richtigen Menschen vor mir sitzen hatte. Menschen, die schon vor dem Gespräch wussten: *Ich will buchen.*

In den letzten fünf Jahren habe ich als Markenstrategin über 300 Selbstständigen und Unternehmern dabei geholfen, eine Premium-Marke aufzubauen, die täglich an Bekanntheit, Vertrauen und neuen Kunden gewinnt. Darunter namhafte Experten, die Du von großen Bühnen kennst, und Creator mit Millionenreichweite auf Social Media.

Und weißt Du was? Am Anfang meiner Selbstständigkeit hätte ich alles dafür gegeben, einen klaren Fahrplan für ein ausgebuchtes Business zu haben.

Genau deshalb habe ich gemeinsam mit meinem Co-Gründer Morten Hoffmann **UNBOTHERED** gegründet: Damit Menschen wie Du von unserem Wissen profitieren und ohne Umwege oder Selbstzweifel ein Experten-Business aufbauen, auf das sie stolz sein können. Die Pitch-Formel ist Dein erster Schritt dorthin.

Die 5 Bewusstseinsstufen

Warum 98% im Marketing scheitern + wie Du ab sofort
zu den 2% gehörst, die Kunden magnetisch anziehen

Marketing kostet viel, aber bringt wenig?

Du erstellst Content bis spät in die Nacht, sitzt endlos in Calls, erklärst Dich um Kopf und Kragen ... und trotzdem hörst Du viel zu oft: „Ich überleg's mir noch.“
Lass mich Dir gleich zu Beginn etwas sagen: Es liegt nicht an Deinem Angebot.

9 Dinge, die viele tun, aber die das Problem nicht lösen:

(Ganz ehrlich: Wie viele Kästchen hakst Du ab?)

- | | | |
|----|----------------------------|--------------------------|
| 01 | Angebot überarbeiten | ☐ |
| 02 | Instagram Bio ändern | ☐ |
| 03 | Neue Branding-Farben | ☐ |
| 04 | Mehr Reels posten | ☐ |
| 05 | Mehr E-Mails schreiben | ☐ |
| 06 | Neuer Leadmagnet | ☐ |
| 07 | Rabattaktionen | ☐ |
| 08 | Preise senken | ☐ |
| 09 | Launch nochmal verschieben | ☐ |

A woman with blonde hair is sitting at a desk, looking at a laptop. She has a thoughtful expression, with her hand resting on her chin. The background is slightly blurred, showing a modern interior. The text is overlaid on the left side of the image.

Die Wahrheit ist:



Du sprichst Deine Zielgruppe
zum falschen Zeitpunkt mit
der falschen Botschaft an.

Die Bewusstseinsstufen, die Kunden durchlaufen, bevor sie kaufen:



Was 98% im Marketing komplett falsch machen

Sie sprechen bereits über ihr Angebot, bevor ihre Zielgruppe überhaupt verstanden hat, dass sie ein Problem hat.

Lass es mich anhand eines Beispiels erklären:

Du versuchst Deinen Kunden einen Regenschirm zu verkaufen, ...



... während sie einen Kaffee in der Sonne genießen. Und zu diesem Zeitpunkt vom nahenden Platzregen in zwei Stunden noch nichts ahnen.



Das Problem:

Deine Zielgruppe ist gedanklich noch nicht da, wo Du sie ansprichst. Und deshalb scheint es fast unmöglich, Kaufinteresse zu wecken.

Die meisten sprechen ihre Kunden auf Bewusstseinsstufe 4 + 5 an ...

01

Unbewusst

„Irgendwas fühlt sich nicht gut an, aber ich weiß nicht was.“

→ *Sprich über Symptome und zeige dahinterliegende Probleme auf*

02

Problem-bewusst

„Ich hab ein Problem, aber keine Ahnung, was ich tun soll.“

→ *Sprich die Probleme an und zeige Lösungen auf*

03

Lösungs-bewusst

„Ich habe schon einiges probiert, aber nichts funktioniert.“

→ *Zeige Deine Lösung im Vergleich auf und warum Dein Weg funktioniert*

04

Produkt-bewusst

„Ich überlege, ob ich DEIN Angebot kaufe.“

→ *Sprich über Vorteile, Kundenergebnisse und Inhalte*

05

Marken-bewusst

„Ich bin ready. Sag mir, wo ich bezahlen kann.“

→ *Sprich über Dein Angebot*

... obwohl sich 80% der Kunden
im Markt auf Stufe 1-3 befinden.



A background image showing two women sitting at a desk, looking at a laptop. The woman on the right has blonde hair and is wearing a dark top. The woman on the left has dark hair and is wearing a light-colored top. The image is dimmed to serve as a background for the text.

Lass uns das ändern:

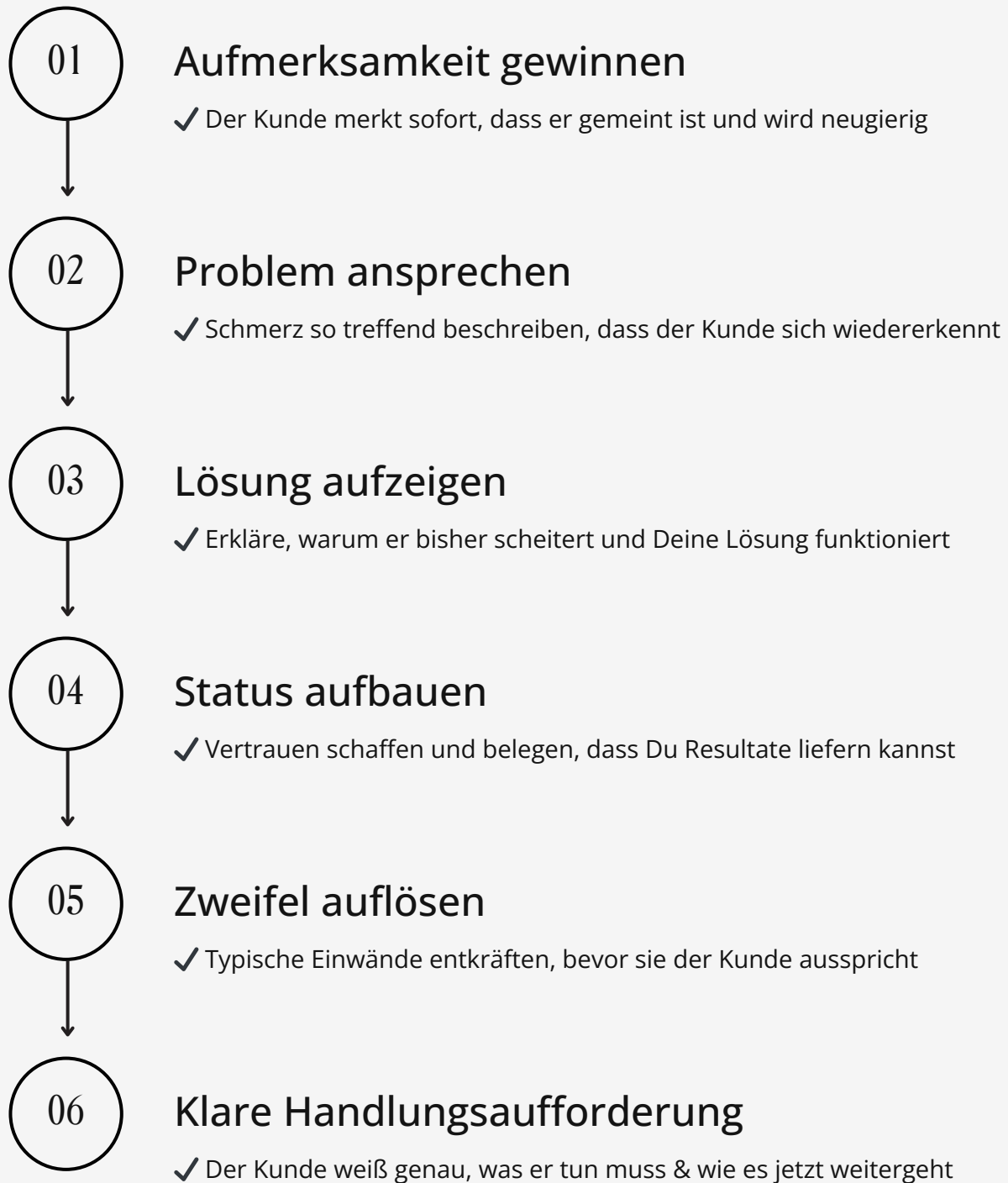


Ein Pitch, der verkauft,
macht eins: Er zieht von
der ersten Sekunde in
den Bann und steigert das
Kaufinteresse mit jedem Satz.

Pitch-Formel

In 6 Schritten zu einem Pitch, der erstklassige
Kunden sofort von Deinem Angebot überzeugt

Dein 6-Schritte-Leitfaden



01

Aufmerksamkeit erzeugen → „Ich höre zu“

✓ **Der Kunde merkt sofort, dass er gemeint ist und wird neugierig**

Fokus auf: Starke Hook und wer ist angesprochen?

→ Noch nicht tief im Problem, sondern nur Kopf drehen lassen.

Stilmittel:

- Direkte Zielgruppen-Ansprache „Für [Zielgruppe], die ...“
- Polarisierende Aussage
- Überraschender Fakt oder Zahl
- „Ich-wette-Du-hast-das-auch“-Moment

Hier ein paar Beispiele für gute Einstiege:

- „Für Singles, die eine echte Partnerschaft statt Situationships suchen.“
- „Cardio macht Dich nicht schlank, Gewohnheiten schon.“
- „80 % aller Start-ups scheitern – und nicht aus dem Grund, an den Du denkst.“
- „Du hast ein starkes Angebot, aber niemand versteht's in 10 Sekunden, oder?“

NOTIERE 2-3 IDEEN FÜR DEINEN PITCH:

02

Problem ansprechen → „Das bin wirklich ich“

✓ **Schmerz so treffend beschreiben, dass der Kunde sich wiedererkennt**

Fokus auf: Alltagssituation oder konkrete Frustration

→ Dein Kunde nickt innerlich: „Oh ja, genau so geht's mir!“

Stilmittel:

- Offene Frage: „Kennst Du das ...?“
- Konkrete Alltagssituation und relatable Szenen
- Emotionale Adjektive (frustriert, genervt, überfordert)
- Negativformulierung: „... und trotzdem passiert nichts.“

Hier ein paar Beispiele für gute Einstiege:

- „Du ziehst jede Diät durch, und trotzdem steht die Zahl auf der Waage wieder, wo sie war?“
- „Du gehst auf ein Date, aber spürst nach 10 Minuten, dass es wieder nichts wird.“
- „Frustriert, weil Deine Konkurrenz doppelt so viel Umsatz macht – mit halb so viel Qualität?“
- „Du verbringst Stunden mit Content-Erstellung – und trotzdem kein einziger neuer Kunde.“

NOTIERE 2-3 IDEEN FÜR DEINEN PITCH:

03

Lösung aufzeigen → „*Hier ist der Ausweg*“

✓ **Erkläre, warum er bisher scheitert und Deine Lösung funktioniert**

Fokus auf: Ursache aufdecken und Aha-Moment auslösen

→ Dein Kunde versteht: „Ah! Deshalb klappt's nicht, und so geht's besser.“

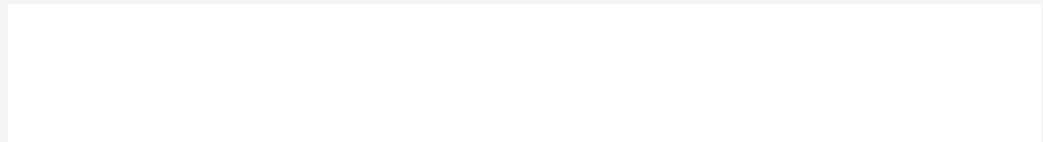
Stilmittel:

- „Kein Wunder, dass ...“-Logik
- Ursache-Wirkung umkehren
- Einfacher Aha-Moment (klare, bildhafte Sprache)
- „Ab jetzt“-Formel (positiver Ausblick)

Hier ein paar Beispiele für gute Einstiege:

- „*Kein Wunder, dass Du nach jeder Diät zunimmst. Dein Körper ist im Hungermodus.*“
- „*Nicht Dein Preis schreckt Kunden ab, sondern, dass sie Deinen Wert nicht verstehen.*“
- „*Dein Business ist wie ein Auto im Leerlauf. Du gibst Gas, aber kommst nicht vom Fleck.*“
- „*Ab jetzt passt Dein Ernährungsplan zu Deinem Alltag, und nicht umgekehrt.*“

NOTIERE 2-3 IDEEN FÜR DEINEN PITCH:



04

Status aufbauen → „*Warum ich der Richtige bin*“

✓ **Vertrauen schaffen und belegen, dass Du Resultate liefern kannst**

Fokus auf: Kompetenz und Erfolge belegen

→ Nicht nur sagen, sondern zeigen (Beweisen > Behaupten)

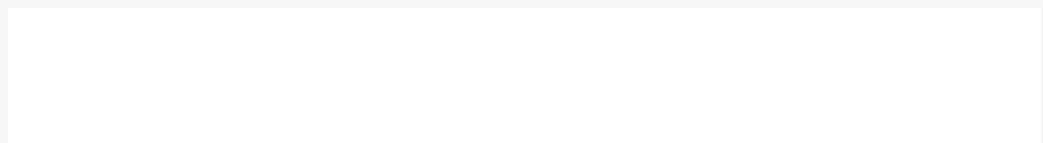
Stilmittel:

- *Social Proof* (Zahlen, Kunden, Reichweite)
- *Autoritätsargument* (Erfahrung, Spezialisierung, Auszeichnungen)
- *Mini-Erfolgsgeschichte* (kurz, prägnant)
- *Medien & Bühne* (Bekanntheit als Vertrauenssignal)

Hier ein paar Beispiele für gute Einstiege:

- „*Mehr als 500 Frauen haben mit meinem Programm zwischen 5 und 20 Kilo verloren.*“
- „*Ausgebildete Paartherapeutin mit Spezialisierung auf Bindungspsychologie.*“
- „*Anna kam mit 3 Kunden im Monat zu mir. Heute hat sie eine Warteliste.*“
- „*Bekannt aus Forbes, OMR und Handelsblatt.*“

NOTIERE 2-3 IDEEN FÜR DEINEN PITCH:



05

Zweifel auflösen → „Ja, aber ...?“

✓ **Typische Einwände entkräften, bevor sie der Kunde ausspricht**

Fokus auf: Mythen brechen und Risiken minimieren

→ Der Kunde denkt: „Okay, meine Zweifel sind nicht mehr da.“

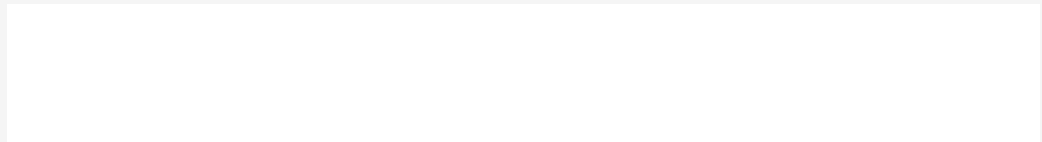
Stilmittel:

- Mythen brechen („Viele denken ... dabei ist das Gegenteil wahr.“)
- „Das funktioniert auch, wenn ...“-Formel
- Risikoumkehr (Garantie, Testphase, Sicherheit)
- Zukunftssicherheit betonen („Und das Beste ...“)

Hier ein paar Beispiele für gute Einstiege:

- „Viele denken, stundenlanges Cardio macht schlank. Dabei bremst es oft den Fettabbau.“
- „Das funktioniert auch, wenn Du gerade erst startest und noch keine Reichweite hast.“
- „Teste die ersten 2 Wochen kostenfrei und entscheide dann, ob Du weitermachen willst.“
- „Und das Beste: Du hältst Dein Gewicht, ohne ständig Kalorien zu zählen.“

NOTIERE 2-3 IDEEN FÜR DEINEN PITCH:



06

Klare Handlungsaufforderung → „Was jetzt?“

✓ **Der Kunde weiß genau, was er tun muss & wie es jetzt weitergeht**

Fokus auf: Einfacher, direkter nächster Schritt

→ Kein Raum für Interpretation, sondern glasklare Aufforderung

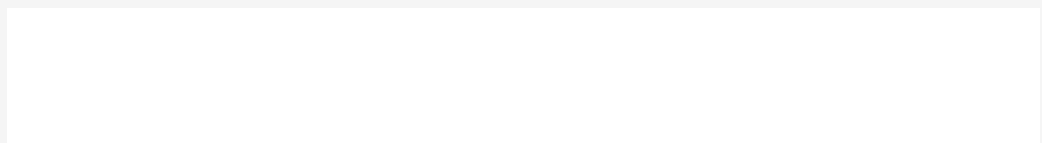
Stilmittel:

- „Nur ein Schritt“-Formel (einfacher nächster Schritt)
- Dringlichkeit (Frist oder Limit setzen)
- Vorteil im CTA nennen
- Persönliche Ansprache („Lass uns ...“)

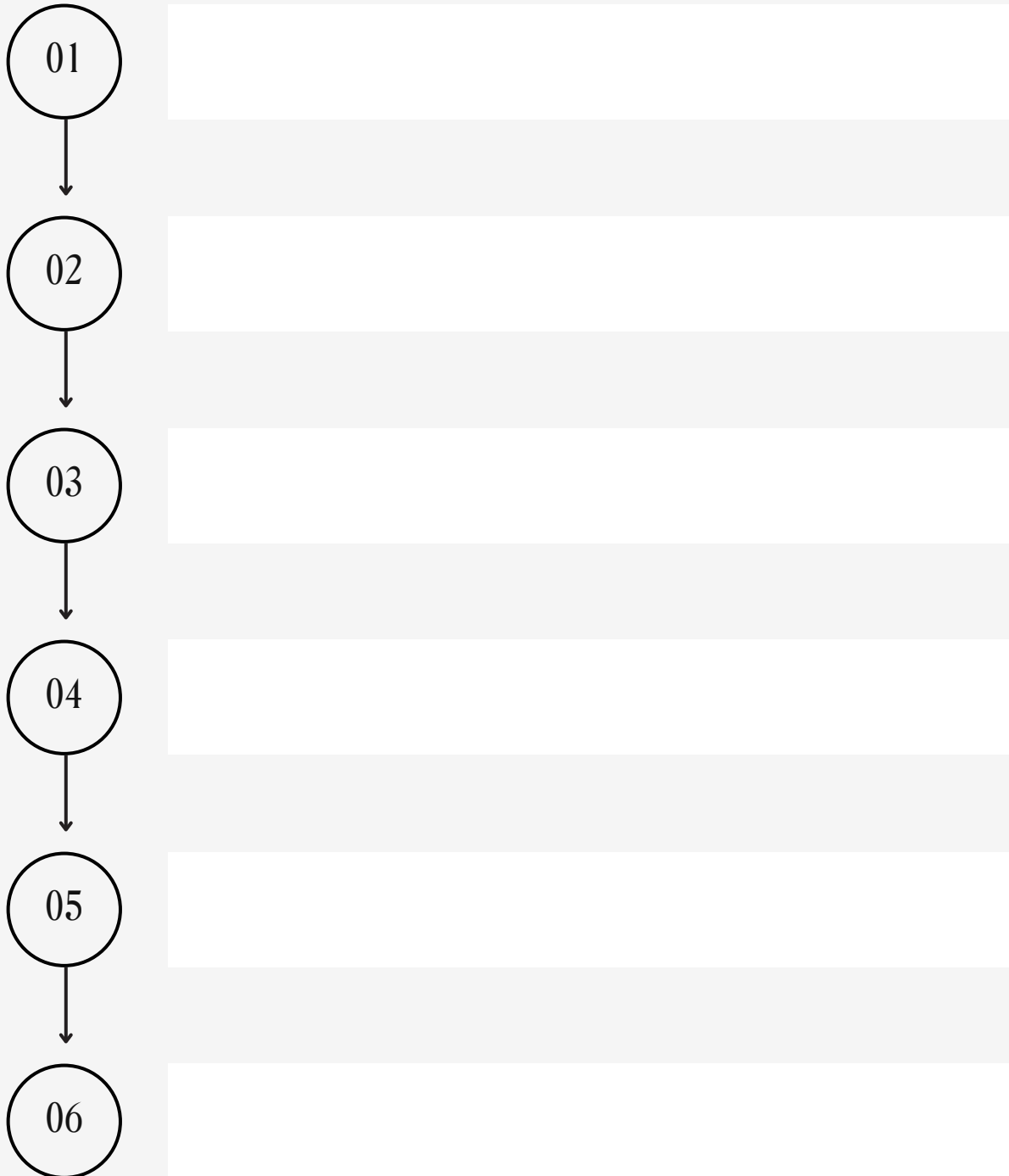
Hier ein paar Beispiele für gute Einstiege:

- „Buche jetzt Dein kostenfreies Strategiegespräch.“
- „Sichere Dir jetzt einen der 10 Plätze im nächsten Programmstart.“
- „Trag Dich ein und erhalte Deinen persönlichen Dating-Fahrplan.“
- „Lass uns zusammen Deinen Traumkörper erreichen. Melde Dich jetzt an.“

NOTIERE 2-3 IDEEN FÜR DEINEN PITCH:



Dein 6-Schritte-Leitfaden



Bonus #1

High-End Kaufpsychologie: Identifiziere die Kauf-Persönlichkeiten und -Motive Deiner Zielgruppe

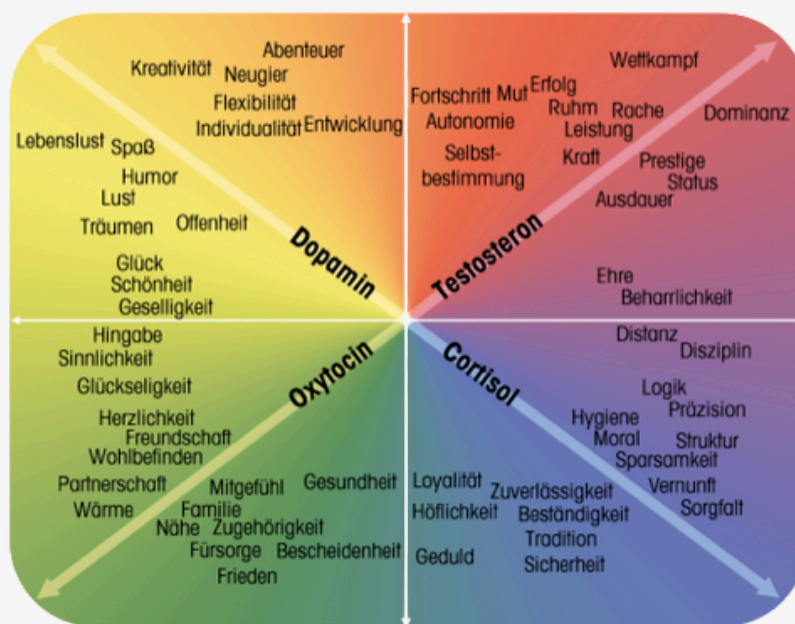
High-End Kaufpsychologie: Warum Kunden *wirklich* kaufen

Du hast jetzt ein klares Angebot. Aber hier kommt der Gamechanger: Ein und dasselbe Angebot verkauft sich völlig unterschiedlich – je nachdem, mit welchem Persönlichkeitstyp Du sprichst. Der Motivkompass® zeigt Dir die psychologischen Kaufmotive und tiefsten Beweggründe Deiner Zielgruppe.

Der Motivkompass® nach Dirk W. Eilert

Inspiration
& Leichtigkeit

Durchsetzung
& Einfluss



Harmonie
& Geborgenheit

Stabilität
& Ordnung



Sobald Du weißt, was Deine Kunden *wirklich* antreibt, werden Deine Angebote unwiderstehlich und all Deine Marketing Texte treffen mitten ins Herz.

Quick Check (Welche Aussage trifft am ehesten auf Deine idealen Kunden zu?)

- ☐ A: „Ich möchte Sicherheit, Stabilität und ein verlässliches System.“
 - ☐ B: „Ich will schnell Resultate, messbare Erfolge und top performen.“
 - ☐ C: „Ich möchte Freiheit, Kreativität und Spaß am Prozess.“
 - ☐ D: „Mir ist ehrliche, harmonische Zusammenarbeit wichtig.“
-
- ☐ A: „Ich habe Zweifel, ob es verlässlich ist.“
 - ☐ B: „Ich will sicher sein, dass es mich wirklich weiterbringt.“
 - ☐ C: „Ich fürchte, dass es langweilig oder einengend ist.“
 - ☐ D: „Ich habe Bedenken, ob ich mich dort wohlfühle.“
-
- ☐ A: „Ich mag, wenn alles planbar ist.“
 - ☐ B: „Ich mag, wenn ich klare Kontrolle habe.“
 - ☐ C: „Ich mag, wenn etwas neu und spielerisch ist.“
 - ☐ D: „Ich mag, wenn ich mich verbunden fühle.“
-
- ☐ A: „Ich kaufe, wenn es Sicherheit gibt und Risiken gering sind.“
 - ☐ B: „Ich kaufe, wenn es mir hilft, schneller als andere voranzukommen.“
 - ☐ C: „Ich kaufe, wenn es spannend klingt und mir Abwechslung bringt.“
 - ☐ D: „Ich kaufe, wenn es zu meinen Werten passt und mich weiterbringt.“

Auswertung

Meist A → Persönlichkeitstyp Stabilität
Meist B → Persönlichkeitstyp Durchsetzung
Meist C → Persönlichkeitstyp Inspiration
Meist D → Persönlichkeitstyp Harmonie

Die 4 Kauf-Persönlichkeiten

Stabilität

Der Sicherheitsliebende

Sicherheitsorientiert & rational

→ Nutze Begriffe wie „verlässlich“, „strukturiert“, „erprobt“, „langfristig“

- **Kaufmotivation:** Sicherheit, Verlässlichkeit, geringes Risiko
- **Marketing-Trigger:** „Bewährte Strategien, die ein stabiles Fundament schaffen“, „Klarer Fahrplan statt Rätseln“, „Mit einem erprobten System“
- **No-Go:** „Hör auf Deine Intuition“ → Zu unklar. Dieser Typ braucht Struktur und Planbarkeit, sonst steigt er aus.

Durchsetzung

Der Dominante

Ergebnisorientiert & ehrgeizig

→ Nutze Begriffe wie „führen“, „schnell entscheiden“, „erreichen“, „Top-Level“

- **Kaufmotivation:** Effizienz, Wettbewerbsvorteil, Einfluss
- **Marketing-Trigger:** „Schnell zu messbaren Ergebnissen“, „Mehr Umsatz, weniger Zeitverlust“, „Dein Vorsprung im Markt“
- **No-Go:** „Ich begleite Dich auf Deiner Reise“ → Für diesen Typen ein Albtraum. Zu vage, zu langsam. Er will Ergebnisse und Kontrolle.

Inspiration

Der Kreative

Freiheitsliebend & ideengetrieben

→ Nutze Begriffe wie „leicht“, „frei“, „intuitiv“, „Inspiration“, „Authentizität“

- **Kaufmotivation:** Freiheit, Abwechslung
- **Marketing-Trigger:** „Ziele mit Leichtigkeit und Spaß erreichen“, „Ohne Dich zu verbiegen“, „Raum für das, was Dich inspiriert“
- **No-Go:** „Ein fester Plan“ → Wirkt für diesen Typ wie ein Käfig. Dieser Typ braucht Abwechslung und kreative Freiheit statt Monotonie, sonst verliert er das Interesse und die Motivation.

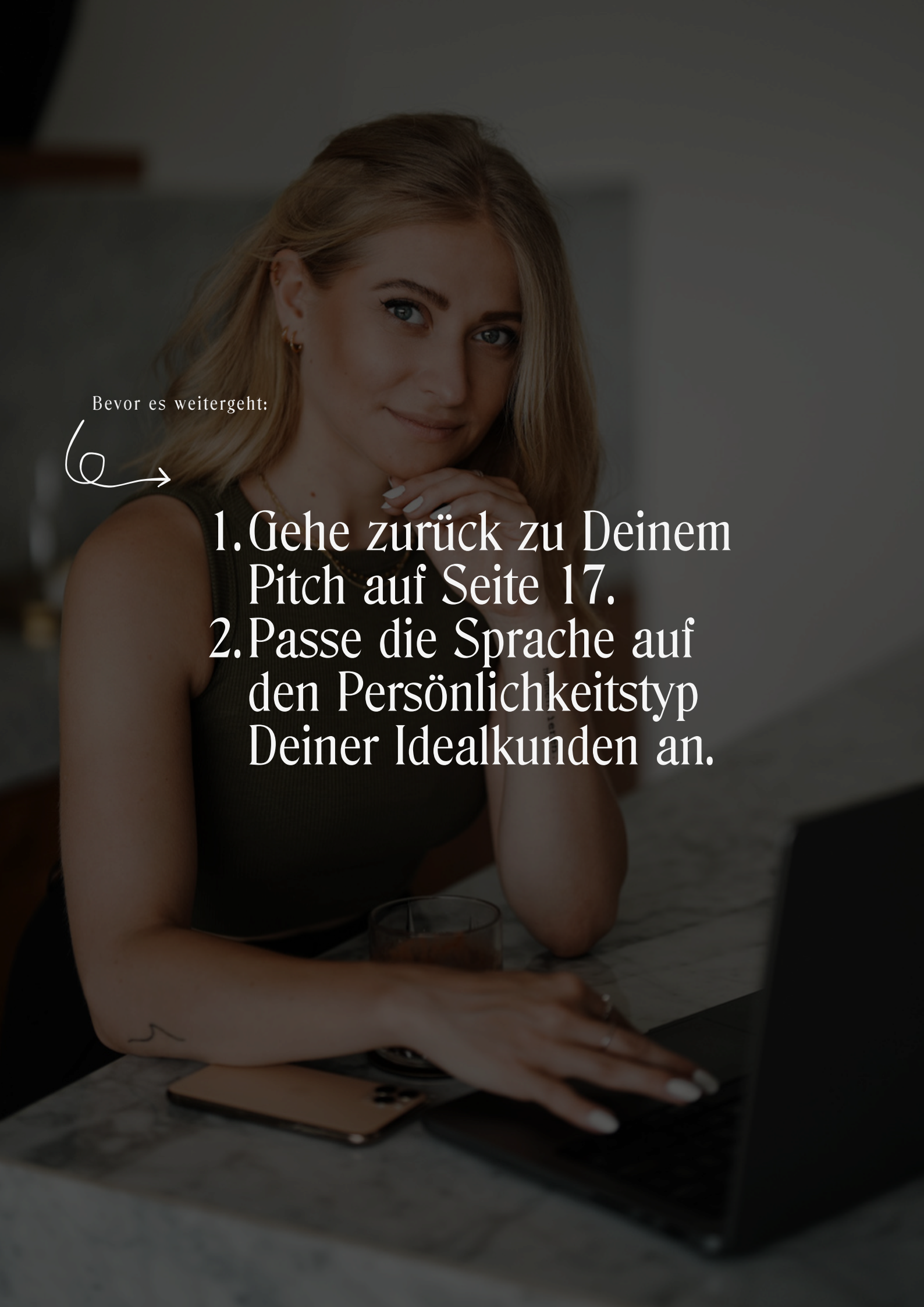
Harmonie

Der Verbinder

Harmonieorientiert & unterstützend

→ Nutze Begriffe wie „gemeinsam“, „unterstützend“, „ehrlich“, „Umfeld“

- **Kaufmotivation:** Gemeinschaft, Vertrauen, Beziehungen, Harmonie
- **Marketing-Trigger:** „Erfolg in einem Umfeld, das Dich versteht“, „Gemeinsam statt alleine“, „Wachstum ohne Ellenbogen-Mentalität“
- **No-Go:** „Egal was andere sagen: Zieh Dein Ding durch“ → Isolation und Konflikte sind für diesen Typ der größte Motivation-Killer.

A woman with blonde hair is sitting at a desk, looking at the camera with a slight smile. She has her hands clasped near her chin. On the desk in front of her is a laptop, a glass of iced coffee, and a smartphone. The background is slightly blurred.

Bevor es weitergeht:



1. Gehe zurück zu Deinem Pitch auf Seite 17.
2. Passe die Sprache auf den Persönlichkeitstyp Deiner Idealkunden an.

Bonus #2

Marketing Blacklist: Diese abgedroschenen Floskeln
und Worthülsen solltest Du konsequent vermeiden

Schreibe, wie Du sprichst ⁽⁰¹⁾

Der beste Pitch? Klingt wie ein ehrliches Gespräch. Stell Dir vor, Du sitzt mit einem Freund im Café und erzählst ganz entspannt von Deinem Angebot. Kein Druck, keine Verkaufsshow. Unser Tipp: Nimm eine Voice-Memo auf und schon hast Du die perfekten Formulierungen.

Vermeide leere Floskeln ⁽⁰²⁾

Viele Begriffe wie „innovativ“, „professionell“ oder „nachhaltig“ klingen erstmal gut. Aber mal ehrlich? Niemand kann sich wirklich etwas darunter vorstellen. Nutze stattdessen konkrete Beschreibungen und starke Bilder, die sofort Kopfkino auslösen.

Keep it simple ⁽⁰³⁾

Hochgestochene Expertensprache machen Dein Angebot nicht besser. Sie machen es unverständlich. Je mehr Buzzwords, desto verwirrter sind Deine Kunden. Fasse Dich möglichst kurz, klar und so, dass Dich Dein Gegenüber ohne viel Nachdenken versteht.



Marketing Blacklist

Verwandle leere Worthülsen in kraftvolle Beschreibungen, die sofort Bilder im Kopf erzeugen und Kunden sofort verstehen, was gemeint ist.

x Sag nicht

digital

langjährige Erfahrung

nachhaltig

innovativ

ganzheitlich

einzigartig

professionell

✓ Sag lieber

Du musst Dich nie wieder mit
Papierkram rumschlagen.

Seit über 10 Jahren lösen wir
genau dieses Problem und
wissen, wo die Ursachen liegen.

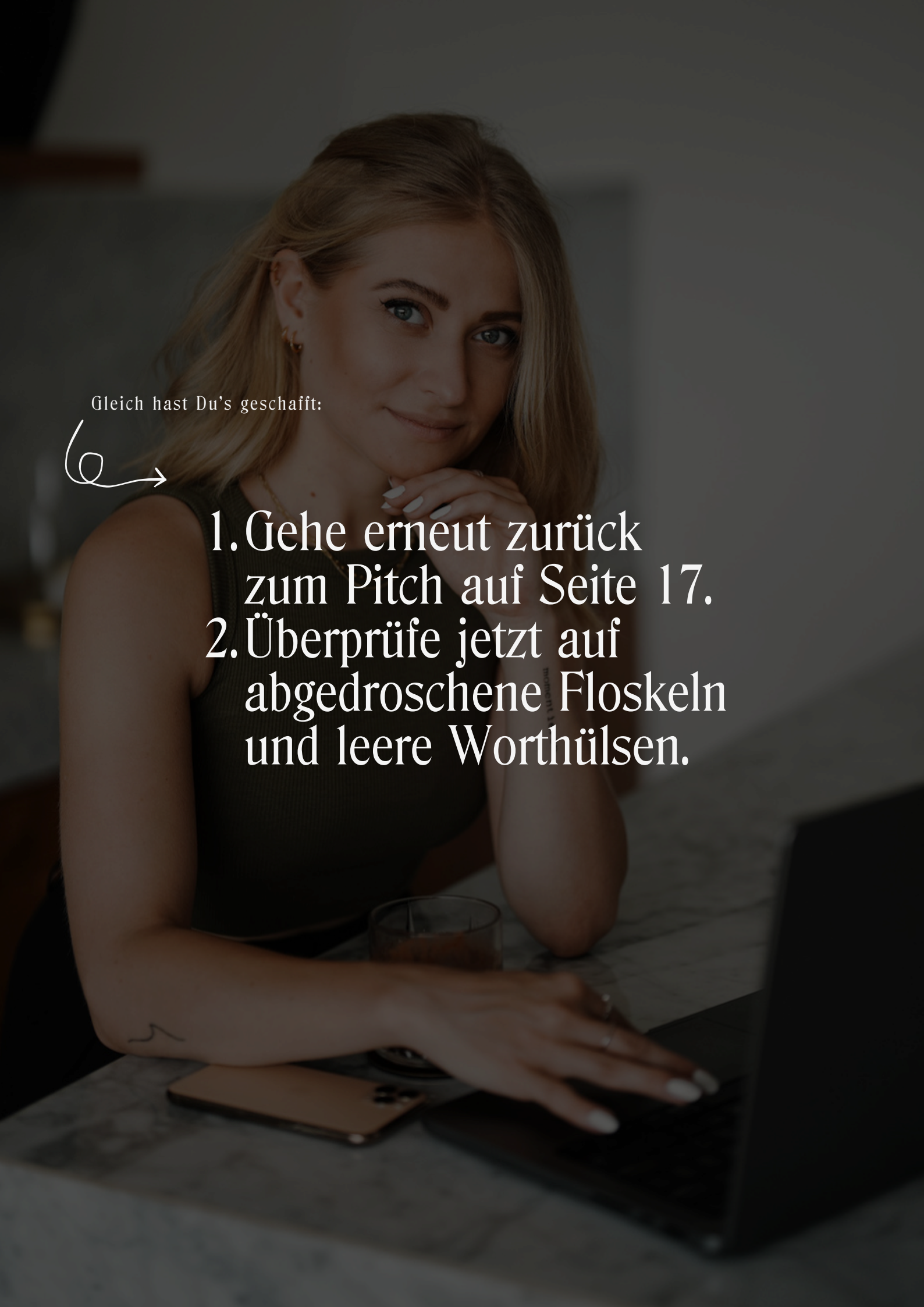
Ein Ergebnis, das nicht
nach drei Monaten verpufft.

Wir setzen Strategien um,
an die Deine Konkurrenz
noch nicht mal gedacht hat.

Wir schauen nicht nur auf das
Offensichtliche, sondern auf
alles, was dahinter steckt.

Es gibt nur eine Version
davon und die gehört Dir.

Du bekommst Ergebnisse, die
halten, was sie versprechen.

A woman with blonde hair is sitting at a desk, looking at the camera with a slight smile. She has her hand resting on her chin. On the desk in front of her is a laptop, a glass of iced coffee, and a smartphone. The background is slightly blurred.

Gleich hast Du's geschafft:



1. Gehe erneut zurück zum Pitch auf Seite 17.
2. Überprüfe jetzt auf abgedroschene Floskeln und leere Worthülsen.

Formuliere hier Deinen finalen Pitch:



Dein perfekter Pitch

01



02



03



04



05



06

You did it!

Wie es jetzt weitergeht ...

Mit der Pitch-Formel hast Du jetzt einen klaren Leitfaden, um erstklassige Kunden sofort zu überzeugen.

Die Tür zu einer gefragten Expertenmarke steht offen. Jetzt geht's darum sie ganz aufzustoßen. Und genau dafür braucht es zu Beginn oft eine klare Außenperspektive.

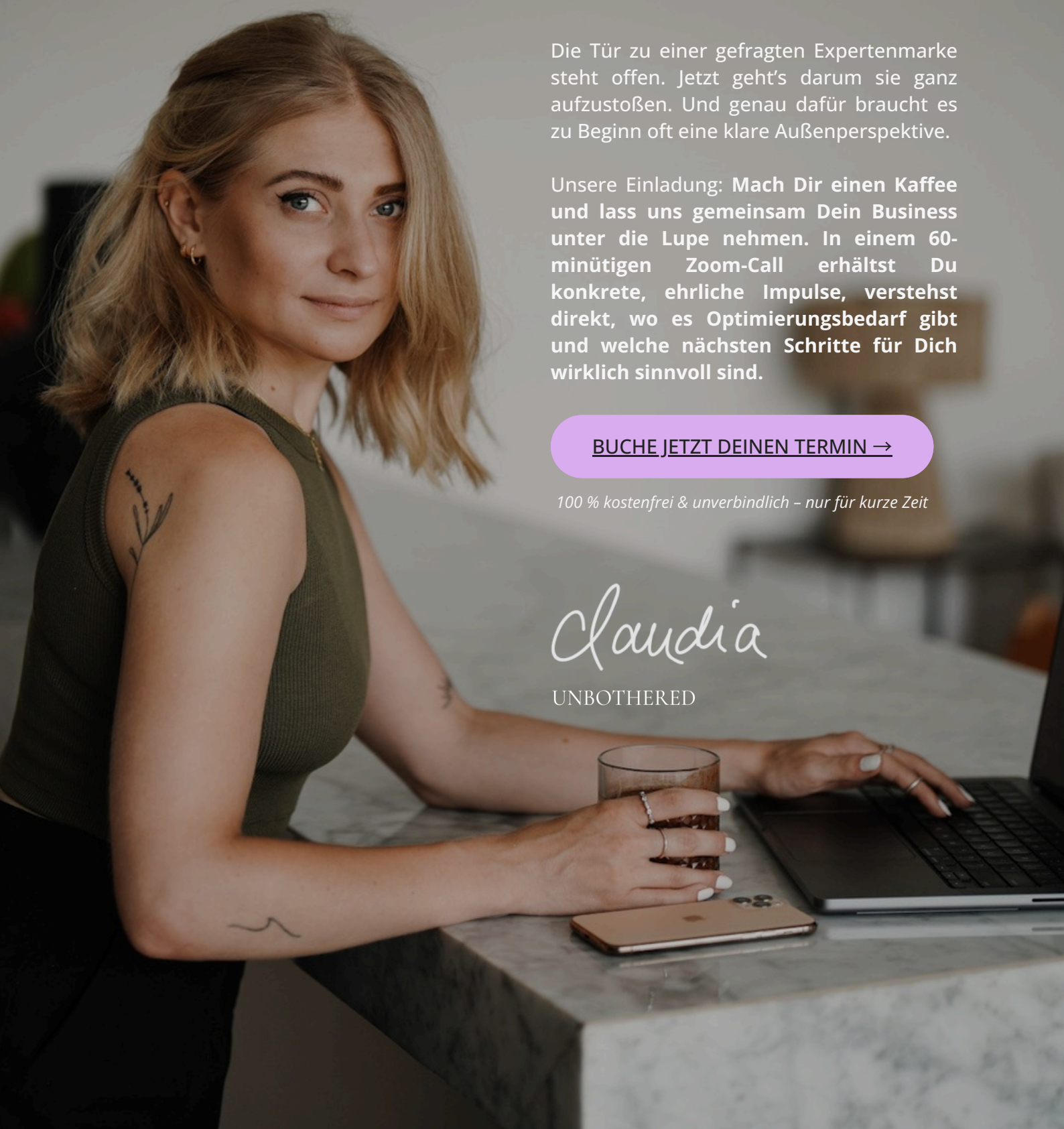
Unsere Einladung: **Mach Dir einen Kaffee und lass uns gemeinsam Dein Business unter die Lupe nehmen.** In einem 60-minütigen Zoom-Call erhältst Du konkrete, ehrliche Impulse, verstehst direkt, wo es Optimierungsbedarf gibt und welche nächsten Schritte für Dich wirklich sinnvoll sind.

BUCHE JETZT DEINEN TERMIN →

100 % kostenfrei & unverbindlich – nur für kurze Zeit

Claudia

UNBOTHERED



Copyright

UNBOTHERED 2025©

Alle Inhalte dieses PDFs, insbesondere Texte, Fotografien und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt. Eine Vervielfältigung, Verbreitung oder Übertragung, auch auszugsweise, ist ohne vorherige schriftliche Genehmigung von Claudia J. Paßberger und Tom Morten Hoffmann nicht gestattet. Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass Verstöße gegen das Urheberrecht, wie z.B. die unbefugte Nutzung von Bildern oder Texten gem. §§ 106 ff. UrhG strafbar sind. Zudem können sie gem. §§ 97 ff. UrhG kostenpflichtig abgemahnt werden und Schadensersatzansprüche nach sich ziehen.