

# Inhalt

## 1. Ozeane an Wissen und das Zeitalter der

<b>Personal Brands</b> .....	11
Wissen ist heute digital – und wertlos. ....	12
Experten wissen von immer weniger immer mehr. ....	12
Im Fake-News-Zeitalter misstrauen Menschen Information .....	15
Große Chance: Google bevorzugt Personal Brands vor Wissen .....	16
Menschen suchen die ordnende Hand von Experten. ....	18
Menschen suchen den Rat der Nummer eins eines Fachgebiets. ....	19
Warum Sie einzigartig werden müssen. ....	21
Keine Personal Brand? Das ist brandgefährlich! .....	24
Ihre Personal Brand muss erinnerungsfähig sein .....	24
Wenn Sie nicht online gefunden werden, finden Sie nicht statt .....	27
Der 1-Minute-Google-Selbsttest .....	28
Aus der Personal Brand entstehen Personal Assets, die lebenslang Ihr wertvollster Besitz bleiben .....	29
Die »Superkraft«-Zutat der Personal Brand .....	33

## 2. Menschen suchen nicht Wissen, sondern Orientierung und Lösungen. ....

Granulares Wissen verunsichert die Konsumenten – und bringt Risiken mit sich. ....	38
Ohne Experten ist Wissen bloße Information .....	44
Das Informationszeitalter ist zugleich das Expertenzeitalter. ....	45
In sechs Bloom-Stufen zum Zeitalter der Experten .....	47
Große Wertschöpfung: Wissen aus Kundensicht betrachten .....	53
Nobelpreiswissen und die Grundlagenforschung .....	55
Werden Sie einzigartig mit Ihrer eigenen Wissensmethode .....	56

<b>3. Ihre Personal Brand veredelt Ihr Wissen .....</b>	<b>59</b>
Die Personal Brand hat gleich doppelte Wertschöpfung .....	61
Wer die Nummer eins ist, das liegt im Auge des Betrachters .....	62
Die Personal Brand als Heuristik: Menschen suchen nicht nur Vereinfachungen, sie brauchen sie sogar .....	64
Die Personal Brand möglichst früh als Marke aufladen.....	72
Die drei Elemente der Markenbildung .....	77
Aus Kunden werden »Evangelists«.....	78
Marken zahlen sich aus .....	80
Die Personal Brand ist einzigartig skalierbar .....	81
Personal Brands sind unsterblich.....	83
 <b>4. Höchstpersönliche Wertgegenstände aus Ihrer Personal Brand.....</b>	 <b>87</b>
Die klassischen vier Marketingstufen aus Sicht des Experten.....	90
Das SRP€-Modell .....	92
Personal Assets lassen sich in die vier SRP€-Segmente einsortieren...	94
Der eigene Personal-Brand-Styleguide .....	94
Fotos: Kunden wollen sich ein Bild von Ihnen machen .....	104
Social-Media-Kanäle .....	109
Die KI erstellt Snack-Content-Blöcke für Ihre Social-Media-Accounts .....	112
Redaktionspläne automatisieren .....	115
Youtube.....	116
Showreels und Videos .....	118
Podcasts .....	124
Testimonials.....	132
Die eigene Website: Nur mit kommunikativer Tiefe.....	134
Google Knowledge Panel: Digital-Personal-Assets verdichten sich zu einem Bild.....	155
Googles Knowledge Panel ist ein Autoritätsausweis.....	157
Googles EEAT-Algorithmus: Große Chance für Personal Brands.....	159
Der eigene Wikipedia-Eintrag: Ausweis höchster Kreditibilität .....	162
Jede Branche hat einen Leit-Award .....	167

<b>5. One-Trick-Pony: Hohe Honorare am Markt erzielen</b>	172
Weniger Wissen bringt höhere Honorare	174
Die Positionierungspyramide	177
Billig oder exklusiv – dazwischen ist es hart!	187
Das »Min-Max-Prinzip«: Preisfallen lauern in zahlreichen Geschäftsfeldern	192
Auch günstige Angebote machen Experten vermögend	194
Masterclasses und Memberships	196
Gut positionierte Experten sind One-Trick-Ponys	199
Das 4-Faktoren-Modell für das perfekte Wissensbusiness	211
Erfinden Sie Ihre eigene, persönliche Wissensmethode	215
Der Follow-the-Money-Ansatz	223
Hat Ihre Zielgruppe mehr Zeit oder mehr Geld?	225
Niedrige Preise verbindet der Kunde mit niedriger Qualität	236
Hohe Honorare helfen auch dem Kunden	240
Re-Branding: There are no Second Acts	242
 <b>6. Charisma verankert Ihre Personal Brand in</b>	
<b>Ihrer Zielgruppe</b>	246
Charisma inspiriert Menschen	247
Die Wirkmacht von Musterbrüchen	251
Perfektion schafft Aggression	252
Das Wabi-Sabi-Konzept	253
Schillernd darf es sein – aber nicht zu sehr	254
Die vier magischen Charisma-Grundregeln	260
Die 80/20-Regel des Charismas	262
Ihre Personal-Brand-Story transportiert und speichert Charisma	263
Geschichten werden an Insignien gebunden:	
Das Souvenirphänomen	269
Toppositionierte Experten »handeln« mit Souvenirs	271
Geschichten zeigen Transformation, nicht Information	273
»Yes we can!« Ein Weckruf wird zur Inspiration	275
»Own your Story« – sonst erzählt sie jemand anderes	277

<b>7. So unterstützt Sie die künstliche Intelligenz</b> .....	278
KI verändert das Wissen und den Expertenstatus in allen Bereichen ...	279
KI schafft Inspiration .....	288
KI ist der ideale Zuarbeiter für Experten .....	291
Untere Stufen der Wissenstaxonomie lassen sich an die	
KI auslagern. ....	293
Die vier Dinge, die Ihnen die KI abnehmen kann. ....	293
KI erweitert die Ausdrucksmöglichkeiten .....	295
KI macht Fehler: Das stärkt den Experten .....	297
 <b>8. Das eigene Buch als Zentralgestirn für Ihre</b>	
<b>Personal Brand</b> .....	299
Bücher erzeugen ein hochwertiges Umfeld und veredeln	
Sichtbarkeit .....	299
Ein Buch strukturiert Ihre eigenen Inhalte. ....	303
 <b>Ressourcen zum Buch</b> .....	313
 <b>Schlusswort und Danksagungen</b> .....	314
 <b>Anmerkungen</b> .....	316