

## **EINLEITUNG 20**

Einleitung **22**  
Lebensinventur **26**

## **01 I MARKTANALYSE 28**

Einleitung **30**  
Expertendifferenzierung –  
Das sind die Akteure am Markt **34**  
Das Marktangebot **45**  
Die Zahl der Veranstaltungen steigt **46**  
Als Autor:in sichtbar werden **47**  
Online-Autoren **50**  
Influencer **53**  
Veranstalter **56**  
Die Affenfaust-Veranstaltung **58**  
Das unwiderstehliche Angebot **60**  
Expertendifferenzierung **62**  
Gruppengröße **62**  
Dauer **63**  
Vorbereitungszeit **63**  
Performance **64**  
Adaption an den Kunden **65**  
Fokus **67**  
Referenzen **70**  
Krisenzeiten **72**  
Empfehlungen **72**  
Grund der Buchung **73**  
Austauschbarkeit **73**  
Vorstandsnähe **75**  
Das Buch **76**

## **02 I POSITIONIERUNG 78**

Einleitung **80**  
Prominenz schlägt Kompetenz **86**  
Du musst das Rad nicht neu erfinden **92**  
Lieber breit als spitz **94**  
Positionierungsideen **96**  
Worauf kommt es  
bei der Positionierung an? **98**  
Das Leben ist ein Arbeitstitel **102**  
Checkliste für deine Positionierung **105**  
Zur Positionierung gehört  
eine Inszenierung **108**  
Du bist auf der Welt kein Zufall **118**  
Wofür bist du angetreten? **121**  
Finde deine Zielgruppe **126**  
Kanalliste **130**

## **03 I HONORAR 134**

Einleitung **136**  
Geld & Vertrauen **138**  
Honorarstrukturen  
transparent gemacht **143**

## **04 I PROFIL 150**

Einleitung **152**  
Angebotsoptimierung **155**  
Das professionelle Experten-  
und Speakerprofil **162**

## **05 | BUCH 168**

- Einleitung **170**
- Drei Arten von Büchern **174**
- Wie schreibst du ein Buch? **180**
- Die Drei-Tage-Berghütten-Methode **184**
- Wie plane ich selbst ein neues Buch? **189**
- Wie schreibst du ein Buch mit einem Ghostwriter? **193**
- Ghostwriterliste **199**
- Zusatzeinkommen mit einem Buch planen **203**
- Wie veröffentlichtst du ein Buch? **204**
- Klassische Verlage **206**
- Wie findest du einen Verlag? **209**
- Wie bewirbst du dich bei einem Verlag? **214**
- Verlagsverhandlungen, aber richtig **220**
- Autorenhonorar **221**
- Der Honorarvorschuss **222**
- Freixemplare **223**
- Werbeseiten im Buch **223**
- Außergewöhnliche Vermarktungsideen **225**
- Wir kapitalisiere ich ein Buch? **228**
- Veröffentlichung, was nun? **233**
- Public Relations **234**
- Wie wird dein Buch ein Bestseller? **237**
- Wie kommst du mit deinem Buch ins Fernsehen? **239**

## **06 | PERFORMANCE 244**

- Einleitung **246**
- Internationaler Speaker Slam **248**
- Silent Speaker Battle **254**
- Präsentation braucht Dramaturgie und Struktur **260**
- Wir schreibst du eine Weltklasse-Keynote? **260**
- Auf der Suche nach deinen Kernbotschaften **266**
- Mit Storys die Reaktionen der Zuhörer genau planen **267**
- Zahlen und Fakten sind Beweise **269**
- Wie wirken Beispiele? **269**
- Performance und Dramaturgie **270**
- Demonstrationen, Interaktionen und Schausstücke **271**
- Regeln für gute Vorträge **276**

## **07 | WWW 280**

- Einleitung **282**
- Das Prinzip der Lead-Generierung **284**
- Dein Wikipedia-Eintrag **286**
- Welche Tools brauchst du für dein Online-Marketing? **288**

## **08 | AKQUISE 292**

- Einleitung **295**
- 30 am Tag **296**
- Sichtbarkeit mit deinem Buch bringt Umsatz **298**
- Einen Beirat gründen **299**
- Ein cooler Schachzug, mit Multiplikatoren zu arbeiten **299**
- Inszeniere das Anschreiben an Zielgruppenbesitzer **301**
- Wer sind die Zielgruppenbesitzer der Zielgruppenbesitzer? **304**
- Besitzer der Besitzer von Zielgruppenbesitzern **307**
- Wie Experten dich ins Radio bringen **308**
- Podcast als Multiplikator **309**
- Deine eigene Redneragentur **312**
- Redneragenturliste **312**
- Ein Kuratorium hebt deinen Status deutlich **314**
- Awards zu verleihen, schafft Aufmerksamkeit **318**
- Deine Liebe zum Angebot **320**
- Was kannst du noch für deine Sichtbarkeit tun? **322**
- Ich sehe was, was du nicht siehst **323**
- Und jetzt los **325**
- Service Clubs **328**

## **09 | PR 330**

- Einleitung **332**
- PR-Grundlagen **334**
- An wen richtest du deine Pressearbeit? **336**
- Der Waschzettel **336**
- Meine Drei-Punkte-PR-Kommunikation **338**
- So baust du deinen Pressetext professionell auf **339**
- Der Presseverteiler **344**
- Deine eigene Kolumne **345**
- Presseausweis **246**
- PR-Ideen für deine Pressemeldung **346**
- Interviews, aber richtig! **347**

## **10 | IDEEN-KAPITALISIERUNG 350**

- Einleitung **353**
- Go for GOLD! **354**

## **SCHLUSSKAPITEL 358**

- Wer ist Hermann Scherer? **360**
- Folge mir **363**
- Hermann Scherer im SWR **364**
- Pressestimmen **366**
- Manifest **368**
- Das Ende des Buches ist dein Anfang **370**