

KI-Marketing- Maschine

Wie du mit künstlicher Intelligenz
vollautomatisch Kunden gewinnst. Ohne
dass du selbst vor die Kamera musst,
ohne Mitarbeiter und ohne Zeitaufwand.

ARTUR NEUMANN



EINSTIEG

Die unsichtbare Chance

In China haben zwei Personen in einem Livestream 7,65 Millionen US-Dollar Umsatz gemacht. In nur sieben Stunden.

Keine echten Menschen. Beide komplett mit künstlicher Intelligenz generiert. Die KI-Influencer haben Produkte vorgestellt, Kundenfragen beantwortet und verkauft. Kein Mitarbeiter war beteiligt, kein Studio, kein Team. Nur Code, der rund um die Uhr arbeitet.

Was in China schon ein Milliardenmarkt ist, wird in den nächsten Jahren in jeder Branche der Welt passieren. **KI-Influencer werden deine Konkurrenz sein.** Nicht irgendwann. Jetzt.

NACHRICHT

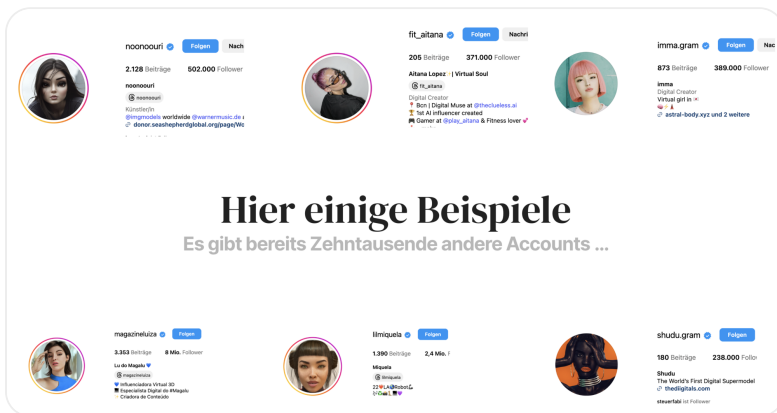
KI-Avatare in China haben gerade bewiesen, dass sie einflussreiche Influencer sind. Ein Duo brauchte nur 7 Stunden, um mehr als 7 Millionen Dollar einzustreichen.

Der chinesische Influencer Luo Yonghao und Co-Moderator Xiao Mu probierten am Sonntag, den 15. Juni 2025, Livestreaming aus und verwendeten dabei interaktive digitale Avatare, die auf Baidus generativem künstlichen Intelligenzmodell basieren.

- Ein chinesischer Unternehmer strich 7,65 Millionen Dollar ein, nachdem er mit einem interaktiven digitalen Avatar gestreamt hatte.
- Das war mehr, als er mit seinem vorherigen Livestream verdiente, den er persönlich moderierte



Beispiel aus China: Zwei KI-Avatare verkaufen in einem Livestream Produkte und beantworten Kundenfragen in Echtzeit.



Beispiele für bereits aufgebaute KI-Influencer-Profile in unterschiedlichen Nischen und Stilrichtungen.

VOGUE und viele andere nutzen bereits KI-Models.

Are digital models about to become the industry standard?

As artificial intelligence influences fashion, brands face a reckoning over ethics, creativity and employment.

BY ISABELLE TRIMMAN
April 10, 2025

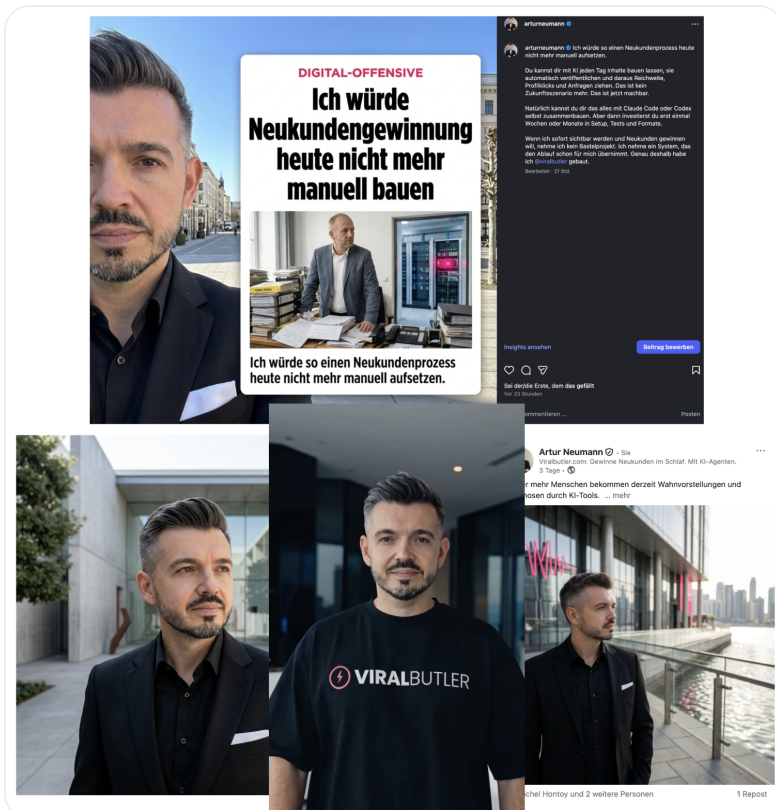


Auch etablierte Medien und Marken arbeiten bereits mit KI-Modellen in der Mode.

Warum ich dir das sage

Ich bin Artur Neumann. Früher habe ich Millionenbudgets für Marken wie Allianz, Red Bull und HSBC verantwortet. Heute erwirtschafte ich als Solo-Unternehmer über 85.000 Euro Gewinn pro Monat. Ohne Mitarbeiter, ohne Büro und mit 4-Tage-Woche.

Ich habe mich längst selbst digitalisiert. Ich baue eigene KI-Marken auf und beteilige mich an KI-Influencern anderer Unternehmer, weil ich weiß: Das ist die Zukunft, und der Einstiegspunkt ist so niedrig wie er nie wieder sein wird.



KI-generierte Versionen derselben Persona in verschiedenen Szenen, Perspektiven und Social-Media-Formaten.

Ich sage dir das nicht als Zuschauer. Ich sage dir das als jemand, der dieses Modell bereits selbst baut und nutzt.

1.000.000 € mit KI-Influence

Artur Neumann

Beispiel für einen KI-generierten Clip mit digital erzeugter Persona, Stimme und Inszenierung.

Tokio Lifestyle eines KI-Influ

Artur Neumann

Zweites Beispiel für einen KI-Clip, diesmal in einem anderen Stil und Szenario.

Ich zeige dir in diesem Buch, was KI-Influencer wirklich sind, warum sie funktionieren, wo die drei großen Denkfehler liegen und wie du sie nutzt, um ein zeitloses Vermögen aufzubauen. **Ohne dein Gesicht zu zeigen.**

Was dieses Buch ist und was nicht

Dieses Buch ist kein Tool-Tutorial. Die Werkzeuge ändern sich jeden Monat. Wenn ich dir hier eine Prompt-Vorlage für ein Video-Tool zeige, ist sie in vier Wochen überholt.

Stattdessen zeige ich dir drei Dinge:

1. **Was heute schon möglich ist.** Die meisten Menschen unterschätzen radikal, wie weit KI-Content bereits ist und welche Umsätze damit gemacht werden.
2. **Warum die meisten trotzdem nicht profitieren.** Nicht die Technik hält sie auf. Es sind drei Denkfehler, die ich in diesem Buch auflöse.
3. **Wie du es richtig machst.** Welcher Influencer zu dir passt, wie du ihn monetarisierst und warum Distribution auf Knopfdruck in Zukunft das einzige übrig bleibende Alleinstellungsmerkmal ist.

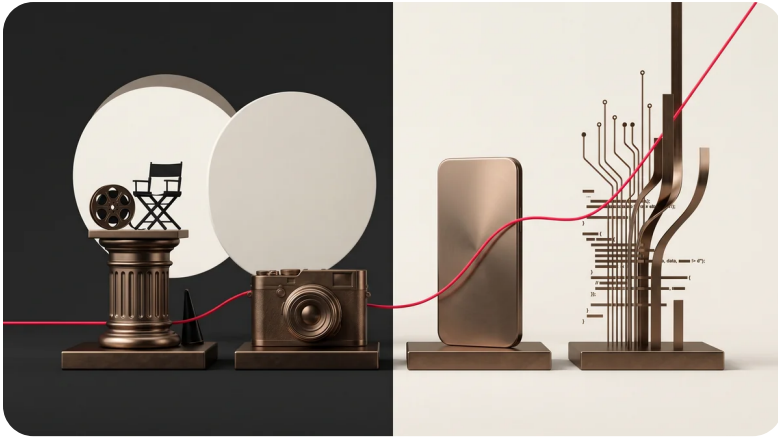
Wenn du dieses Buch durchgelesen hast, verstehst du, warum sich das Online-Marketing in den nächsten zwölf Monaten grundlegend verändert und wo deine Chance liegt. Das ist mein Versprechen.

Deine Aufgabe

Bevor du weiterliest, nimm dir 60 Sekunden und beantworte zwei Fragen:

- Wenn du nie wieder selbst ein Video aufnehmen, ein Foto posten oder einen Text schreiben müsstest, könntest du dein Business trotzdem vermarkten?
- Was wäre dein Business wert, wenn es rund um die Uhr automatisch Reichweite, Anfragen und Umsatz produziert, ohne dass du je vor der Kamera stehst?

Halte diese Antworten im Kopf. Sie sind der Grund, warum du weiterliest.



KAPITEL 1

Die Content-Evolution

Um zu verstehen, warum KI-Influencer gerade jetzt explodieren, musst du einmal zurücktreten und schauen, wie sich Content in den letzten Jahrzehnten entwickelt hat. Denn die Welle, auf der du jetzt surfen kannst, ist nicht zufällig da. Sie ist das logische nächste Kapitel einer langen Entwicklung.

Von der Filmcrew zur Code-Zeile

Studioproduktion. Früher brauchte man ein Studio, eine Filmcrew, Utensilien, Equipment, einen Regisseur. Produktion dauerte Wochen und kostete ein Vermögen. Nur große Unternehmen konnten sich professionellen Content leisten.

Eigene Kameras. Dann kamen Videokameras und Digitalkameras, die man in der Hand halten konnte. Plötzlich konnten auch kleinere Produktionen eigene Filme drehen. Der Schritt war groß, aber der Aufwand blieb hoch.

Smartphones. Jeder Mensch trägt heute ein vollwertiges Filmstudio in der Hosentasche. Jeder kann 100 Bilder an einem Nachmittag machen, Videos aufnehmen, live senden. Das hat die Demokratisierung von Content überhaupt erst möglich gemacht. Instagram, TikTok und YouTube sind ohne Smartphones nicht denkbar.

KI-generierter Content. Jetzt, in diesem Moment, erleben wir die vierte Welle. Du musst nicht mehr nach Tokio fliegen, um ein Foto in Tokio zu machen. Du musst keinen Ferrari mieten, um dich neben einem Ferrari zu zeigen. Du sagst einem KI-Tool, was du willst, und es liefert das Bild oder Video. Fotorealistisch. In Sekunden.

Code-generierter Content. Und jetzt kommt der Teil, den die meisten noch nicht mal auf dem Radar haben. Über eine API, eine Programmierschnittstelle, lässt sich mit einer einzigen Code-Zeile ein Video erzeugen, ohne je ein Tool zu öffnen. Und das 100.000 Mal am Tag, vollautomatisch.

Eine Video-API: Ein Prompt und wenige Parameter reichen aus, um Clips automatisiert per Code zu erzeugen.

Die Realität, die die meisten noch nicht verstanden haben

Bereits heute gibt es in der Geschichte der Menschheit mehr KI-generierten Content als alle Menschen in ihrem gesamten Leben jemals erstellt haben. Und der Trend beschleunigt sich.

KI wird niemals wieder so schlecht sein wie heute. Was du heute bei einem KI-Video noch als „nicht ganz perfekt“ erkennst, wird in zwölf bis vierundzwanzig Monaten unmöglich von echtem Content zu unterscheiden sein.

Warum dich das persönlich betrifft

Das ist keine technische Trivia. Das ist eine strategische Weichenstellung.

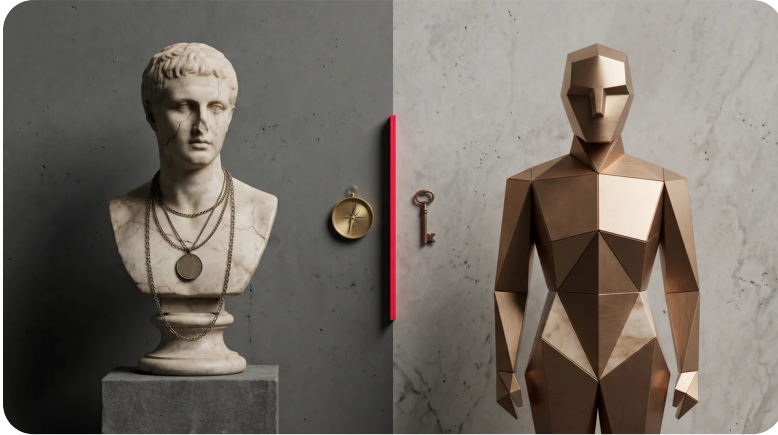
Wenn der gesamte Markt innerhalb weniger Jahre zu automatisiertem Content wechselt und du weiter manuell Videos drehst, Posts schreibst und Stories postest, dann kämpfst du mit einer Hand gegen jemanden, der tausend Hände hat. Jede einzelne davon postet gerade für ihn. Ohne Unterlass. Rund um die Uhr.

Jede Art von Arbeit wird in Zukunft nahezu null Euro kosten. Das bedeutet: Normale Intelligenz und normale Ausführung verlieren ihren Wert. Übrig bleiben zwei Dinge, die knapp sind. Kapital. Und Marken.

Genau an diesem Punkt kommen KI-Influencer ins Spiel.
Sie verbinden beides.

Kapitel-Kernpunkte

- Content hat fünf Stufen durchlaufen: Studio, Kamera, Smartphone, KI-generiert, Code-generiert. Jede Stufe war schneller, günstiger und zugänglicher als die vorherige.
- Wer heute auf Stufe drei stehen bleibt, produziert gegen Code-Fabriken, die 100.000 Beiträge am Tag ausspielen.
- Normale Arbeit wird zum Nullpreis. Knapp bleiben Kapital und Marken.



KAPITEL 2

Warum ein KI-Influencer und nicht du

Die naheliegende Frage lautet: „Warum nicht einfach eine eigene Personal Brand aufbauen?“

Die kann funktionieren. Ich habe das selbst jahrelang getan und damit viele Millionen verdient. Personal Brands schaffen schnell Vertrauen, verkaufen effektiv und können ein ganzes Business tragen. Aber sie haben drei strukturelle Probleme, die fast niemand ausspricht.

Das Problem des tanzenden Bären

Wer eine Personal Brand aufbaut, ist der tanzende Bär. Vorne in der Manege, jeden Tag, unter den Scheinwerfern. Videos drehen, Gespräche führen, auftreten. Und in dem

Moment, in dem du krank wirst, keine Lust hast, eine Pause brauchst oder dein Account gesperrt wird, steht alles still.

Kein Content, keine Aufmerksamkeit, kein Geld.

Das ist keine Freiheit. Das ist eine gut bezahlte Selbstaussbeutung. Genau deshalb haben so viele große Creator und YouTuber früher oder später einen Burnout. Weil es einfach nicht auszuhalten ist, jeden Tag der sein zu müssen, den die Follower sehen wollen.

Das Problem der Vererbbarkeit

Eine Personal Brand lässt sich nicht verkaufen. Nicht wirklich. Die Firma vielleicht, aber die Marke ist dein Gesicht, deine Stimme, deine Geschichte. Wie sollst du das an deine Kinder vererben? An ein anderes Unternehmen übertragen?

Das geht nicht. Die Marke stirbt mit dir oder mit dem Moment, in dem du aufhörst.

Das Problem der Abhängigkeit

Deine Personal Brand ist an deinen Lebensweg geknüpft. Auswandern, Branchenwechsel, neues Thema: Deine Zielgruppe folgt dir dorthin nicht unbedingt. Du bist an das gebunden, wofür du einmal bekannt geworden bist.

Was ein KI-Influencer löst

Ein KI-Influencer hat keins dieser Probleme.

- Er ist niemals krank, niemals müde, niemals unmotiviert.
- Er macht exakt das, was du ihm sagst. Konsistent. Diszipliniert. Ohne Beschwerden.
- Er kann perfekt aussehen, perfekt klingen, perfekt zu deiner Zielgruppe passen.
- Er lässt sich verkaufen, vererben, lizenzieren oder für ein neues Thema umbauen.
- Er wird mit jedem KI-Update automatisch besser, ohne dass du dich fortbilden musst.

Eine Personal Brand ist stark im Marketing, aber fragil in der Struktur. Ein KI-Influencer ist ein Vermögenswert. **Er gehört dir. Und er arbeitet für dich, auch wenn du schläfst.**

Die parasoziale Beziehung

Viele Unternehmer denken: „Die Leute merken doch, dass das nicht echt ist.“

Sie merken es nicht. Und selbst wenn sie es merken, ist es ihnen egal.

Schau dir OnlyFans an. Viele der „Models“ dort sind Projektionen. Fans bauen eine echte, tiefe Beziehung zu Menschen auf, die sie nie persönlich getroffen haben und nie treffen werden. Das nennt man parasoziale Beziehung, und sie ist eines der mächtigsten Phänomene der Aufmerksamkeitsökonomie.

Ich erlebe das selbst andersherum. Wenn ich ein echtes Foto aus einem Hotel oder aus der Business Class poste, schreiben Kommentatoren: „Ist ja nur KI.“ Wenn die Leute sowieso alles für KI halten, kann man auch gleich KI-Content posten. Dem Publikum ist der Unterschied nicht mehr wichtig.

Kapitel-Kernpunkte

- Personal Brands sind stark, aber fragil: Sie hängen an deiner Person, deiner Zeit und deiner Laune.
- KI-Influencer sind skalierbar, vererbbar, verkaufbar und arbeiten ohne Unterbrechung.
- Die parasoziale Beziehung zwischen Publikum und Figur funktioniert auch dann, wenn die Figur nicht real ist.



KAPITEL 3

Die drei großen Denkfehler

Die meisten Leute, die von KI-Influencern hören, glauben, dass es für sie nicht funktioniert. Es sind fast immer dieselben drei Denkfehler. Gehen wir sie einzeln durch.

Denkfehler 1: Man braucht viele Follower

„Aber ich habe doch gar keine Reichweite.“ „Das dauert Jahre, bis da was aufgebaut ist.“ „Ich bin zu spät dran.“

Falsch. Follower sind weitgehend egal geworden. Die Algorithmen von Instagram, TikTok, YouTube und X zeigen Content nicht mehr primär an deine Follower. Sie zeigen Content an die Menschen, für die er interessant ist, unabhängig davon, ob sie dir folgen.

Ein einziges Video kann dein Leben verändern. Ein einziger Beitrag kann Millionen Views erreichen, auch wenn dein Account erst drei Tage alt ist.

Ein reales Beispiel

Ich habe selbst ein Experiment gestartet. Ein KI-Influencer im Bereich Tarot und Astrologie. Fünf Sekunden lange Horoskop-Clips. Täglich automatisch erstellt.

Nach drei Tagen kam die erste Nachricht von einer Kundin: „Hallo Julia, kannst du für mich eine persönliche Legung machen?“

Das ist der Punkt. Nicht nach sechs Monaten. Nicht nach tausend Posts. Nach drei Tagen.

Drei Tage. Kein Werbebudget. Kein Gesicht. Kein Auftritt. Nur ein automatisch laufender Account mit einer KI-Persona, die es vorher nicht gab.

Der Account war klar positioniert: eine digitale Tarot- und Astrologie-Figur mit täglichem Horoskop-Format.

Eine echte Direktnachricht an den Account: Aus kurzen Horoskop-Clips wurde innerhalb weniger Tage eine konkrete Anfrage.

Du brauchst also nicht zuerst viele Follower. Du brauchst zuerst ein Format, das Menschen sofort sehen wollen.

Kurze, wiedererkennbare Horoskop-Clips: Genau solche einfachen Serienformate können schnell Reichweite aufbauen.

Ein noch krasserer Beispiel

Eine Person hat einen Account mit einem KI-generierten Stormtrooper aus Star Wars gestartet. Das erste Video auf einem komplett neuen Instagram-Account. 11 Millionen Views.

Ein Video. Ein Prompt. Und im Profil ein verlinkter Kurs, der erklärt, wie man genau solche KI-Videos erstellt. Der Account hat später hunderte Millionen, wahrscheinlich über eine Milliarde Views erreicht. Der Kurs hat riesige Summen eingespielt.

Das war ein Prompt. Nicht ein Jahr Aufbau, nicht ein Team, nicht ein Studio. Ein Prompt.

Ein KI-Account mit Stormtrooper-Figur: einzelne Videos erreichten direkt Hunderttausende bis Millionen Aufrufe.

Denkfehler 2: Es ist technisch kompliziert

„Ich kann nicht programmieren.“ „Ich verstehe diese Tools nicht.“ „Das ist alles zu komplex für mich.“

Auch falsch. Die Technik lässt sich an einem Nachmittag lernen. Bildbeschreibung eingeben, auf animieren klicken, Text drüberlegen, hochladen. Das war's.

Der schwierige Teil ist gar nicht die Technik. Der schwierige Teil ist:

- Welcher Charakter passt zu welcher Zielgruppe?
- Welche Geschichten erzeugen echte Bindung?
- Welche psychologischen Trigger lösen virale Verbreitung aus?
- Welche Formate funktionieren konsistent in deiner Nische?
- Wie monetarisiert du die Reichweite, ohne spammy zu wirken?

Das ist die echte Kunst. Und deshalb ist es kein Zufall, dass einzelne Unternehmer sich längst Portfolios von KI-Influencern aufbauen, mit hunderten oder tausenden Accounts. Sie haben das Was und das Wer verstanden, während alle anderen noch über das Wie diskutieren.

Denkfehler 3: Das ist nicht profitabel

„Wer zahlt schon für einen KI-Influencer?“ „Das Geld ist doch nur bei den echten Creators.“

Das ist der teuerste Denkfehler von allen, und er hängt an einem Wort: **Distribution.**

Jede gute Geschäftsidee stirbt an Distribution. Du hast eine Idee, willst starten, und dann: „Wie kriege ich die bekannt?“ Social Media? Werbung? SEO? Kooperationen?

Weil die Antwort überwältigend ist, schläft die Idee ein.
Das kennt jeder Unternehmer.

Ein KI-Influencer ist Distribution auf Knopfdruck. Du drückst auf Start, und dein Marketing läuft. Für jede Idee, die du hast. Wenn die Idee gut ist, verdienst du damit Geld. Weil Aufmerksamkeit die einzige Währung ist, aus der sich alle anderen ableiten.

Klassische Werbung wird jedes Jahr teurer. Mit einem eigenen KI-Influencer machst du es andersherum: Du postest organisch, siehst, was aufgeht, und verstärkst nur das mit Werbung, was nachweislich funktioniert. Jeder investierte Euro kommt vielfach zurück.

Kapitel-Kernpunkte

- Follower sind nicht mehr der Hebel. Algorithmen bringen den richtigen Content zu den richtigen Menschen, auch ohne existierende Reichweite.
- Die Technik ist trivial. Die Kunst liegt in Charakter, Format und Psychologie.
- KI-Influencer sind Distribution auf Knopfdruck. Genau die Ressource, an der die meisten Ideen scheitern.

Zwischenschritt · Kostenlos ansehen

Mehr passende Anfragen für dein Unternehmen?

Im kostenlosen Online-Workshop „Der 60-Minuten-Kundenmagnet“ geht es um deinen nächsten Schritt in der Kundengewinnung.

[Zum gratis Online-Workshop →](#)



KAPITEL 4

Was ein KI-Influencer wirklich ist

Bevor wir in die Monetarisierung gehen, schaffen wir Klarheit bei den Begriffen. In den Medien wird gerade alles durcheinandergeworfen.

Ein Wort für viele Dinge

Digitale Influencer, virtuelle Influencer, KI-Influencer, KI-Avatare, AI-Avatare, digitale Klone. Das sind alles nur verschiedene Namen für dasselbe Grundprinzip. **Eine Persona, die nicht physisch existiert, aber online konsistent auftritt, Inhalte produziert, mit Menschen interagiert und für dich Geld verdient.** Bei allen hat künstliche Intelligenz in irgendeiner Form dabei geholfen.

Das ist der gemeinsame Nenner. Alles andere sind Varianten.

Drei Grundtypen

Der fotorealistische KI-Influencer. Sieht aus wie ein echter Mensch. Beispiele wie Aitana Lopez oder Lil Miquela haben Millionen Follower. Große Modemagazine wie Vogue nutzen bereits KI-Models,

um Produkte zu präsentieren. Für viele Zielgruppen ist das die wirkungsvollste Variante, weil Menschen sich unbewusst mit Menschen verbinden.

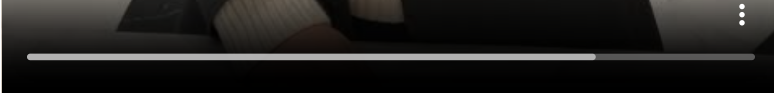
Der stilisierte oder Cartoon-Charakter. Muss nicht fotorealistisch sein. Es gibt Cartoon-Accounts mit 2,4 Millionen Followern, 8 Millionen Followern und mehr. Für bestimmte Nischen, also Kinder, Entertainment, Edutainment, Lifestyle, sind stilisierte Figuren sogar stärker.

Der digitale Klon. Das bist du. Aber in digitaler Form. Deine Gesichtszüge, deine Stimme, dein Auftritt, übersetzt in ein KI-Modell, das auf Knopfdruck neue Videos von dir produzieren kann. Du kannst in Bangkok sein, ohne je dort gewesen zu sein. Du kannst jede Sprache perfekt sprechen, ohne sie zu lernen.

Ein fotorealistisches KI-Porträt, wie es für Lifestyle-, Fashion- oder Personal-Brand-Formate genutzt werden kann.

Aus derselben Grundidee lassen sich sehr unterschiedliche Figuren entwickeln, je nach Zielgruppe und Nische.





Beispiel für einen sprechenden KI-Influencer in Videoform: Die Figur wirkt wie eine echte Person, wurde aber komplett digital erzeugt.

Was alle drei gemeinsam haben

Unabhängig vom Typ gilt:

- Du musst nicht ins Studio.
- Du brauchst keinen Fotografen.
- Du musst dich nicht umziehen, schminken, frisieren.
- Du musst nichts einsprechen, keine Texte schreiben, keine Posts planen.
- Alles läuft zu 100 Prozent automatisiert, sobald es einmal eingerichtet ist.

Das ist keine Utopie. Die Videos, die ich selbst nutze, entstehen vollautomatisch. Ich war nicht in Tokio. Ich war nicht in Bangkok. Ich war an meinem Computer. Die Zuschauer sehen Artur Neumann in Tokio und reagieren auf Artur Neumann in Tokio.

Warum das Wachstum explodiert

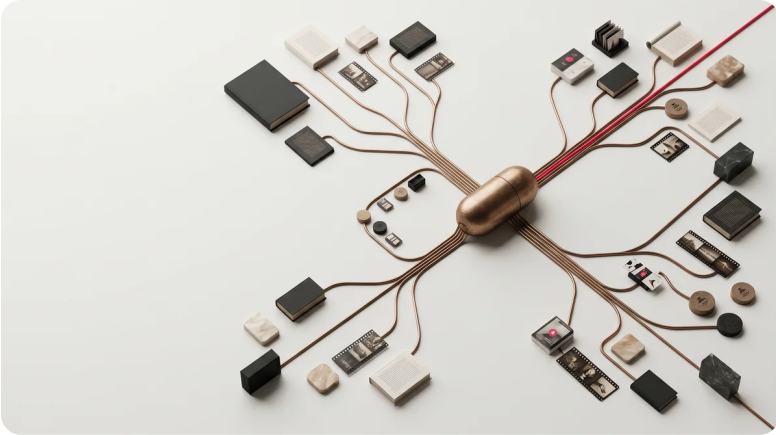
Das Wachstum von KI-Influencern ist aktuell doppelt so stark wie das von menschlichen Influencern. Der Grund ist einfach.

Automatische Follower. Automatische Kunden. Automatischer Umsatz. Du schaltest den Influencer ein, er postet rund um die Uhr, und du schaltest ihn nicht wieder aus.

Eine echte Person braucht Schlaf, Urlaub, Motivation. Ein KI-Influencer nicht. Das ist der strukturelle Unterschied, und in einem Markt, in dem Aufmerksamkeit das knappe Gut ist, entscheidet dieser strukturelle Unterschied.

Kapitel-Kernpunkte

- Drei Grundtypen: fotorealistisch, stilisiert, digitaler Klon. Jeder hat eine eigene Zielgruppe, für die er am stärksten wirkt.
- Kein Studio, kein Shooting, kein Tagesablauf: Der komplette Produktionsaufwand fällt nach der Einrichtung weg.
- Doppelt so schnelles Wachstum wie bei menschlichen Influencern, weil die Maschine weder Pausen noch schlechte Tage hat.

**KAPITEL 5**

Der Umsatzturbo: Automatisierung

Jetzt kommen wir zu dem Punkt, an dem der KI-Influencer vom netten Spielzeug zum echten Vermögenswert wird. Der Punkt heißt Automatisierung.

Warum Einzelbeiträge kein Geschäftsmodell sind

Wer einmal manuell ein KI-Video erstellt und postet, hat einen netten Clip. Wer ein System hat, das automatisch zehn Beiträge am Tag erstellt, auf sechs Plattformen ausspielt, Kommentare beantwortet und Anfragen einsammelt, hat ein Medienunternehmen.

Der Unterschied ist nicht die Kreativität. Der Unterschied ist die Infrastruktur.

Virale Formate identifizieren und replizieren

So funktioniert es in der Praxis:

1. Finde in deiner Nische zwei bis drei Formate, die beweisbar viral gehen. Tägliche Horoskope. Mini-Challenges. Vorher-Nachher-Szenen. Bestimmte Hooks. Bestimmte visuelle Muster.
2. Programmiere deinen KI-Influencer so, dass er genau diese Formate in genau diesem Stil produziert. Jeden Tag. Immer leicht variiert.
3. Lass ihn automatisch veröffentlichen. Auf allen Plattformen. Mit passenden Untertiteln, Hashtags und Call-to-Actions.

Zehntausend Beiträge pro Tag, verteilt auf mehrere Influencer, sind damit kein Kunststück. Während du dieses Kapitel liest, laufen genau solche Systeme bei mir im Hintergrund.

Die Mischform für Unternehmer

Viele Unternehmer fragen: „Aber ich will meine Gedanken trotzdem mitgeben. Ich will nicht alles der KI überlassen.“

Du musst nicht. Es gibt zwei hybride Ansätze, die ich selbst nutze.

Ansatz 1: Deine Inhalte als Quelle

Alle deine Notizen, Sprachnachrichten, Präsentationen und Bücher werden zur Quelle. Die KI erstellt daraus Beiträge, die sich nach dir anhören, deine Beispiele enthalten, deine Perspektive tragen. Nur eben in 30 Formaten gleichzeitig.

Ansatz 2: Ein Selfie-Video als Ausgangspunkt

Ich nehme ein kurzes Selfie-Video auf meinem Handy auf. Sobald es bei TikTok hochgeladen ist, passiert der Rest automatisch:

- Das Video wird transkribiert.
- Der Text wird sprachlich und grammatikalisch bereinigt.
- Es entsteht ein KI-Bild von mir, passend zum Thema.
- Aus einem Video werden 30 Formate: Textbeiträge, Zitate, kurze Videos, lange Videos, Karussell-Beiträge.
- Verschiedene Tonalitäten werden automatisch generiert: empathisch, kontrovers, sachlich, pointiert.
- Alles wird auf verschiedenen Plattformen automatisch veröffentlicht.





Beispiel für einen automatisch erzeugten Werbeclip: Bild, Bewegung und Inszenierung stammen vollständig aus einem Prompt.

Ich lade ein Video hoch. Der Rest geschieht, während ich Fahrrad fahre. **Das ist keine Zukunftsvision. Das ist ein Montag.**

Wie aus Aufmerksamkeit Umsatz wird

Reichweite allein zahlt keine Rechnungen. Darum kommt nach der Content-Automatisierung immer der zweite Schritt: die Menschen nicht nur erreichen, sondern behalten.

Du nutzt deinen Social-Media-Account, um Aufmerksamkeit zu erzeugen. Dann führst du die Menschen weiter. Zum Beispiel in dein Webinar, in deinen Newsletter oder direkt zu deinem Angebot.

So wird aus Aufmerksamkeit am Ende Umsatz.

Der KI-Influencer zieht die Menschen an. Dein Angebot macht daraus Kunden.

Wenn Instagram morgen gesperrt wird, passiert dir nichts. Du hast trotzdem noch die Menschen, die sich für dein Thema interessieren. Du kannst ihnen weiter schreiben, sie auf neue Kanäle holen und weiter verkaufen.

Der KI-Influencer ist der Magnet. Deine E-Mail-Liste ist die Verbindung zu den Menschen, die du wirklich erreichst. Beides zusammen ergibt ein Business, das kaum kaputtzukriegen ist.

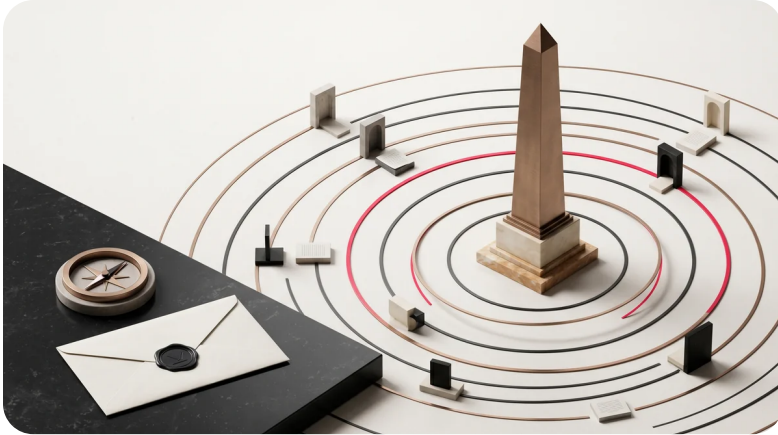
Mitarbeiter optional

Viele Unternehmer denken bei Medienimperium an große Teams. Redakteure, Designer, Videoschnitt, Community Management. Das war die alte Welt.

Ich betreibe alles allein. Keine Mitarbeiter. Keine Freelancer. Die KI-Agenten, die bei mir laufen, machen die Arbeit von hundert Menschen. Du kannst ein Team dazunehmen, wenn du willst. Du musst es nicht. Das liegt an dir, nicht an der Technik.

Kapitel-Kernpunkte

- Einzelbeiträge sind ein Hobby. Ein System, das automatisch, in hoher Frequenz und auf mehreren Plattformen ausspielt, ist ein Geschäft.
- Ein einzelnes Original-Video lässt sich in 30 Formate verwandeln, ohne dass du einen Finger krummmachst.
- Der KI-Influencer zieht Menschen an. Deine E-Mail-Liste macht dich unabhängig von Plattformen.



KAPITEL 6

Distribution als ultimativer Hebel

Dieses Kapitel ist das wichtigste im ganzen Buch. Weil es den einen Punkt behandelt, der in den nächsten Jahren über fast jeden Unternehmer und jede Unternehmerin entscheiden wird.

Warum Distribution das Einzige bleibt, was übrig bleibt

Wir alle hatten schon Millionen-Euro-Geschäftsideen. Ideen, mit denen man wirklich sehr viel Geld verdienen könnte. Was fehlt, ist fast immer nicht die Idee. Was fehlt, ist die Distribution.

Und KI verschärft dieses Problem radikal.

Wenn jede Art von Arbeit gegen null Euro tendiert, jede Idee in einem Tag als Software existieren kann, jeder Text und jedes Video in Minuten entstehen, dann **ist die einzige echte Knappheit Aufmerksamkeit**. Wer sie kontrolliert, diktiert den Markt.

Die profitabelsten Unternehmen der Welt

Schau dir die profitabelsten Unternehmen der Welt an. Google. Meta. Das sind Medienimperien. Sie besitzen Aufmerksamkeit. Andere Unternehmen bezahlen sie, um kurzzeitig einen Schluck davon abzubekommen. Das ist das Geschäftsmodell.

Für ein physisches Produkt zahlst du Produktionskosten, Lieferanten, Logistik, Lager. Für ein Medienimperium zahlst du ein paar Server. Die Marge ist unvergleichlich.

Ein KI-Influencer ist genau das: ein privates Medienimperium auf deinem Schreibtisch.

Was du mit Aufmerksamkeit anfangen kannst

Wenn du die Aufmerksamkeit einer klar definierten Zielgruppe hast, gibt es unendlich viele Wege, daraus Geld zu machen:

- **Eigene digitale Produkte.** Heute an einem Tag mit KI erstellbar.
- **Bestehende Produkte und Dienstleistungen deines Unternehmens.** Sofort verkaufbar.
- **Affiliate- und Partnerschaften.** Du empfiehlst, du verdienst.
- **Lizenzrechte.** Wie Hollywood-Schauspieler ihre Gesichter lizenzieren, kannst du deinen Influencer an andere Unternehmen oder Studios lizenzieren.
- **Werbeplätze.** Andere Unternehmen zahlen dich dafür, vor deiner Zielgruppe zu erscheinen.
- **Exit.** Du verkaufst den Influencer oder die Marke dahinter für ein Vielfaches des Jahresgewinns.

Übrigens: Wenn du einen Influencer aufbaust, der Reichweite und Thema klar hat, gibt es Käufer. Ich selbst kaufe KI-Influencer und kenne Klienten, die dasselbe tun.

Beispiel für ein kommerzielles Umfeld: KI-generierte Bildwelten lassen sich nicht nur ansehen, sondern auch systematisch monetarisieren.

Der moralische Einwand

An dieser Stelle fragen manche Leser: Ist das nicht bedenklich? Zerstört das nicht die Gesellschaft? Sollten wir nicht echte Menschen fördern statt Kunstfiguren?

Meine Antwort ist nüchtern. Menschen haben Bedürfnisse. Sie wollen unterhalten werden, informiert werden, inspiriert werden. Sie kaufen Dinge, die ihnen helfen oder Freude machen. Daran ändert sich nichts.

Du kannst entscheiden, diese Bedürfnisse zu bedienen. Oder du kannst daneben stehen und dich beschweren, während andere es tun. Beides ist legitim. Aber der Markt wartet auf niemanden. Die Entwicklung passiert, ob du mitmachst oder nicht.

Solange etwas nicht illegal ist und niemandem schadet, ist es deine Entscheidung. Ich verurteile sie nicht. Ich beschreibe nur, was passiert.

Der Zeitpunkt ist jetzt

Jeden Tag gibt es mehr Content. Jeden Tag gibt es mehr KI-Influencer. Jeden Tag wird es schwieriger, organisch Reichweite aufzubauen. Nicht unmöglich, aber schwieriger.

Wer heute startet, hat in zwölf Monaten: Reichweite, eine E-Mail-Liste, erste Umsätze, eine Marke mit Wert und Erfahrung, welche Formate bei der eigenen Zielgruppe funktionieren. Wer in zwölf Monaten startet, fängt bei null an. Gegen die, die schon ein Jahr vorne sind. Das ist keine faire Ausgangslage.

Kapitel-Kernpunkte

- Wenn Ideen, Software und Ausführung praktisch nichts mehr kosten, wird Aufmerksamkeit zur einzigen echten Knappheit.
- Medienimperien sind die Unternehmen mit den besten Margen. Ein KI-Influencer ist genau das, nur im Miniaturformat.
- Der Zeitvorsprung lässt sich nicht nachträglich kaufen. Jeder Monat, den du wartest, ist ein Monat Vorsprung für jemand anderen.

NÄCHSTER SCHRITT

Dein nächster Schritt

Du kennst jetzt die Möglichkeiten von KI-Influencern. Entscheidend ist, wie daraus passende Anfragen für dein Unternehmen werden.

Fang mit deinem Kunden an

Bevor du Inhalte produzierst oder Prozesse automatisierst, beantworte drei Fragen:

1. Welchen Kunden möchtest du erreichen?
2. Welches konkrete Problem löst dein Angebot für ihn?
3. Was soll jemand nach einem Beitrag als Nächstes tun?

Wähle zunächst ein Thema, ein Format und einen klaren nächsten Schritt. Veröffentliche die ersten Inhalte und prüfe, ob daraus passende Anfragen entstehen. Darauf kannst du aufbauen.

Dein nächster Schritt: der 60-Minuten-Kundenmagnet

Im kostenlosen Online-Workshop geht es darum, wie du für dein Unternehmen passende Interessenten gewinnst. Nutze ihn, um deinen nächsten Schritt in der Kundengewinnung festzulegen.

Kostenloser Online-Workshop

Der 60-Minuten-Kundenmagnet

Du möchtest mehr passende Anfragen für dein Unternehmen? Hier geht es zum Workshop.

Zum gratis Online-Workshop →

Ich wünsche dir Klarheit und einen entschiedenen ersten Schritt.

Artur Neumann

EINSTIEG

Über den Autor



Artur Neumann ist Unternehmer und Autor. Er hilft Unternehmern dabei, mehr Geld zu verdienen, und nutzt künstliche Intelligenz für seine eigenen Marketing- und Geschäftsprozesse.

Er hat als 24-Jähriger ein 60-köpfiges Team einer internationalen Werbeagentur in Düsseldorf geleitet und Millionenbudgets für Marken wie Allianz, Red Bull und HSBC verantwortet. Anschließend hat er mehrere eigene Unternehmen aufgebaut, darunter BUCHKODEX, den Investmentnewsletter NeumannReport, drei Softwareunternehmen mit einem erfolgreichen Software-Exit sowie verschiedene Coaching- und Beratungsprogramme.

Er hat über 3.500 persönliche Verkaufsgespräche geführt und hunderten Unternehmern geholfen, ihren Profit zu steigern.

Seit mehreren Jahren arbeitet Artur ausschließlich mit KI-Agenten statt mit Mitarbeitern. Er erwirtschaftet über 85.000 Euro Gewinn pro Monat ohne Team, ohne Büro und mit 4-Tage-Woche. Seine Erfahrungen und Systeme gibt er in Büchern, Seminaren und einem persönlichen Mentorenprogramm weiter.

Mehr unter arturneumann.com.



NÄCHSTER SCHRITT

Der 60-Minuten-Kundenmagnet

Du möchtest mehr passende Anfragen für dein Unternehmen? Im kostenlosen Online-Workshop geht es um deinen nächsten Schritt in der Kundengewinnung.

<https://arturneumann.com/kundenmagnet>