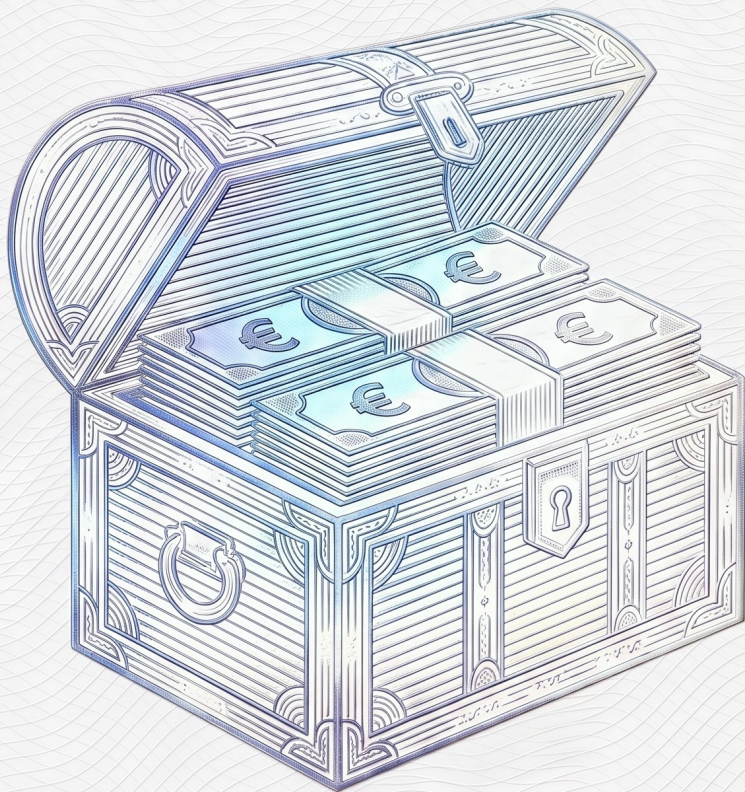
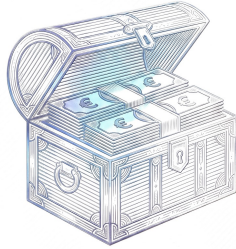


DAS 60-MINUTEN KI-BUSINESS

Wie ich mit künstlicher Intelligenz
über 100.000 € Gewinn pro Monat mache.
Ohne Mitarbeiter.



ARTUR NEUMANN



Das 60-Minuten KI-Business

Wie ich mit künstlicher Intelligenz über 100.000 € Gewinn
pro Monat mache. Ohne Mitarbeiter.

ARTUR NEUMANN

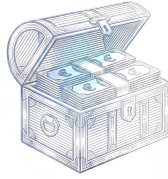
© 2026 Artur Neumann. Alle Rechte vorbehalten. Das Werk darf, auch teilweise, nur mit Genehmigung des Autors wiedergegeben werden.

Herausgeber: Neumann Marketing GmbH, Brachtstraße 22, 40223 Düsseldorf

Erstausgabe 2026

Inhalt

1	Ein Nachmittag statt eineinhalb Jahre	5
2	Was ist ein autonomes Unternehmen?	9
3	Vom Selbermacher zum Dirigenten	13
4	Ideen sind billig, Marketing entscheidet	16
5	Welche Ideen heute noch funktionieren	19
6	Die wichtigste Frage für dein Angebot	23
7	Nicht die Kunden sind das Problem, sondern dein Angebot	27
8	16 Geschäftsideen, Teil 1: Erst das Ergebnis, dann die Rechnung	30
9	16 Geschäftsideen, Teil 2: Gratis zuerst, dann bezahlt	34
10	Buchkodex: Wie ich mein eigenes Angebot umgedreht habe	39
11	Wie aus einem kleinen Angebot ein großes Geschäft wird.	43
12	Viral Loop und Flywheel: Wenn Kunden neue Kunden bringen	48
13	Die Entscheidung: Webseite per Sprachnachricht	51
14	Live gebaut: So ist Sagwerk entstanden	54
15	So gewinnt die KI automatisch Kunden	61
16	Häufige Fragen aus der Praxis	65
17	Dein nächster Schritt	70
	Über dieses Buch	73



KAPITEL 1

Ein Nachmittag statt eineinhalb Jahre

Vor einigen Jahren habe ich eine Projektmanagement-Software programmieren lassen. Sie hat mich 150.000 Euro gekostet und eineinhalb Jahre gedauert. Heute würde ich so eine Software an einem Nachmittag bauen.

Das ist keine Übertreibung. Ich habe es vor Publikum gezeigt. In einem Live-Seminar habe ich mit einem leeren Blatt angefangen. Ich hatte vorher keine fertige Idee. Gemeinsam mit den Teilnehmern bin ich meine Ideenliste durchgegangen. Dann habe ich mich für eine Idee entschieden und sie der KI in einer einzigen Sprachnachricht erklärt.

Rund 43 Minuten später stand ein kleines, fertiges Unternehmen im Netz. Es hatte eine Startseite, einen Konfigurator, eine Kundenwebseite, die vor unseren Augen entstand, und eine Bezahlung über Digistore24. Das Unternehmen heißt Sagwerk. Wie es entstanden ist, erzähle ich dir in diesem Buch.

Bauen ist nicht mehr das Problem

Die eigentliche Botschaft ist aber eine andere. Software zu bauen, ist heute leicht. Jeder kann an einem Nachmittag ein Software-Business oder ein Coaching-Business starten. Schwer ist etwas anderes: ein ganzes System, in dem sich dein Produkt automatisch vermarktet und automatisch verkauft.

Vielleicht hast du selbst schon mit KI experimentiert. Dann kennst du das Gefühl. Man kann erstaunlich viel bauen. Aber wie bringst du es an die Leute? Wie verkaufst du es? Wie verdienst du damit Geld? Genau das ist schwer. Und es wird noch schwerer. Deshalb wird die Fähigkeit, gut zu vermarkten, immer wichtiger.

In diesem Buch geht es deshalb um beides: wie du mit KI ein Business baust und wie sich dieses Business selbst vermarktet.

Was du in diesem Buch bekommst

- was ein autonomes Unternehmen ist und warum es jetzt möglich wird
- wie du heute eine Geschäftsidee findest, die sich noch verkaufen lässt
- die wichtigste Frage für jedes Angebot
- 23 konkrete Geschäftsideen, jede in wenigen Sätzen erklärt
- ein Beispiel aus meinem eigenen Unternehmen Buchkodex
- wie Viral Loop und Flywheel aus Kunden neue Kunden machen
- den Bau von Sagwerk Schritt für Schritt, mit meinem kompletten Sprach-Briefing an die KI
- wie die KI bei mir Werbung, Content und E-Mails übernimmt
- Antworten auf die häufigsten praktischen Fragen

Für wen dieses Buch ist

Dieses Buch ist für Unternehmer und Selbstständige. Vielleicht baust du gerade ein Business auf, vielleicht nebenbei. Vielleicht führst du schon ein Unternehmen und willst es skalieren. Oder du willst ein neues Produkt entwickeln. Und wenn du Aufgaben am Computer hast, die du nicht mehr selbst erledigen willst, findest du hier ebenfalls viele Anregungen.

Viele Ideen haben heute eine immer kürzere Halbwertszeit, weil die KI immer mehr übernimmt. Was gestern einfach und profitabel war, funktioniert morgen vielleicht nicht mehr. Deshalb brauchst du einen beweglichen Kopf. Und du brauchst Prinzipien, die länger halten als ein einzelnes Werkzeug. Um diese Prinzipien geht es hier.

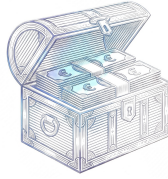
Wer hier schreibt

Ich programmiere, seit ich fünf Jahre alt bin. Mein Vater hat lange als Programmierer bei Toyota gearbeitet. Unternehmer bin ich seit meinem zwölften oder dreizehnten Lebensjahr. Mit zwölf habe ich meine erste Webseite gemacht und YouTube-Tutorials aufgenommen. Mit 15 habe ich Webseiten für Unternehmer gebaut. Mit 18 habe ich einen der größten Blogs in Deutschland zum Thema Persönlichkeitsentwicklung aufgebaut. Er hatte über 100.000 Leser im Monat. Danach hatte ich eine eigene Agentur. Ich habe ein Software-Business aufgebaut und verkauft.

Ich habe Kommunikationsdesign studiert. Ich habe selbst eine Million Euro in Werbung bei Meta investiert. Für meine eigenen Unternehmen habe ich über 120.000 E-Mail-Kontakte gewonnen. Ich habe etliche Bücher für mich selbst geschrieben und Hunderte für Kunden.

Seit es ChatGPT gibt, also seit November 2022, beschäftige ich mich jeden Tag intensiv mit KI. Mit einer KI-Software, die ich in zwei Wochen programmiert habe, habe ich über eine Million Euro Gewinn gemacht, vor Steuern. Das war noch mit ChatGPT. Codex und Claude Code gab es damals noch nicht. Allein, ohne Mitarbeiter, habe ich mit KI über 100.000 Euro Gewinn pro Monat gemacht.

Ich erzähle dir das nicht, um anzugeben. Du sollst wissen, auf welcher Erfahrung dieses Buch beruht. Meine Zahlen sind meine Zahlen. Sie sind kein Versprechen für deine. Was ich dir zeigen kann, ist mein Vorgehen, genau so, wie ich es selbst mache.



KAPITEL 2

Was ist ein autonomes Unternehmen?

Es gibt verschiedene Arten von Unternehmen. Die klassische Form ist der Selbstständige. Er macht die ganze Arbeit selbst. Dann gibt es den Unternehmer. Er hat Mitarbeiter, die einen Teil der Arbeit erledigen.

Jetzt entsteht eine dritte Art: das autonome Unternehmen. Hier steuert und verbessert sich die KI selbst. Sie erledigt eine Aufgabe, prüft das Ergebnis und startet daraus die nächste Runde. Fachleute sprechen von rekursiven Algorithmen, also von Abläufen, die immer wieder auf ihrem eigenen Ergebnis aufbauen.

Die KI-Werkzeuge werden ständig günstiger. Deshalb wird es immer mehr Unternehmen geben, die aus einer Idee an einem einzigen Nachmittag entstehen. Man drückt auf Start, und das Unternehmen läuft und erledigt vieles selbst.

Die vier Bausteine

Für mich hat ein autonomes Unternehmen vier Bausteine.

1. **Automatisches Marketing.** Das Unternehmen gewinnt selbst neue Interessenten.
2. **Automatischer Verkauf.** Der Kunde sieht das Ergebnis und kauft selbst, ohne Verkaufsgespräch.
3. **Automatische Lieferung.** Das Produkt liefert sich selbst aus. Auf Englisch heißt das Fulfillment.
4. **Automatische Einnahmen.** Das Geld kommt herein, ohne dass du jede Zahlung selbst anstoßen musst.

Wenn alle vier Bausteine zusammenspielen, verdienst du wirklich automatisch Geld. Die Kunden kommen automatisch zum Ergebnis, sie kaufen automatisch, und das Produkt vermarktet sich auch noch selbst. Früher war „Das läuft ganz von allein“ oft nur ein Werbeversprechen. Heute wird es tatsächlich immer öfter möglich.

Die vier Bausteine am Beispiel Sagwerk

Wie das konkret aussieht, zeigt Sagwerk, das Unternehmen, das ich live gebaut habe.

- **Marketing:** Jede Kundenseite trägt in der Fußzeile den Hinweis „Erstellt mit Sagwerk“. Jede neue Seite kann automatisch auf Instagram erscheinen.
- **Verkauf:** Der Handwerker sieht seine fertige Webseite, bevor er zahlt. Ein Verkaufsgespräch braucht er nicht.
- **Lieferung:** Nach dem Kauf geht die Seite sofort online.
- **Einnahmen:** Der Handwerker mietet seine Seite monatlich oder jährlich und zahlt über Digistore24.

Keiner dieser Schritte braucht meine Hand. Meine Aufgabe ist, dafür zu sorgen, dass Handwerker auf die Seite kommen.

Warum das Marketing zuerst kommt

Der wichtigste Baustein ist für mich das Marketing. Nimm an, du gewinnst Kunden mit Videos auf Instagram oder YouTube oder mit Werbeanzeigen. Das ist alles gut. Aber wenn alles an deiner Handarbeit hängt, bist du der Engpass. Auf Englisch sagt man Bottleneck.

Wenn dein Produkt sich nicht selbst vermarkten kann, wird es sehr schwer. Ein Video pro Woche reicht nicht, wenn andere jeden Tag Inhalte veröffentlichen. Du brauchst mehr Geschwindigkeit.

Beim Verkauf ist es ähnlich. Immer weniger Menschen haben Lust auf Verkaufsgespräche. Sie wissen, was dort passiert. Besser ist es, wenn der Kunde das Ergebnis sieht und es dann selbst kauft.

Vorher und heute

Vorher:

- Du machst Content, wenn gerade Zeit ist.
- Jedes Verkaufsgespräch führst du selbst.
- Jeden Tag beantwortest du dieselben Kundenanfragen.

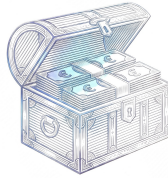
Heute:

- Die KI schreibt, gestaltet und testet Werbeanzeigen und Content.
- Sie qualifiziert Interessenten, verkauft und fasst nach.
- Sie beantwortet Kundenanfragen rund um die Uhr.

Nicht jeder Schritt muss automatisch laufen

Vielleicht kann nicht jeder Schritt in deinem Unternehmen vollautomatisch laufen. Vielleicht musst du zu deinen Kunden hinausfahren. Das ist in Ordnung. Ich würde dir trotzdem empfehlen, jeden Baustein durchzugehen. Frag dich bei jedem: Welcher Teil kann ohne mich laufen?

Ein guter Ausgangspunkt ist dein Computer. Alles, was du am Computer machst, kann KI heute automatisieren. Wie das bei mir aussieht, zeige ich dir in Kapitel 15.



KAPITEL 3

Vom Selbermacher zum Dirigenten

Warum ist das alles gerade jetzt möglich? Weil Software, für die man früher ein großes Team und Jahre brauchte, heute in Stunden entsteht. Meine Projektmanagement-Software für 150.000 Euro ist dafür ein gutes Beispiel. Ein einzelner Unternehmer kann heute mehr bewegen als vor wenigen Jahren ganze Firmen mit Tausenden Mitarbeitern.

Noch vor fünf Jahren hätte ich für ein Produkt wie Sagwerk Hunderttausende Euro bezahlt. Wahrscheinlich wäre es damals gar nicht möglich gewesen.

Die KI macht, du dirigierst

Früher musstest du die Idee haben und alles selbst machen. Oder du brauchtest Mitarbeiter. Heute macht die KI die Arbeit, und du dirigierst. Du wirst vom Selbermacher zum Dirigenten.

Wie das aussieht, zeigt mein Briefing für Sagwerk. Ich habe meine Gedanken völlig unsortiert in eine Sprachnachricht gesprochen. Die KI

hat daraus einen Plan gemacht und losgelegt. Und wenn mir etwas nicht gefällt, ändere ich es sofort.

Viele Menschen laufen sehr lange mit einer Idee herum und setzen sie nicht um. Dabei ist jede Idee nur eine Sprachnachricht entfernt. Du brauchst noch eine Domain und ein paar Kleinigkeiten. Aber selbst Domains kann man heute über eine Schnittstelle per Sprachnachricht anmelden.

Ich selbst tippe kaum noch. Ich diktiere fast alles. Mein Business kann ich inzwischen zu 99 Prozent vom Handy aus steuern: E-Mails schreiben, Webseiten ändern, Softwareprodukte bauen, Feedback geben, Marketing machen.

Was ein Dirigent tut

Ein Dirigent spielt kein Instrument. Er weiß aber genau, wie das Stück klingen soll. Er gibt den Einsatz, hört zu und korrigiert. So arbeitest du mit KI. Du musst nicht wissen, wie man jede Zeile Code schreibt. Du musst wissen, was am Ende herauskommen soll und woran du ein gutes Ergebnis erkennst.

Deshalb wird deine Erfahrung wertvoller, nicht weniger wert. Bei Buchkodex weiß ich nach Hunderten Büchern genau, wie ein gutes Buch aussieht. Dieses Wissen steckt in meinen Anweisungen an die KI. Die KI liefert das Tempo. Ich liefere das Urteil.

Macher braucht es immer weniger. Visionäre immer mehr.

Früher hat man den „Ideenmenschen“ belächelt. Heute hat er einen echten Vorteil, wenn seine Ideen wirklich gut sind. Die Ausrede „Ich weiß nicht, wie das geht“ zählt nicht mehr. Du kannst die KI fragen und

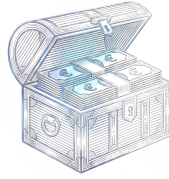
es einfach machen. Alles, was du denken kannst, kannst du heute bauen.

Du skalierst durch Denken

Der größte Hebel, den ich heute sehe: Du skalierst durch Denken. Durch bessere Gedanken und bessere Ziele. Wie etwas geht, ist inzwischen einfach. Was du machst, wird dagegen immer schwieriger und immer wichtiger.

Hier liegt auch die Falle. Es entstehen immer mehr Software-Werkzeuge, immer mehr Unternehmen und immer mehr Produkte. Trotzdem verdienen viele immer weniger Geld. Warum? Weil jetzt alle technisch gleichauf sind. Aber kaum jemand kann vermarkten, und kaum jemand kann verkaufen.

Darum geht es im nächsten Kapitel.



KAPITEL 4

Ideen sind billig, Marketing entscheidet

Auf meiner Ideenliste stehen viele Geschäftsideen. Du lernst sie in Kapitel 8 und 9 kennen. Ehrlich gesagt: Jede einzelne davon würde funktionieren. Du hast bestimmt auch viele Ideen, die funktionieren würden.

Aber Ideen sind billig. Die entscheidende Frage lautet: Welche Idee bekommst du verkauft? Welche bekommst du so vermarktet, dass sie wirklich funktioniert? Eine Idee ist wertlos, wenn du sie nicht verkauft bekommst. Das gilt für deine Ideen genauso wie für meine.

KI macht jede Idee umsetzbar

Mit KI kannst du heute jede Idee umsetzen, oft an einem einzigen Tag. Auch sehr komplizierte Software ist kein Problem mehr. Das ist erst einmal ernüchternd. Man fragt sich: Was mache ich jetzt überhaupt noch? Wo braucht man mich noch?

Die Antwort ist schlicht. Du musst ein Business bauen, bei dem die Kunden tatsächlich gute Ergebnisse bekommen. Das klingt selbstver-

ständig. In der Praxis war es das lange nicht. Warum, zeige ich dir in Kapitel 6.

Dieselbe Idee, zwei Ergebnisse

Die Idee selbst ist fast nebensächlich, solange du sie nicht verkaufen kannst. Zwei Menschen können dieselbe Idee haben. Der eine bekommt sie nicht verkauft, der andere schon. Der Unterschied liegt nicht in der Idee. Er liegt darin, wie du das Ganze vermarktest und verkaufst. Das zählt wirklich.

Umsetzen ist leicht. Marketing entscheidet.

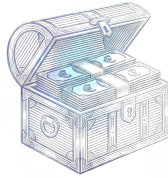
Heute kann jeder in wenigen Stunden ein Produkt bauen. Wenn du es nicht vermarktest, sieht es niemand. Deshalb würde ich dir empfehlen: Denk deine Idee immer vom Vertrieb und vom Marketing her. Schreib deine Ideen ruhig auf. Aber prüf jede einzelne aus der Sicht des Verkaufs.

Die erste Frage

Die erste Frage ist immer dieselbe: Wie kommt der Kunde zu mir? Wie gewinne ich ihn? Erst wenn du darauf eine Antwort hast, lohnt es sich zu bauen.

Bei Sagwerk war die Antwort einfach. Handwerker findest du bei Google, wenn du nach einem Gewerk und einer Stadt suchst. Du schickst ihnen keine Werbung, sondern eine fertige Webseite. Der Kunde kommt also nicht über ein Versprechen zu dir, sondern über ein Ergebnis. Wenn du diese Antwort für deine Idee noch nicht findest, ist die Idee noch nicht fertig. Dann lohnt es sich noch nicht zu bauen.

Viele werden jetzt Claude oder ChatGPT fragen: „Wie vermarkte ich mein Business?“ Das bringt dich meist nicht weit. Du hast das wahrscheinlich schon oft versucht. Sonst hättest du mit deinen Ideen längst Geld verdient. Die KI setzt zuverlässig um, was du ihr sagst. Was du ihr sagst, muss aus deiner Erfahrung kommen. Genau diese Erfahrung fehlt den meisten.



KAPITEL 5

Welche Ideen heute noch funktionieren

In den letzten ein, zwei Jahren hat sich die Welt stark verändert. Du kannst nicht mehr einfach das machen, was früher funktioniert hat.

Früher konnte man einfach ein Coaching verkaufen. Heute verkauft sich das sehr schwer, weil die Menschen ChatGPT und Claude haben. Früher konnte man schnell KI-Bücher schreiben, bei Amazon veröffentlichen und gut verkaufen. Heute kann das jeder, und es funktioniert nicht mehr.

Dazu kommt die Lage der Wirtschaft. Wir leben in einer Zeit der Unsicherheit. Viele Menschen haben Angst vor Kriegen und vor Wirtschaftskrisen. Viele sind unzufrieden und unsicher, was die Zukunft bringt. Wer heute und in Zukunft erfolgreich sein will, muss wacher sein und genauer wissen, was er tut.

Welche Kriterien muss eine Idee also heute erfüllen, damit sie überhaupt noch funktioniert? Ich sehe drei.

Kriterium 1: Digitalisiere, was Menschen schon kaufen

Aus meiner Sicht ist das aktuell die beste Idee, die du aufbauen kannst. Nimm eine Dienstleistung, die Menschen schon kaufen und schon brauchen. Etwas, wofür sie heute schon Geld bezahlen. Und mach sie komplett digital. Zehnmal oder zwanzigmal günstiger. Und vor allem zehnmal schneller.

Geschwindigkeit zu verkaufen, ist immer stark. Wer Dinge schneller zur Verfügung stellt, bietet einen guten Service. Den werden Menschen immer brauchen.

Kriterium 2: Verkaufe kein Wissen

Informationen werden immer weniger wert. Wissen wird immer weniger wert. Wie man etwas macht, zeigen dir Tausende YouTube-Videos. Oder du fragst ChatGPT oder Gemini. Inzwischen nutzt das fast jeder, auch wer technisch gar nicht versiert ist.

Wenn du eine Idee prüfst, frag dich deshalb: Verkaufe ich Informationen? Oder verkaufe ich ein Ergebnis? Mehr dazu im nächsten Kapitel.

Kriterium 3: Lieber besser als neu

Viele Menschen glauben, sie müssten eine völlig neue Idee finden, die es noch nicht gibt. Das ist ein Irrtum. Du brauchst nur etwas, das es schon gibt. Das machst du besser, lieferst es schneller und verkaufst es besser.

Warum ist das so wichtig? Das größte Problem ist heute, eine hungrige Käufergruppe zu finden. Also Menschen, die wirklich haben wollen, was du anbietest. Bei etwas völlig Neuem weißt du nicht, ob es jemand kauft. Bei einer bekannten Dienstleistung gibt es die Käufer schon. Du musst sie nur besser bedienen als andere.

So prüfst du deine eigene Branche

Drei Fragen an deine Branche

1. Welche Dienstleistung kaufen deine Kunden heute schon, und wofür zahlen sie bereits Geld?
2. Wie lange warten sie heute auf das Ergebnis, und was kostet es sie?
3. Könnte die KI dieses Ergebnis zehnmal schneller liefern, und könnte der Kunde es sehen, bevor er zahlt?

Die Antworten führen dich oft zu einer Idee, die nah an deinem heutigen Geschäft liegt. Bei mir war es so. Aus meiner Buchagentur, in der wir mit Mitarbeitern und Lektoren Bücher für Unternehmer geschrieben haben, wurde Buchkodex mit KI. Und den Bedarf hinter Sagwerk kenne ich noch aus meiner Studienzeit, in der ich Webseiten für Betriebe gewartet habe.

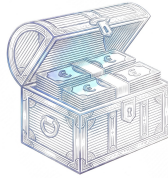
Ein Beispiel: Neukundengewinnung

Stell dir vor, du verkaufst Neukundengewinnung für Unternehmen. Es gibt zwei Arten, das anzubieten.

Die klassische Agentur sagt: „Ich baue dir deine Webseite und schalte deine Werbung.“ Irgendwann ist die Webseite fertig. Und vielleicht ruft dann auch jemand an, nachdem du 50.000 Euro in Werbung gesteckt hast.

Das andere Extrem klingt so: „Ich übernehme deine Neukundengewinnung. Du machst gar nichts. Morgen hast du den ersten Anruf. Und du zahlst nichts, bevor dieser Anruf da ist.“

Das ist ein völlig anderes Angebot. Fast jeder wird es zumindest ausprobieren. Es klingt zuerst nach Fantasie. Mit KI ist genau das möglich, und es kostet sehr wenig. Du musst nur klüger denken und Ideen wählen, die diese Kriterien erfüllen.



KAPITEL 6

Die wichtigste Frage für dein Angebot

In den letzten zehn, 15 Jahren hatte ich oft den Eindruck: Viele hielten das Austricksen für das Geheimnis des Verkaufens. Exklusiv. Nur limitiert. Jetzt im Sonderangebot. So wirst du in einer Sekunde reich. Man stellt sich neben einen Lamborghini oder ein anderes Statussymbol und sagt: „Schau mal, das kannst du auch haben.“

Das wird immer weniger funktionieren. Die Märkte werden effizienter. Was immer besser funktioniert: Ergebnisse liefern, die tatsächlich funktionieren. Am besten sogar, bevor der Kunde bezahlt.

Die Frage

Natürlich brauchst du Überzeugung. Gemeint sind Kundenstimmen und Beweise, dass deine Kunden zufrieden sind. Auf Englisch heißt das Testimonials und Proof. Die bekommst du aber automatisch, wenn die Ursache stimmt. Und die Ursache liegt in dieser einen Frage:

Was würdest du tun, wenn du erst bezahlt wirst, nachdem der Kunde das Ergebnis bekommen hat?

Die Frage geht auf den amerikanischen Marketingexperten Dean Jackson zurück. Stell dir vor, du bekommst dein Geld erst, wenn der Kunde wirklich das hat, was du ihm versprochen hast. Dann musst du komplett anders denken.

Was du wirklich garantieren kannst

Nimm ein typisches Versprechen: „Mit meinem Coaching verdienst du garantiert 10.000 Euro im Monat mit deinem Online-Business.“ Würdest du das wirklich garantieren? Kannst du das? Oder ist es nur eine Floskel, um Kunden zu gewinnen? So etwas funktioniert nicht mehr. Ich fand es schon immer falsch.

Was funktioniert: ein Ergebnis zusagen, das du wirklich garantieren kannst. Zum Beispiel: „Du bekommst eine Landingpage. Du bekommst zehn Blogbeiträge mit diesen Inhalten. Du bekommst einen Instagram-Kanal, auf dem jeden Tag neue Inhalte erscheinen.“

Und dann merkst du plötzlich etwas Unangenehmes: Dein Versprechen ist ziemlich unattraktiv. Genau darin liegt der Wert der Frage. Sie zeigt dir, ob dein Angebot ohne große Worte trägt. Wenn nicht, musst du das Angebot verbessern, nicht die Werbung.

Das klassische Coaching-Angebot

Schau dir an, wie viele Coaches verkaufen. Sinngemäß sagen sie:

- „Du weißt nicht, was du von mir bekommst. Aber du zahlst mir jetzt im ersten Monat 1.000 oder 2.000 Euro.“

- ♦ „Dafür bekommst du einen langen Kurs, den du dir zehn Stunden lang anschauen musst.“
- ♦ „Jede Woche gibt es ein Live-Seminar, in dem du Fragen stellen kannst. Außerdem kannst du mir per Telegram schreiben.“
- ♦ „Du kannst dich mit anderen austauschen, die auch nicht wissen, was sie tun.“
- ♦ „Danach zahlst du zwölf oder 24 Monate lang jeden Monat weiter. Ob daraus etwas wird, weiß ich nicht.“

Das ist ein sehr unattraktives Angebot. Und dann wundert man sich, warum das Coaching nicht läuft.

Oder der geheimnisvolle Kurs: Du sollst dich drei Wochen lang hinsetzen und 768 Videos anschauen, die dich mehr verwirren als weiterbringen. Vorher sollst du bezahlen. Was drin ist, erfährst du nicht. Aber es ist angeblich ein großes Geheimnis. Das ergibt keinen Sinn. Und immer mehr Kunden haben darauf keine Lust mehr.

Verkaufe einen Service, keine Informationen

Mach ein vernünftiges Produkt, von dem du weißt, dass es wirklich gut ist. Am besten gelingt das, wenn du einen Service verkaufst und keine Informationen. Informationen werden immer weniger wert, und sie lassen sich immer schwerer verkaufen.

Frag dich also: Was kann ich verkaufen, wenn ich erst nach dem Ergebnis bezahlt werde? Und zwar mit wirklich gutem Gewissen?

Bei Sagwerk sieht die Antwort so aus: Ich werde erst bezahlt, wenn der Handwerker seine fertige Webseite gesehen hat und sie haben will. Also muss die KI eine Seite bauen, die so gut ist, dass er sie sofort mieten möchte. Vieles andere ergibt sich daraus: die einfache Bedienung, die kurze Ladezeit, die Sprachnachricht statt eines langen Formulars.

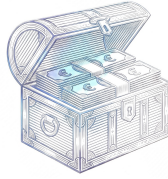
Die Leitfrage für jedes Angebot

Was würdest du tun, wenn du erst bezahlt wirst, nachdem der Kunde das Ergebnis hat?

Daraus folgen drei Prüffragen:

- 1.** Welches Ergebnis kann ich wirklich garantieren, weil ich es selbst steuere?
- 2.** Kann der Kunde dieses Ergebnis sehen, bevor er bezahlt?
- 3.** Ist das Ergebnis so attraktiv, dass er es ohne Verkaufsgespräch haben will?

Wie das in der Praxis aussieht, zeige ich dir in Kapitel 10 an meinem Unternehmen Buchkodex.



KAPITEL 7

Nicht die Kunden sind das Problem, sondern dein Angebot

Ich höre oft Sätze wie diese: „Die Kunden sind so blöd.“ „Die Leads sind so schlecht.“ „Die sind doch alle pleite.“

Nein. Das Angebot ist nicht attraktiv. Das ist das Problem. Es passt nicht mehr in die heutige Zeit. Die Kunden sind nicht das Problem. Das Produkt ist das Problem.

Das klingt hart. Aber es ist eine gute Nachricht. Denn dein Angebot kannst du ändern. Deine Kunden nicht.

Wie ein Interessent heute denkt

Werbung wird immer teurer. Wenn du ein schwaches Produkt mit Werbung nach vorn drückst, sieht der Interessent dein Angebot und denkt ungefähr so:

„Wer ist diese Person? Ich weiß nicht, ob ich ihr vertrauen kann. Eigentlich brauche ich das Produkt gar nicht so dringend. Vielleicht irgendwann mal. Und ich soll mich darauf verlassen, dass sie etwas Gutes liefert, und schon bezahlen, bevor ich irgendetwas bekomme.“

So ein Verkauf wird immer schwieriger. Die Menschen haben immer weniger Lust, in Vorleistung zu gehen. Sie sind skeptischer geworden.

Das Ergebnis spricht für sich

Dreh die Reihenfolge um. Wenn der Kunde das Ergebnis schon gesehen hat, braucht er kein Vertrauen in dich. Das Ergebnis spricht für sich.

Der Pitch ist nicht das Problem. Das Produkt ist das Problem.

Mit Pitch meine ich dein Verkaufsargument. Die meisten Anbieter haben ein schwaches Angebot. Das umzudrehen, ist heute die eigentliche Kunst.

Wie stark das wirkt, siehst du an zwei Beispielen aus diesem Buch. Früher musste ein Buchkodex-Kunde Zehntausende Euro zahlen und Monate warten, bevor er sein Buch sah. Heute liest er eine Leseprobe, bevor er zahlt. Eine klassische Agentur will für eine neue Webseite 10.000 Euro. Sagwerk zeigt dem Handwerker seine fertige Seite zuerst. Das Produkt ist in beiden Fällen ähnlich. Das Angebot ist ein völlig anderes.

Weniger Reibung

Ein gutes Angebot erzeugt keine Reibung. Auf Englisch sagt man Friction. Der Kunde weiß genau, was er bekommt. Er muss nichts erraten, nichts vorab bezahlen und kein langes Gespräch führen. So verkauft sich ein Angebot fast von allein.

Für mich gehören deshalb drei Dinge zusammen:

1. Ein klares, messbares Ergebnis für den Kunden.

2. Das Ergebnis kommt vor der Bezahlung.

3. Die Ergebnisse deiner Kunden werden zu deinem Marketing.

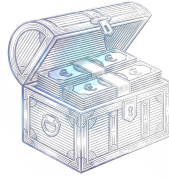
Ergebnisse verkaufen sich von selbst. Beim Verkauf entsteht kein Widerstand. Den dritten Punkt schauen wir uns in Kapitel 12 genauer an.

Ein kurzer Selbsttest

Lies dein aktuelles Angebot so, wie ein skeptischer Interessent es liest. Dann beantworte ehrlich:

- Muss der Kunde mir vertrauen, bevor er etwas bekommt?
- Muss er zahlen, bevor er das Ergebnis sieht?
- Braucht es ein langes Gespräch, damit er versteht, was er bekommt?
- Verspreche ich etwas, das ich nicht selbst steuern kann?

Jedes Ja ist eine Stelle, an der Reibung entsteht. Du musst nicht alle Punkte auf einmal lösen. Aber jeder Punkt, den du umdrehst, macht dein Angebot leichter zu kaufen.



KAPITEL 8

16 Geschäftsideen, Teil 1: Erst das Ergebnis, dann die Rechnung

Ich sammle ständig Ideen. Dafür habe ich ein kleines Diktiergerät von Plaud. Manchmal klemme ich es ans Handy und spreche unterwegs einfach etwas hinein. Außerdem schreibe ich jeden Tag in ein Journal. Inzwischen habe ich einen ganzen Ordner voller Ideen, für die mir einfach die Zeit fehlt.

In diesem und im nächsten Kapitel stelle ich dir 16 Ideen aus meiner Liste vor. In Kapitel 10 und 11 kommen sieben weitere aus meinem Unternehmen Buchkodex dazu. **Zusammen sind es 23 Geschäftsideen.**

Jede davon würde funktionieren, wenn du sie gut vermarktest. Lies sie nicht als fertige Anleitung, sondern als Muster. Achte darauf, wie das Ergebnis vor die Bezahlung rückt.

Die ersten sieben Ideen haben eines gemeinsam: Der Kunde sieht das Ergebnis, bevor er zahlt. Oder er zahlt erst, wenn das Ergebnis da ist.

Idee 1: Webseite per Sprachnachricht für Handwerker

Nehmen wir Handwerker. Viele sind nicht technikbegeistert. Sie wollen sich nirgends einloggen und keinen Baukasten bedienen. Sie haben keine Lust, sich eine Webseite zusammenzuklicken.

Das Traumszenario für sie sieht so aus: Sie klicken auf ein Mikrofon und sagen zum Beispiel: „Ich bin Handwerker Müller, ein SHK-Betrieb aus Düsseldorf. Wir bieten diese und jene Leistungen an. Ich mag Blau und Grün. Hier sind ein paar Fotos von uns. Unser Mitarbeiter Martin macht die Badezimmer.“ SHK steht für Sanitär, Heizung, Klima. Dann beantworten sie noch ein paar Fragen und drücken auf Start.

Die Webseite entsteht sofort. Der Handwerker kann sie ansehen, durchklicken und sogar anpassen. Erst wenn sie ihm gefällt, mietet er sie, zum Beispiel für 50 oder 100 Euro im Monat oder 500 Euro im Jahr. Dann geht die Seite online, und er kann seine eigene Domain verbinden. Ändern kann er sie jederzeit, wieder per Sprachnachricht: „Bitte das Bild austauschen.“ Oder: „Wir machen jetzt auch Fliesen.“

Für den Anbieter ist der Verkauf sehr einfach. Kein Telefonverkauf, keine Vorkasse, keine große Agentur. Der Kunde bekommt das Ergebnis, bevor er bezahlt. Er sieht es, es gefällt ihm, er kauft. Das lässt sich für jede Branche machen.

Aus dieser Idee ist Sagwerk entstanden. Mehr dazu in Kapitel 13 und 14.

Idee 2: Druckfertige Buchcover

Heute kann jeder mit KI Bücher schreiben und Cover gestalten. Wer sein Buch aber drucken will, scheitert oft am Cover. Ein Druckcover braucht einen Buchrücken, damit der Falz stimmt, und eine Rückseite. Diese technischen Anforderungen sauber umzusetzen, schaffen die

meisten nicht. Ein Dienst, der aus einem fertigen Motiv ein druckfertiges Cover macht, löst genau dieses Problem.

Idee 3: Verlagspitch für Buchautoren

Stell dir vor, du hast ein Buch fertig geschrieben. Wie veröffentlichst du es? Viele nutzen Amazon Kindle, das ist klug. Viele wünschen sich aber einen Verlag.

Der Dienst sucht automatisch die Verlage heraus, die zum Buch passen. Er schreibt für jeden Verlag eine individuelle Nachricht. Er bereitet eine Verlagsmappe vor und stellt das Buch den Verlagen vor. Der Autor sieht vorher, wie viele passende Verlage gefunden wurden und wie die Nachrichten ungefähr aussehen. Wenn er das buchen will, kauft er.

Idee 4: Investorenpitch für Startups

Dasselbe Prinzip funktioniert mit Investoren. Ein Gründer mit einer Geschäftsidee sucht Geldgeber. Der Dienst erstellt eine Investorenmappe und schreibt passende Investoren an. Der Vorteil: Der Gründer muss nicht selbst 100 Investoren heraussuchen. Es läuft einfach.

Idee 5: KI-Video-Service mit Storyboard vor dem Kauf

Diese Idee kam mir, weil mich die übliche Art zu verkaufen stört. Viele Firmen, die Filme für Unternehmen machen, laden zuerst zu einem kostenlosen Erstgespräch ein. Dort verkaufen sie dir ein Filmkonzept für 5.000 Euro. Ob es dir gefallen wird, weiß keiner. Du sollst einfach vertrauen, weil andere Kunden auch vertrauen.

Schöner ist es so: Der Kunde kommt auf die Seite und sagt, was er will. Er bekommt sofort ein fertiges Videoskript und ein fertiges Storyboard, also eine Bildfolge des Films. Das sind nur 15, 16 oder 30 Bilder.

Die Kosten in der Herstellung vielleicht drei Euro pro Kunde. Der Kunde sieht genau, wie sein Film aussehen wird und wie der Text lautet. Per Sprache gibt er Feedback zum Storyboard und zum Text.

Gefällt es ihm, klickt er auf „Bestellen“. Dann entsteht der fertige Film, automatisch oder mit einer letzten Prüfung durch einen Menschen. Niemand muss mehr fragen, ob ihm dies oder das gefällt. Der Kunde hat schon gesehen, was er bekommt. Der Verkauf ist einfach und erzeugt keine Reibung.

Idee 6: Kindle-Buch mit ISBN per Klick

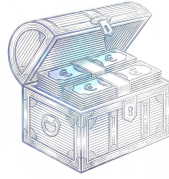
Auf meiner Liste steht auch ein Dienst, mit dem Autoren ihr Buch per Klick als Kindle-Buch veröffentlichen, inklusive ISBN, also der internationalen Buchnummer. Der Autor bekommt, was er eigentlich will: sein veröffentlichtes Buch. Mit Formularen und technischen Vorgaben muss er sich nicht beschäftigen.

Idee 7: Neukundengewinnung, bezahlt nach dem ersten Anruf

Diese Idee kennst du aus Kapitel 5. Statt Webseite und Werbung im Voraus zu verkaufen, übernimmst du die Neukundengewinnung komplett. Der Kunde zahlt erst, wenn der erste Anruf eines Interessenten da ist. Mit KI ist das heute möglich und günstig.

Was diese sieben Ideen verbindet

Bei allen sieben Ideen kommt das Ergebnis vor der Rechnung. Dieses Prinzip wird immer wichtiger, weil Menschen immer weniger Lust haben, im Voraus zu zahlen. Wer zuerst liefert, braucht weniger Überzeugungsarbeit. Und er muss niemandem etwas aufschwätzen.



KAPITEL 9

16 Geschäftsideen, Teil 2: Gratis zuerst, dann bezahlt

Viele Ideen auf meiner Liste folgen einem zweiten Muster: Erst bekommt der Kunde etwas gratis, dann kauft er die Vollversion. Du beantwortest eine Frage gratis, oder auch sieben. So gewinnst du Kunden. Dieses Prinzip kannst du an fast alles anbinden.

Die ersten vier Ideen in diesem Kapitel zeigen das Muster direkt. Danach folgen drei Ideen, die Wissen in ein Werkzeug verwandeln, und zwei, die dich sichtbar machen.

Idee 8: KI-Chat mit eigenem Expertenwissen

Ich habe in den letzten zehn Jahren rund tausend Videos aufgenommen, für Kurse und für YouTube. Ich habe rund 3.000 Newsletter mit Tipps geschrieben. All das könnte ich in eine KI geben, in eine Art „Arthur-KI“.

Dann kann man mit ihr chatten, statt mich für 1.000 Euro pro Stunde zu buchen. Die ersten Nachrichten sind gratis. Nach ein paar Nachrich-

ten kommt das Angebot: „Möchtest du mehr? Dann hol dir den Vollzugang für einen festen Betrag im Monat.“

Wenn du über Jahre Wissen gesammelt hast, liegt diese Idee nahe. Wichtig ist nur: Der Kunde bekommt eine Antwort auf seine Frage, keinen Stapel Informationen.

Idee 9: Abnehm-Begleitung für Mamas

Ich habe eine Seite zum Abnehmen für Mamas. Dort laden die Nutzerinnen sieben Tage lang ihr Essen hoch, stellen Fitnessfragen und bekommen Tipps. Nach sieben Tagen kommt das Angebot, zum Beispiel: „Schau mal, du hast schon ein Kilo abgenommen. Wenn du weitermachen willst, bleib einfach dabei.“ Dann zahlen sie einen festen Betrag im Monat.

Daran siehst du: Kostenlos starten und danach etwas anbieten, funktioniert in fast jedem Markt.

Idee 10: Fertiges KI-Business zum Hochladen, mit Software-Abo

Genau das, was ich in diesem Buch zeige, könnte ich als Webseite anbieten: „Erstelle dein KI-Business in 60 Minuten.“ Du sagst, welche Geschäftsidee du hast, und das Business wird für dich erstellt. Das bekommst du kostenlos.

Aber du brauchst noch ein CRM, also eine Kundendatenbank, und ein Newsletter-Werkzeug. Das mietest du dazu. Solche Newsletter-Abos kosten je nach Anbieter 50 bis 500 Euro im Monat. Und jeder braucht sie. Denn wer Kunden hat, muss ihre Daten speichern und ihnen schreiben können.

Idee 11: Täglicher KI-Content als Lead-Maschine

Lead bedeutet Interessent. Bei dieser Idee verbindet der Kunde sein Unternehmen, und KI-Avatare erstellen automatisch Inhalte für seine Kanäle. Ein KI-Avatar ist eine künstlich erzeugte Person, die in Videos spricht. So gewinnt der Content jeden Tag neue Interessenten, ohne dass der Unternehmer selbst vor die Kamera muss.

Idee 12: Kurse als KI-Agenten verkaufen

Wenn du schon fertige Kurse verkaufst, verkauf sie als KI-Agenten. Ein KI-Agent ist eine KI, die selbstständig Aufgaben am Computer erledigt. Wenn dein System so gut ist, dass man damit mehr Kunden gewinnt, besseres Design macht oder selbstbewusster wird: Warum gibt es das dann nicht als KI-Agenten?

Der Ablauf: Der Kunde lädt einen Ordner herunter. Er lädt ihn in Claude oder ChatGPT hoch. Die KI richtet dann am Computer des Kunden alles automatisch ein. Sie bedient sogar die Maus. Der Kunde muss nichts tun.

Ich habe das selbst mit einem Produkt gemacht, der Neukundenmaschine. Der Kunde lädt den Ordner in die Desktop-App von ChatGPT oder Claude und sagt: „Richte mir das ein.“ Dann interviewt ihn die KI etwa 30 bis 60 Minuten lang. Er kann per Sprachnachricht antworten. Danach klickt sich die KI durch seinen Computer. Sie richtet ein Werkzeug für automatische Instagram-Nachrichten ein, baut eine Landingpage, schreibt ein Buch und gestaltet ein Cover. Sie legt ein kostenloses Konto bei einem E-Mail-Werkzeug an und bindet es an.

Früher musste der Kunde all das selbst tun: Konten anlegen, ein Buch schreiben, ein Cover gestalten, lektorieren und vieles mehr. Jetzt ist es einfach erledigt.

Idee 13: Stundensatzrechner für Selbstständige

Ein kleines Werkzeug, mit dem Selbstständige ihren Stundensatz berechnen. Solche Rechner passen gut zum Prinzip „gratis zuerst“: Der Nutzer bekommt sofort eine Zahl, die ihm weiterhilft. Danach kannst du ihm etwas Größeres anbieten.

Idee 14: Aktienliste für Stillhalter im Optionshandel

Auch das steht auf meiner Liste: eine Liste mit Aktien, die eine hohe Volatilität haben, also stark schwanken. Interessant ist das für Stillhalter im Optionshandel. Stillhalter verkaufen Optionen und bekommen dafür eine Prämie. Es ist ein Spezialthema für eine kleine, klar umrissene Zielgruppe. Die Idee ist ein Beispiel für ein Geschäftsmodell, keine Anlageempfehlung.

Idee 15: Düsseldorf-Newsletter für Unternehmer

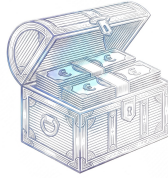
Ein Newsletter für Unternehmer aus einer Stadt, zum Beispiel aus Düsseldorf. Damit baust du eine kleine Gemeinschaft vor Ort auf. Wer eine lokale Gemeinschaft hat, hat einen direkten Draht zu seinen Kunden.

Idee 16: In ChatGPT gefunden werden

Viele Unternehmen wünschen sich, dass ChatGPT sie empfiehlt. Der Bedarf ist groß. Wie funktioniert das? Es braucht viele relevante Seiten, die über dich sprechen. Am Ende ist das Suchmaschinenoptimierung.

Ideal wäre eine Nische, zum Beispiel Steuerberater. Dann baust du mehrere Domains mit Spezialthemen für Steuerberater auf. Du machst ein richtig gutes Fachmagazin für Steuerberater. Oder ein Verzeichnis der Steuerberater in einer Stadt. Solche Seiten nutzt ChatGPT später, wenn jemand fragt: „Wer ist der beste Steuerberater in Düsseldorf?“

Ein Teilnehmer fand genau diese Idee am stärksten. Mir gefällt an ihr eines nicht: Ich kann das Ergebnis nicht garantieren. Es kann Monate dauern, bis jemand dort auftaucht. Die Webseite für Handwerker kann ich dagegen sofort garantieren. Nach ein paar Minuten ist sie fertig. Das war für mich ein wichtiger Grund, mich für Sagwerk zu entscheiden.



KAPITEL 10

Buchkodex: Wie ich mein eigenes Angebot umgedreht habe

Die Frage aus Kapitel 6 habe ich mir auch für mein eigenes Unternehmen gestellt. Es heißt Buchkodex.

Mit Buchkodex haben wir früher Bücher für Kunden geschrieben. Ich habe die Kunden zwölf Stunden lang interviewt. Auf Basis der Interviews hat mein Team den Buchtext und das Cover erstellt. Ein Projekt dauerte drei bis sechs Monate. Die Kunden zahlten zwischen 10.000 und 50.000 Euro für ein Buchprojekt.

Natürlich überlegten die Kunden lange, ob sie das kaufen. Zum Glück hatten wir sehr gute Kundenstimmen. Deshalb war das Unternehmen sehr erfolgreich. Ich war einer der Ersten in Deutschland, die so etwas angeboten haben. Das ist fast zehn Jahre her.

Idee 17: Das Buch per Sprache, die Leseprobe gratis

Die Zeit hat sich verändert. Wer heute mit so einem Angebot kommt, hört schnell: „Warum soll ich das bezahlen? Es gibt doch KI.“

Also habe ich das Angebot umgedreht. Heute sehen die Kunden ihr Buch, bevor sie etwas bezahlen. Sie sprechen einfach ein paar Minuten über ihr Thema. Sie können auch Material hochladen, die KI sortiert und ordnet es. Dann bekommen sie gratis ein Cover, einen Titel und eine Leseprobe.

Gefällt ihnen die Leseprobe, kaufen sie das ganze Buch. Es gehört dann zu 100 Prozent ihnen. 30 Tage lang können sie danach per Sprachnachricht Änderungen am Text vornehmen. Der Aufwand für den Autor liegt unter 60 Minuten. Zum Start lag der Preis bei 297 Euro. Den Preis habe ich bewusst niedrig angesetzt, um das Angebot zu testen. Er wird wahrscheinlich steigen.

Früher hieß es: zwölf Stunden Interview, in Wirklichkeit sechs Monate Projektzeit. Heute entsteht das Buch in 60 Minuten.

Das ist ein völlig anderes Angebot. Auf Englisch nennt man so etwas einen No-Brainer: eine Entscheidung, über die man nicht lange nachdenken muss. Wer ein Buch haben will, bekommt es schnell.

Warum ich das garantieren kann

Warum kann ich so ein Angebot machen? Weil ich schon Hunderte Bücher erstellt habe. Ich weiß, wie ein gutes Buch aussehen und sich lesen soll. Ich weiß, welcher Prompt dahintersteckt, also welche Anweisung die KI braucht. Ich weiß, wie das Cover sein muss und wie man das Buch sinnvoll vermarktet.

Ich kenne Autoren und Coaches seit Langem. Sie sind seit Jahren die Zielgruppe meines Buchgeschäfts. Ich kenne ihre Probleme, Wünsche, Ziele und Herausforderungen, weil ich selbst viele Bücher geschrieben habe.

Deshalb kann ich hier ein Ergebnis garantieren. Wenn mich jemand fragt: „Kannst du garantieren, dass ich ein gutes Buch bekomme, das mir gefällt?“, sage ich Ja. Gefällt ihm etwas nicht, korrigiert er es. 30 Tage lang, so oft er will. Und wenn es ihm danach immer noch nicht gefällt, erstatte ich ihm das Geld. Passiert ist das noch nie. Auch als wir die Bücher noch von Hand geschrieben haben, wollte nie ein Kunde sein Geld zurück, weil er mit dem Buch unzufrieden war.

Das ist der Kern: Ich garantiere nur, was ich wirklich beherrsche.

Kundenergebnisse werden Marketing

Ich habe dafür eine Automatisierung gebaut. Jeder Kunde entscheidet selbst, ob er ins Expertenverzeichnis aufgenommen und im Marketing gezeigt werden möchte. Sagt er Ja, kann er eine Kundenstimme schreiben und Buchkodex bewerten. Diese Kundenstimme nutze ich wieder im Marketing: als Beitrag auf Social Media, als Werbeanzeige und später auch auf der Startseite.

Der Kunde freut sich, weil sein Buch beworben wird. Ich freue mich, weil eine gute Kundenstimme beworben wird.

Jeder Kunde, der bezahlt hat und zustimmt, erscheint automatisch auf unseren Social-Media-Kanälen. Ich muss nichts tun. Die KI erzeugt dafür ein schönes Bild: eine räumliche Darstellung des Buchs, dazu Sterne und ein Zitat aus der Kundenstimme. So entsteht automatische Werbung.

Dazu kommt ein KI-Avatar. Er erklärt in kurzen Videos, wie man als Steuerberater oder als Fitnesstrainer Kunden gewinnt. Die Videos erscheinen automatisch auf meinem Kanal als Test-Reels, also als kurze Videos, die nur Menschen sehen, die mir noch nicht folgen. In diese Videos baue ich die Bücher meiner Kunden ein. Zum Beispiel: „So gewin-

nen Sie als Steuerberater Kunden. Unser Kunde, ein Steuerberater, hat dazu ein Buch geschrieben, und so setzt er es ein.“ Alles ist mit KI erzeugt. Ich muss nichts tun.

Die ersten Zahlen

Nach dem Start habe ich das neue Angebot mit wenig Werbung getestet. Eine Anmeldung für einen kostenlosen Test kostete mich ein bis drei Euro. In den ersten Tagen haben wir drei Bücher verkauft. Dazu kamen Gespräche mit Kunden, die noch mehr haben wollten. Ich hatte 150 Euro in Werbung investiert und damit 1.000 Euro Umsatz gemacht, ohne eigene Arbeit. Die KI-Kosten sind sehr niedrig. Das Geschäft ist sehr profitabel, und ich muss tausendmal weniger tun als früher.

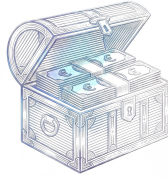
Das sind kleine Zahlen aus einem frühen Test. Sie sind kein Versprechen für dein Geschäft. Aber sie zeigen das Prinzip: Wenn das Ergebnis vor der Bezahlung kommt, verkauft sich das Angebot fast von allein.

Was du daraus mitnehmen kannst

Drei Dinge machen das neue Buchkodem-Angebot stark:

1. Der Kunde sieht Cover, Titel und Leseprobe, bevor er zahlt.
2. Ich garantiere nur das, was ich durch meine Erfahrung sicher liefern kann.
3. Jedes Kundenergebnis wird automatisch zu Werbung für das nächste.

Frag dich, welche dieser drei Eigenschaften dein Angebot heute schon hat. Und welche du als Nächstes einbauen kannst.



KAPITEL 11

Wie aus einem kleinen Angebot ein großes Geschäft wird

Das Buch ist erst der Anfang. Viele sehen ein Angebot mit Gratis-Leseprobe und denken: „Das ist doch kein Business.“ Doch hinter dem ersten Angebot kannst du viele weitere Stufen aufbauen. So kann aus einem kleinen Einstieg ein großes Geschäft werden. Das verstehen die meisten nicht.

Die erste Stufe sind zwei Pakete: ein kleines Buch für 297 Euro und ein großes für rund 1.000 Euro, zum Beispiel 997 Euro. Dazu kommen sechs weitere Geschäftsideen.

Idee 18: Buchdruck vermitteln, mit Marge

Der Kunde kann die gedruckten Bücher gleich mitbestellen. Er muss sich um nichts kümmern. Du vermittelst den Auftrag an eine Druckerei und verdienst an jedem gedruckten Buch etwas mit, zum Beispiel 30 oder 50 Cent.

Idee 19: Versand über einen Logistiker

Die Bücher müssen auch verschickt werden. Hier gilt dasselbe Prinzip mit einem Logistikpartner.

Idee 20: Eigener Verlag mit ISBN, Amazon und Buchhandel

Du gründest einen eigenen Verlag. Du vergibst die ISBN, veröffentlichst das Buch, listest es bei Amazon und schreibst den Buchhandel an. Der Autor muss nichts tun. Dafür bekommst du einen Anteil an seinen Buchverkäufen.

Idee 21: Premium-Ausstattung

Ein Premium-Cover mit Veredelung, eine schicke Box oder ein Armband als Beigabe. Das habe ich früher für Kunden gemacht. Wir haben einmal 20.000 Gummi-Armbänder für Kunden produziert, mit motivierenden Sprüchen darauf. Oft gingen sie zusammen mit dem Buch und einem Flyer hinaus.

Idee 22: PR-Pakete in eigenen KI-Magazinen

Du baust mit KI eigene Magazine für deine Zielgruppe auf, zum Beispiel ein Magazin über Disziplin und mentale Stärke. Dort erscheinen Beiträge von Unternehmern. Mentalcoaches wollen dort veröffentlicht werden. Sie möchten auf ihren Verkaufsseiten schreiben können: „Erwähnt im Magazin ...“ Das verkaufst du als Premium-PR-Paket.

Idee 23: Marketing-KI-Agent für Autoren

Der Autor hat jetzt sein Buch und steht im Verzeichnis. Nun fragt er sich: Wie gewinne ich neue Kunden? Du bietest ihm einen KI-Agenten

an, der an seinem Computer alles einrichtet. Er lädt ihn herunter, fertig. Der Agent kostet einmalig 497 Euro und lässt sich lebenslang für alle Bücher und Produkte nutzen. Er vermarktet das Produkt automatisch.

Versprich nur, was du steuern kannst

Mein Rat: Fang mit etwas an, das du im ersten Schritt beweisen kannst. Etwas, bei dem du dem Kunden wirklich ein gutes Ergebnis garantieren kannst. Und dann baue Stufe für Stufe weiter.

Alle diese Stufen kann ich wirklich liefern. Habe ich eigene Magazine, kann ich garantieren, dass der Kunde dort erscheint. Soll etwas gedruckt werden, weiß ich, wie das geht. Richte ich einen Marketing-Funnel ein, also eine Abfolge von Seiten und Nachrichten, die Interessenten zum Kauf führt, kann ich auch das garantieren. Ebenso, dass jeden Tag ein Instagram-Beitrag erscheint. Das alles kann ich kontrollieren und steuern.

Was ich nicht steuern kann: wie viel der Kunde mit seinem Buch verdient. Das zu versprechen, wäre unmöglich und unrealistisch.

Alle 23 Geschäftsideen auf einen Blick

Erst das Ergebnis, dann die Rechnung:

- ♦ **Idee 1:** Webseite per Sprachnachricht für Handwerker
- ♦ **Idee 2:** Druckfertige Buchcover mit Rücken und Rückseite
- ♦ **Idee 3:** Verlagspitch für Buchautoren
- ♦ **Idee 4:** Investorenpitch für Startups
- ♦ **Idee 5:** KI-Video-Service mit Storyboard vor dem Kauf
- ♦ **Idee 6:** Kindle-Buch mit ISBN per Klick

- ♦ **Idee 7:** Neukundengewinnung, bezahlt nach dem ersten Anruf

Gratis zuerst, dann bezahlt:

- ♦ **Idee 8:** KI-Chat mit eigenem Expertenwissen
- ♦ **Idee 9:** Abnehm-Begleitung für Mamas, sieben Tage gratis, dann Abo
- ♦ **Idee 10:** Fertiges KI-Business zum Hochladen, mit Software-Abo
- ♦ **Idee 11:** Täglicher KI-Content als Lead-Maschine

Wissen als Werkzeug:

- ♦ **Idee 12:** Kurse als KI-Agenten verkaufen
- ♦ **Idee 13:** Stundensatzrechner für Selbstständige
- ♦ **Idee 14:** Aktienliste für Stillhalter im Optionshandel

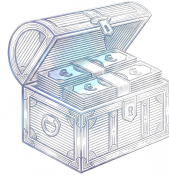
Sichtbarkeit und Gemeinschaft:

- ♦ **Idee 15:** Düsseldorf-Newsletter für Unternehmer
- ♦ **Idee 16:** In ChatGPT gefunden werden

Buchkodex und sein Ausbau:

- ♦ **Idee 17:** Buch per Sprache, Leseprobe gratis, Kauf danach
- ♦ **Idee 18:** Buchdruck vermitteln, mit Marge
- ♦ **Idee 19:** Versand über einen Logistiker
- ♦ **Idee 20:** Eigener Verlag mit ISBN, Amazon und Buchhandel
- ♦ **Idee 21:** Premium-Ausstattung: Veredelung, Box, Armband
- ♦ **Idee 22:** PR-Pakete in eigenen KI-Magazinen

- ♦ **Idee 23:** Marketing-KI-Agent für Autoren



KAPITEL 12

Viral Loop und Flywheel: Wenn Kunden neue Kunden bringen

Viral Loop ist ein Begriff aus der Softwareentwicklung. Auf Deutsch heißt das so viel wie „virale Schleife“. Ein Kunde kommt herein, und von dort aus verbreitet sich das Produkt von selbst weiter. Jeder Kunde bringt neue Kunden, idealerweise zwei.

Das Produkt wird von Anfang an so geplant, dass es sich selbst vermarkten kann. Nur dann kann das Unternehmen wirklich autonom sein. Je mehr Werbung du vorne hineinsteckst, desto mehr kommt hinten heraus. Solche Unternehmen werden immer wertvoll sein.

Beispiel: „Erstellt mit Sagwerk“

Bei Sagwerk ist jede Webseite ein Kundenergebnis. Dieses Ergebnis kann ich auf Social Media zeigen oder als Werbeanzeige laufen lassen. Und jede Webseite, die online geht, enthält einen Link zu Sagwerk, unten in der Fußzeile. Dort steht: „Erstellt mit Sagwerk.“ Wer den Hinweis ausblenden will, zahlt vielleicht etwas mehr.

So entsteht die Schleife. Du lieferst ein Ergebnis. Das Ergebnis bringt einen Kunden. Der Kunde wird zum Beweis in deinem Marketing und bringt den nächsten Neukunden. Vielleicht erzählt er auch einem Bekannten davon. Oder eine Hausverwaltung hat eine Sagwerk-Seite. Die Handwerker, mit denen sie arbeitet, sehen die Seite und fragen sich, woher sie kommt. Sie schauen in die Fußzeile und machen sich selbst eine.

Dazu kommt: Jedes Mal, wenn eine Kundenseite online geht, könnte sie automatisch auf Instagram erscheinen. Und auf der Startseite von Sagwerk könnte stehen: „Diese Seiten sind heute bei uns entstanden.“ Darunter alle neuen Kundenseiten.

Das Flywheel

Ein verwandtes Prinzip heißt Flywheel, auf Deutsch Schwungrad. Ein Kunde kommt herein. Er bekommt ein Ergebnis. Dieses Ergebnis nutzt du, um neue Kunden zu gewinnen. Was der Kunde einbringt, wird so wieder zu Werbung für dich. Mit den neuen Kunden gewinnst du wieder neue Kunden, die wieder neue Kunden bringen. Das läuft wie ein Uhrwerk.

Buchkodex ist dafür das Beispiel aus Kapitel 10. Jedes Buch eines Kunden wird zur Werbung für das nächste.

Beide Begriffe liegen nah beieinander. Vereinfacht gesagt: Der Viral Loop beschreibt, wie sich dein Produkt über deine Kunden weiterverbreitet, zum Beispiel über den Hinweis in der Fußzeile. Das Flywheel beschreibt, wie du die Ergebnisse deiner Kunden gezielt einsetzt, um neue Kunden zu gewinnen, zum Beispiel als Beitrag oder als Werbeanzeige. Am stärksten ist dein Unternehmen, wenn beides zusammenläuft.

Schleifen, die rund um die Uhr laufen

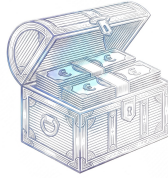
Die KI-Elite, also die Unternehmer, die KI am konsequentesten nutzen, lässt schon heute rund um die Uhr sogenannte Agent Loops laufen. Ein Agent Loop ist eine Schleife: Die KI plant eine Aufgabe, setzt sie um und prüft sie. Das Ergebnis nimmt sie als Ausgangspunkt für die nächste Aufgabe.

Ein Beispiel aus der Suchmaschinenoptimierung: Jeden Tag entsteht ein neuer Beitrag und wird veröffentlicht. Die Quelle kann Kundenfeedback sein, ein Kommentar auf YouTube oder einer auf Instagram. Aus dem Beitrag entsteht ein KI-Video. Das Video wird veröffentlicht. Dazu kommt wieder ein Kommentar, und daraus entsteht das nächste Video. So eine Schleife ist ein Flywheel, das jeden Tag 24 Stunden laufen kann. Sie vermarktet dein Unternehmen ständig.

Wer sein Unternehmen nicht rund um die Uhr vermarktet, hat es gegen solche Wettbewerber schwer. Und wer seine Laune davon abhängig macht, ob sein Unternehmen gerade läuft, erst recht.

Deine Aufgabe

Plane den Viral Loop von Anfang an ein. Frag dich: Wie wird jedes Kundenergebnis sichtbar? Wo kann ein Hinweis auf dich stehen? Wie wird aus einem zufriedenen Kunden der nächste? Nicht jeder Schritt muss vollautomatisch laufen. Aber jeden Schritt solltest du in deinem Marketing mitdenken.



KAPITEL 13

Die Entscheidung: Webseite per Sprachnachricht

Für den Live-Bau hatte ich viele Ideen zur Auswahl. Eine Bedingung stand fest: Die Idee musste sich in einer Stunde technisch umsetzen lassen. Eine Plattform wie Airbnb mit Millionen Einträgen klappt nicht in 60 Minuten. Ich habe mich für die Webseite per Sprachnachricht entschieden. Hier sind meine Gründe.

Grund 1: Das Ergebnis kommt vor der Bezahlung

Der Handwerker spricht 30 Sekunden oder ein paar Minuten über seinen Betrieb, so lange er will. Er kann auch Material hochladen. Die KI baut daraus eine fertige Webseite. Wenn sie ihm gefällt, mietet er sie monatlich und veröffentlicht sie. Er sieht das Ergebnis, bevor er einen Euro bezahlt.

Grund 2: Ich kann das Ergebnis garantieren

Anders als bei der Idee „In ChatGPT gefunden werden“ kann ich hier sofort liefern. Nach ein paar Minuten ist die Seite fertig. Ich muss nichts versprechen, was ich nicht in der Hand habe.

Grund 3: Der Bedarf ist alt und echt

Viele Betriebe wissen immer noch nicht, wie sie zu einer guten Webseite kommen. Sie haben keine Lust, das selbst zu machen. Sie wollen auch nichts Technisches einrichten. Ich kenne das aus eigener Erfahrung. Als Student habe ich Webseiten für Malerbetriebe, Anwälte und andere Unternehmen gewartet. Dafür bekam ich jeden Monat ein paar Hundert Euro, teilweise nur für ein WordPress-Update.

Grund 4: Der Viral Loop ist eingebaut

Jede Webseite ist ein Kundenergebnis, das ich zeigen kann. Und jede trägt den Hinweis „Erstellt mit Sagwerk“ in der Fußzeile. Wie diese Schleife wirkt, hast du in Kapitel 12 gelesen.

Grund 5: Der Erstkontakt ist leicht

Ein Teilnehmer fragte: „Wie stelle ich den Erstkontakt zu Handwerkern her?“ Das ist einfach. Du suchst bei Google nach Handwerkern in einer Region. Oder du schreibst sie zum Beispiel auf Instagram an.

Entscheidend ist, was du schreibst. Stell dir vor, eine Agentur schreibt: „Ich habe Ihre Webseite gesehen. Die ist ja ziemlich schlecht. Wollen Sie uns nicht 10.000 Euro geben, damit wir sie neu machen?“ Dieser Pitch ist sehr schlecht.

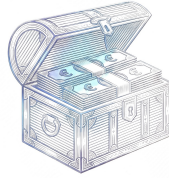
Du kannst dem Handwerker stattdessen einfach eine neue Webseite schicken. Komplett umsonst, mit einem Mikrofon-Symbol. Damit kann

er die Seite selbst anpassen, ganz allein. Wenn er sie haben will, sagt er: „Die will ich kaufen.“ Oder er spricht noch einmal etwas dazu oder stellt Fragen.

So könnte die erste Nachricht an einen Handwerker klingen

„Wir haben eine kleine Webseite für Sie gebaut. Schauen Sie sie sich gern einmal an. Wenn Sie möchten, können Sie die Webseite per Chat oder Sprachnachricht direkt ändern. Und wenn sie Ihnen gefällt, schalten wir sie gern für Sie frei. Das kostet nur [Betrag] Euro im Monat.“

Stell dir vor, du bist Handwerker, und deine eigene Webseite gefällt dir nicht. Dann bekommst du diese Nachricht. Das ist ein ganz anderer Pitch. Du denkst: „Ich habe schon etwas bekommen, ohne zu zahlen. Ich muss niemandem vertrauen.“ Das Ergebnis spricht für sich.



KAPITEL 14

Live gebaut: So ist Sagwerk entstanden

Jetzt zum eigentlichen Bau. Ich zeige dir, womit ich gearbeitet habe, wie ich das Briefing gesprochen habe und was die KI daraus gemacht hat.

Die Ausgangslage

Ich arbeite vor allem mit zwei Werkzeugen: mit Codex, lokal auf meinem Computer, und mit Claude Code. Bei beiden nutze ich das große Abo für rund 200 Euro im Monat. Bei mir ist schon alles eingerichtet: der Server, die Verbindung von Claude zu diesem Server und ein Diktierwerkzeug. Das richtet man einmal ein.

Für das Experiment habe ich keine neue Domain registriert. Eine neue Domain braucht beim Anbieter oft zwei, drei Stunden, bis sie funktioniert. Deshalb lief Sagwerk zunächst auf einer Unterseite meiner eigenen Website.

Das Briefing

Ich habe die Idee nicht aufgeschrieben, sondern diktiert. Das geht auch direkt in Claude. Meine Sprachnachricht dauerte gut fünf Minuten. Ich habe einfach erzählt, was mir einfiel, ziemlich unsortiert.

Trotzdem steckt eine klare Ordnung darin. Wenn du selbst ein Briefing sprichst, kannst du dich an diesen sieben Punkten orientieren:

- 1. Die Kernidee in einem Satz.** Handwerker erstellen und ändern ihre Webseite per Sprachnachricht.
- 2. Die Zielgruppe.** Der etwas ältere Handwerker, 50 plus, der mit Computern wenig zu tun haben will.
- 3. Der Weg des Kunden.** E-Mail-Adresse eintragen, sprechen oder hochladen, ein paar Pflichtangaben ausfüllen, sofort die fertige Seite sehen.
- 4. Gestaltung und Technik.** Minimalistisch, sehr schnell, schöne Bilder, eine Startseite, die in einem Satz sagt, worum es geht.
- 5. Das Geschäftsmodell.** Gratis ansehen, dann monatlich mieten. Bezahlung über Digistore24.
- 6. Der Name.** Einfach und passend für Handwerker in Deutschland, Österreich und der Schweiz.
- 7. Freiraum.** Die KI darf nachfragen und Dinge ergänzen, an die ich nicht gedacht habe.

Hier ist das Briefing im Wortlaut, nur sprachlich geglättet.

Mein Sprach-Briefing an die KI

Ich möchte eine Webseite für Handwerker bauen, auf der sie ihre komplette Webseite per Sprachnachricht gestalten können. Sie sollen eine Sprachnachricht hochladen können. Sie sollen Text schreiben und Dokumente und Bilder hochladen können, gern auch unsortiert. Sie sollen sagen können, welche Farben sie möchten. Dazu sollen sie ein paar Angaben ausfüllen, zum Beispiel ihren Namen und das Impressum, damit wir die wichtigen Daten haben. Dafür empfehle ich eine Art Fragenkatalog, also eine Umfrage mit mehreren Stufen.

Das Design soll sehr einfach und minimalistisch sein, damit es für Handwerker extrem leicht ist. Wir brauchen eine schöne Startseite, auf der sich die Leute sofort angesprochen fühlen. In einem Satz soll klar sein, was sie hier bekommen.

Alles soll mit sehr wenig Reibung funktionieren. Die Leute kommen auf die Seite und tragen nur ihre E-Mail-Adresse ein. Dann landen sie sofort im Webseiten-Konfigurator. Dort sagen oder diktieren sie, was sie wollen. Und dann sehen sie so schnell wie möglich ihre fertig programmierte Webseite.

Es sollen einfache Handwerker-Webseiten sein, mit einer schnellen Technik, zum Beispiel HTML und CSS. Jeder Handwerker bekommt ein schönes Design in der Richtung, die er beschreibt. Wahrscheinlich brauchen wir dafür einen Skill für Frontend-Design. Bestimmt habe ich noch Dinge nicht bedacht.

Das Ganze ist ein Experiment. Es läuft auf einer Unterseite meiner Domain und soll die Seite für mein neues Startup werden. Ich zeige gerade in einem Live-Seminar, wie man so etwas baut. Ich möchte mich gleich selbst eintragen und den

ganzen Ablauf durchlaufen. Dabei soll wirklich eine Webseite entstehen. Dafür nutzen wir Credits für die Claude-API, damit die Seiten gut aussehen. Wahrscheinlich ist Opus 5.5 auf hoher Stufe am besten.

Wenn den Handwerkern die Seite gefällt, sollen sie sie erst gratis ansehen und durchklicken können. Danach sollen sie die Vollversion kaufen, also mieten können. Für 49 oder 99 Euro im Monat, vielleicht mit einem günstigeren Jahrespreis. Für die Bezahlung nutzen wir Produkte, die wir bei Digistore noch frei haben. Die Leute bestellen dort, und dann wird ihre Seite freigeschaltet.

Denk dir bitte einen Namen aus, der einfach ist und gut zu Handwerkern in Deutschland, Österreich und der Schweiz passt. Vielleicht weiten wir das Geschäft später auf andere Kunden aus. Die Kernidee lautet: Erstelle und verändere deine Webseite per Sprachnachricht. Man soll die Webseite auch danach per Sprachnachricht pflegen und aktualisieren können. Denk an den etwas älteren Handwerker, 50 plus, der kein Technikexperte ist und mit Computern nicht viel zu tun haben möchte. Deshalb soll die Seite einfach aussehen und einfach klingen.

Bilder kannst du mit Nano Banana 2.1 generieren, damit es schön aussieht und nicht nur Text ist. Die Handwerker sollen auch selbst ein paar Bilder generieren können. Die Seite soll sehr schnell laden.

Die Programmierung einer Kundenseite dauert natürlich ein wenig. Schick den Leuten die fertige Webseite deshalb auch per E-Mail, wenn sie sich eintragen. Wer warten will, soll zusehen

können, was gerade programmiert wird. Dann sieht man, dass die Seite interaktiv entsteht.

Wenn du noch etwas von mir brauchst, sag Bescheid.
Ansonsten leg los.

Die KI tauft das Startup

Den Namen hat die KI selbst ausgesucht: Sagwerk. „Sag“ wie in „sagen“. Ich fand ihn nicht perfekt. Aber er war gut genug, also haben wir ihn genommen. Auch die Teilnehmer hatten Namen vorgeschlagen.

Was die KI gebaut hat

Während die KI arbeitete, habe ich mit den Teilnehmern über viele Inhalte dieses Buchs gesprochen. Zwischendurch habe ich nachgesehen. Die KI erzeugte zuerst Bilder für die Startseite, zum Beispiel zwei Handwerker, die etwas in ihr Handy sprechen. Danach gestaltete sie die Startseite. Die Seite lief nicht nur auf meinem Computer. Sie war sofort online.

Die Startseite begann mit diesen Sätzen: „Ihre Website per Sprachnachricht. Sie erzählen einfach, was Ihr Betrieb macht. Sagwerk baut daraus in wenigen Minuten Ihre fertige Website. Ansehen kostet nichts.“ Am Knopf stand der Hinweis: „Kein Passwort, keine Kreditkarte. Den Link zu Ihrer Website schicken wir Ihnen auch per E-Mail.“

Weiter unten erklärte die Seite den Ablauf in vier Wörtern: „Reinsprechen, zuschauen, ansehen, dann mieten.“ Dazu: „Klicken Sie in Ruhe durch Ihre neue Seite. Gefällt sie Ihnen, schalten Sie sie frei. Vorher zahlen Sie nichts.“ Für spätere Änderungen nannte die Seite ein Beispiel: „Wir machen ab jetzt auch Badsanierung.“

Beim Preis stand: 49 Euro im Monat. Hosting und Sicherheit mit SSL-Verschlüsselung inklusive, fünf Änderungen im Monat per Sprachnachricht, in der Fußzeile der Hinweis „Erstellt mit Sagwerk“. Wer jährlich zahlt, zahlt 490 Euro und bekommt damit zwei Monate geschenkt. Am Ende beantwortete die Seite typische Fragen: „Muss ich mich mit Computern auskennen? Muss ich mich vorbereiten? Was kostet das Ausprobieren?“

Die Seite war schlicht und einfach, genau so, wie ich sie haben wollte. Natürlich kann man noch Feinheiten ändern.

Die KI testet ihre Arbeit selbst

Dann prüfte die KI selbst, ob die Seite auf dem Handy gut aussieht. Danach machte sie einen Testlauf mit meiner eigenen E-Mail-Adresse. Sie trug sich ein und ging den ganzen Ablauf durch, so wie ein Kunde.

Der Kunde kann dabei zusehen, wie seine Webseite geschrieben wird. Ich glaube, das erzeugt einen kleinen, besonderen Moment. Man sieht: Hier entsteht gerade meine eigene Webseite.

Eine Kundenwebseite entsteht

Im Testlauf entstand die Webseite eines Dachdeckerbetriebs: Dachdeckerei Becker, Dachdeckermeister in Gelsenkirchen. „Wir decken, dichten und reparieren Dächer in Gelsenkirchen und Umgebung.“ Dazu Bilder von Vater, Sohn und zwei Gesellen. Eine Anzeige zeigte den Fortschritt, zwischendurch 51 Prozent.

Kurz darauf war die Seite fertig. Sie hatte Knöpfe zum Anrufen und zum Schreiben per WhatsApp. Sie zeigte die Leistungen, zum Beispiel Steildächer und Flachdächer. Es gab Unterseiten wie Dämmung, Dachfenster und „Über uns“, dazu eine Datenschutzerklärung.

Ändern und kaufen

Unter der fertigen Seite kann der Kunde hineinschreiben, was er noch ändern will. Er kann sogar ein Foto hochladen. Dann klickt er auf „Website freischalten“ und wählt zwischen zwei Paketen: „Basis“ und „Rundum“.

Der Link führte direkt zu Digistore24. Der Preis stand dort schon auf 49 Euro netto. Nur der Produktname stammte noch von einem alten Produkt, das die KI umbenennen sollte. Kaufen konnte man trotzdem schon. Als Nächstes stand an, dass Kunden ihre eigene Domain verbinden können. Das ist kein großes Thema.

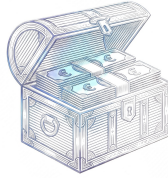
Die Bilanz

Von der ersten Sprachnachricht bis zur fertigen Kundenwebseite vergingen rund 43 Minuten. In dieser Zeit entstand:

- eine gefundene und geprüfte Idee
- ein Produkt mit Ergebnis vor der Bezahlung: Der Kunde sieht seine Webseite gratis
- ein Verkauf mit Bezahlung, der live geschaltet ist
- eine automatische Lieferung: Die Seite geht sofort online
- ein Flywheel: Jede Gratisseite wirbt für das Produkt

Das Prinzip funktioniert nicht nur für Handwerker. Es ließe sich genauso für Ärzte oder andere Branchen umsetzen.

Das Business kann funktionieren. Jetzt kommt es nur noch darauf an, wie du es vermarktest. Wie die KI auch dabei hilft, zeige ich dir im nächsten Kapitel.



KAPITEL 15

So gewinnt die KI automatisch Kunden

Ein autonomes Unternehmen braucht automatisches Marketing. So sieht das bei mir aus.

Werbeanzeigen, die die KI selbst steuert

Meine Werbeanzeigen mache ich nicht mehr selbst. Das übernimmt die KI. Sie erzeugt die Bilder und die Texte, nach meinen Vorgaben. Ich schaue sie mir vielleicht noch an und lege das Budget fest. Dann wird geschaltet.

Jeden Tag prüft die KI, welche Anzeigen gut laufen und welche nicht. Schwache Anzeigen schaltet sie ab. Sie erzeugt jeden Tag neue Anzeigen, die den erfolgreichen ähneln. Sie prüft, welche Anzeigen Käufer gebracht haben, welche Interessenten und welche gar nichts. Das alles ist mit meinem System verbunden und läuft automatisch.

Meine Content-Pipeline

KI kann auch Videos, Texte und Bilder erstellen und veröffentlichen, auf Social Media, auf YouTube und anderswo. Bei mir läuft das so:

1. Ich nehme an meinem Computer ein Video auf und drücke auf Pause.
2. Meine KI schaut alle paar Minuten in einen bestimmten Ordner und findet das neue Video.
3. Sie schneidet Anfang und Ende ab. Stellen, an denen ich mich stark verspreche, schneidet sie heraus.
4. Sie erstellt für YouTube ein Thumbnail, also das Vorschaubild mit Text.
5. Sie wählt einen Titel und schreibt eine gute Beschreibung.
6. Sie erzeugt Kurzlinks zu meinen kostenlosen Angeboten.
7. Sie lädt das Video bei YouTube hoch.
8. Aus dem Video macht sie ein Kurzvideo mit einer großen roten Überschrift.
9. Sie erzeugt die Untertitel.
10. Sie schreibt passende Beschreibungen für Instagram, Facebook, TikTok und YouTube und lädt alles auf diesen Plattformen hoch.
11. Oft steht im Text ein Stichwort, zum Beispiel: „Kommentiere mit Buch, und ich schicke dir das Buch.“ Wer so kommentiert, bekommt automatisch eine Nachricht von mir auf Instagram.

Ich habe eine Video-Idee, drücke auf Start und auf Pause, und das war es. Danach kann ich spazieren gehen.

Vergleiche das mit dem alten Weg. Wer selbst am Computer sitzt, Videos schneidet, Überschriften und Untertitel erstellt und alles hochlädt, braucht für ein kurzes Video leicht einen ganzen Tag. Oder er

stellt jemanden ein, der mit Nebenkosten 3.000 bis 4.000 Euro im Monat kostet und ein oder zwei Videos am Tag schneidet. Ich halte das heute nicht mehr für sinnvoll. Wer gegen jemanden antritt, der so automatisiert arbeitet, hat es sehr schwer.

E-Mails und Entscheidungen

Meine E-Mails schreibe ich nicht mehr selbst. Ich sage der KI zum Beispiel: „Er hat mir das geschrieben. Antworte ihm so und so und leg mir das als Entwurf an.“ Wenn neue, wichtige E-Mails kommen, erscheinen sie bei mir automatisch als Aufgabe. Ich muss nur noch kurz antworten.

Meine KI will von mir nur noch Entscheidungen. Ich habe sie so eingestellt, dass sie mich fragt: „Was soll ich tun?“ Wie ein guter Mitarbeiter. Ein guter Mitarbeiter überlegt sich alle Möglichkeiten, kommt mit einer Empfehlung und fragt: „Soll ich es so machen, oder willst du etwas anderes?“ Dann sagst du nur noch Ja oder Nein, oder: „Mach es anders.“ Das ist viel besser als tausend Informationen, über die du dann selbst nachdenken musst.

Alles, was du am Computer machst

Das gilt nicht nur für Marketing. Wenn ich meine Buchhaltung mache, mache ich genau zwei Dinge. Ich lade die Kontoauszüge meiner Kreditkarten herunter und lege sie in einen Ordner. Dann sage ich: „Mach meine Buchhaltung.“ Den Rest erledigt der Computer. Er klickt sich durch, meldet sich an und macht alles Nötige. Die KI schneidet sogar meine Videos im Schnittprogramm.

Viele Werkzeuge baue ich inzwischen selbst. Ich habe mir ein eigenes Newsletter-Werkzeug gebaut, ein eigenes Tracking für Facebook-Werbung, ein eigenes Kalender-Werkzeug und einen eigenen Mitglieder-

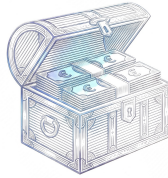
bereich. Ich habe alle Abos gekündigt, weil ich alles selbst baue. Ich spare damit Tausende Euro im Monat.

Womit du anfangen kannst

Du musst nicht alles auf einmal automatisieren. Fang mit der Aufgabe an, die dich jede Woche am meisten Zeit kostet. Für viele Unternehmer ist das der Content, für andere das E-Mail-Postfach oder die Buchhaltung. Beschreib der KI den Ablauf so, wie du ihn heute machst, Schritt für Schritt. Meine Content-Pipeline ist dafür eine gute Vorlage: ein fester Ordner, ein klarer Auslöser und eine Liste von Schritten, die die KI nacheinander abarbeitet.

Und übernimm die Regel, die ich meiner KI gegeben habe: Sie soll mir Entscheidungen vorlegen, keine Informationsberge. Dann bleibst du der Dirigent und wirst nicht zum Leser von Berichten.

Wer heute noch jede Aufgabe am Computer selbst anklickt, verschenkt Zeit. Das ist kein Vorwurf. Viele haben es einfach noch nicht gelernt. Ich würde dir empfehlen, es zu lernen.



KAPITEL 16

Häufige Fragen aus der Praxis

Nach dem Live-Bau kamen viele praktische Fragen. Hier sind die wichtigsten, mit meinen Antworten.

Brauche ich eine eigene Idee?

Nein. Ideen sind billig, das hast du in Kapitel 4 gelesen. Ich selbst habe einen ganzen Ordner voller Ideen, für die ich keine Zeit habe. In diesem Buch findest du 23 davon. Wenn du ein Unternehmen hast, liegt die beste Idee oft direkt vor dir: Automatisiere, was du heute noch selbst am Computer machst.

Was kostet ein eigener Server, und wann brauche ich ihn?

Ein Server kostet etwa drei bis fünf Euro im Monat. Du brauchst einen eigenen Server, wenn deine Anwendungen im Internet erreichbar sein sollen. Wenn du schon eine Domain mit einer Webseite verbunden hast, hast du wahrscheinlich bereits einen Server und brauchst nichts Neues. Welcher Anbieter es ist, spielt keine große Rolle.

Welche Technik brauche ich?

Du brauchst einen Laptop, ein KI-Abo für Claude Code oder Codex, einen Server, die Verbindung zwischen KI und Server und ein Diktierwerkzeug. Ich nutze bei beiden KI-Werkzeugen das große Abo für rund 200 Euro im Monat. Das Diktieren geht auch direkt in Claude.

Wenn alles eingerichtet ist, kannst du den größten Teil deines Business per Sprachnachricht vom Handy aus steuern.

Was kostet so ein Business im laufenden Betrieb?

Erstaunlich wenig. Ein Server kostet drei bis fünf Euro im Monat. Dazu kommt dein KI-Abo. Wenn die KI für deine Kunden etwas erzeugt, zahlst du pro Nutzung. Bei Sagwerk sind das Credits für die Claude-API. Bei der Video-Idee aus Kapitel 8 kostet ein Storyboard mit 15 bis 30 Bildern vielleicht drei Euro pro Kunde. Bei Buchkodex sind die KI-Kosten sehr niedrig. Die Werbung steuerst du selbst. Du legst das Budget fest, die KI kümmert sich um den Rest.

Kann ich das auch in meinem bestehenden Unternehmen nutzen?

Ja. Du musst dafür kein neues Business gründen. KI kann alles automatisieren, was du am Computer machst. Wenn du Aufgaben hast, die du nicht mehr selbst erledigen willst, oder wenn du mit KI einfach besser arbeiten willst, ist das ein guter Start. Viele Prinzipien aus diesem Buch gelten auch für ein bestehendes Angebot. Stell dir die Leitfrage aus Kapitel 6 für das, was du heute schon verkaufst. Und prüf, wo die Ergebnisse deiner Kunden sichtbar werden könnten.

Muss ich programmieren können?

Nein. Für Sagwerk habe ich nur gesprochen. Den Code hat die KI geschrieben. Die Ausrede „Ich weiß nicht, wie das geht“ gilt nicht mehr. Du kannst die KI fragen. Auch in meinen Workshops sitzen meist keine Techniker. Es sind ganz normale Leute, die ein Business haben, zum Beispiel ein Rechtsanwalt oder Unternehmer aus Finanzierung und Immobilien.

Was ist der schwierige Teil?

Die Einrichtung. Wenn du das noch nie gemacht hast, ist sie nicht trivial. Du brauchst den Server, die Verbindungen und eine KI, die du für deine Aufgaben angepasst hast. Oft hängt man an einer einzigen Stelle fest. Da ist dieser eine Knopf, bei dem du nicht weißt, ob du ihn drücken sollst. Und dann hängst du an diesem Knopf drei Wochen lang.

Der zweite schwierige Teil ist das Marketing. Das ist keine Frage der Technik, sondern der Erfahrung.

Sieht das bei mir genauso aus wie bei dir?

Ohne Anpassung nicht. Ich habe meine KI-Werkzeuge stark an meine Arbeit angepasst. Sie kennen meinen Geschmack und haben meine eigenen Designregeln. Ich habe Kommunikationsdesign studiert, und das steckt in diesen Regeln. Dazu habe ich der KI Fähigkeiten im Verkaufstexten gegeben, weil ich selbst sehr viele Verkaufstexte schreibe. Deine Seiten werden deshalb anders aussehen. Out of the box, also ohne eigene Einstellungen, sieht es nicht so aus wie bei mir.

Wie prüft die KI ihre eigene Arbeit?

Dafür brauchst du keine zusätzliche KI-Anbindung. Claude Code kann einen Browser bedienen und damit die eigene Webseite testen. Du musst ihm nur sagen, dass es das tun soll. Ich habe mir dazu eigene interne Skripte geschrieben. Sie testen alles Mögliche und achten auf meine Designregeln.

Wie stabil läuft so etwas im Alltag?

Sehr zuverlässig. Wenn du etwas ändern willst, sprichst du es einfach ein. Und du kannst es danach selbst warten. Du brauchst dafür niemanden.

Brauche ich für jede Idee eine neue Domain?

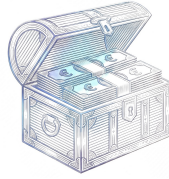
Für einen Test nicht. Ich habe Sagwerk zuerst auf einer Unterseite meiner Website gestartet, weil eine neue Domain beim Anbieter ein paar Stunden braucht. Du kannst auch einen Hosting-Dienst nutzen. Ich habe einfach mein eigenes Hosting genommen. Domains selbst lassen sich heute über eine Schnittstelle anmelden, sogar per Sprachnachricht.

Lohnt sich Werbung in ChatGPT?

Ein Teilnehmer hatte es ausprobiert: viele Klicks, aber wenige Käufe. Ein anderer meinte, klassische Werbeanzeigen seien immer noch die beste Quelle für Käufe. Das sehe ich auch so. Der Grund: Werbung in ChatGPT sehen nur Menschen, die ChatGPT gratis nutzen. Ich zum Beispiel sehe dort keine Werbung. Mich erreicht man da nicht. Es kommt also darauf an, was du verkaufst und an wen.

Wie lange dauert das wirklich?

Sagwerk war nach rund 43 Minuten fertig. Eine einzelne Kundenwebseite entsteht in wenigen Minuten. Fast alles lässt sich in einer Stunde ziemlich gut bauen. Eine riesige Plattform mit Millionen Einträgen dagegen nicht. Länger als der Bau dauert fast immer das Marketing. Darum plane es von Anfang an mit.



KAPITEL 17

Dein nächster Schritt

Was willst du mit deinem Leben und mit deinem Business erreichen? Und die ehrliche Frage dazu: Wirst du das erreichen, wenn du jetzt nichts änderst?

Wenn die Antwort Nein ist, hast du zwei Wege. Du kannst alles allein lernen. Oder du holst dir Hilfe von jemandem, der den Weg schon gegangen ist.

Der Weg allein

Ich beschäftige mich seit November 2022 jeden Tag intensiv mit KI. Ich muss nicht mehr arbeiten. Ich mache das, weil es mir Spaß macht. Ich bin einfach ein Technik-Nerd. Ein ganzes Jahr lang habe ich fast nichts verkauft und mich nur mit KI beschäftigt. Deshalb kenne ich mich so gut aus.

Allein ist der Weg möglich. Aber er hat einen Haken. Du weißt nicht, ob deine Idee etwas taugt und wie du sie vermarktest. Den meisten fehlt die Erfahrung. Vor allem fehlt die tiefe Erfahrung mit KI, um alles so

einzurichten, dass es weiterläuft und sich selbst vermarktet. Dadurch verbrennst du viel Zeit und Geld.

Sieben Schritte, mit denen du anfangen kannst

- 1. Schreib dein Ziel auf.** Was soll dein Business in einem Jahr leisten?
- 2. Wähle eine Dienstleistung, die deine Kunden schon kaufen.** Mach sie digital, schneller und günstiger. (Kapitel 5)
- 3. Stell dir die Leitfrage.** Was würdest du tun, wenn du erst nach dem Ergebnis bezahlt wirst? (Kapitel 6)
- 4. Prüf deine Idee vom Marketing her.** Wie kommt der Kunde zu dir? (Kapitel 4)
- 5. Bau das erste Ergebnis so, dass der Kunde es vor der Bezahlung sieht.** (Kapitel 7 und 13)
- 6. Plane den Viral Loop ein.** Jedes Kundenergebnis soll neue Kunden bringen. (Kapitel 12)
- 7. Automatisiere einen Baustein nach dem anderen.** Marketing, Verkauf, Lieferung, Einnahmen. (Kapitel 2 und 15)

Du musst nicht alles an einem Tag schaffen. Aber fang mit Schritt 1 heute an.

Ich finde, es gibt heute kein Limit mehr für ein Ziel. Was man sich vornimmt, kann man auch erreichen. Mein Ziel ist, dass du gute Ideen in Minuten einschätzen, selbst umsetzen und ein Business aufbauen kannst, das auch ohne dich läuft. Und nicht nur eines, sondern so viele, wie du willst.

Wenn du es nicht allein machen willst

Wenn du dir dabei Unterstützung wünschst, findest du hier die Möglichkeit dazu.

KI-Elite-Bootcamp live in Düsseldorf

Am 21. und 22. November 2026 setze ich mit höchstens zehn Unternehmern genau das um, was du in diesem Buch gelesen hast. Für dein eigenes Business.

- Tag 1: deine Idee oder deine Automatisierung
- Tag 2: dein Marketing und deine KI-Mitarbeiter
- Du bringst deinen Laptop mit. Eine fertige Idee brauchst du nicht.

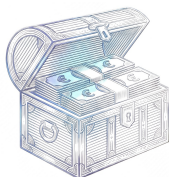
Infos und Buchung: [**arturneumann.com/event/**](https://arturneumann.com/event/)

Du liest dieses Buch nach dem 22. November 2026? Auf derselben Seite findest du den nächsten Termin und die Warteliste.

Geld verdienen ist einfach, wenn man weiß, wie. Ich hoffe, dieses Buch hat dir gezeigt, wie ich dabei vorgehe. Ich wünsche dir viel Erfolg bei der Umsetzung.

Viele Grüße aus Düsseldorf

Artur Neumann

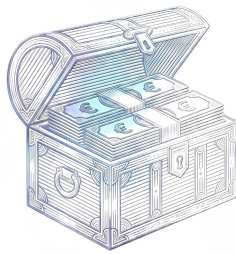


Über dieses Buch

Dieses Buch beruht auf einem Live-Seminar, in dem ich Sagwerk vor Publikum gebaut habe. Für das Buch habe ich den Inhalt geordnet, gekürzt und um Erklärungen ergänzt.

Alle Zahlen zu meinen eigenen Ergebnissen sind Erfahrungswerte aus meinen Unternehmen. Sie sind kein Versprechen für deine Ergebnisse. Was du erreichst, hängt von deinem Angebot, deinem Markt und deiner Umsetzung ab.

Die Geschäftsideen in diesem Buch sind Beispiele. Prüfe vor dem Start, ob deine Umsetzung rechtlich und steuerlich zu deinem Unternehmen passt.



Das 60-Minuten KI-Business

WWW.ARTURNEUMANN.DE