

VERITABLE GESCHÄFTSMODELLE

Für Selbstständige, Berater, Unternehmer

Dein Weg zu echter Wertschöpfung – jenseits von Zeit gegen Geld.

Was passiert, wenn KI deine Arbeit so beschleunigt, dass der klassische Stundensatz nicht mehr greift? Wenn Aufgaben, die früher Tage brauchten, plötzlich in wenigen Stunden erledigt sind? Genau dann stellt sich die entscheidende Frage: **Wie verkaufst du den Wert deiner Arbeit, wenn Zeit kein Maßstab mehr ist?**

Unser Modell für *veritable Geschäftsmodelle* zeigt dir, wie du dein Business auf den wahren Nutzen ausrichtest – und Preise so gestaltest, dass sie deinen Impact widerspiegeln. Weg von der Limitierung „Zeit gegen Geld“. Hin zu einer klaren Wertlogik, die dein Angebot attraktiv macht und skalierbar hält.

Use Cases – Für Beratung, Coaching & digitale Services

- **Berater & Coaches**
Vom Stundensatz zu Ergebnis- und Nutzenpreisen – damit dein Wert sichtbar wird.
- **Digitale Produkte & KI-Lösungen**
Von Einmalverkäufen zu Lizenzen und Abos – wiederkehrende Einnahmen, die wachsen.
- **Workshops & Trainings**
Von simplen Tagesworkshops zu multimodalen Programmen – für nachhaltigen Erfolg.
- **Unternehmer & Dienstleister**
Vom Einzelkunden hin zu Gruppen- oder Community-Modellen – mehr Impact, weniger Limitierung.

Der Ablauf – Klar, wertvoll, zukunftsfähig

1. **Dein Status quo**
Wo steht dein Geschäftsmodell heute? Zeit, Ergebnis, Nutzung oder Nutzen?
2. **Neupositionierung**
Wir zeigen dir, wie du vom Zeitmodell zu echten Nutzenmodellen wechselst.
3. **Preisdynamik**
Gestalte Preise, die nicht von Arbeitsstunden, sondern von erzieltm Mehrwert abhängen.
4. **Skalierung**
Baue Programme, Abos und Pakete, die dein Business unabhängig von deiner persönlichen Zeit wachsen lassen.

Was am Ende entsteht

Ein Geschäftsmodell, das nicht nur fair bezahlt, sondern **deinen Wert sichtbar macht**.

Du wirst nicht mehr über Arbeitsstunden sprechen – sondern über Ergebnisse, Nutzen und echten Impact.

Denn: **Dein Know-how ist mehr wert als die Zeit, die du dafür brauchst.**

Worum geht's ...

Die Art und Weise, wie wir Dienstleistungen und Produkte anbieten, verändert sich grundlegend. KI sorgt dafür, dass viele Aufgaben nicht mehr Tage oder Wochen in Anspruch nehmen, sondern teilweise nur noch wenige Stunden oder sogar Minuten. Ein Berater, der früher zehn Tage für eine komplexe Strategieentwicklung brauchte, schafft dies heute vielleicht in einem Tag – und die Qualität ist dabei mindestens gleichwertig, oft sogar besser. Diese enorme Effizienzsteigerung stellt dich vor eine neue Frage:

Wie kannst du dein Geschäftsmodell gestalten, wenn Zeit plötzlich nicht mehr der entscheidende Faktor ist?

Bisher war das klassische Modell klar: Zeit gegen Geld. Du verkaufst einen Tag, eine Stunde oder einen Workshop, und dafür bekommst du dein Honorar. Doch wenn KI deine Arbeit beschleunigt, wird dieses Modell schnell zum Engpass. Du kannst nicht einfach zehnmal so viele Kunden gleichzeitig bedienen, um die „fehlende“ Zeit zu kompensieren. Was du brauchst, ist ein Ansatz, der den Wert deiner Arbeit in den Mittelpunkt stellt, statt nur die aufgewendete Zeit. Genau hier setzt das Modell an, das wir in diesem Kapitel vorstellen. Es hilft dir, deine Leistungen neu zu betrachten und deine Preisgestaltung an den tatsächlichen Nutzen anzupassen, den du für deine Kunden erzeugst. Es bietet dir eine klare Struktur, um unterschiedliche Geschäftsmodelle im Zeitalter der KI einzuordnen und zu optimieren.

Der Kern des Modells sind zwei Fragen:

- **Wofür bekommst du dein Geld?** – Geht es um deine Zeit, um ein messbares Ergebnis, um die Nutzung deines Angebots oder um den konkreten Nutzen, den der Kunde durch deine Leistung erzielt?
- **Womit verdienst du dein Geld?** – Liegt deine Leistung in einem einzelnen Produkt oder Service oder in einem durchdachten Mix aus mehreren Bausteinen?

Wenn du diese Fragen für dein Business beantwortest, kannst du dein Angebot so strukturieren, dass es nicht nur fair bepreist ist, sondern dir auch nachhaltiges Wachstum ermöglicht. Besonders für Berater, Selbstständige und Dienstleister bedeutet das eine große Chance: weg vom reinen Stundenlohn hin zu einer echten Wertschöpfungslogik.

Zwei Einflussfaktoren auf das Geschäftsmodell

Veritable Geschäftsmodelle bestehen im Wesentlichen aus zwei einfachen, aber entscheidenden Fragen:

Wofür bekommst du dein Geld?

Und

Womit verdienst du dein Geld?

Diese Fragen bilden die beiden Achsen, entlang derer du dein Geschäftsmodell positionieren kannst.

Wofür bekommst du dein Geld?

Die Fragestellung beschreibt, auf welcher Grundlage du dein Honorar festsetzt. Es gibt vier Stufen, die sich grundlegend unterscheiden:

1. Zeit

Du verkaufst Stunden oder Tage. Ein klassisches Beispiel sind Trainer oder Coaches, die pro Stunde abrechnen oder ein Tageshonorar verlangen. Das ist das einfachste und gleichzeitig am stärksten begrenzte Modell, weil deine Einnahmen direkt an deine verfügbare Zeit gekoppelt sind.

2. Ergebnis

Hier geht es nicht mehr um die Stunden, die du investierst, sondern um das Ziel, das du für den Kunden erreichst. Ein Berater, der eine fertige Strategie liefert, kann den Preis am Wert dieser Strategie ausrichten, nicht an der Anzahl seiner Arbeitsstunden.

3. Nutzung

In diesem Modell bezahlst du nicht für die Erstellung, sondern für die Nutzung des Ergebnisses. Ein Beispiel sind Bots oder Softwarelösungen, die du bereitstellst. Kunden zahlen beispielsweise eine monatliche Lizenz oder pro Nutzer.

4. Nutzen

Die höchste Stufe ist die Bezahlung nach dem tatsächlichen Nutzen, den du erzeugst. Wenn deine Leistung dem Kunden zum Beispiel 100.000 Euro Kosten spart, kannst du einen Anteil daran als Honorar verlangen. Dieses Modell ist mutig, aber extrem wirkungsvoll, weil es den Wert deiner Arbeit direkt mit dem Erfolg des Kunden verknüpft.

Womit verdienst du dein Geld?

Diese Betrachtung beschreibt, **wie** dein Angebot gestaltet ist – ob es eindimensional oder komplexer aufgebaut ist:

1. Eindimensionale Produkte oder Services

Das ist ein einzelner Workshop, ein Training oder ein einzelnes digitales Produkt. Es gibt keine zusätzlichen Elemente wie Begleitung, Community oder Nachbetreuung.

2. Multimodale Produkte oder Services

Hier kombinierst du mehrere Bausteine zu einem Gesamtangebot. Zum Beispiel ein Coaching-Programm, das aus Online-Kursen, Live-Calls, Community-Zugang und individuellen 1:1-Sessions besteht. Ein solches Angebot ist oft deutlich mehr wert, weil es verschiedene Wege der Unterstützung kombiniert.

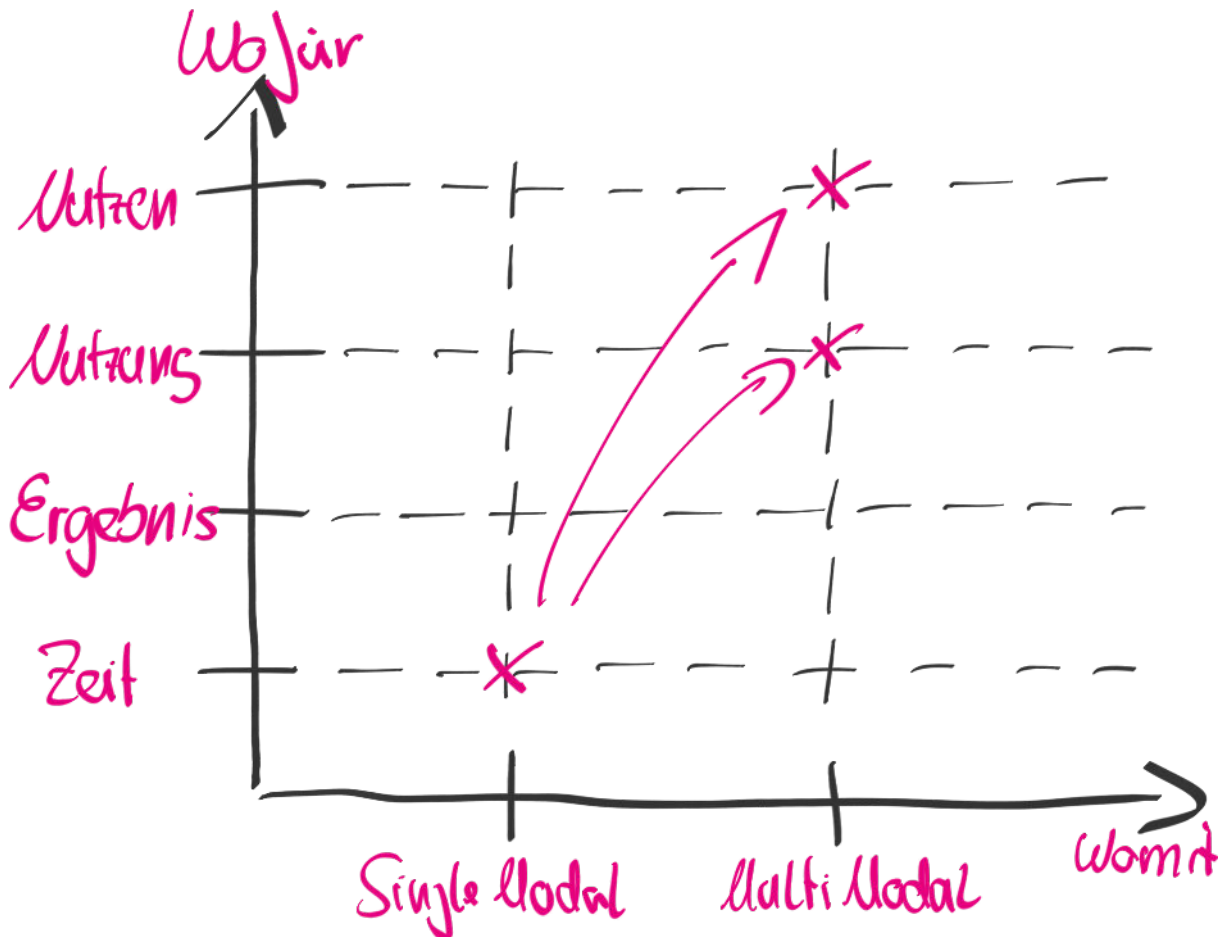
Die spannende Frage ist jetzt: **Wie lassen sich die Stufen mit den Formaten kombinieren?**

Wenn du zum Beispiel einen Workshop nicht nur als Zeit verkaufst, sondern als klar definiertes Ergebnis oder als Zugang zu einem längerfristigen Nutzen, verändert sich der Wert deines Angebots massiv.

Eine neue Betrachtungsweise ...

Die Frage des ‚WOMIT‘ in Verbindung mit der Frage des ‚WOFÜR‘

Die x-Achse beschreibt, womit du dein Geld verdienst – also die Art deiner Leistung oder deines Produkts. Wir schauen uns die gängigen Formate an und verbinden sie mit den vier Stufen der y-Achse (Zeit, Ergebnis, Nutzung, Nutzen).



Single Modale Services

1. Trainings und Workshops

Ein klassischer Workshop ist ein Paradebeispiel für ein eindimensionales Produkt.

- **Zeit:** Du verkaufst einen Tag Training für einen festen Tagessatz, sagen wir 1.600 Euro.
- **Ergebnis:** Statt den Tag zu verkaufen, könntest du das Ergebnis in den Vordergrund stellen. Zum Beispiel: „Nach diesem Workshop habt ihr einen fertigen Maßnahmenplan für eure HR-Prozesse.“ Das ist ein messbares Ergebnis, das unabhängig von der aufgewendeten Zeit bepreist wird.
- **Nutzung:** Denkbar ist, dass du den Preis an die Anzahl der Teilnehmer koppelst, z. B. 500 Euro pro Teilnehmer. Mit jedem weiteren Teilnehmer steigt der Preis, unabhängig von der Dauer des Workshops.
- **Nutzen:** Noch stärker wird es, wenn du den Workshop an den Nutzen bindest. Zum Beispiel, wenn das Ergebnis deiner Arbeit nachweislich Prozesse beschleunigt oder Kosten spart, kannst du dein Honorar proportional zum geschaffenen Mehrwert gestalten.

2. Beratungsleistungen

Beratung ist ähnlich wie Workshops oft zeitbasiert, kann aber leicht in andere Ebenen verschoben werden.

- **Zeit:** Ein Berater rechnet oft Stunden oder Tage ab.
- **Ergebnis:** Stattdessen könntest du sagen: „Ich begleite euch bis zu einer fertigen KI-Strategie, und dafür kostet mein Paket 25.000 Euro – unabhängig davon, wie viele Stunden ich investiere.“
- **Nutzung:** Beratung lässt sich auch als Flatrate oder Abo-Modell gestalten. Zum Beispiel ein monatlicher Retainer für eine bestimmte Anzahl an Calls, Analysen oder Support.
- **Nutzen:** Wenn du deinem Kunden nachweisen kannst, dass deine Arbeit 500.000 Euro Einsparungen bringt, kann eine erfolgsabhängige Vergütung – etwa ein Prozentsatz dieser Einsparungen – sinnvoll und fair sein.

3. Digitale Produkte und KI-Bots

Hier wird die x-Achse besonders spannend, weil digitale Produkte unabhängig von deiner persönlichen Zeit funktionieren.

- **Zeit:** Du könntest den Bau eines Bots auf Stundenbasis abrechnen, z. B. 10 Stunden à 250 Euro.
- **Ergebnis:** Alternativ verkaufst du den fertigen Bot für einen festen Betrag, z. B. 5.000 Euro.
- **Nutzung:** Noch attraktiver ist ein Lizenzmodell, z. B. 250 Euro pro Monat und pro User, oder ein Abo für mehrere Bots (ähnlich wie bei SaaS-Tools).
- **Nutzen:** Wenn der Bot deinem Kunden 100.000 Euro im Jahr spart, könntest du ein Modell entwickeln, bei dem du 10 Prozent dieser Einsparungen als Honorar bekommst.

Multimodale Programme

Wenn du mehrere Elemente kombinierst – z. B. Live-Calls, Online-Kurse, Community und individuelles Mentoring – entsteht ein Gesamtpaket, das mehr ist als die Summe seiner Teile.

- **Zeit:** Du kalkulierst auf Basis der zu investierenden Zeit und berechnest diese auch gegenüber dem Kunden.
- **Ergebnis:** Du kannst ein konkretes Ziel versprechen, z. B. „In 12 Wochen hast du einen fertigen Marketing-Bot und kannst dir weitere selbst bauen.“
- **Nutzung:** Jeder Teilnehmer zahlt eine feste Gebühr für die Teilnahme. Ob es zehn oder fünfzig Teilnehmer sind, beeinflusst deinen Umsatz direkt.
- **Nutzen:** Wenn dein Programm messbare Resultate liefert – etwa Umsatzsteigerung oder Zeitersparnis – kannst du Preise fordern, die sich am erzielten Mehrwert orientieren.

Was heißt das jetzt ...

Was bedeutet diese Betrachtungsweise für Berater, Selbstständige und Dienstleister?

Wenn du als Berater, Coach oder Dienstleister unterwegs bist, kennst du das klassische Dilemma: Dein Einkommen ist begrenzt durch die Anzahl der Stunden oder Tage, die du verkaufen kannst. Und genau hier liegt das Problem – Zeit ist nicht skalierbar. Du hast 24 Stunden am Tag, egal wie hoch dein Stundensatz ist. Sobald du ausgebucht bist, gibt es kein Wachstum mehr, es sei denn, du arbeitest noch mehr oder erhöhst deine Preise. Beide Wege sind auf Dauer nicht besonders attraktiv.

Das Modell bietet dir eine Alternative.

Es hilft dir, von der reinen Zeitabrechnung wegzukommen und den Wert deiner Arbeit neu zu betrachten. Besonders durch KI wird dieser Wandel noch dringlicher. Wenn du für eine Strategieentwicklung statt zehn Tagen nur noch einen Tag brauchst, kannst du nicht einfach das Zehnfache an Kunden bedienen. Stattdessen brauchst du ein Preismodell, das den Mehrwert deiner Arbeit widerspiegelt – unabhängig davon, wie viel Zeit du dafür investierst.

Warum ist das so wichtig?

- **Deine Zeit verliert an Relevanz.** Kunden interessieren sich nicht dafür, ob du zehn Tage oder nur einen Tag für eine Aufgabe brauchst, solange das Ergebnis stimmt.
- **Der Wert deiner Erfahrung steigt.** KI kann dir Arbeit abnehmen, aber sie ersetzt nicht dein Fachwissen, deine Kreativität und dein Verständnis für Zusammenhänge.
- **Du kannst deine Leistung klarer positionieren.** Wenn du ein konkretes Ergebnis oder einen messbaren Nutzen lieferst, kannst du ganz anders über Preise sprechen.
- **Du erschließt neue Umsatzmodelle.** Lizenzmodelle, Abos oder erfolgsabhängige Vergütungen bieten dir Möglichkeiten, die weit über das klassische Projektgeschäft hinausgehen.

Ein Beispiel aus der Praxis

Nehmen wir an, du bist KI-Berater und erstellst individuelle Strategien. Früher hast du dafür 10 Tage Arbeit verkauft. Heute nutzt du KI und schaffst dieselbe Qualität an einem Tag. Würdest du weiterhin nach Zeit abrechnen, würdest du weniger verdienen, obwohl deine Leistung nicht weniger wert ist.

Mit dem vorgestellten Modell kannst du sagen: „Das Ergebnis ist eine maßgeschneiderte KI-Strategie, die Ihrem Unternehmen mehrere hundert Stunden Arbeit spart – und dafür kostet das Paket 25.000 Euro.“ Das ist kein Stundenlohn mehr, sondern eine wertbasierte Logik.

Wie kannst du dich weiterentwickeln ...

Geschäftsmodelle und notwendige Entwicklungspfade

Die Diskussion hat deutlich gezeigt, dass es nicht reicht, einfach nur die klassische „Zeit-gegen-Geld“-Logik zu optimieren. Es geht vielmehr darum, Geschäftsmodelle so zu gestalten, dass sie flexibel auf verschiedene Kundensituationen, Nutzenargumentationen und den Einsatz von KI reagieren. Die folgende Übersicht zeigt, welche Geschäftsmodelle sich aus der Verbindung der y- und x-Achse ergeben und welche Schritte für Berater, Selbstständige und Dienstleister notwendig sind, um von einem einfachen Modell zu einem hoch skalierbaren, nutzenorientierten Modell zu gelangen.

1. Vom Zeitmodell zum Ergebnis- und Nutzenmodell

Viele unserer Kunden verdeutlichen, dass der Weg von der reinen Zeitabrechnung hin zu ergebnis- oder nutzenorientierten Modellen die größte Hebelwirkung entfaltet.

Beispiel: Strategieentwicklung in nur einem Tag

Ein Teilnehmer stellte fest, dass er durch KI für eine individuelle Strategieentwicklung nur noch einen Bruchteil der Zeit braucht – anstatt zehn Tage nur noch einen Tag.

Weg von... dem Stundensatz (z. B. 500 Euro pro Stunde für 10 Tage Arbeit).

Hin zu... einem fixen Paketpreis für das **Ergebnis** (z. B. 25.000 Euro für eine fertige Strategie) oder sogar zu einem **Nutzenmodell**, bei dem ein Teil der erzielten Einsparung oder des Mehrwerts beim Kunden die Preisbasis darstellt.

Entwicklungspfad:

- Klare Definition des Ergebnisses (z. B. „Fertige Strategie inkl. Maßnahmenplan“).
- Ermittlung des Mehrwerts für den Kunden (z. B. Zeit- und Kosteneinsparung).
- Kommunikation des Preises auf Basis des Ergebnisses oder Nutzens, nicht der Stunden.

2. Multimodale Pakete statt einzelner Tage

Workshops lassen sich von einem Produkt von einem eindimensionalen Workshop zu einem **multimodalen Programm** entwickeln.

Weg von... einem einzelnen Workshoptag mit fixer Dauer.

Hin zu... einem **SM-XL-Modell** (Small, Medium, XL), das aus verschiedenen Bausteinen besteht: Selbstlernphasen, MyRobot-Feedback, 1:1-Calls, virtuelle Fotoshootings oder Avatar-Coachings.

Beispiel:

- **S:** Basisworkshop mit Vorbereitungsaufgaben.
- **M:** Workshop plus individuelle Nachbetreuung und strategische Vertiefung.
- **XL:** Persönliches Coaching, Avatar-Feinschliff und individueller Contentplan.

Entwicklungspfad:

- Bestehende Angebote in kleinere und größere Varianten aufteilen (z. B. mit mehr Begleitung oder zusätzlichem Content).
- Zusätzliche Module oder Lernplattformen integrieren, um den Wert zu erhöhen.
- Über den Nutzen argumentieren (z. B. „tägliches Social Media Post in 10 Minuten“).

3. Nutzungsmodelle und Abos

Das Beispiel von **Custom GPT-Bots** wird deutlich, wie sich von Einmalprojekten hin zu wiederkehrenden Einnahmen durch Abos entwickeln lässt.

Weg von... einem Festpreis für einen fertigen Bot (z. B. 5.000 Euro pro Bot).

Hin zu... einem monatlichen **Lizenzmodell** (z. B. 250 Euro pro User/Monat oder ein Flatrate-Paket mit mehreren Bots).

Die laufende Optimierung und Wartung werden so zu einem kontinuierlichen Einnahmestrom.

Entwicklungspfad:

- Technische Infrastruktur schaffen, die eine nutzungsbasierte Abrechnung erlaubt.

- Den Kunden klar kommunizieren, dass laufende Anpassungen und Updates im Preis enthalten sind.
- Abo-Pakete oder Staffelpreise entwickeln (z. B. 10 User vs. 50 User).

4. Nutzenbasierte Modelle bei großen Hebeln

Es gibt ein weiteres Beispiel aus der Fördermittelberatung. Hier liegt ein riesiger Wert im Raum – Millionen an Einsparungen. Doch wenn die Mitarbeiter die Umsetzung blockieren, greift das Modell nicht.

Weg von... einer pauschalen Erfolgsprämie pro realisiertem Förderauto.

Hin zu... einem **Prozentsatz des gesamten Fördervolumens** – unabhängig davon, ob alle Mitarbeiter den Prozess aktiv umsetzen.

Lernpunkt: Wenn der Nutzen auf Unternehmensseite klar ist, darf die Abrechnung nicht vom Verhalten einzelner Mitarbeiter abhängen. Es braucht Verträge, die den Gesamtnutzen honorieren, nicht nur die tatsächlich abgerufenen Einheiten.

Entwicklungspfad:

- Direkter Zugang zum Entscheider (Economical Buyer) statt nur zu den operativen Mitarbeitern.
- Kommunikation des Nutzens auf Unternehmensebene („10 Mio. Euro an Zuschüssen“).
- Gezieltes Erwartungsmanagement und Incentivierung der Beteiligten.

5. Von Do-it-yourself zu Done-with-you und Done-for-you

Einige unserer Kunden haben gezeigt, dass ein Workshop nicht nur als „Selbstmach-Tag“ gedacht werden muss. Die Entwicklung geht zu einer **Begleitstruktur**, bei der Kunden an die Hand genommen werden.

Beispiel:

- **Do-it-yourself (DIY):** Kunden machen nach einem einmaligen Workshop alles selbst.
- **Done-with-you (DWY):** Kunden erhalten aktive Unterstützung, Feedback, Korrekturen und 1:1-Sessions.
- **Done-for-you (DFY):** Experten übernehmen Teile der Arbeit, wie den Aufbau des Avatars oder die Contentplanung.

Entwicklungspfad:

- Basismodell (DIY) als Einstieg nutzen.
- Mehrwertstufen (DWY/DFY) schaffen, die klar höhere Preise rechtfertigen.
- Starke Nutzenargumentation entwickeln („Wir nehmen dir 80 % des Aufwands ab“).

Was steckt hinter diesen Pfaden?

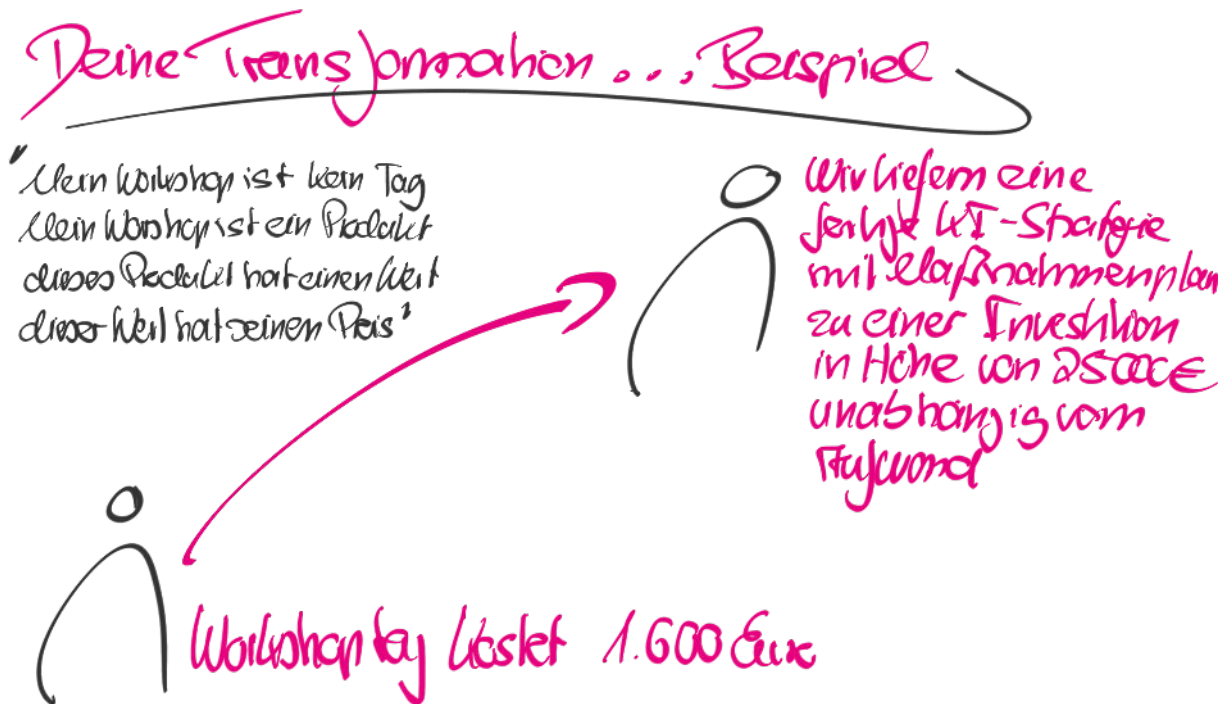
Alle Beispiele zeigen eines: **Der Schlüssel ist die Verknüpfung von Leistung und Nutzen.**

- KI verändert die Zeit- und Kostenstruktur. Das zwingt dazu, weg vom reinen Zeitfaktor zu denken.
- Kunden bezahlen zunehmend für **Resultate**, nicht für den Aufwand.
- Wer Mehrwert und Nutzen klar sichtbar macht, kann deutlich höhere Preise ansetzen, ohne dass die Zeitabrechnung eine Rolle spielt.

Eher klassische Entwicklungspfade ...

Klassische Entwicklungspfade für moderne Geschäftsmodelle

Um von einem klassischen Zeit-gegen-Geld-Modell zu einem skalierbaren, nutzenorientierten Geschäftsmodell zu gelangen, sind einige typische Entwicklungspfade erkennbar. Diese Pfade helfen dir, dein Angebot neu zu strukturieren und dabei den Mehrwert für deine Kunden klarer herauszustellen.



1. Von Zeitbasiert zu Ergebnisbasiert

- **Ausgangslage:** Du rechnest Stunden oder Tage ab.
Beispiel: Ein Workshop kostet 1.600 Euro pro Tag.
- **Entwicklung:** Du verkaufst das **Ergebnis**, nicht die Zeit.
Beispiel: „Wir liefern eine fertige KI-Strategie mit Maßnahmenplan – Preis 25.000 Euro, unabhängig vom Aufwand.“

2. Von Ergebnisbasiert zu Nutzenbasiert

- **Ausgangslage:** Du berechnest ein fertiges Ergebnis.
- **Entwicklung:** Du knüpfst den Preis an den **Mehrwert**, den dein Kunde erzielt.
Beispiel: Ein KI-Bot spart dem Kunden 100.000 Euro pro Jahr. Dein Preis basiert auf 10 % der Einsparungen, also 10.000 Euro jährlich.

3. Von Einzelleistung zu Multimodalität

- **Ausgangslage:** Du bietest ein einzelnes Produkt oder einen Workshop.
Beispiel: Ein Tages-Workshop mit fixer Dauer.
- **Entwicklung:** Du kombinierst verschiedene Formate zu einem **Gesamtpaket**.
Beispiel: Kick-off-Call, Lernvideos, MyRobot, Live-Workshop, Nachbetreuung und Community.

4. Von Projekten zu Abos und Lizenzen

- **Ausgangslage:** Du verkaufst Einzelprojekte oder fertige Produkte.
Beispiel: 5.000 Euro für einen Custom GPT-Bot.
- **Entwicklung:** Du wechselst zu **wiederkehrenden Einnahmen**.
Beispiel: Monatliche Lizenz von 250 Euro pro User oder ein Bot-Flatrate-Abo.

5. Von Do-it-yourself zu Done-with-you und Done-for-you

- **Ausgangslage:** Dein Kunde muss alles selbst umsetzen (DIY).
- **Entwicklung:** Du bietest begleitete Umsetzung (DWY) oder übernimmst selbst die Umsetzung (DFY).
Beispiel:
 - DIY: Selbstlernphase + Workshop.
 - DWY: Individuelles Coaching + Feedbackschleifen.
 - DFY: Avatar-Erstellung und Content-Plan direkt von Experten.

6. Vom Einzelkundenmodell zum skalierbaren Gruppenmodell

- **Ausgangslage:** Du arbeitest nur mit Einzelkunden.
- **Entwicklung:** Du skalierst über **Gruppenformate oder Plattformen**.
Beispiel: KI-Kickstart mit 50 oder mehr Teilnehmern pro Durchlauf – jeder zahlt eine Teilnahmegebühr.

7. Von unklaren Erwartungen zu Nutzen- und Ergebnis-Stories

- **Ausgangslage:** Kunden wissen nicht genau, welchen Nutzen sie erhalten, was oft zu Enttäuschung führt.
Beispiel: KI-Beratung, bei der der eigentliche Nutzen nicht klar kommuniziert wurde.
- **Entwicklung: Erwartungsmanagement und Nutzenkommunikation** werden zum Kern.
Beispiel: „Am Ende haben Sie eine Positionierung, einen Avatar und einen Content-Plan, mit dem Sie täglich in 10 Minuten posten können.“

Roadmap für den Wandel

Diese Pfade sind keine starren Stufen, sondern ein Kontinuum. Du kannst schrittweise vorgehen:

1. Zuerst weg von der reinen Zeitabrechnung.
2. Dann den Übergang von Ergebnissen zu echten Nutzenmodellen schaffen.
3. Schließlich dein Angebot skalieren, z. B. durch Multimodalität, Abos oder Gruppenprogramme.

Zusammenfassend lässt sich sagen ...

Das vorgestellte Modell zeigt dir, wie du deine Arbeit neu bewerten kannst – nicht über die Zeit, die du investierst, sondern über den Wert, den du erzeugst. Im Zeitalter von KI, in dem sich Aufgaben dramatisch beschleunigen, ist das entscheidend. Wer weiterhin nur Zeit verkauft, wird auf lange Sicht verlieren, weil Zeit immer weniger ein Maßstab für Qualität oder Nutzen ist.

Wenn du als Berater, Coach oder Dienstleister erfolgreich bleiben willst, musst du dein Angebot anders denken.

- **Frag dich:**

Wofür bekommt dein Kunde eigentlich sein Geld? Ist es nur deine Zeit oder das konkrete Ergebnis? Ist es die Nutzung deines Systems, Programms oder Produkts? Oder ist es der Nutzen, der für ihn messbar wird?

- **Überlege:**

Womit verdienst du dein Geld? Bietest du ein einzelnes Produkt an oder ein Paket aus mehreren Bausteinen, das mehr Wert stiftet als ein isolierter Service?

Die Kombination aus der y-Achse (Wofür bekomme ich mein Geld?) und der x-Achse (Womit verdiene ich mein Geld?) bietet dir eine klare Orientierung, um dein Business neu aufzustellen. Es geht darum, dein Know-how und deine Leistung nicht unter Wert zu verkaufen, nur weil du dank KI schneller bist. Im Gegenteil – der Wert deiner Arbeit steigt, wenn du diesen Mehrwert für den Kunden sichtbar machst.

Dieses Modell hilft dir, deine Preise so zu gestalten, dass sie den echten Nutzen widerspiegeln. Es öffnet dir den Weg zu Geschäftsmodellen, die skalierbarer und langfristig profitabler sind. Wer diesen Schritt geht, wird nicht nur mehr verdienen, sondern auch seine Rolle als Experte festigen – weil Kunden spüren, dass sie nicht einfach Zeit einkaufen, sondern echte Ergebnisse und Mehrwert.

LUST AUF MEHR ...

KOERTING INSTITUTE – Wir KI-sieren dein Geschäftsmodell.

Als führende Experten im Bereich Unternehmerentwicklung und Künstliche Intelligenz kombinieren wir, Birgit und Torsten Koerting, jahrzehntelange Erfahrung in der Strategie-Beratung mit modernsten KI-Technologien. Unser Ziel ist es, Selbstständige und Unternehmer durch maßgeschneiderte Lösungen nachhaltig zu stärken und Effizienz sowie ROI zu steigern. Mit unserem virtuellen KI-Hub, dem KI-Café und der Skool Community KI-Lounge bieten wir Dir ein lebendiges Netzwerk, das wöchentlich tausende Teilnehmer inspiriert und unterstützt. In unserem exklusiven Inner Circle, der KI-Masterclass, dem KI-BusinessLab und dem jährlich stattfindenden KI-Summit Germany richten wir uns an Solo-Dienstleister und Unternehmer und zielen darauf ab, künstliche Intelligenz in ihre Geschäftsmodelle zu integrieren und dadurch nachhaltiges Wachstum und Erfolg zu gewährleisten. Die TUEV Rheinland zertifizierte Ausbildung zum KI-Strategieberater befähigt Berater die KI praxisorientiert in Geschäftsprozesse von Unternehmen zu integrieren, damit diese den Herausforderungen der Zukunft souverän können.

Als Mentoren und Wegbereiter setzen wir neue Standards in der Unternehmerentwicklung und verschaffen dadurch nachhaltige Wettbewerbsvorteile.

Das ‚KOERTING INSTITUTE‘ unter www.koerting-institute.com

BIRGIT KOERTING - THE SHE und Intuitive Leader

Birgit ist Vollblut-Führungsfrau, Unternehmerin, Business Mentorin und privat Ehefrau und Mutter von zwei Super- Kids. Mehr als 20 Jahre wirkte sie erfolgreich im In- und Ausland in unterschiedlichsten Führungspositionen in globalen Konzernen, studierte parallel BWL und absolvierte zahlreiche Ausbildungen bei namhaften internationalen Größen in Bereichen der Führung, Innovation, Verhandlung, Change Management sowie Life & Business Coaching.

Als THE SHE beim KOERTING INSTITUTE ist Birgit Rollenmodell für FFF => Frauen, Führung & Familie. Sie setzt ihre ausgeprägte Führungs- und Verhandlungserfahrung, ihre Klarheit und Zuversicht gepaart mit untrüglicher Intuition und einem Gespür für Menschen & Bedürfnisse wirksam für Selbstständige und Unternehmer ein. Im Rahmen der Seilschaft baut sie gemeinsam mit ihren Kunden das Fundament für deren nachhaltigen, wirtschaftlichen Erfolg, damit sie Raum für ihren Lebensauftrag und Erfüllung finden. www.birgitkoerting.com

TORSTEN J. KOERTING – THE HE und Game Changer

Torsten J. Koerting ist ein angesehener KI-Stratege, Dozent, Speaker, Mentor und mehrfacher Bestseller-Autor aus Bad Homburg vor der Höhe. Mit über 35 Jahren internationaler Erfahrung in der Geschäftswelt, einschließlich Stationen in New York, Australien, Indien, Singapur und Großbritannien, ist er ein Experte auf dem Gebiet der künstlichen Intelligenz und strategischen Unternehmensentwicklung.

Er ist als Gastprofessor bei der CEIBS tätig und hat zahlreiche Kunden, darunter renommierte Unternehmen wie Mainz 05, IDM Energie, Subito und DB Systel, beraten. Neben seiner unternehmerischen Tätigkeit ist er ein leidenschaftlicher Extremsportler und Outdoor-Enthusiast.

www.torstenkoerting.com

DAS IST NUR DER ANFANG ...

Du willst nicht nur lesen, sondern meinst es ernst mit der KI? Dann ist die KI-Masterclass genau das Richtige für dich.

Viele der Impulse, Strategien und Praxisbeispiele in diesem Buch sind im Rahmen unserer KI-Masterclass entstanden – mit über 30 engagierten Teilnehmern, die nicht nur gelesen, sondern umgesetzt haben. Mittlerweile sind wir über 80 Selbstständigen und Unternehmern, Führungskräfte und Machern, die gemeinsam wachsen, voneinander lernen und Zukunft aktiv gestalten.

Und das Beste: Die Reise geht weiter. In der KI-Masterclass vertiefen wir regelmäßig zentrale Themen – von Strategie und Innovation bis Transformation und Leadership. Immer praxisnah. Immer mit dem Ziel, echte Wirkung zu erzielen.

Neugierig? Scanne den QR-Code auf dieser Seite und finde heraus, ob die KI-Masterclass auch für dich der nächste Schritt ist. Keine Theorie. Keine Spielerei. Sondern ein Raum für Umsetzung, Austausch und Entwicklung – mit KI als Co-Pilot und dir im Mittelpunkt.



www.koerting-institute.com/angebot/ki-masterclass/

SPRICH MIT UNS ... DEIN TERMIN

Wenn für dich eine Zusammenarbeit mit uns in Frage kommt ... du Antworten auf deine Fragen suchst ... die nächsten Schritte einordnen ... und unsere Formate kennenlernen ... oder einfach mal eine Idee reflektieren möchtest ... dann buch dir hier einen Termin ...

www.koerting-institute.com/start/

LERNE UNS KENNEN ... DAS KI-CAFÉ

Wenn du sehen möchtest, wie wir arbeiten ... uns in unser voller Energie und Leidenschaft erleben ... und neben bis zu 1.000 Teilnehmer im wöchentlichen KI-Café unsere Fingerfertigkeit und die Magie der KI kennenlernen möchtest ... dann komm ins wöchentliche KI-Café ...

www.koerting-institute.com/ki-cafe/

GEHE IN DEN AUSTAUSCH ... DIE KI-LOUNGE

Du suchst den Austausch ... willst dich mit anderen KI-Enthusiasten verbinden ... suchst Lösungen auf deine konkreten Fragen ... Mitstreiter für gemeinsame Projekte ... möchtest dein Wissen teilen um andere weiter zu bringen .. dann werde Mitglied der KI-Lounge, unserer Community ...

www.koerting-institute.com/ki-lounge/