Regina Hattenberger

Sogwirkung statt Akquise –

Wie Sie für Menschen, Google und KI zur ersten Wahl werden und verlässlich mehr passende Kunden anziehen – ohne Ads

Kundenakquise fühlt sich leicht an,
wenn Menschen Ihr Unternehmen bereits kennen, verstehen
und als ideale Lösung abgespeichert haben.
Wie Sie Kunden gewinnen ohne Werbung – hier ist Ihr Plan dazu.

Gefunden werden. Verstanden werden. Gewählt werden.
Sichtbar für Menschen. Relevanz für Google. Klarheit für KI.
Ohne Vorwissen, ohne technische Tools – mit Klarheit und Leichtigkeit umsetzbar.

Seien wir uns ehrlich: Kaum jemand mag Akquise. Viele Verantwortliche empfinden es als mühsam, zeitaufwendig und oft wenig wirksam. Gleichzeitig gibt es den Wunsch, dass Kunden von selbst den Weg zum Unternehmen finden, sich ein Bild machen und sich dann bewusst für genau diesen Anbieter entscheiden. In einer Welt, in der Menschen, Google und KI parallel entscheiden, welche Unternehmen sichtbar werden, reicht es nicht mehr, nur präsent zu sein. Es braucht Sogwirkung: eine klare, nachvollziehbare Anziehungskraft, die über die Zeit Vertrauen, Vertrautheit und Präferenz aufbaut.

Dieses Buch zeigt, wie Sogwirkung im digitalen Alltag entsteht und wie Sie sie gezielt nutzen können. Es verbindet die Perspektive von Menschen, Google und KI zu einem gemeinsamen Bild: Menschen wollen verständliche Lösungen, Google bewertet Struktur und Relevanz, KI erzeugt Antworten aus vielen Quellen. Sie erfahren, wie Ihre Website, Ihre Inhalte, Ihre Referenzen, Ihre LinkedIn-Präsenz und Ihre Vorträge zusammenwirken können, damit Ihr Unternehmen als erste Wahl im Kopf Ihrer Zielkunden abgespeichert wird. Die fünf Wege zur Sogwirkung bilden ein Gesamtsystem, das erklärt, wie Sie Schritt für Schritt von „Akquise nötig" zu „Sogwirkung spürbar" kommen.

Ihr Vorteil liegt in der Umsetzung. Sie erhalten klare, machbare Schritte, die ohne Vorwissen und ohne technische Spezialtools auskommen, dafür aber konsequent auf Klarheit, Struktur und Bedeutung setzen. Jeder Weg wird mit modernen Beispielen aus kleinen und mittleren Unternehmen erläutert, damit Sie sich die Wirkung konkret vorstellen können. Am Ende steht ein 90-Tage-Sogfahrplan, der zeigt, wie Sie Ihre wichtigsten Kanäle so ausrichten, dass Menschen, Google und KI Ihr Unternehmen zuverlässig erkennen, korrekt einordnen und als passende Lösung weitergeben. Ein zusätzlicher 10-Punkte-Plan ist Ihr täglicher Begleiter, der stärkt, motiviert und Orientierung gibt. Ein Plan, der Ihnen jeden Tag sagt, was Sie tun können, um Ihre Sogwirkung zu vertiefen – ohne Druck, ohne Überforderung und ohne technische Vorkenntnisse.

Dieses Buch ist damit nicht nur eine Einführung, sondern ein praxisnahes Werkzeug für Unternehmen, die Kunden nicht jagen, sondern durch Sogwirkung gewinnen wollen.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort – Die neue Ära der Sogwirkung 7

Warum Sogwirkung heute über Kundenakquise entscheidet 9

Sechs Disziplinen – warum Sogwirkung ein interdisziplinäres System ist 10

Warum Sogwirkung mehr ist als Kanäle: Die Logik hinter Sichtbarkeit und Wirkung . 10

1. Sogwirkung entsteht nicht nur über Kanäle, sondern über Wirkungen 11
2. Menschen entscheiden nicht über Kanäle 11
3. Google und KI arbeiten genau nach diesem Modell 12

Warum diese Analyse das Fundament des gesamten Buches ist 13

Die fünf Kräfte der Sogwirkung: Warum Kanäle und Inhalte unterschiedliche Aufgaben erfüllen 13

1. Die Website – der stärkste Sogfaktor (Kanal) 14
2. LinkedIn – der stärkste Präsenzkanal (Kanal) 14
3. Fachinputs – die stärkste Kompetenzdimension (Inhalt) 15
4. Referenzen – die stärkste Risikoreduktionsdimension (Inhalt) 15
5. Vorträge, YouTube, usw. – die stärksten Nähe- und Persönlichkeitskanäle (Kanal) 15

Warum Sogwirkung nicht bedeutet, überall präsent zu sein 16

Warum diese fünf Kräfte das Fundament Ihres Sogsystems sind 16

Kapitel 1 – Die Grundlagen der Sogwirkung 17

1.1 Wie Kaufentscheidungen heute entstehen – Vertrautheit als Schlüssel zur 1. Wahl 17

1.2 Warum Sogwirkung stärker wirkt als Akquise – Orientierung statt Druck 18

1.3 Warum Menschen, Google und KI gemeinsam über Sogwirkung entscheiden – die neue Dreifach-Lesbarkeit 18

1.4 Wie Klarheit, Struktur und Wiedererkennung Sogwirkung formen – das Fundament jeder Kundenanziehung 19

Kapitel 2 – Die fünf Wege zur Sogwirkung 20

2.1 Warum Sogwirkung mehrere Wege braucht – das Zusammenspiel der Kontaktpunkte 20

2.2 Wie Sie den passenden Weg für Ihr Unternehmen auswählen – Klarheit vor Vielfalt 20

2.3 Ein Praxisbeispiel aus dem Mittelstand – wie zwei Wege Sogwirkung erzeugten 21

Kapitel 3 – Weg 1: Sogwirkung durch eine klare Website 22

3.1 Wie Ihre Website überhaupt sichtbar wird – bevor Sogwirkung entstehen kann 22

3.2 Wie Ihre Website Vertrauen aufbaut – Klarheit vor Gestaltung 23

3.3 Wie Struktur Orientierung schafft – Wege statt Seiten 23

3.4 Wie Inhalte Kompetenz sichtbar machen – Beispiele statt Behauptungen 23

3.5 Fünf Schritte, die Ihre Website zur ersten Wahl machen – ein klarer Umsetzungsweg .. 24

3.6 Hemmnisse, die Sogwirkung verhindern – typische Stolpersteine auf Websites 26

3.7 Ein Ausblick: Wie lange Website-Sogwirkung braucht – und was sie bewirkt 26
3.8 Warum die Website der stärkste Sogfaktor bleibt – und was sie langfristig bewirkt 26

Kapitel 4 – Weg 2: Sogwirkung durch LinkedIn 27
4.1 Wie Sie auf LinkedIn überhaupt sichtbar werden – bevor Sogwirkung entstehen kann 28
4.2 Wie LinkedIn Vertrautheit erzeugt – Präsenz statt Druck 28
4.3 Wie Inhalte Kompetenz sichtbar machen – nützlich statt werblich 28
4.4 Wie Interaktion Beziehungen stärkt – echte Gespräche statt Reichweitenjagd 29
4.5 Wie Konsistenz Sogwirkung erzeugt – Wiedererkennung statt Perfektion 29
4.6 Fünf Schritte, die LinkedIn zu Ihrem stärksten Sogkanal machen – ein klarer Umsetzungsweg 30
4.7 Hemmnisse, die LinkedIn-Sogwirkung verhindern – typische Stolpersteine 31
4.8 Ein Ausblick: Wie schnell LinkedIn Präsenz erzeugt – und welche Wirkung entsteht 32
4.9 Warum LinkedIn der stärkste Präsenzkanal für Sogwirkung ist – und was diese Präsenz auslöst 32

Exkurs: Facebook oder LinkedIn? – Zwei Soglogiken, zwei Entscheidungsmodi 32
Nutzungszahlen im DACH-Raum 33
Warum ich LinkedIn als Hauptweg beschreibe 33
Wann Facebook dennoch ein wirksamer Sogkanal ist 34
Was es bedeutet, dass beide funktionieren 34
Wie Facebook-Dienstleister dieses Buch trotzdem nutzen können 34

Kapitel 5 – Weg 3: Sogwirkung durch hilfreiche Fachinputs 35
5.1 Wie Fachinputs sichtbar werden – bevor Sogwirkung entstehen kann 35
5.2 Wie Fachinputs Kompetenz sichtbar machen – Situationen statt Fachsprache 36
5.3 Wie Struktur Orientierung schafft – klare Linien statt Zufallsinhalte 36
5.4 Wie Beispiele Kompetenz beweisen – nachvollziehbare Situationen statt Behauptungen 37
5.5 Fünf Schritte, die Fachinputs zur stärksten Kompetenzdimension machen – ein klarer Umsetzungsweg 37
5.6 Hemmnisse, die Fachinputs schwächen – typische Stolpersteine 38
5.7 Ein Ausblick: Wie Fachinputs Sogwirkung aufbauen – und welche Ergebnisse sichtbar werden 38
5.8 Warum Fachinputs die stärkste Kompetenzdimension der Sogwirkung sind – und was sie langfristig bewirken 39

Kapitel 6 – Weg 4: Sogwirkung durch starke Referenzen 39
6.1 Wie Referenzen überhaupt sichtbar werden – bevor Sogwirkung entstehen kann 40
6.2 Wie Referenzen Vertrauen aufbauen – reale Situationen statt Werbesprache 40
6.3 Wie Struktur Orientierung schafft – klare Gliederung statt Zufallsbeispiele 41
6.4 Wie Beispiele Risiko reduzieren – nachvollziehbare Ergebnisse statt Behauptungen 41
6.5 Fünf Schritte, die Referenzen zur stärksten Risikoreduktionsdimension machen – ein klarer Umsetzungsweg 42

6.6 Hemmnisse, die Referenzen schwächen – typische Stolpersteine....43
6.7 Ein Ausblick: Wie Referenzen Vertrauen formen – und welche Wirkung sie langfristig entfalten....43
6.8 Warum Referenzen die stärkste Risikoreduktionsdimension der Sogwirkung sind – und was sie langfristig bewirken....43

Kapitel 7 – Weg 5: Sogwirkung durch Vorträge und Präsenzformate....44
7.1 Wie Präsenzformate überhaupt sichtbar werden – bevor Sogwirkung entstehen kann.44
7.2 Wie Präsenzformate Vertrauen aufbauen – erlebte Expertise statt Behauptungen....45
7.3 Wie Struktur Orientierung schafft – klare Linien statt spontane Inhalte....45
7.4 Wie Beispiele Nähe erzeugen – erlebte Situationen statt Theorie....46
7.5 Fünf Schritte, die Präsenzformate zum stärksten Nähe- und Persönlichkeitskanal machen – ein klarer Umsetzungsweg....46
7.6 Hemmnisse, die Präsenzformate schwächen – typische Stolpersteine....47
7.7 Ein Ausblick: Wie Präsenzformate Nähe erzeugen – und wie sie Entscheidungen erleichtern....47
7.8 Warum Präsenzformate der stärkste Nähe- und Persönlichkeitskanal der Sogwirkung sind – und was sie langfristig bewirken....48

Kapitel 8 – Die fünf Wege im Zusammenspiel: Ihr Sogsystem....48
8.1 Warum Sogwirkung ein System ist – nicht ein Kanal....49
8.2 Wie die fünf Kräfte sich gegenseitig verstärken – ein Wirkungsnetz statt Einzelimpulse....49
Warum dieses Wirkungsnetz Sogwirkung erzeugt....52
8.3 Wie ein Sogsystem Entscheidungen erleichtert – Klarheit, Muster, Vertrauen....52
8.4 Fünf Schritte, um Ihr Sogsystem aufzubauen – ein klarer Umsetzungsweg....52
8.5 Ein Ausblick: Wie ein Sogsystem entsteht – und welche Wirkung sich entfaltet....54
8.6 Warum ein Sogsystem stärker wirkt als klassische Akquise – und was es langfristig bewirkt....55

Kapitel 9 – Die Master-Checkliste für alle fünf Wege....55
9.1 Website – die stärksten Schritte für Orientierung und Klarheit....56
9.2 LinkedIn – die stärksten Schritte für Präsenz und Wiedererkennung....56
9.3 Fachinputs – die stärksten Schritte für Kompetenz und Nachvollziehbarkeit....57
9.4 Referenzen – die stärksten Schritte für Risikoreduktion und Sicherheit....57
9.5 Präsenzformate – die stärksten Schritte für Nähe und erlebte Expertise....58
9.6 Abschluss: Was Sie erreichen, wenn Sie diese Checkliste umsetzen....58

Die 25 stärksten Sogprinzipien....59
Cluster 1 – Wie Menschen entscheiden....59
Cluster 2 – Klarheit, Aufbau und Verständlichkeit....59
Cluster 3 – Website, Präsenz und Kanäle....59
Cluster 4 – Fachinputs, Referenzen und Expertise....60
Cluster 5 – Das Sogsystem und seine Wirkung....60

Bonusbereich – Ihre Umsetzung: 61
Der 10-Punkte-Plan für tägliche Sogwirkung 61
Ihr 10-Punkte-Plan im Detail 61
Der tägliche Prompt für individuelle Tagesimpulse 62
Der 90-Tage-Umsetzungsplan 64
Phase 1 (Tage 1–30): Fundament klären 64
Prompt für Phase 1: Fundament klären 65
Phase 2 (Tage 31–60): Sogkräfte aufbauen 65
Prompt für Phase 2: Sogkräfte aufbauen 66
Phase 3 (Tage 61–90): Vertrauen und Nähe vertiefen 67
Prompt für Phase 3: Vertrauen und Nähe vertiefen 67
Abschluss des gesamten 90-Tage-Plans 68
Schlusswort – Warum Sogwirkung die neue Klarheit ist 69
Impressum 70

Vorwort – Die neue Ära der Sogwirkung

Viele Menschen mögen keine Akquise. Sie empfinden sie als laut, anstrengend oder unnatürlich. Gespräche beginnen oft mit Unsicherheit, weil nicht klar ist, wie ein Unternehmen denkt, arbeitet oder wirkt. Genau hier beginnt dieses Buch: mit der Frage, ob es einen Ansatz gibt, der ohne Druck auskommt — und dennoch zuverlässig wirkt. Ein Ansatz, der nicht auf Überredung setzt, sondern auf Klarheit. Nicht auf Aktivität, sondern auf Struktur. Nicht auf Lautstärke, sondern auf Wiedererkennung.

Die Forschung zeigt seit Jahren ein konsistentes Muster: Menschen entscheiden nicht aufgrund eines einzelnen Impulses, sondern aufgrund eines Systems aus Kontaktpunkten, die Orientierung, Kompetenz, Sicherheit und Nähe erzeugen. Dieses System wirkt leise, aber stark. Es führt, ohne zu drängen. Es schafft Vertrauen, bevor ein Gespräch beginnt. Und es reduziert Risiko, bevor ein Angebot vorliegt. Genau dieses System bildet die Grundlage der Sogwirkung.

Sogwirkung entsteht, wenn fünf Kräfte zusammenwirken: Die Website erklärt, LinkedIn zeigt, Fachinputs beweisen, Referenzen beruhigen und Präsenzformate verbinden. Jede dieser Kräfte erfüllt eine eigene Aufgabe. Jede verstärkt die anderen. Jede trägt dazu bei, dass Entscheidungen leichter fallen. Dieses Buch zeigt, wie diese fünf Kräfte ein Wirkungsnetz bilden, das Menschen, Google und KI zuverlässig erkennen — und wie Unternehmen dieses Netz bewusst gestalten können.

Wenn Inhalte für Menschen, Google und KI zugleich verständlich sind, entsteht eine Sichtbarkeit, die nicht nur breit wirkt, sondern stabil bleibt. Menschen erkennen Klarheit und bauen Vertrauen auf. Google bevorzugt strukturierte Inhalte und zeigt sie häufiger an. KI Systeme integrieren eindeutige Inhalte in Antworten und machen Angebote sichtbar, ohne dass man aktiv präsent sein muss. Wer diese drei Ebenen berücksichtigt, erzeugt eine Sichtbarkeit, die sich selbst verstärkt – eine Sichtbarkeit, die nicht laut sein muss, sondern klar ist.

Damit dieses Wirkungsnetz funktioniert, braucht es Klarheit. Klarheit in der Struktur, Klarheit in der Sprache, Klarheit in der Führung. Klarheit ist kein Stilmittel, sondern ein Prinzip. Ein Prinzip, das zeigt, wie ein Unternehmen denkt. Ein Prinzip, das Orientierung schafft. Ein Prinzip, das Vertrauen stärkt. Und ein Prinzip, das im KI-Zeitalter wichtiger ist als je zuvor, weil moderne Systeme Inhalte nicht nur lesen, sondern interpretieren.

Dieses Buch vereint sechs Disziplinen, die gemeinsam erklären, wie Sogwirkung entsteht: Kommunikationspsychologie, Markenführung, Suchmaschinenoptimierung (SEO), KI-Logik, Entscheidungsforschung und digitale Didaktik. Jede dieser Disziplinen trägt einen Teil dazu bei, dass Klarheit wirkt. Jede erklärt, warum Menschen Muster erkennen, warum Google Struktur bevorzugt und warum KI eindeutige Inhalte in Antworten integriert. Dieses Zusammenspiel macht Sogwirkung zu einem wissenschaftlich fundierten, praxistauglichen und langfristig stabilen Ansatz.

Dieses Buch ist eine Einladung, Kommunikation neu zu denken: nicht als Marketing, sondern als Orientierung. Nicht als Aktivität, sondern als Klarheit. Nicht als Druck, sondern als Vertrauen. Es zeigt, wie Unternehmen ein Sogsystem aufbauen, das Entscheidungen erleichtert, bevor ein Gespräch beginnt — leise, klar, verlässlich.

Damit Sie Sogwirkung nicht nur verstehen, sondern auch umsetzen können, enthält dieses Buch zwei Bonuskapitel, die Sie Schritt für Schritt begleiten: einen 10-Punkte-Plan für jeden Tag und einen 90-Tage-Umsetzungsplan für den Aufbau eines vollständigen Sogsystems. Beide Pläne sind so gestaltet, dass sie für jede Branche funktionieren – für Rechtsanwälte ebenso wie für IT-Dienstleister, für Künstler ebenso wie für Handwerksbetriebe. Sie geben Orientierung, wenn man unsicher ist, und Motivation, wenn man neue Kraft braucht. Sie zeigen, dass Sogwirkung kein Zufall ist, sondern ein Weg, den jeder gehen kann.

Sie halten ein Buch in der Hand, das nicht nur Wissen vermittelt, sondern Veränderung ermöglicht. Ein Buch, das Orientierung schafft. Ein Buch, das Klarheit erzeugt. Ein Buch, das den Weg in eine neue Form der Kundenakquise zeigt – eine Akquise, die nicht jagt, sondern anzieht.

Mit den besten Wünschen für Sie –
Regina Hattenberger

Warum Sogwirkung heute über Kundenakquise entscheidet

Wie Menschen, Google und KI zusammenwirken, um Unternehmen sichtbar zu machen

Die digitale Kundenakquise befindet sich in einer Phase tiefgreifender Veränderung. Während klassische Akquise weiterhin eine Rolle spielt, gewinnen digitale Kontaktpunkte rasant an Bedeutung – und sie werden heute nicht mehr nur von Menschen bewertet. Google analysiert Struktur und Relevanz, KI Systeme interpretieren Bedeutungen und formulieren Antworten, die aus vielen Quellen zusammengesetzt werden. Unternehmen müssen nicht nur gefunden werden, sondern eindeutig verstanden werden: von Menschen, von Google und von KI. Sichtbarkeit entsteht in der Folge nicht mehr nur durch Werbung oder direkte Ansprache, sondern durch Klarheit, Wiedererkennung und Vertrauen.

Sogwirkung beschreibt die Fähigkeit eines Unternehmens, über die Zeit hinweg als passende Lösung wahrgenommen, beobachtet und als erste Wahl abgespeichert zu werden. Diese Wirkung entsteht nicht durch Druck, sondern durch Orientierung, Struktur und nachvollziehbare Inhalte. Menschen entscheiden auf Basis von Vertrautheit und Risikoempfinden, Google bewertet technische und inhaltliche Qualität, KI Systeme erkennen Muster, Bedeutungen und Zusammenhänge. Unternehmen, die diese Dreifach-Lesbarkeit erfüllen, werden häufiger empfohlen, häufiger erinnert und häufiger gewählt. Unternehmen, die diese Anforderungen nicht erfüllen, verlieren an Sichtbarkeit – selbst dann, wenn sie fachlich stark sind.

Damit diese Sogwirkung entsteht, braucht es klare Bausteine. Genau hier setzen die fünf Wege dieses Buches an. Sie zeigen, wie Website, LinkedIn, Fachinhalte, Referenzen und Präsenzformate zusammenwirken, um Vertrauen aufzubauen, Orientierung zu geben und im Kopf zu bleiben. Jeder Weg erklärt präzise, wie Menschen Inhalte wahrnehmen, wie Google Struktur bewertet und wie KI Bedeutungen interpretiert. Die Wege bilden ein System, das Klarheit erzeugt und Bedeutung sichtbar macht – ohne technische Tools, ohne Vorwissen und ohne komplexe Prozesse.

Doch das Entscheidende ist etwas anderes: Dieses Buch bleibt nicht bei Theorie stehen. Es führt in die Umsetzung. Sie erhalten klare, machbare Schritte, die sich sofort anwenden lassen und die über Wochen und Monate eine stabile Sogwirkung erzeugen. Diese Kombination aus Verständlichkeit, Praxisnähe und strategischer Tiefe existiert in dieser Form bislang nicht. So entsteht eine Kundenakquise, die trägt, Orientierung gibt und in einer komplexen digitalen Umgebung zuverlässig wirkt – für Menschen, für Google und für KI.