

## Unbekannter Fachmann oder gefragter Experte?

Sind Sie bereit für die öffentliche Bühne?

1.	Besitzen Sie fachliche Expertise auf einem Gebiet, das von besonderem Interesse für ein breites Publikum (B2C) oder für Ihre Zielgruppe (B2B) ist?	Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
2.	Gibt es alternativ ein anderes Anliegen oder eine praktische Erfahrung, mit der Sie sich stärker in der Öffentlichkeit positionieren wollen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Sind Sie der Meinung, Ihre Stimme sollte öfter gehört werden? Haben Sie genug davon, dass nur andere sich auf Ihrem Gebiet profilieren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Hat Ihre Expertise im besten Fall sogar das Potenzial, Sie mittelfristig zum Ansprechpartner Nr. 1 werden zu lassen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Haben Sie ein eingängiges Etikett für Ihre Expertise oder Ihr Anliegen – einen Begriff, der sich gut einprägt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Wird Ihre Expertise oder Ihr Anliegen positiv auf Ihr Unternehmen abstrahlen? Haben Sie das bei Ihrer inhaltlichen Positionierung ausreichend bedacht?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Gelingt es Ihnen, Ihre Erkenntnisse verständlich für Laien zu formulieren? Oder wären Sie zumindest bereit, daran zu arbeiten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Macht es Ihnen Freude, Ihr Wissen an interessierte Laien (B2C) oder Kunden und Geschäftspartner (B2B) weiterzugeben?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	Sind Sie bereit, Zeit, Kreativität und möglicherweise auch Geld in Ihre Professionalisierung als medientauglicher Experte zu investieren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Hand aufs Herz: Können Sie damit leben, dass manche Fachkollegen Ihnen Trivialisierung unterstellen werden – und dass manche Adressaten mit Gegenwind auf Ihre Thesen reagieren könnten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>