

Transkript von unserer ersten Session am 23.2.2024 (komplett direkt aus der Software ohne Überarbeitung)

Martin

Jetzt loslegen.

Florian

Okay. Ja, hi. Hi. Ich habe mir das Profil von mir angeschaut und beziehungsweise ergänzt. Und da kam schon der erste Punkt, und zwar: Webseite. Welche Webseite trage ich ein? Die Wildenwerber und „Simbeck Florian. Und da sind wir mitten im Prozess von uns. Weil ich weiß, nächstes Jahr, diese Zeit, wird James nicht mehr da sein. „oh, ja, genau. Der wird, Sissi gesagt, der geht da neue Wege. Und wir haben auch gesagt, Februar '25 ist unser Strich und der schaut alles an. Eigentlich baut man da: „Wie geht es denn überhaupt weiter? Doch auch bis dahin geht es dann: „Okay, entschlacken wir uns mit den wilden Werbern, dass wir uns mehr auf Agenturleistungen lenden? Wie kommuniziere ich den Florian Zymbeck innerhalb der Agenturleistungen? Dass ich die Wilde Werber neutral halte als Unternehmensmarke. In der Unternehmensmarke dann auch Personenmarken vorhanden sind, zum Beispiel auch Martin Sänger oder Ronald Harnes und Florian Zymbeck. Da war ja die Idee, dass wir da auch Workshops und alles anbieten, so in Agenturstil. Und ja, da bin ich. Dann geht es am Schluss auch: Wie kommuniziere ich mich? Du kennst meine zwei Visitenkarten, eine mit dem Fuchs hinten drauf und eine mit meinem Wolperdinger.

Florian

Rein mein Hausfrauentest hat gezeigt, dass der Wolperdinger mega gut ankommt bei den Menschen. Also richtig, richtig gut. Das Logo gefällt so vielen. Und wie der Spiegel hat, die ganze Kooperationsthematik. Ja, da bin ich schon mittendrin. Also das ist auf jeden Fall irgendwie Rappen, wie ich mich da kommunizieren darf, soll, was Sinn macht, was macht überhaupt Sinn? Wenn ich jetzt sich dann auch in die, ich sage mal, Workshops-Szene reingehe, Wenn ich auf die Bühne gehe, wenn ich Vorträge halte, da brauche ich echt Hilfe.

Martin

Ja, absolut. Und das Spannende ist ja, dass es bei mir ziemlich genau die gleiche Konstellation ist. Deswegen zeige ich dir mal ganz kurz meine Lösung. Ich habe die Pay-off-Industries GmbH. Das ist meine Firma. Die hat eine relativ breite Überschrift „Lift, erfolgreiche Ideen für ihr Business. Da kann ich echt alles drunterpacken. Und was ich dann gemacht habe, okay, ich habe zumindest Bereiche definiert, in denen ich aktiv bin. Und dann, was bieten wir im Detail an? Also Beratung, Training, Coaching, Vorträge. Natürlich ein paar Referenzen da auch gleich mit dazu. Und dann Einblicke in unsere eigenen

Projekte. Und das ist jetzt das, wo ich diese ganzen Sachen, die ich mache, einfach drunter packe. Also da ist die Business Cowboys Unternehmer-Community, da ist Martin Sänger als Speaker, Entertainment-Augenoffner, da sind so Genuss-und Lifestyle-Events, Messe 42, das muss ich rausnehmen, weil das Projekt ist inzwischen nicht mehr vorhanden. Und dann einfach noch: Warum mit uns arbeiten? „oh, ich muss noch ein Buch ergänzen. Und dann einfach: Hier komm, lass uns kostenlos kennenlernen, fertig aus. Also das ist sozusagen meine große Klammer den ganzen Wahnsinn, den ich so betreibe. Und du hast ja auch noch viel mehr als nur Florian Simbeck und Sissi und die Wilden Werber.

Martin

Du hast dein Nachhaltigkeitsprojekt und so andere Geschichten. Und da wäre es tatsächlich zu überlegen, ob du quasi so eine Art Einstiegsportal hast, so eine Seite, mit der du nach draußen gehst, wo dann einfach nur zu sehen ist, was du alles machst. Also Florian Simbeck als Werte-Workshop, Klarheit, Schafft, Frieden und so weiter, Sissi und die Weldenwerber als Kreativagentur, Sissi und die Welden-Werber als Werbeartikel-Dings. Also alles, was du da hast, wirklich da wie in so einer Art Portalseite. Also so sehe ich meine Pay-off-Industries. Und wer da draufkommt, versteht, Pay-off-Industries arbeitet natürlich auch für Kunden, aber wir haben eigene Projekte. Und das ist eigentlich so die Klammer alles, was ich mache. Und auf meinen einzelnen Seiten steht zum Beispiel dann auch immer, was weiß Ich, „Business Cowboys sind ein Projekt der Pay-off-Industries GmbH. Und somit bringe ich quasi eine gewisse Klarheit, hoffe ich zumindest, in die Kommunikation, dass die Leute verstehen, okay, es gibt die Dienstleistung nach außen, aber es gibt auch noch eigene Projekte.

Florian

Genau. Also hast du meine „Simbeck-Florian-Zeite mal angeschaut?

Martin

Nein, aber das machen wir jetzt ganz schnell. „simbeck-florian. De, oder?

Florian

Ja.

Martin

Zusammen Ja.

Florian

Ganz wichtig, nicht Florian Zinberg, der hier war, sonst kommst du beim Schauspiel heraus.

Martin

Ja, das denke ich wieder. Genau. Startwerte. Teil kurz den Bildschirm, dann haben Genau, genau. Du hast auch im Video mit drauf.

Florian

Genau.

Martin

So, Startwerte. Genau, wachsen wir hier den Wurzel mit Werten.

Florian

Also die ist ja auch bei weitem noch nicht fertig.

Martin

Ja.

Florian

Es ist auf einmal der Start mit Sachen, die ich schon verkaufe und die funktionieren. Da braucht es natürlich jetzt noch viel Feinschliff, sagen wir vielleicht, ein bisschen Struktur. Und ganz unten siehst du nämlich dann auch, in welchen Welten ich unterwegs bin. Also da, dass mich jemand greifen kann Und da war die Uridee, weil ich habe mein Kalendly auch auf Florian Zymbeck umgebaut und nicht auf System, die Werbung. Man kann ein Kalendly ja dann angeben, „Interessierst du dich für BNI oder Netzwerkding oder für Werbung, bla bla. Das kann man im Kalender ja so als Dropbox ja angeben. Doch primär wissen die: „Ja, die haben mit mir zu tun. So face to the customer technisch. Genau, da ist dann das Mentoring. Und die Vorstellung, wer ich bin, was sie auch von mir erwarten können tatsächlich, meine Welt. Und deswegen halt auch der Fuchs, weil das ist halt so der rote Faden, der sich da durchzieht. Der Fuchs ist ja tatsächlich auch in dem Sissy, in dem Wolperdinger drin. Hinten ist ja der Schweif. Genau, das ist jetzt der Fuchs Economist, zum Beispiel das regenerative Projekt, Blackbox7-Stiftung. Das Wert im Visium wird sich unten dann noch ändern. Da kommt auch was anderes hin mit so ein paar Trainer.

Florian

Aber genau, also Und so habe ich das momentan gelöst.

Martin

Ja. Da würde ich nur irgendwie noch einen erklärenden Satz dazu nehmen, warum das bei dir da drauf steht, dass du dass du sagst, hier weitere oder die Projekte von dir oder die Unternehmen von dir oder wie man es halt auch nennen möchte oder weitere Aktivitäten, dass man so ein bisschen versteht, warum das da jetzt drauf ist.

Florian

Also wo soll man dann weitere Aktivitäten?

Martin

Ja, oder weitere Projekte oder Aktivitäten. Wie soll man es denn nennen? Weil „Siehst du in die Weltenwerbe? Ist deine Firma. Da bist du mit dran beteiligt, da bist du mit dran beteiligt. Oder du schreibst „Beteiligungen und Aktivitäten, „Meine Beteiligungen und Aktivitäten, irgendwie so was.

Florian

„meine Beteiligungen und Projekte, hier bin ich aktiv.

Martin

Genau.

Florian

Irgendwas so.

Martin

Einfach, dass die Menschen verstehen, warum das da jetzt kommt.

Florian

Ja. Meine Beteiligung oder Kooperationen und Projekte?

Martin

Beteiligungen, Kooperationen Kooperationen und Projekte.

Florian

Drei? Ist das nicht zu viel? Meinst du?

Martin

Drei ist ... Also ungerade Zahlen sind bei Aufzählungen immer gut.

Florian

Meine Beteiligungen, Kooperationen und Projekte. Hier bin ich aktiv.

Martin

Genau.

Florian

Klingt Gibt es noch mal nach einer guten Aussage. Genau. Also macht Sinn, dass ich dann quasi alles hier rein lozele?

Martin

Ja, wobei natürlich, Das ist so ein bisschen die Frage, weil natürlich am Anfang ganz, ganz viel das Wertethema da ist und wenn du sagst, das soll so eine Art Portal werden, kommt das fast zu weit unten, die Sachen.

Florian

Ich müsste, glaube ich, dann das Thema des Wertedings tatsächlich auf eine zweite Page packen. Mentoring auf eine Page, die Werte auf eine Page. Dann auf der ersten Seite dann noch mal so, dass er alles zusammengefasst wird, aber dann die Erklärungen bei einer Unterseite, dass er dann überkommt. Und dann tut sich natürlich auch ein Buch ganz gut, glaube ich, auf der ersten Seite.

Martin

Ja, bringt. Tadam.

Florian

Montag.

Martin

Ja, also ... Mach dir keine Sorgen. Sehr geil. Dann ist die Lieferung gekommen. Okay.

Florian

Also du wärst jetzt ich. Und du hast hier ... Also Sissi finanziert momentan immer noch, wie sagen wir, 90% meines Lebens.

Martin

Ja.

Florian

Immerhin Letztes Jahr haben die Werte-Workshops und so viel reingebracht, dass ich da schon mal 10% hätte.

Martin

Ja.

Florian

Gut, Sissi und die wilden Werber läuft an sich, weil wir echt gut in Empfehlungs-Marketing drin sind. Liefern gut und automatisch bekommen wir auch entsprechend das Feedback. Das heißt, wir haben noch nie Werbung gemacht. Das ist ja das nächste. Ich habe Physische und die würden wir aber noch nie Werbung machen. Cool.

Martin

Was passiert dann mit der Firma, wenn der James weg ist? Weil du bist ja doch ein bisschen auf dem Weg in eine andere Richtung.

Florian

Genau, das ist jetzt die Exuasivity-Frage. Das werden wir die Tage jetzt dann besprechen dürfen, müssen. Auch eine definitiv klare Ausrichtung, wenn wir sagen, okay ... Also Grundidee weißt du ja, wir wollen mehr remote arbeiten. Das heißt, dass wir dann auch mal von Zypern oder von irgendwo, dass die Lifestyle tatsächlich ein bisschen agiler ist und weg von der Maschinenlast, weil mit Maschinen können wir nicht skalieren. Da brauche ich halt immer Leute und wenn die Maschine voll ist, ist sie voll. Dann kann ich nicht mehr mit dem Scherzbrett, geht halt nicht. Aber ich kann mehr einkaufen. Ich kann trotzdem bei verschiedenen den Leuten schneller Textilien einkaufen und gleichzeitig mehr rausballen, als ich selber produzieren kann. Ich habe die Kontakte mittlerweile. Den Kontaktkreis, den wir jetzt in 15 Jahren aufgebaut haben, ist groß. Vieles habe ich eh schon angefangen, langsam auszulagern. Manche Maschinen braucht es gar nicht mehr bei uns, wo ich dann einfach so günstig habe, ich habe einen Einkauf, da habe ich gesagt, dann habe ich bloß nur 50% statt 100%. Ist okay, aber ich habe die Reklamation nicht. Den Stress nicht, etc. Also die ganze Nachgeschichte. Das einzige Thema ist, sich aber dann noch den Laser dann zu zahlen, aber wenn die Workshops laufen, ist es egal.

Florian

Dann läuft der einfach mit. Ja, das sind die Maschinen. Wir haben noch einen Player im Spiel, den habe ich seit 13 Jahren mitgezogen. Das ist unser erfolgreichster Außenvertreter, der gleichzeitig dann das Gleiche aufgebaut hat wie wir und der hat bei uns immer eingekauft und verkauft. Jetzt geht aber er, dass er mit seiner normalen Arbeit die Schnauze voll hat und möchte mehr und mehr wieder selbst was machen. Also den haben wir jetzt die Presse verkauft, der kauft von uns jetzt die Folien und jetzt presst er selber. Also er geht jetzt in die Produktion, wir wollen aber raus aus der Produktion. Und jetzt habe ich mit ihm schon gequatscht. Vielleicht übernimmt er unsere Maschinen und das wäre natürlich das A und O. Er wird natürlich dann auch ein Großteil der Kunden mit übernehmen. Das ist dann das nächste. Der Ronald meinte, es geht nicht darum, SimpEx-Systems aufzugeben. Also Sysion, die würden wir aber aufzugeben, sondern umzustrukturieren. Und dann sind wir mitten im Prozess. Also wenn ich jetzt meine Maschinen und alles abgebe und die Aufträge kommen rein und ich habe eine Kooperation mit demjenigen, der meine Maschinen hat und schiebe die Aufträge einfach weiter und ich habe dann einfach 10% Provision.

Florian

Ohne dass ich irgendwas machen muss. Das ist okay für mich, weil dann läuft es einfach durch.

Martin

Ja.

Florian

Ich muss gar nichts machen.

Martin

Ja.

Florian

Also ich stehe da in der Schweben. Das wird im ganzen Jahr jetzt noch ein Prozess werden. Das weiß ich auch.

Martin

Die Frage ist, oder sagen wir es so, was heißt die Frage? Aber ich glaube, mit das Wichtigste ist, dass das Ziel klar ist. Also wo willst du hin? Wenn du sagst, du willst die Produktion loswerden, dann kannst du da in die Richtung die richtigen Schritte gehen. Und dann ist natürlich auf der einen Seite, dass du

sozusagen als Portal agierst, nämlich alles, was reinkommt, dann entsprechend so verteilst, dass du einfach ein paar Euro an jedem Auftrag hast, dich aber sonst nicht viel kümmern musst. Das ist relativ logisch ein Affiliate-Business, wie man das online dann nennt, womit ich ein paar Leute kenne, die da richtig gut leben davon, also im Online-Marketing, da werden natürlich hohe Provisionen gezahlt, aber die haben selber gar nichts. Die machen nur ihr Ding und kassieren die Provisionen und das funktioniert auch richtig gut. Also das kann durchaus ein Geschäftsmodell sein und es gibt dir halt natürlich so ein bisschen den Bewegungsspielraum für deine Workshop-Geschichten, wo ich momentan, wenn ich mit dir rede, eigentlich immer merke, dass das so richtig das ist, wo du momentan total drin aufgehst.

Florian

Und das ist genau der Punkt. Wenn ich sage, Zweck der Existenz, du kennst ja das Big Five For Life. Das ist ja gleichzusetzen mit der Visium, so quasi „Warum tust du das, was du tust? Und momentan bindet halt Sissi und die wilden Werber so viel Zeit, wo es halt einfach nur ein T-Shirt geht oder ein Kickerkasten. Ja, die Kunden sind happy, sie freuen sich, aber der Mehrwert, den Menschen bei einem Workshop mitgebe, wo jetzt bei der anderen Firma tatsächlich jetzt gerade lebensverändernd ist, weil die wären an die Wand gekracht und jetzt einfach mal blühen sie wieder auf, ist halt ein ganz anderes Feeling, als ein Shirt zu verkaufen. Ein Scherz zu verkaufen ist auch toll. Mein Thema ist ja tatsächlich, wo ist tatsächlich eine Art Sicherheitsdenken, weil ich weiß, wenn wir unser Sortiment nicht mehr so anbieten, wie es ist, weil das ist in sich halt, jeder sagt: „Cool, ich kann wegen einem T-Shirt auch zu euch kommen, und aus dem, wenn es dann teilweise mal 100 oder der bringt eine neue Firma, es echt teilweise gar nicht gäbe, dann weiß ich, dass da ganz viele Kunden gehen werden. Aber ich will nicht alle halten, Gottes Willen.

Florian

Ich frage nur, was muss bei mir passieren? Welche Entscheidung muss ich hier treffen, dass die Workshops oder wie muss ich meine Workshops so aufbauen, dass ich kontinuierlich mindestens einen Workshop pro Monat reinbekomme, weil dann ist mir das andere langsam egal. Ich sage mal, wenn es bloß ein Tagesworkshop ist, ich habe einen Tagessatz von 3.000 Euro. Da ist halt ein Vor-Workshop dabei, der Digital, wo ich übrigens tatsächlich gestern bestätigt komme. Ich habe den verkauft.

Martin

Cool, super.

Florian

Pro Person 100 € gekauft. Genau. Und zwei Tage 5.000, drei Tage 8.000. Das hat der Vollgas geschafft und drei Tage oder einen Tag, also der Tag hat dann Vollgas. Das hat funktioniert. Ins Pricing würde ich dann später auch noch mal gerne eintauchen mit dir, was du sagst. Ob du dann zum Beispiel sagst, 2.900 klingt einfach besser wie 3000 oder 4.900. Dass die Schwellen ein bisschen gesenkt werden, weil

8.000 7.900. Klingt ja besser wie 8.000. Genau. Und ich sage mal, wenn ich jetzt einen pro Monat habe, sind zwölf Stück mal 3000. Hey, das sind halt ... Und ich muss ja sagen, ich habe auch keinen Maschineneinsatz, nichts. Also hier muss ich ja nicht ...

Martin

Wobei 36.000 als Umsatz jetzt auch noch nicht so grandios sind.

Florian

Das ist absolut nicht grandios, aber glaub's mir, was ich mir privat hier rausnehme, wirst du gar nicht wissen. Ich nehme mir teilweise im Monat in nichts raus. Hier von Luft und Liebe.

Martin

Mensch, dafür schaust du immer nur gut aus.

Florian

Das ist ja das. Die Luft und die Liebe. Ja.

Martin

Bevor wir auf die Workshop-Geschichten und kontinuierliche Einkommensströme damit gehen, noch eine Überlegung. Vielleicht wäre es tatsächlich eine Idee, die Produktion zu verkaufen von Sissy und die Wilden Werber, dass du wirklich im kreativen Bereich noch dabei bist und dass du dann sagen kannst: „Ja, Das hat ein Freund von mir so gemacht. Der hatte mit einem Kumpel zusammen eine Druckerei und mein Freund, den ich habe da, der war für die ganze Druckvorstufe und für die Gestaltung und alles, Satz Layout verantwortlich und sein Partner war der Drucker, steht an der Maschine und schaut, dass die Farben stimmen und so weiter. Und die haben dann irgendwann gemerkt, eigentlich verstehen wir uns gar nicht mehr so richtig gut. Und dann haben die das genau in die zwei Bereiche aufgespalten. Haben dann im Ganzen immer noch ... Das hieß Rembrandt Druckerei in München. Rems, das ist mein Kumpel und Brandl war sein Partner, also Rembrandt. Und dann haben die einfach Rembrandt Druckvorstufe oder Media Services und Rembrandt Druck und Print oder irgendwie so was, haben die da zwei Firmen draus gemacht. Und der musste dann natürlich nichts verkaufen, weil es war ja schon klar aufgeteilt von vornherein, aber das könnte ich mir unter Umständen auch als Konzept vorstellen, dass du sagst, Sissy und die wilden Werber, Produktion und Sissy und die wilden Werber, kreativ, jetzt einfach mal zwei Ideen zu sagen.

Martin

Und du spaltest das in zwei Firmen und die Produktion verkaufst du.

Florian

Das ist tatsächlich auch, glaube ich, da, wo es hinlaufen wird.

Martin

Ja.

Florian

Die Idee wäre natürlich dann auch, weil er ist jetzt im Grafischen nicht so fit, sage ich jetzt mal, in der Aufbereitung auch nicht wirklich.

Martin

Ja.

Florian

Das heißt, wir das dann übernehmen und er produziert. Richtig. Was ihm richtig Spaß macht, ist Folien. Er ist gut in der Krise mit dem Kunden draußen. Er kann gut verkaufen.

Martin

Ja.

Florian

Dann soll er das einfach alles nutzen. Er hat uns als grafisches Backup im Hintergrund.

Martin

Ja.

Florian

Gut ist.

Martin

Genau, Weil das ist dann eine klare Sache. Dann ist auch klar, wo die entsprechenden Anfragen auflaufen. Ist es eine reine Produktionsgeschichte? Laufen die direkt zu ihm? Laufen bei ihm durch? Ist es etwas, wo Grafik, Ideen und so weiter oder noch mehr gebraucht wird? Läuft das bei dir los. Und wenn du dann sagst, jetzt gehen wir in die Produktion, schiebst du es da rüber. Aber es sind dann zwei

getrennte Firmen, die aber ganz eng zusammenarbeiten und zumindest für den Anfang noch ein gemeinsames Dach haben vom Namen her, damit eben nicht die Kunden wegrennen und verloren gehen.

Florian

Ich könnte es auch so kommunizieren, dass ich sage: „Okay, wir haben uns die Produktion ausgelagert. Wir sind jetzt bloß nur das Büro und zum Beispiel auch Auftragsannahme. Ist okay? Da wird ganz viel Zeit frei, merke ich gerade. Ja. Weil dann kann ich das da vorne einfach als richtig schöne Agentur tatsächlich aufbauen. Lofting, Gamerecke. Ja. Weil ich weiß, das ist ja das nächste: Das Kreative macht mir richtig Spaß. Ja. Das ist ja nicht so: „Ja, jetzt habe ich ja dann keinen Bock mehr auf Grafik oder sonstiges. Nein. Ich setze mich gerne hin, weil zum Beispiel hier, das Neue: „Der Meistergedanke. Oh. Ja, ja. Ich weiß nicht, ob du es auf dem Shop den Entwurf kennst. Nein, den müssen wir mal neu machen hier.

Martin

Okay.

Florian

Ja, und so Sachen. Das macht mir natürlich riesenspaß und das will ich jetzt auch nicht missen. Das müsste tatsächlich auch in die Workshops sein. Also die ganze Kenntnis von auch Grafik, Marketing, Co. Ist ja immer in den Workshop dabei. Also teilweise bin ich jetzt für das Sparring gebucht von der die mich jetzt sechs Monate mitnimmt und am Montag geht es in eine kreative Session. Die wollen eine Hausmesse machen. Geh mal Hausmesse durch.

Martin

Super. Ich roll innerlich so ein bisschen die Augen, weil was habe ich mir nicht alles denn mundfusselig geredet, wie man Messen vor-und nachbereitet, bei Kunden vertrieblich gesehen vor-und nachbereitet. Weil tatsächlich, achte da mal drauf, ob so was kommt. Es gibt Firmen, die sagen, nach „Nach der Messe müssen wir erst mal durchschnaufen. Nein, nach der Messe ist die Hauptverkaufszeit. Da musst du noch mal drei, vier Wochen Vollgas geben.

Florian

Die sind so, die machen Hausmesse, alles cool, aber die haben Angst vor größeren Messen. „ja, die kostet so viel und dann sagt: „Hey, ja, und dann steht der der Betrieb et cetera, et cetera. Und das rechnen sie sich dann kaputt.

Martin

Ja.

Florian

Und das Telefon noch mal auf die Und dann habe ich ja gesagt: „Leute, auf der Messe sind kleinere Firmen wie ihr, die weniger zu bieten haben und die sind da ständig dort. Also könnt ihr euch ausrechnen, dass da definitiv irgendein Umsatz generiert wird, der sich so rentiert, dass sie immer wieder da hingehen.

Martin

Und vor allem, du kannst, wenn du das richtig machst und früh genug anfängst, selber für deinen Messeerfolg sorgen. Also im Prinzip, du musst das eigentlich dass die Laufkundschaft auf der Messe nur noch die Sahne auf der Torte sind. Und dass das Eigentliche, womit du auch deine Messe problemlos finanzierst, ist im Vorherein absolut gute Akquise. Also einfach Kunden oder potenzielle Kunden anrufen und fragen: „Sind Sie auf der Messe? Wir haben da was ganz Spezielles. Würden wir Ihnen gerne zeigen? Lassen Sie uns einen Termin machen? Genau. So dass also alle Leute, die da auf der Messe aktiv sind, auf dem Stand aktiv sind, dass die auch Termine haben. Nicht komplett ausgebucht, sonst hast du keine Zeit mehr für die zusätzlichen Kontakte, aber schon so, dass du weißt, okay, wir haben unsere 50, 60 Kontakte, mit denen wir einen Termin haben, denen wir Punkt, Punkt, Punkt zeigen, je nachdem, was es geht. Und da weißt du das, was dabei rauskommt. Ja. Also da kann man ein sehr, sehr schönes Vertriebskonzept stricken zu einer Messe. Aber lass uns noch mal auf deine Workshops.

Florian

Genau, genau. Dann kommen wir wieder zum Kern zurück.

Martin

Genau. Also momentan ist es ja so, dass du über dein Netzwerk deine Kreise zu den Workshops kommst, wirst empfohlen und die Leute sagen: „Hey, gehen wir da hin und so. Was, glaube ich, eine wichtige Aufgabe ist, so ein bisschen zu wachsen damit, ist, dass du ganz klar kommunizieren kannst, was der wirkliche auch wirtschaftliche Nutzen von so einem Workshop ist. Weil momentan findest du die Leute, die an sich für sich selber mit dem Thema Werte schon was anfangen können. Und das wird irgendwann so aus deinem Kreis, wo du empfohlen wirst, ein bisschen weniger werden. Und wenn du dann aber sagen kannst: „Hey, warum sind Werte so wichtig und was haben die für eine positive Auswirkung aufs Business? Welchen teilweise auch wirtschaftlichen Nutzen hat das Ganze? Warum ist es auch wichtig zu sein, Werten zu stehen? Also als Beispiel: Ich habe einen Auftrag in Budapest abgesagt. Ich sollte in Budapest gebucht werden für einen Vortrag, aber leider der Veranstalter von dem Event der haut seit ein paar Monaten Sprüche raus, also so aus der ganz rechten Ecke, wo ich sage: „Nein, ich will nicht mit diesem Menschen in Verbindung gebracht werden, weil das so was mit meinen Werten kollidiert.

Martin

Ich bin jetzt garantiert kein Linker. Du kennst mein Auto und alles. Aber so was geht halt gar nicht. Und das ist für mich in dem Moment so sonnenklar. Der ruft mich an, redet am Telefon mit mir. Ich frage: „Von welchem Termin reden wir denn? Und dann sagt der doch allen Ernstes als Antwort: „Ja, das findet am Führergeburtstag statt. Fuck. Und in der Sekunde ist die Entscheidung gefallen: Nein. Allein wegen dieser Antwort mache ich nicht.

Florian

Genau, weil was sind die Werte, wenn keine Konsequenz daraus gezogen wird? Eben, genau.

Martin

Und Natürlich ist es so, wenn dein Business gerade nicht läuft, dann fängst du das Grübeln an: War das jetzt die richtige Entscheidung? Und und und. Aber du kannst dir jeden Morgen in die Augen schauen im Spiegel und sagen: „Hey, du bist da wirklich sauber.

Florian

Ruiger Schlafen geht vor. Ja, absolut. Ja, ist so. Ja, also überhaupt die Frage genauso, wie du es gerade gestellt hast, auf die Page backen: Was ist der wirtschaftliche Nutzen des Workshops? Einfach bloß: Was ist der wirtschaftliche Nutzen? Weil der Nutzen der USP, bla bla, dann die Vorteile, da bin ich gerade eh dabei, das alles auszuverhalten.

Martin

Also so was wie Reduktion der internen Reibungsverluste und somit einfach mehr Geld für Produktive oder sehr produktive Zeit gewinnst du dadurch. Also solche Gedanken, weil du hast ja selber gesagt, wenn die mehr gegeneinander arbeiten, dann da geht so viel Energie und Zeit drauf. Da geht eine ganze Firmenpleite da dran. Und wenn du diese internen Reibungsverluste deutlich reduzierst, dann ist da viel, viel Zeit und Energie für produktive und natürlich dann auch gewinnbringende Aktivitäten. Jetzt habe ich wieder ein Wort gesucht.

Florian

Genau, und da sind wir dann auch schon wieder mitten beim Thema, wie denn der Workshop überhaupt heißt. Haben wir da schon mal gesagt, okay, das ist viel mehr als nur Werte. Werte ist ein großer Teil davon. Es geht definitiv Klarheit schaffen. Also tatsächlich geht es Klarheit im Unternehmen-Workshop. Das ist eigentlich, ob es Kommunikationsprobleme sind zwischen CEO's im Team, ob es Strukturobleme sind, die angegangen werden, ob tatsächlich keine Vision da ist, weil sie einfach orientierungslos sind. Das ist immer ein Thema, die hängen gerade in der Luft und brauchen einen roten Faden.

Martin

Wir hatten, glaube ich, bei unserem letzten Call, ich fange langsam an, mich zu erinnern, in so eine zweite Stufe drin: Klarheit schafft Frieden und Friedenshaft.

Florian

Oder Friedenshaft-Leistung.

Martin

Leistung war es, genau. Weil dann hast du nämlich genau die Brücke. Die Werte bilden das Fundament für die Leistung, die erbracht werden kann.

Florian

Tatsächlich. Ich habe jetzt noch mal gegogelt, noch mal geschaut. Der ist echt weg, der Eintrag. Das ist echt blöd.

Martin

Gott sei Dank sind wir wieder draufgekommen, weil das war, glaube ich, so ziemlich einer der wichtigsten Punkte, über die wir gesprochen haben.

Florian

Der war richtig gut, ja. Der war richtig gut. Ich habe das auch mit dem Brief an sich selbst schreiben. Das fand ich richtig toll.

Martin

Genau.

Florian

Also da waren ein paar Punkte dabei, die haben mich da richtig begeistert.

Martin

Ja. Wir werden sie alle wiederfinden im Laufe der ... Und jetzt haben wir sie auf Aufnahme. Jetzt gehen sie nicht mehr verloren.

Florian

Deswegen übe ich auch mein Hochdeutsch, dass ich das dann auch später vielleicht sogar transkribieren kann.

Martin

Transkribieren.

Florian

Irgendwie so, weil da gibt es Programme, dass ich dann Text einfach daraus generieren kann.

Martin

Happy Scribe.

Florian

Happy Scribe? Okay.

Martin

Mit Happy Scribe habe ich mein Buch gemacht. Ich habe mein Buch ja diktiert, dann in Happy Scribe rüber mitgeschmissen und der hat mir den Text ausgeworfen. Den muss man noch mal überarbeiten. Manches versteht er falsch und so, aber trotzdem, an sich, ich würde mal sagen, 92% war das super.

Florian

Das ist jetzt schön. Das Thema würde ich jetzt auch ganz gerne aufgreifen, da das Buch einfach nur die ersten Schritte, wie ich ein Buch anfangen soll. Ich habe ein paar Ideen, weil dann können wir nämlich das, jetzt wäre dann unsere Session immer ein bisschen mit drauf, weil dann setze ich mir jetzt den Termin, dass ich jetzt anfangen. Punkt. Cool.

Martin

Weißt du denn schon, worüber du ein Buch schreiben willst?

Florian

Genau. Ich habe zwei Ansätze. Ich habe einmal einen über Übers Mentoring, also der spirituelle Aspekt, den will ich mal als zweites Buch machen. Ich wollte ein Buch über meine Eltern schreiben. Meine Eltern haben nämlich Zitate und Co. Die habe ich schon alle interviewt und dann wollte ich erklären, was das

bedeutet. Und dann ist mir gekommen: „Hey, das ist tatsächlich meine Wertebasis, so bin ich groß geworden. Also das ist mein Wertefundament, was mich unterstreibt. Warum arbeite ich denn nicht im Wertesektor? Weil mir meine Eltern wirklich einen Grundstamm an Wert Eltern mitgegeben hat. Und so quasi hier das Persönliche mit den Leuten. Also meine Story sind die Eltern, die Familie tatsächlich, wo es Werte geht. Warum tue ich das, was ich tue? Ja, weil sie die Eltern in die Wiege gelegt haben.

Martin

Wer soll das Buch lesen?

Florian

Das ist eine gute Frage. Ja, wer soll das Buch lesen? Wen soll das inspirieren?

Martin

Ich sage dir auch, warum ich diese fiese Frage stelle. Ich weiß, dass die fiese ist, weil die Frage einfach die ist: Willst du ein Buch schreiben, wo jemand beim Hugendudel drüber stolpert, reinliest und sagt: „Das ist toll, das nehme ich mit, dann brauchst du einen großen Verlag. Das heißt, das ist groß und aufwendig. Willst du ein Buch schreiben, was zum Beispiel dein Werte-Workshop-Business unterstützt? Dann können wir ganz anders denken. Dann können wir wirklich in den Dimensionen denken und das ist deutlich schneller und einfacher zu machen, weil – ich habe mich gestern mit einem Freund darüber unterhalten –, das wirst du wahrscheinlich nie in einer Buchhandlung einfach rumstehen sehen, dieses Buch. Warum nicht? Weil die Buchhändler sagen: „Na ja, so ein Buch über Verkaufen, da haben wir genügend, brauchen wir nicht noch eins. Und es ist in einem BOD-Verlag, also Book-on-Demand-Verlag, erschienen. Das heißt, die Buchhändler können es nicht zurückschicken und das Geld wieder einfordern. Die haben dann doch ein Risiko von sieben Euro, wenn sie das kaufen. Und deswegen wird das nie in der Buchhandlung stehen. Aber es ist dieses Buch oder es ist das Buch, was mir meine neue Zielgruppe super besorgt. Ich habe ja letzte Woche, wo ich den Book Launch gemacht habe, war ja genau meine neue Zielgruppe vorhanden, also die sehr technisch orientierten Dienstleister, die einfach im Sozialkontakten echt ein bisschen schwierig sind.

Martin

Und ich habe gleich am nächsten Tag zwei Statements gekriegt: „Wow, das ist wie für mich geschrieben und „Oh super, das muss ich mal weiterempfehlen, weil das genau für uns Techies das richtige Buch ist. Es ist meine 20 Euro Visitenkarte. Mehr ist es nicht. Und deswegen stelle ich die Frage: Wer soll das lesen? Willst du, dass es Menschen lesen, die sagen: „Oh cool, zu dem Thema müssen wir den Simbeck mal buchen? Oder willst du einfach, dass es im deutschsprachigen in dem sichtfachigen Raum dann, keine Ahnung, irgendwann auf Sicht ein paar tausend Leute gibt, die sagen: „Boah, das Buch von Florian Simbeck, das hat mir wirklich in meinem Leben weitergeholfen?

Florian

Ich gehe jetzt gerade meine Prioritäten durch. Und tatsächlich was Sinn macht, in der aktuellen Situation, ich brauche ein Buch, das die Workshops pusht. Das ist Fakt eins. Das mit „Meine Eltern und Co ist dann eine schöne Ergänzung, wo das einfach mal unterstreibt, wo er ein bisschen in die Tiefe geht. Einfach sagt, okay, da geht es tiefer, da kann man ein bisschen mehr. Da geht es tatsächlich auch Sinn fragen. Da geht es nicht Werte, da ist ja Sinnfragen dabei. Als Beispiel: Mein Opa sagt, das letzte Hemd hat keine Taschen. Was bedeutet denn das? Da mal reingehen, auch mit dem Tod, mit dem Tod umzugehen. Welchen Wert gibst du den Tod und dir selber? Welchen Wert gibst du dir im Leben? Und dann, das ist halt ein tieferes Level, sage ich jetzt mal, wenn sich einer schon mal mit Werten befasst hat. Das würde ich dann als zweites Buch oder dass ich das sogar mit dem Mentoring-Buch dann kombinieren, also wer die Mentoring, dass sie hier dann dabei ist, weil ich mache gerne spirituelles Mentoring. Das sage ich einfach so, wie es ist, weil für mich im Leben ganz viel spirituell ist und wenn es mein Atemzug ist, der mir das gerade erlaubt, dass ich mit dir jetzt gerade spreche.

Florian

Das ist einfach was Besonderes. Und genau, also dann ist Prio eins tatsächlich das Workshop-Business, da ist Buchenung. Das ist auch Prio eins. Also das heißt, wer ist meine Zielgruppe? Unternehmer. Unternehmer.

Martin

Ja, genau. Also ich sehe deine Arbeit auch, ich sage mal, bis zum mittelgroßen Mittelstand möglich. Also in dem Moment, wo du dann in einem Unternehmen bist, wo ein angestellter Geschäftsführer, der aber eigentlich mit dem Kern des Unternehmens nicht verwachsen ist, ab da, glaube ich, wird es schwieriger, das da reinzubringen. Natürlich kannst du da den einen oder anderen haben, der sagt: „Hey, ich lege da drauf Wert und ich bringe das bei meiner Eigentümerfamilie schon irgendwie durch, dass wir das jetzt buchen müssen, aber ich glaube, der inhabergeführte Mittelstand ...

Florian

Familien und inhabergeführte Familienbetriebe und Self-Made-Unternehmer. Genau.

Martin

Das sehe ich auch ganz deutlich bei dir als Zielgruppe.

Florian

Unternehmer, inhabergeführte Unternehmen.

Martin

Genau.

Florian

Das kann man tatsächlich einmal in der Überschrift reinpacken.

Martin

Das gehört in jedem Fall auf den Klappentext. Bei mir der Klappentext ist gerade „Freiberuflich und kleine Unternehmen sind es häufig gewohnt, dass es irgendwie von einem Auftrag zum nächsten geht. Was passiert jedoch, wenn bei diesem Prozess einmal Sand ins Getriebe kommt? Das ist mein Klappentext hinten drauf.“

Florian

Klappentext ist hinten. Das ist der Text hinten.

Martin

Ja, genau. Also der geht noch weiter.

Florian

Nein, aber tatsächlich, ich kann das auch begründen, warum das gut ist, weil wie du gerade gesagt hast, die sind viel näher dran. Ich brauche Emotionen, ich brauche Geschichten. Und das geht in Konzernen ganz schwer. Richtig. Das geht ganz schwer. Also da in Konzernen zu arbeiten, ist mehr grübchenweise mit Teams, wo du vielleicht mal eine Projektgruppe, die man magst. Dass die irgendwie funktioniert. Aber das ganze Unternehmen? Schwer.

Martin

Ja. Und tatsächlich ist dann die Überlegung, zumindest als Arbeitstitel, zu sagen, das Buch heißt wieder ein Workshop. Klarheit schafft Frieden und Frieden bringt Leistung. Weil dann ist es eine ganz dringende Geschichte. Dann können die Leute „Hey, cool, der bietet einen Workshop dazu an. Ich habe das Buch gelesen. Ich glaube, wir müssen den Workshop buchen. Der ist genau das Richtige für uns. Also dann ist es ein super kleiner Schritt vom Buch zum Workshop. Ja, und dann ist tatsächlich so die ... Was ich dann mache ...“

Florian

Das bedeutet jetzt auch, ich werde meinen Workshop, meine Unterlagen umbauen und ich werde ihn jetzt auch so nennen: Klarheit, Schafft, Frieden und Friedensschaft, Ding, und mit dann irgendeinem Subclaim, irgendeinem Subclaim noch mit Werte. Das wäre noch ganz cool.

Martin

Der Werte, ja. Subclaim könnte so was sein wie „der Werte-Workshop als Basis für ...

Florian

Basis, ja. Nehme ich mal so mit.

Martin

Oder als ... Ja.

Florian

Werte, mit Wert. Ja, genau. Aber Auf jeden Fall irgendwas mit Werten, dann noch ein Subclaim dazu. Genau. Ja. Klarheit, Schaft, Frieden, ja.

Martin

Weil dann brandest du diesen Claim total für dich. So wie ich ein paar Jahre lang mit Leben duldet keinen Aufschub. Wenn das jemand anders verwendet hat, hatte ich 70 Nachrichten: „Da verwendet einer deinen Spruch. Also von daher, man kann kann ich selber schon so einen Claim auch gut aneignen und das macht in deinem Fall auch viel Sinn.

Florian

Ja, also auch der Claim, auch hier der Hausfrauntest. Viele haben mich dann schon gefragt, ob sie es irgendwo benutzen dürfen, weil sie den Klarheitschriftfrieden so gut finden. Ja Genau.

Martin

Und im Business-Kontext nehmen wir noch den Leistungsaspekt mit rein und dann bist du bei deinem Workshop. Was ich dann mache, wenn es Buchschreiben geht, Ich mache tatsächlich meistens entweder erst mal eine Stoffsammlung und wenn es so klar ist, wie das jetzt bei diesem Buch war, dann mache ich meine drei oder fünf Hauptüberschriften und darunter sammle ich dann die Ideen, die ich reinschreiben will. Also ich habe ja hier ganz klar die eigene Einstellung zum Verkaufen. Ich habe das Marketing und ich habe Vertrieb. Das sind meine drei großen Bereiche, über die ich in diesem Buch schreibe und dann packe ich da einfach die jeweiligen Sachen drunter. Du kannst aber auch umgekehrt arbeiten und sagen, du sammelst erst mal alles, was dir einfällt, was du in so einem Buch packen willst, auch warum das wichtig ist, Warum Leistung entsteht, wenn die Werte passen, warum Klarheit so wichtig ist für Frieden? Wie auch immer. Und dann kannst du es danach untergliedern und sagen: „Das gehört in den Bereich, das gehört in den Bereich. Und so entsteht letztlich dann eine Struktur für dein Buch. Die kannst du ja

immer auch anpassen. Ich habe teilweise beim Diktieren, ich hatte mein Inhaltsverzeichnis fertig und habe beim Diktieren Kapitelüberschriften geändert, Kapitel rausgeschmissen, durch andere ersetzt und so, weil ich beim Diktieren dann gemerkt habe, das läuft jetzt nicht rund ineinander, sondern da muss was anderes hin an die Stelle.

Martin

Aber es ist erst mal so ein roter Faden, weiterzuarbeiten. Stoffs und die dann gliedern in Überschriften. Was ist denn größer als ein Kapitelmodul? Bei mir waren es die drei persönliche Einstellungen, Marketing und Vertrieb.

Florian

Gut, dann sammle ich mal Überschriften. Den kann ich erst nächste Mal mal präsentieren. Kannst du mal sagen, sorry.

Martin

Gerne. Kannst du es auch zwischendurch mal rüberjagen?

Florian

Stimmt, wir haben ja ...

Martin

Du hast eine Art Flat Rate.

Florian

Korrekt. Das muss ich nutzen.

Martin

Genau.

Florian

Das muss ich nutzen. Ja, jetzt geht es tatsächlich ... Die interessante Frage war gestern von meiner Freundin Florian: Wie viel Zeit investierst du gerade „Dann gehst du in deine Werte? Was gerade darum ging, „Ja, das ist ja noch alles finanziert. Dann sagt sie: „Ja, sollen es 5 oder 10% sein? Ich habe gesagt: „10% vielleicht, mehr ist ja nicht. Da sagt sie: „Hey, hoff „10%, wo du da jetzt einfach erst Leistung ... Ist ja mega, was du da schon an Output hast. Da sagt sie: „Ja, so habe ich es noch gar nicht gesehen. Dann

sagt er: „Ja. Absolut. Da war ich eigentlich überall nur nebenbei. Ich immer mit Einfluss, aber Werte sind halt immer dabei. Auch bei den letzten Kunden, da ging es eine Folierung. Wenn es gut läuft, verkaufe ich dir ein komplettes Werte-Marketing-System für Mitarbeiter. Und zwar, die haben Probleme mit tschechischen Mitarbeitern, weil die anders ticken. Da habe ich gesagt: „Ja, dann sollte man dann erstens mal die Homepage so aufbauen, dass das immer vorfüllt, dass genau die kommen, die bei euch arbeiten wollen. Und zweitens mal hier drin immer klar schaffen: „Hey, was haben die für Erwartungen und was muss erfüllt sein?“

Florian

Vielleicht müsst ihr mal aus alten Strukturen auch mal raus und so Scherze. Genau.

Martin

Ja.

Florian

Und dann waren wir uns wieder hellhörig, weil ich ein Westennest gestochen habe.

Martin

Das ist so. Also ich kann mir gut vorstellen, also als des Weiteren Schritt irgendwann, dass das so ein interkulturelles Thema auch bei dir werden kann mit den Werten als Basis. Weil das eine ist ja diese Das interkulturelle Benehmen, dass du ein bisschen wissen musst, was ist so beim Benehmen. Aber das andere ist ja wirklich die Wertebasis, mit dem man in den unterschiedlichen Ländern aufwächst. Also so viele Dinge, die die Menschen aus dem Ausland nicht verstehen, warum wir Deutschen was wie machen, basieren ja da drauf, wie wir hier sozialisiert werden und welche Werte da dahinter stecken. Auch wenn die sich immer wieder mal verändern, aber so ein paar Grundwerte gibt es halt einfach. Hier die Pünktlichkeit: „Oh, was macht ihr euch denn so einen Stress? Na ja, es ist ein hoher Wert für uns, zu sagen, wenn wir 10 Uhr sagen: „Meinen wir 10 Uhr und nicht 10 Uhr 28. Ja?“

Florian

Ja.

Martin

Und von daher, das kann sicherlich eine Ausbaustufe werden dann gegen später. Die sehe ich schon auch, ja.

Florian

Eine sogenannte wertige Richtung. Hier zum Beispiel haben wir halt die Pünktlichkeit und in Italien ist halt mehr Familie, mehr Rapporte, mehr irgendwie. Die gehen auch mit Konflikten ganz anders Die sind halt dann, die sind konfliktbereiter, dass sie das auch mal aussprechen, wo der Deutsche das alles rein frisst, als Beispiel.

Martin

Ja, genau. Also wie gesagt, das sehe ich wirklich so als Evolutionsstufe in der Zukunft für dein Thema.

Florian

Ja.

Martin

Weil ich habe zwar, wie gesagt, ich habe ja viel auch im Ausland schon gemacht und gerade in Katar habe ich mir ja einfach auch ein interkulturelles Training selber gegönnt. Dann wusste ich, dass man einen Kaffee nicht ablehnt indem man sagt: „Nein, danke, sondern man sagt immer: „Ja, gerne, aber in dem Moment, wo du zwei Finger oben auf die tasse legst, wissen die, dass das „Ja, danke die Höflichkeit ist, aber dass du gar keinen Kaffee mehr willst. Solange du das Glas so hältst und sagst: „Nein, danke, schenken sie dir nach. Das ist klassisch Benehmen, also andere benehmen. Da steckt kein großer Wert dahinter. Aber wenn es tiefer geht, dann sind es doch wieder Wertekonflikte.

Florian

Und wenn ich dir das jetzt so sage, noch mal ganz den Hook zum Anfang, zum Zweck der Existenz der Vision. Meine Vision ist es halt, den Menschen etwas mehr Tiefe mitzugeben, etwas mehr Sinn mitzugeben. Also das tatsächlich mein Inneres, auch spirituellster Antrieb, einen Mehrwert generieren. Und das kann ich halt durch diese Wertearbeit und Werte-Workshops halt einfach erreichen.

Martin

Das hat es gerade Bing gemacht bei mir. Weißt du, was wir da an der Stelle auch wirklich mal ein bisschen genauer betrachten müssen? Alteingesessene Unternehmen, die mit der Generation Z klarkommen müssen, weil die Generation Z eben nicht nur stumpfes Abarbeiten machen will, sondern die wollen einen Sinn in ihrer Arbeit sehen.

Florian

Ja.

Martin

Ja? Also das höre ich gerade immer wieder und überall. Es gibt natürlich die durchgeknallten, die sagen: „Oh, „Das ist so viel Stress. Ich muss da morgen schon wieder acht Stunden hin. Von denen rede ich nicht. Aber wirklich die, die sagen: „Ich habe eine gewisse Leistungsbereitschaft, aber ich will wissen, wofür ich das mache. Und da reicht eben nicht irgendwie ein gutes Gehalt und ein Firmenwagen. Das ist heute nicht mehr so interessant, sondern da muss ein tieferer Sinn dahinterstehen.

Florian

Wie war das? „ich habe eine gewisse Leistungsbereitschaft und möchte wissen, was ich davon habe.

Martin

Ja, wofür ich das mache.

Florian

Genau, ich möchte wissen, wofür ich das mache. Genau. Das ist nämlich gut.

Martin

So, und dann ist da jetzt so ein 59-jähriger Handwerksmeister, der einen kleinen Produktionsbetrieb hat mit irgendwie 40 Angestellten und der führt ein Bewerbungsgespräch mit so jemandem, der sagt: „Ja, und wie ist das mit der Nachhaltigkeit und wie ist dies und wie ist das? Der dreht durch, weil er es nicht versteht.

Florian

Nächstes Ding: Ich erweitere mein Sortiment, mein Workshop-Sortiment erweitere ich gerade sogar. Wir haben den Work Code fertig und Robert schafft es halt einfach nicht, persönlich jetzt gut rauszukommen. Und er sagt: „Florian, ich bin vollkommen cool damit, wenn wir dich mit Workshops zuschleusen. Also wortwörtlich. Und ich habe beim letzten Workshop den Walk Code mitbenutzt, einfach mal als Neugierter halber und habe den mitmachen lassen. Ich habe gesagt: „Macht mal, welche Tiere seid? Und wie gesagt, ich kannte die seit acht Jahren oder kenne diese seit acht Jahren und nur Denen prozentzahlen an den Prozentzahlen, an den Tieren, habe ich zuordnet: „Wer ist denn das? Das war so irre, dass ich habe es nicht fassen können, wie exakt der Test dann wirklich funktioniert hat. Und dann auf einmal haben die sich untereinander auch besser verstanden. Und der eine Geschäftsführer sagt: „Ja, hier in der Brille der Löwe haut man das. Da sagt er: „Ja, das ist gut, dass du das erkennst, weil da müssen wir einhaken, weil die anderen verstehen das nämlich oft falsch. Genau, also der Walk Code wird mich jetzt dann wohl auch die auch mehr begleiten und ist eine tolle Ergänzung für einen Workshop von mir.

Martin

Ja, absolut. Also jetzt mal im Prinzip, die Idee hinter dem Work Code ist das Gleiche wie bei Disc. Bei Disc steht ja noch ein bisschen 30 Jahre Erfahrung und Wissenschaft dahinter. Und ich bin ja zertifizierter Disc-Trainer und immer, wenn ich das Disc-Modell in Unternehmen eingesetzt habe, war das genau der Effekt, dass die sich untereinander einfach besser verstanden haben, weil die nämlich kapiert der macht das jetzt nicht, mich zu ärgern, sondern der macht das, weil das seine Persönlichkeitsstruktur ist, weil das einfach seine Handlungsvorlieben sind. Also wenn du und ich als Gräer beim Disc entspricht das dem hochinitiativen, also ganz viele Ideen und „Yay und „Super und „Spaß muss es machen und „Lass uns loslegen. So und jetzt kommt so ein gewissenhafter, der sagt: „Pass mal auf, nach der DIN ISO 9036 müssen wir das aber so und so machen und das Komma gehört hierhin und das gehört ... Aber der macht das nicht, uns zu ärgern, sondern der macht das, weil er so strukturiert ist, weil das sein Persönlichkeitsprofil ist. Und immer, wenn ich das in ein Unternehmen mit eingebracht habe, war ein riesen Aha-Effekt da. Also von daher kann ich absolut nachvollziehen.

Florian

Ja, dass er das macht. Und wo ich mit vielen geredet habe, die kennen auch das Disc-Modell oder andere, die haben gesagt, wir machen cool Workshops. Am Nach dem ersten Tag: „Cool? Hey, ist noch alles frisch? Der zweite Tag: „Hm, dritten Tag? Was haben wir denn gehabt? „vierten Tag: „M morgen ist Wochenende. Dann ist einfach mal alles weg. Und mit denen ich über den Walkout geredet habe, die reden jetzt noch: „Ja, mit hier und wo soll ich es Das war eigentlich spannend. Warum? Weil es bildlich einfach hängenbleibt. Die nur mit Farben arbeiten, das ist für viele zu abstrakt. Und dann habe ich mir überlegt, okay, der Walkout muss ja dann so eingesetzt werden, dass der in der täglichen Praxis umsetzbar ist. Also Dass er wirklich einen Mehrwert bietet in täglichen Arbeiten. Sei es Recruiting, sei es, dass man da was rausfiltern, etc. Auf jeden Fall, dass der irgendwo praxisbezogen ist, weil dann ist es nützlich.

Martin

Genau.

Florian

Auf jeden Fall, nächste Woche haben wir eine Messe, Ronald und ich. Da stellen wir den Walkout dann auch vor. Da haben wir einen Walkout, was wir machen. Genau, die Energie geht tatsächlich Richtung immer mehr Workshop. Das passiert. Definitiv. Okay, also dein Tipp ist es, einfach mal mir wieder Gedanken machen, Überschriften oder Stoffsammlung, einfach mal mit dem Buch das so zu machen. Genau. Ziel haben wir jetzt klar definiert. Finde ich cool. Familienbetrieb ist der Arbeitunternehmer, Inhaber geführte Unternehmen. Finde ich stark. Mit denen kann ich richtig gut arbeiten.

Martin

Ja, klar. Also das ist auch genau, wie sagt man, dein Home-Turf.

Florian

Ja, also da kann ich meinen Underdog rauslassen, weil ich selber Inhaber geführt oder Self-Made-Unternehmer bin, von der Pique auf, mit nichts angefangen. Ich bin da durch alle Höhen und Tiefen mit durch. Genau. Weil das ist dann auch später für Business-Sparing-Group tatsächlich Das ist ja auch die Zielgruppe von mir.

Martin

Ja, absolut.

Florian

Das, glaube ich, dann auch in meinen Text da, weil aus meiner Erfahrung, wer sich da angesprochen fühlt. Genau, das finde ich, weil Konzerndenken et cetera, glaube ich, ist denn er? Was ist denn Ronald? Oder anderen?

Martin

Total. Da bist du nicht, da bin ich nicht. Das ist auch wirklich etwas, ich musste ja erst mal die Entscheidung treffen. Ich habe ja für Konzerne auch gearbeitet. Ich habe Telekom, Zürich Versicherung und und und. Das sind ja wirklich riesengiganten. Und als ich die Entscheidung getroffen habe, ich arbeite nur noch für mittelständische Unternehmen, am allerliebsten Inhaber geführt. Schwieriger ist es, da den Auftrag zu kriegen, weil die immer das Gefühl haben, ich greife in deren eigene Tasche. Die sehen das ja noch als ihr Geld. So ein angestellter Geschäftsführer hat Budgets und verwaltet die und fertig. Der ist da nicht so emotional dran. Aber Du kannst viel mehr bewirken und du bist auch in einem Bereich unterwegs, wo du was bewirken kannst und willst. Und deswegen werden wir nicht glücklich im Konzernbereich. Und das zweite ist, und das schätze ich dich ähnlich ein, Und ich habe das jetzt erst im Dezember wieder gemerkt. Ich weiß nicht, ob ich es erzählt habe. Ich hatte eine Anfrage von Ferrari und wenn ich mit der Agentur, die die Händler betreut, wenn ich mit der geredet habe, die haben genau verstanden, wovon ich rede. Die haben mir sofort recht gegeben, als ich gesagt habe, die Händler brauchen das und das und das.

Martin

Also ich habe von den Händlern her gedacht und dann haben wir ein Meeting gehabt mit der Europaschefin von Ferrari für den Bereich und die hat es so Da bin ich mir vorgekommen wie in so einer BWL-Vorlesung an der Uni: „Ja, wir müssen die KPIs und wir müssen denen erklären, wie sind die Touchpoints und bla bla bla. Und ich habe im Prinzip der Agentur gesagt: „Das Problem ist, dass eure Social-Media-Guidelines auf Englisch sind und die Hälfte eurer Händler einfach nicht genug Englisch verstehen, die alle umsetzen zu können. Also ich denke, Händler, Nutzen bringen, Nutzen stiften, denen

was mitgeben und so war auch mein Konzept. Gebucht hat Ferrari dann den Typen, der die KPIs erklärt hat und bla, bla, bla. Und das ist der Unterschied zwischen Konzern und Mittelstandsdenke. Ja.

Florian

Ja.

Martin

Und mir war das klar, als ich das Meeting mit der Europamarketing-Tante da hatte von Ferrari. Da war mir klar, ich kriege den Auftrag nicht, weil die meint, dass das, was ich mache, nein, darum geht es nicht. Die versteht nicht, was an der Basis los ist. Und ich stehe da und sage: „Den Scheiß, den die da will, den kann man knicken, weil die hilft den Händlern nicht. Und wir sollen ja was machen, was den Händlern hilft. Ist eine Händlung So, und witzig ist- Da sind wir miteinander im Auto gesessen.

Florian

Da sind wir miteinander in dem Auto gesessen, wo du mit ihr telefoniert hast.

Martin

Siehst du mal? Genau. Und ja, lustig ist, dass die Agentur mich jetzt noch mal angefragt hat, weil die hat es verstanden, die fand das cool, wie ich gedacht habe, aber halt Ferrari nicht.

Florian

Jetzt habe ich noch eine Frage oder zwei für, wenn Wenn ich jetzt Vorträge halte, das ist toll, dass du jetzt einfach mal so das Neutrum bist. Du bist mein Hausfahrend, heißt. Über was würdest du bei Werte einen Vortrag Was wäre dir persönlich am wichtigsten? Was würdest du hören?

Martin

Effekte und Auswirkungen. Wenn du a) selber deine Werte klar hast und wenn du auch nach deinen Werten lebst. Weil ich glaube, das ist das, was die wenigsten, die sich nicht damit befassen, verstehen. Also so wie ich vorher gesagt habe, mir war in der Sekunde klar, dass ich den Auftrag in Budapest ablehne, weil das total gegen meine Werte gesprochen hat. Klar denke ich kurz drüber nach, 5.000 € weg und eine geile Marketing-Story. Ich bin in Ungarn und halte hier einen Vortrag. Ja, das ist alles weg, aber ich fühle mich gut damit. Und das Interessante ist, das Ganze hat doch einen Marketing-Effekt für mich, weil die Leute, denen ich die Story erzähle und die auf meiner Wellenlänge sind, die finden das so gut, dass die noch eher Vertrauen zu mir aufbauen und bereit sind, mich zu buchen, als wenn ich da sozusagen so eine Business-Schlampe wäre, die ihre Werte verrät. Aber so was in die Richtung, dass ich sage: „Okay, wenn ich meine Werte kenne und wenn ich weiß, ich lerne mich selber besser kennen und

was hat das für einen positiven Einfluss auf mein Leben? Was macht das mit mir? Ich weiß zum Beispiel, mein größter Wert ist Freiheit.

Martin

Deswegen kann ich mich auch sehr gut beobachten. Wenn jemand mir irgendwas sagt, was sich für mich nach Korsett oder Gefängnis anfühlt, es mal ganz drastisch überspitzt zu sagen, dann werde ich immer sehr schnell ziemlich massiv in meiner Reaktion. Warum? Weil es gegen meinen größten, wichtigsten Wert geht, gegen die Freiheit. Und jetzt, wo ich das weiß, kann ich mich da aber selber einfach auch sehr gut beobachten und kontrollieren und sagen: „Du musst nicht so massiv werden. Der weiß nicht, dass er gerade gegen deinen größten Wert verstößt und kann besser darauf reagieren. Also all solche Zusammenhänge und Effekte und Auswirkungen auf einen selber und auch auf andere, das würde ich gerne in einem Vortrag hören. Im Prinzip, das Thema Werte greifbarer zu machen. Speziell für Menschen, die sich eben noch nicht damit befasst haben. Interessant wäre auch, wie kriege ich denn meine Werte heraus? Reicht es, wenn ich mich in den Garten setze und überlege oder was muss ich tun?

Florian

Ja, also da gibt es einfach die Mittel und Dinge. Ja, tatsächlich, wie bekomme ich meine Werte raus? Und das ist eigentlich dann der Hook zum digitalen Produkt zu mir.

Martin

Ja. Genau. Ein bisschen aufpassen bei Vorträgen musst du immer mit dem Thema Sales Pitch?

Florian

Genau, das darf ich bei einer nicht, bei den 20 Minuten, da darf ich nichts pitchen.

Martin

Genau. Ich habe es einmal, aber da kannte ich den Veranstalter ziemlich gut, der hat auch gesagt: „Martin, no pitch event. Ich so: „Ja, verstehe ich. Und dann war ich auf der Bühne und dann sage ich: „Und wisst ihr was? Wenn ich jetzt hier pitchen würde, würde ich euch das und das sagen, aber darf ich ja nicht. Und der Veranstalter im Hintergrund.

Florian

Genau, aber trotzdem, so oder so, es so aufzubauen am Schluss, wie kriege ich meine Werte heraus?

Martin

Genau. Sprecht mich gerne an.

Florian

Eigentlich herauskommen, das Wichtigste ist, dass jeder seine Werte selbst herausbekommt. Dann kommt die selbe Frage am Schluss: „Hey, wie bekomme ich denn meine Werte heraus? Nachdenken: „Ja, schau hier, da ist das Produkt von mir.

Martin

Genau. Das ist ein Online-Produkt. Dann würde ich an einer Stelle Flyer dabei haben, wo ein QR-Code drauf ist. Dann musst du nämlich nicht verkaufen, sondern dann verkauft dein Flyer.

Florian

Genau. Genau, da können wir ja das nächste Mal dann auch mal tiefer reinkommen. Dann zeige ich dir mal. Oder ich schicke dir das. Genau, Telegram. Machen wir da einen speziellen Mentoring Telegram-Channel oder willst du das in unseren persönlichen dann reinballern?

Martin

Das können wir in unseren Den persönlichen wegen mir, außer du möchtest einen eigenen Channel dazu haben.

Florian

Weil dann schicke ich dir einfach mal so, wie meine Workshops gerade aufgebaut sind.

Martin

Ja.

Florian

Also ich schicke dir jetzt einfach mal den, den ich für 500 Euro verkauft habe. Punkt.

Martin

Genau.

Florian

Genau, vom Vortrag jetzt dann auch noch. Ich glaube, interessant wäre trotzdem auch noch, über Klarheit zu sprechen, welche Vorteile Klarheit natürlich hat und der entsprechende Frieden dahinter.

Martin

Das ist ja schon ein Effekt von ... Also du musst Du kannst ja auch die Werte kennen, dadurch entsteht Klarheit bei dir selber. Also das ist eigentlich die Argumentationskette.

Florian

Genau. Ich habe eins, Klarheit. Ich habe zwei, ist der Frieden. Das sind Effekte. Das kann ich so aufbauen Genau. Und dann ergo natürlich am Schluss kommt die Leistung.

Martin

Genau.

Florian

Klarheit, Frieden, Leistung.

Martin

Werte schaffen Klarheit, schafft Frieden, schafft Leistung. Das ist die Prozesskette.

Florian

Ja, genau. Prozesskette der Werte. Ja.

Martin

Werte, Prozesskette. Wow.

Florian

Na ja, du bist Werte schaffen. Ja, das ist doch mal gut. Den kann ich arbeiten. Genau, genau Genau, genau, genau, was das dann auch passiert mit Leistung. Und dann, das nächste ist natürlich Effekt vier, wenn das alles da ist, ja, Werte in Kommunikation. Das ist eigentlich so ein eigenes Thema. Wie bringst du Werte in Kommunikation? Ja. Authentisch kommunizieren, deine Marke authentisch präsentieren. Dann bist du in Kommunikation mit der Marke, Kommunikation mit Mitarbeitern und Recruiting. Genau, das ganze Team.

Martin

Das könnte einfach nur als Gedanken oder Anregung, das könnte eine Gliederung in deinem Buch sein. Werte entdecken, Werte leben, Werte kommunizieren. Das könnte so eine Gliederung zum Beispiel sein. Und das wäre auch für mich ein relativ logischer Aufbau. Ich muss erst mal meine Werte selber erkennen oder entdecken. Oder Ursprung der Werte könnte da ein Unterkapitel sein. Da kannst du schon ein Stück weit das Thema Eltern, Erziehung und so mit anreißen. Dann Werte leben. Wie schafft man das erst mal für sich selber? Und dann, wie kann man das dann auch bei anderen berücksichtigen und dann Werte kommunizieren? Also das könnte so ein logischer Aufbau von so einem Buch sein aus meiner Sicht.

Florian

Ja, das klingt gut. Das Tolle ist, genau, wenn ich nämlich hier das nämlich schon ein bisschen pitchen kann mit den Ursprüngen der Werte, mit der Familie und Co. Und jeder sagt: „Hey, weil dann habe ich ja zwei, drei Sprüche zum Beispiel raus, nicht alle, so eine oder zwei. Und dann sagt man: „Das hat mir ganz gut gefallen, weil dann bekomme ich ja da schon mal Feedback. Und wenn da viele sagen: „Hey, das ist toll, dann kann ich sagen: „Gut, da drauf basierend mache ich mal ein eigenes Genau, richtig. Ja, dann ist das sehr cool. Okay.

Martin

Sehr schön.

Florian

Wir gehen Richtung Workshops. Ich werde auf jeden Fall mit dem Thema heute mal in dieses Gespräch mit dem Team mit Produktion verkaufen, wie das ausschauen könnte. Wir wollen nämlich einmal mal Szenarien durchgehen.

Martin

Du bist ja keine GmbH oder so was?

Florian

Wahrnehmlich, ich bin Einzelunternehmer. Okay. Du könntest dann den GmbHs packen.

Martin

Ja, genau.

Florian

Der andere ist auch Einzelunternehmer, von dem her die Maschinen einfach rüberverkaufen.

Martin

Ja, das macht es einfacher an der Stelle, weil mein Spätzel musste ja tatsächlich GmbH auseinander dividieren. Nein, das ist nicht so.

Florian

Das wäre super, super lösbar. Das ist wirklich Die Frage ist dann auch, wenn ich den Betrag auf einmal bekomme, muss ich 50% Steuern zahlen oder wenn es blöd läuft?

Martin

Da würde ich eine Staffelung einbauen. Ist auch für ihn wahrscheinlich dann, dass man sagt: „Hier, das machen wir nicht auf einmal, sondern das splitten wir auf drei oder vier Kosten.“

Florian

Aber ist das dann überhaupt möglich, dass du sagst, okay, das wird von der Bank genehmigt, das Geld geht quasi zu einem Treuhänder, er bezahlt dann die Bank und vom Treuhänder kommt das Geld dann immer ein Stückchen weiß, zu mir? Ich weiß nicht, ob so was möglich ist, weil wenn es von der Bank genehmigt ist und die Bank schüttet einfach aus, ich sage: „Wo der Bank: „Ich will es nicht auf einmal haben, weil das wäre ja kontraproduktiv.“

Martin

Das musst du tatsächlich mit dem Steuerberater besprechen, wie man das gestaltet.

Florian

Ja, aber auf jeden Fall, glaube ich, wird es gehen, weil ich sage immer so, wenn ich jetzt summa summa einfach mal 100.000 Euro für mich blank auf irgendwo habe, dann, Gott, ich habe mir ausgeladen. Rein theoretisch könnte ich zehn Jahre für 100.000 Euro leben.

Martin

Wenn ich es runterbreche, könnt ihr das machen, ohne dass ihr lustig seid.

Florian

Ich brauche wirklich nicht viel. Meine Bude kostet 460 Euro im Monat. Gut, Krankenkasse, Ding, aber da komme ich einfach ungefähr, ja. Wenn ihr halt aufhaut, also Überschwing, bin ich auf 1.500 € oder so. Aber da ist ja nichts.

Martin

Ja, das ist wirklich nichts. Nein, ich bin ja ein Spauflammer. Sehr cool.

Florian

Okay, super. Danke für den ersten Einstieg.

Martin

Sehr gerne.