

STÄNDIG  
KEMIT  
ATLAS DER  
SELBSTS



## Liebe Leserin, lieber Leser,

ich bin [Moritz Orendt](#) und seit dem Studium selbstständig tätig. Mir hat ein Wegweiser von anderen Selbstständigen gefehlt, der mir über die typischen Fallstricke eines Selbstständigen hinweghilft und mich zu Abenteuern inspiriert, an die ich noch gar nicht gedacht habe.

Darum habe ich diesen Atlas der Selbstständigkeit gestartet, um mir selbst diesen Wegweiser zu bauen. Natürlich kann ich nicht alle Bereiche der Welt eines Selbstständigen kartografieren. Dazu ist diese zu komplex und wohl auch zu unterschiedlich.

Aber ich möchte die aus meiner Sicht wichtigsten Perspektiven auf die Selbstständigkeit zeigen: **Geld und Vermögen, Marketing und Kunden, Produktivität und Motivation, und Strategie und Reflektion**. Zu diesen Bereichen formuliere ich nicht nur meine eigenen Gedanken, sondern lasse auch über Interviews und Gastautoren unterschiedliche Erfahrungen einfließen.

In **Geld und Vermögen** findest du zwei Erfahrungsberichte von mir: In *9 Gründe, warum Selbstständige oft weniger Geld haben als sie denken* verarbeite ich meine eigene Leidensgeschichte und erzähle, warum ich mich schon öfters reicher gefühlt habe als ich schlussendlich war. Außerdem stelle ich in *Altersvorsorge als Selbstständiger – ein Lernprozess im Jahr 2020* meinen eigenen Plan vor, nicht zu arm zu sterben.

In der Kategorie **Marketing und Kunden** sammle ich Praxiswissen, wie Selbstständige zu Kunden kommen. Dazu habe ich 13 erfolgreiche Selbstständige zu ihren Strategien zur Kundengewinnung befragt habe. Aus den Antworten destilliere ich in *Die meisten Aufträge kommen über Empfehlungen* 7 Ideen für ein lebendiges Netzwerk. Außerdem erzählt der Autor Dennis Fischer davon, ob

und wie er mit einem eigenen Buch Expertenstatus erlangt hat.

Der Teil zu **Produktivität und Motivation** beginnt mit *Der Frosch muss warten, bis ich die nötige Energie habe*, ein Aufruf von Heiko Kunzmann selbst herauszufinden, wie man produktiv arbeitet. Ronja Menzel ist als Solo-Selbstständige an ihre Grenzen gestoßen und möchte sich als *Freelancer zur Agentur* weiterentwickeln. In *Wie schaffst du das?* erzählt mir die wahnsinnig erfolgreiche Unternehmerin Milena Glimbovski, wie sie alles unter einen Hut bekommt.

Im letzten Teil **Strategie und Reflektion** mache ich mir im ersten Beitrag *Berufliche Weiterentwicklung: Wohin des Weges, Selbstständiger?* Gedanken, wie denn ein beruflicher Aufstieg abseits der Angestellten-Karriereleiter ausschauen kann. Dann interviewe ich Vivi D'Angelo, eine erfolgreiche Food-Fotografin, in *Eigene Projekte als kreative Regeneration* zu ihren Gründen, sehr regelmäßig mit viel Arbeitsaufwand eigene Projekte anzugehen. Danach frage ich in *Slow Business als Weg zu einer zufriedenen Selbstständigkeit?* die Podcasterin Katrin Rönicke, wie sie ihr Podcast-Label Hauseins bewusst und erfolgreich als langsames Geschäftsmodell führt. Jeder Pionier, der vorangeht, erhöht den Druck auf die politischen und wirtschaftlichen Dickschiffe, endlich auch nachhaltig zu wirtschaften. Deswegen habe ich 10 Ideen für mehr *Umweltschutz als Selbstständiger* gesammelt. Wer einen Rundum-Blick auf die gesellschaftliche Wirkung seines Geschäfts sucht, der wird bei der Gemeinwohlbilanz fündig. Der selbstständigen Übersetzer und Lektor Lyam Bittar hat so eine Bilanz erstellt. Ich habe ihn in *Die Gemeinwohlbilanz als Tool zur Weiterentwicklung* gefragt, ob sich der Aufwand lohnt.

Viel Spaß beim Lesen!

# Inhaltsverzeichnis

## Teil I: Geld und Vermögen

1. [9 Gründe, warum Selbstständige oft weniger Geld haben als sie denken](#)
2. [Altersvorsorge als Selbstständiger – ein Lernprozess im Jahr 2020](#)

## Teil II: Marketing und Kunden

3. [Wie Selbstständige an Aufträge und Kunden kommen – eine Erfahrungsdatenbank](#)
4. [Die meisten Aufträge kommen über Empfehlungen – 7 Ideen für ein lebendiges Netzwerk](#)
5. [Mit deinem eigenen Buch zum „Experten“ werden](#)

## Teil III: Produktivität und Motivation

6. [Der Frosch muss warten, bis ich die nötige Energie habe – Warum jeder seinen Arbeitsrhythmus kennen sollte](#)
7. [Vom Freelancer zur Agentur – ein Erfahrungsbericht](#)
8. [Wie schaffst du das? Ein Interview mit Milena Glimbovski über Erfolg, Arbeitsteilung und Privilegien](#)

## Teil IV: Strategie und Reflektion

9. [Berufliche Weiterentwicklung: Wohin des Weges, Selbstständiger?](#)
10. [Eigene Projekte als kreative Regeneration – Interview mit Vivi D'Angelo](#)
11. [Slow Business als Weg zu einer zufriedenen Selbstständigkeit? Ein Interview mit Katrin Rönicke](#)
12. [Umweltschutz als Selbstständiger – 10 konkrete Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit](#)
13. [Die Gemeinwohlbilanz als Tool zur Weiterentwicklung – Interview mit Lyam Bittar](#)



## 9 Gründe, warum Selbstständige oft weniger Geld haben als sie denken

Von Moritz Orendt

Am Anfang meiner Selbstständigkeit habe ich mich deutlich reicher gefühlt als ich wirklich war. Die Realität hat mich dann aber ziemlich schnell eingeholt.

Ich weiß, dass der Aufprall an der nüchternen Wirklichkeit nicht immer ein Vergnügen ist. Deswegen sammle ich hier neun Aspekte, die Selbstständigen helfen können, ihren Kontostand besser einzuschätzen:

### 1. Steuern

Das ist wohl der Klassiker. Im Gegensatz zum Angestellten muss der Selbstständige sein Einkommen selbst versteuern. Vor allem am Anfang und in Zeiten steigender Einnahmen liegt dann mehr Geld auf dem Konto als einem eigentlich gehört.

Mir ist das einmal passiert, dass mich eine knapp fünfstellige Gewerbesteuer-Forderung böse überrascht hat. Inzwischen weiß ich, wie viel Geld ich ungefähr für die Steuern zurücklegen muss.

### 2. Zahlungsausfall

Als Angestellter trudelt das Geld sehr regelmäßig auf dem Konto ein. Als Selbstständiger ist es deutlich normaler, dass ein Auftraggeber mal nicht zahlen will – sei es, weil er mit der Leistung nicht zufrieden ist, oder weil er Liquiditätsschwierigkeiten hat. Glücklicherweise ist mir das bisher noch nie passiert.

Aber ich musste schon sehr lange auf mein Geld warten. Gerade als mir das Finanzamt mit einer größeren Forderung im Nacken saß, war das schon ärgerlich. Also hilft auch hier, einen kleinen Puffer auf dem Konto zu haben, damit die Überraschung dann nicht so schlimm ist.

### 3. Auftragsflaute

Gerade jetzt in der Zeit einer drohenden Rezession kann eine Auftragsflaute schon einmal vorkommen. Wenn Unternehmen sparen müssen, vergeben sie weniger Aufträge an externe Dienstleister. Dadurch haben viele Selbstständige weniger Arbeit. Dieser Einkommensabfall wird nicht durch

Kurzarbeitergeld abgedeckt, das momentan für Angestellte auf 87% des Nettoeinkommens erhöht wird.

Auch die ganz reguläre Arbeitslosigkeit trifft Selbstständige hart, da sie kein Arbeitslosengeld I bekommen (es gibt ein paar wenige Ausnahmen). Da hilft nur, genug Geld für Auftragsflauten zurückzulegen. Das mache ich auch erst seit diesem Jahr.

#### 4. Krankheit

2018 waren Angestellte im Durchschnitt [18,5 Tage krank](#), in denen sie normalerweise ihr Gehalt weitergezahlt bekommen. Bei mir als Selbstständigen ist das anders: Wenn ich krank bin, kann ich nicht arbeiten und bekomme kein Geld.

Glücklicherweise bin ich sehr selten krank und deswegen hatte ich das auch nicht so auf dem Schirm. Aber wenn mich eine unangenehme Krankheit zu einer dreimonatigen Auszeit zwingen sollte, dann möchte ich wenigstens genug Rücklagen haben, damit mich nicht das Finanzielle noch zusätzlich stresst.

Dabei versuche ich nicht zu vergessen, dass die beste Absicherung gegen lange Krankheiten nichts Finanzielles ist, sondern ein gesunder Lebensstil: Genug Bewegung und Schlaf, eine gesunde Ernährung und nicht zu viel Stress.

#### 5. Erwerbsunfähigkeit

Eine Krankheit führt im schlimmsten Fall nicht nur zu einer längeren Pause, sondern in die Erwerbsunfähigkeit. Angestellte fallen dann nicht in die Grundsicherung, sondern bekommen [von der gesetzlichen Rentenversicherung eine Erwerbsminderungsrente](#).

Selbstständige müssen sich aktiv für eine Absicherung gegen Erwerbsunfähigkeit entscheiden – sei es über eine Berufsunfähigkeits- oder Erwerbsunfähigkeitsversicherung, oder gleich über eine freiwillige Pflichtversicherung in der gesetzlichen Rentenversicherung.

Ich habe mich hier für eine Erwerbsunfähigkeitsversicherung entschieden, weil sie deutlich günstiger als die Berufsunfähigkeitsversicherung ist und die genaue Definition des Berufs bei mir schwierig ist. Das muss jedoch jeder selber für sich entscheiden. Wichtig ist nur, diesen Posten zu bedenken und bei der Berechnung des eigenen Stundensatzes zu berücksichtigen.

#### 6. Altersvorsorge

Am Anfang meiner Selbstständigkeit habe ich noch nicht daran gedacht, was in mehr als 35 Jahren sein wird. Aber inzwischen lege ich monatlich einen festen Betrag für die Altersvorsorge zurück.

Für Angestellte wird monatlich 18,6% des Bruttogehalts in die gesetzliche Rentenversicherung einbezahlt (9,3% vom Arbeitnehmer und 9,3% vom Arbeitgeber). Diesen Betrag finde ich einen guten Ankerpunkt, um ein Gefühl dafür zu bekommen, wie viel man selbst monatlich zurücklegen sollte.

#### 7. Steigende Kranken- und Pflegeversicherungskosten

Selbstständige haben das Privileg, zu Beginn zwischen privater und gesetzlicher Kranken- und Pflegeversicherung wählen zu können. Auch wenn die private Krankenversicherung anfangs oft günstiger sind, werden sie im Alter teurer.

Bei mir ging es jetzt auch schon los: 10 € mehr pro Monat für die Pflegeversicherung. Das sind gleich 120 € pro Jahr. Und ich bin 33. Wirklich bitter wird es wohl ab 50 aufwärts.

#### 8. Weiterbildung

Bei Angestellten übernimmt oft der Arbeitgeber Fort- und Weiterbildungskosten. Selbstständige müssen das selbst tragen.

Bei mir ist das meist ein dreistelliger Betrag, weil ich ein Fan von Online-Kursen bin und die oft verhältnismäßig günstig ist.

## 9. Urlaub

Noch etwas leichter Verdauliches zum Abschluss: Wenn Selbstständige Urlaub machen, verdienen sie kein Geld. Das ist eigentlich klar, aber zwischenzeitlich habe ich auch schon mal vergessen, dass noch finanziell magere Monate kommen, weil ich ein paar Wochen im Urlaub bin.

### Der Nutzen dieser Liste

Diese Liste hilft nicht nur dabei, sich selbst über sein Einkommen klar zu werden, sondern ist auch eine Argumentationshilfe,

wenn Auftraggeber über einen angeblich zu hohen Stundensatz klagen.

Gerade Auftraggeber, die nicht häufig mit Selbstständigen zusammenarbeiten, vergleichen einen Tages- oder Stundensatz mit dem Gehalt eines Angestellten. Dabei vergessen sie, welche Kosten und Risiken Selbstständige selber schultern müssen.

Zumindest ist das mir schon passiert und mir hat da Aufklärungsarbeit geholfen.



## Altersvorsorge als Selbstständiger – ein Lernprozess im Jahr 2020

Von Moritz Orendt

Angestellte zahlen automatisch in die Rentenversicherung ein. 18,6% des Bruttogehalts gehen Monat für Monat da rein, wovon die Hälfte der Arbeitgeber zahlt.

Selbstständige zahlen automatisch nirgendwo ein. Deswegen sollte man sich als Selbstständiger frühzeitig Gedanken machen und Geld beiseitelegen.

Oft werden drei Töpfe unterschieden, in die man optimalerweise Geld zurücklegt:

1. Rücklagen: Darunter versteht man die Summe der Gelder, auf die man erstens sofortigen Zugriff hat und die zweitens keiner Wertschwankung unterliegen.
2. Basisvorsorge: Zur Basisvorsorge zählt alles, was dir im Alter eine mehr oder weniger fixe monatliche Auszahlung garantiert. Also alle Rentenversicherungen.
3. Vermögensbildung: Unter Vermögensbildung fällt alles, was an Vermögen nicht in die ersten beiden Kategorien fällt, also:

Aktien, Fonds, Bitcoin, Immobilien, Schiffscontainer, etc.

2020 war das erste Jahr, in dem ich meine Altersvorsorge systematisch angehen wollte und in alle drei Töpfe Geld zurückgelegt habe. Das habe ich dabei gelernt:

### **1. Topf – mein Vorsatz: Das Tagesgeld endlich bei mindestens 10.000 € halten**

Das habe ich durchgezogen. Allerdings erst seit Anfang Juli. Als Ende Februar Corona angerollt kam und die Börsen nach unten durchrauschten, war ich von den 10.000 € noch weit entfernt. Gleichzeitig hat es sich für mich nicht gut angefühlt, so wenig Geld auf der hohen Kante zu haben - Aktien bei Tiefstständen zu Verkaufen macht ja schließlich auch keinen Sinn (zu dem Zeitpunkt habe ich noch den Großteil meines einigermaßen liquiden Vermögens in Einzel-Aktien gehalten).

Als dann die Kurse Anfang Juli fast schon unreal hoch waren, habe ich ein paar Einzel-Aktien verkauft und halte mich

seither oberhalb der 10.000 €. Diese 10.000 € werden sehr oft als Minimum empfohlen, was Selbstständige schnell erreichbar und ohne Wertschwankungen auf der hohen Kante haben sollen.

**Meine Erfahrung:** Das bringt's und macht das Leben deutlich entspannter, weil ich bei unvorhergesehenen Kosten und Auftragsflauten nicht mehr so schnell ins Schwitzen komme und Geld umschichten muss.

## 2. Topf – mein Vorsatz: In eine Rentenversicherung einzahlen

Das Geld, was in der Rentenversicherung angespart wird

Auch als Selbstständiger kann ich freiwillig in die gesetzliche Rentenversicherung einzahlen und komme so in den Genuss einer kleinen gesetzlichen Rente. Der Vorteil ist die große Flexibilität. Ich kann meine Beitragshöhe anpassen. Auch kann ich dadurch das schon als Angestellter eingezahlte

**Meine Erfahrung:** Auch wenn ich dieses Jahr nicht mein Vermögen anzapfen muss. Die gesetzliche Rentenversicherung ist eine erstaunlich moderne Organisation. So gibt es zum Beispiel [eine Online-Terminvereinbarung](#) zur Telefonberatung.

## 3. Topf – mein Vorsatz: Die Vermögensbildung breit und auch ökologisch nachhaltig aufstellen

### 1.Schritt: Nur noch Einzelaktien an Unternehmen halten, deren Geschäft ich verstehe

In den letzten Jahrzehnten waren Aktien die beste, für Privatanleger verfügbare, Anlageklasse. Ich habe in den letzten drei Jahren auch mehrere Aktien gekauft.

Mein "Problem" war hierbei, dass ich viel zu oft Aktien von Unternehmen gekauft habe, von deren Geschäftsmodell ich nur eine ungefähre Ahnung habe. Mein Glück war aber, dass deren Kurse im Großen und Ganzen stark nach oben gingen. Das schreibe ich aber nicht einer mir verborgenen Genialität zu, sondern

einfach der Kursentwicklung von Technologieunternehmen. Die gingen fast alle nach oben.

Eine Aktie, die ich auch hatte, war Wirecard. Aber so richtig mit dieser Firma hatte ich mich nicht beschäftigt. Deswegen habe ich den großflächigen Betrug auch als Warnschuss verstanden, bei den Aktien mal ordentlich aufzuräumen und vieles zu verkaufen, wovon ich eigentlich keine Ahnung habe.

**Meine Erfahrung:** Weniger Einzelaktienpositionen machen das eigene Depot übersichtlicher. Gleichzeitig glaube ich an die alte Börsen- und Lebensweisheit, nicht alle Eier in das gleiche Körbchen zu legen und sein Vermögen breit zu streuen.

### 2. Schritt: Einen monatlichen Sparplan für einen Indexfond durchziehen.

Das habe ich brav das ganze Jahr gemacht. Als nachhaltig bewegter Mensch habe ich mir einen der vielen nachhaltigen Indexfonds ausgesucht. Wenn ich mir aber die Top 10 Vermögenspositionen dieses ETFs anschau, kommen da doch viele der üblichen Verdächtigen vor. In meinem Fall sind es Alphabet (also Google) und Nestle, auf Position 2 und 3, die ich aus ethischen Gründen jetzt nicht unbedingt in meinem Portfolio brauche. Das ist aber bei allen "nachhaltigen Indexfonds" so. (Falls du ein Gegenbeispiel kennst: Bitte melden!)

**Meine Erfahrung:** Stand heute ist das Geld etwas mehr wert, aber das stresst mich nicht. Auf lange Sicht ist das Geld in Aktienmärkten bisher immer mehr geworden. Das Geld fließt da Monat für Monat automatisiert hin und ich muss mich um nichts kümmern. Mit der Nachhaltigkeit bin ich aber nicht komplett zufrieden

### 3. Schritt: Einen aktiv gemanagten Fonds mit Fokus auf Nachhaltigkeit besparen

Alle eifrigen Finanzblog-Leser werden mich jetzt mit großen Fragezeichen anschauen? Aktive Fonds? So richtig mit Fonds-Manager, die auch noch was kosten? Verwirft jetzt der Moritz alle

Studien, dass fast niemand auf Dauer Indexfonds schlagen kann?

Naja, damit stelle ich mich tatsächlich ein wenig gegen den Geldanlage-Mainstream. Meine Motivation speist sich aus zwei Gründen:

Fonds, die von Menschen verwaltet werden, sind meiner Meinung nach nachhaltiger. Wenn ich mich durch die Beteiligungen der einzelnen Firmen klicke, wirkt das auf mich deutlich grüner als die Beteiligungen meines Indexfonds. Nachhaltige Aktienfonds bewegen Unternehmen laut Stiftung Warentest auf zwei Arten in Richtung einer nachhaltigeren Wirtschaft:

"Ein Aktienkauf [...] hat indirekte Wirkung. Wenn viele Anleger eine Aktie kaufen und ihr Kurs steigen würde, dann wäre das ein Signal an den Markt, dass ein bestimmtes Geschäftsmodell Erfolg verspricht. Umgekehrt würde das Management gezwungen umzudenken, wenn viele Anleger ihre Aktien verkauften. Dieser Gedanke steht zum Beispiel hinter der Idee des Divestment (Englisch für Verkauf), dem Abzug von Geld aus klimaschädlichen Öl- und Kohleinvestments.

Außerdem können Aktionäre als Eigentümer Einfluss auf die Firmen nehmen. Sie können Missstände öffentlich machen oder im direkten Dialog mit den Vorständen anprangern."

Ich bin davon überzeugt, dass eher aktive Manager als passive Indizes Missstände öffentlich machen oder im direkten Dialog mit den Vorständen anprangern.

Wohin man ins Internet schaut: (Fast) Alle schreiben, dass der Kauf von Indexfonds das für Privatanleger einzig rationale Vorgehen ist. Und wenn man auf die letzten 50 Jahre blickt, dann war das in der Vergangenheit tatsächlich so. (Vorher gab es noch keine Indexfonds.)

Aber ich bin mir nicht so sicher, ob sich das in den nächsten 30 Jahren so wiederholt. Eigentlich hoffe ich sogar, dass sich das

ändert. Zwei Gründe sprechen aus meiner Sicht dafür:

1. Indexfonds kaufen einfach nur den Index und stellen keine Gedanken darüber an, wie sich eine Firma in Zukunft entwickelt. Das ist ja auch ihre Aufgabe und darum sind sie so billig. Aber je mehr Geld einfach ohne Hirn verwaltet wird, desto mehr ergibt sich auch die Möglichkeit dieses System durch den Einsatz von Hirn auszutricksen.

2. Die breiten Indexfonds haben das Ziel, die Weltwirtschaft abzubilden. Wenn die Weltwirtschaft wächst, dann geht es auch den Indexfonds gut (Gerade haben wir zusätzlich noch Sondereffekte, weil Geld sehr billig ist). Und seit der Industrialisierung ist die Weltwirtschaft gewachsen. Damals war die Welt ja auch noch leer. Es gab noch Länder zu entdecken und Grundbedürfnisse zu befriedigen. Inzwischen ist die Welt voll von Zeug. Und in den Industrieländern sinkt die Lebenszufriedenheit. Darum hoffe ich natürlich, dass wir die Welt nicht weiter zumüllen und immer mehr Zeug produzieren, das wir nicht brauchen. Sondern dass sich das Wachstum in andere Bereiche verlagert, die nicht unbedingt monetär messbar sind.

**Meine Erfahrung:** In Sachen Nachhaltigkeit fühle ich mich zumindest auf der richtigen Seite. Ich wundere mich immer, dass Nachhaltigkeit nicht bei mehr Anlegern im absoluten Fokus steht. Vor allem mit dem langen Zeithorizont von mehr als 30 Jahren sollte doch jeder aus simplem Eigeninteresse darauf schauen, dass sein Geld dazu beiträgt, die Welt nicht noch mehr zu zerstören. Was habe ich von einem fetten Vermögen, wenn die Welt ungemütlich geworden ist? Ob mein aktiver Fond auch monetär besser abschneidet als mein passiver, das wird die Zeit zeigen. Aber allein das Experiment finde ich spannend.

#### **4. Schritt: Nachhaltige Direktinvestments tätigen**

Bisher läuft meine Vermögensbildung fast komplett über den Aktienmarkt. In der

Vergangenheit haben Aktienmärkte über lange Zeiträume immer die höchsten Renditen gebracht. Darum ist das prinzipiell auch richtig. Aber ich bin auch ein Freund der Risikostreuung und damit möchte ich auch hier nicht alles auf eine Karte setzen. Deswegen taste ich mich hier ganz langsam auch an nachhaltige Direktinvestments, also Solaranlagen, Genossenschaftsanteile, etc.

Dieses Jahr habe ich ein paar freiwillige Genossenschaftsanteile gezeichnet, die pro Jahr eine Dividende von 3% ausschütten. Nicht schlecht, finde ich. Und ich weiß genau, wo das Geld hingehet.

Als Nachteil muss ich hier ganz klar benennen, dass der Kauf deutlich mühsamer ist als in Aktien. Hier gibt es keine Wertpapierkennnummer, die ich einfach bei meinem Online-Broker eingeben kann und dann wird das Ding gekauft. Hier läuft der Kauf über ein paar Emails, ein paar Briefe und einen Prozess, der sich über Monate zieht. Effizient geht anders.

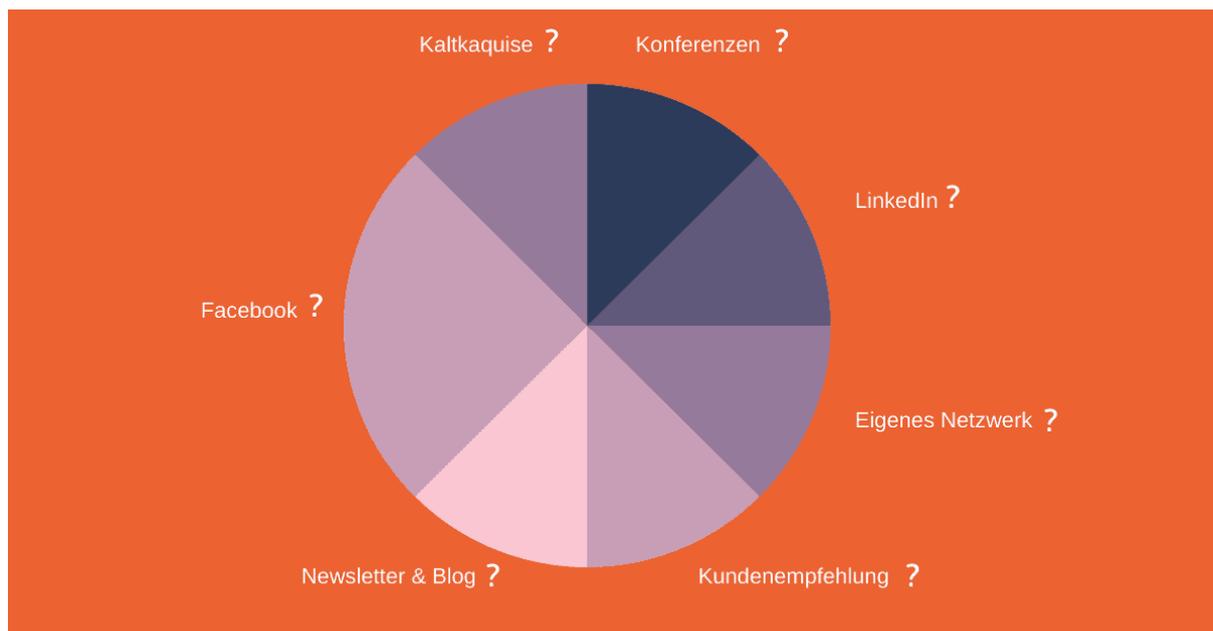
Meine Erfahrung: Jegliche Direktinvestments am sogenannten grauen Kapitalmarkt sind was für Gourmets. Es sollte einem schon Spaß machen. Sonst ist das nichts. Und natürlich sind hier viele schwarze Schafen unterwegs. Hier ist ein Hinweis der Verbraucherzentrale.

### Fazit

Vielleicht merkt man bei meinem dritten Topf, dass ich auch Finance studiert habe und mit Spaß an der Sache dabei bin. Sicherlich reicht bei vielen ein solider Aktienfond.

Aber gerade dieses Jahr mit einer globalen Pandemie und den vielen daraus folgenden Herausforderungen hat mir klar gemacht, dass mir auch die beiden anderen Töpfe sehr wichtig sind. Ohne Rücklagen wird es schnell stressig und die Basisvorsorge kann mir keiner mehr nehmen, falls ich wirklich mal auf die Grundsicherung angewiesen sein sollte.

**Hinweis: Ich erzähle hier nur von meinen eigenen Erfahrungen. Das ist keine Beratung. Jegliches Investment ist mit Risiken behaftet. Deswegen ist immer wichtig, sich selbst ausführlich zu informieren.**



## Wie Selbstständige an Aufträge und Kunden kommen: eine Erfahrungsdatenbank

Von Moritz Orendt

Wenn Selbstständige aufgeben, hat das oft einen simplen Grund: Die Aufträge bleiben aus.

Damit mir, und natürlich allen Lesern, dieses Schicksal erspart bleibt, möchte ich hier die Strategien, Taktiken und Erfolgsrezepte zur Auftragsgewinnung sammeln, so dass eine kleine „Erfahrungsdatenbank“ für Selbstständige entsteht.

Dazu stellen sich 13 Selbstständige mit verschiedenen Tätigkeitsschwerpunkten kurz vor und beantworten zwei Fragen:

- Wie kommt sie/er an Aufträge und Kunden?
- Was tut sie/er für die Kundenakquise?

### Tobias Bartels: Online Projekt und Content Management



**Tobias, stelle dich bitte kurz vor**  
Selbständig bin ich schon seit über 20 Jahren, so genau hab ich das gar nicht mehr auf dem Schirm.

Nach vielen Gastspielen in verschiedensten Jobs und Branchen habe

ich aber die längste Zeit immer „irgendwas mit Medien“ gemacht.

Mit dem Umbruch in Print Anfang der 2000er habe ich dann den darauf folgenden Umstieg ins Netz auf die harte Tour mitgemacht und bin seitdem auch größtenteils dabei geblieben.

Heute mache ich Online Projekt und Content Management und konzipiere, baue und betreue Webseiten, in verschiedenen Teams beim Kunden oder mit dem eigenen Netzwerk.

### Wie kommst du an Aufträge und Kunden?

Da ich über die Jahre einen guten Kundenstamm aufgebaut habe, bin ich recht vorsichtig was neue Projekte und meine Zeit angeht und so kommen nur zwei oder drei neue Kunden pro Jahr dazu. Insgesamt bin wirklich zufrieden und dankbar dass ich es anscheinend immer geschafft habe, einen guten Job zu machen, dass ich immer wieder gebucht werde und so selbständig bleiben kann.

Neue Kunden kommen meistens über Empfehlung oder das Netzwerk, manchmal habe ich mir aber auch proaktiv Projekte und Kunden angesprochen. Nebenbei führe ich eine lange Liste mit Ideen, Problemen und Kontakten, aus der ich mir ab und zu was rauspicke und starte.

Ich würde sagen: 90% Empfehlung, 10% Kaltaquise.

### Was tust du für die Kundenakquise?

Neben den üblichen und von mir komplett vernachlässigten und verwaisten Xing, LinkedIn, Upwork, etc. Profilen habe ich nur eine eigene Website, die aber auch veraltet ist und dringend umgebaut gehört. Aber im täglichen Job gehen meine Kunden vor und so bleibt die Eigenpromo meistens liegen. \\_(ツ)\_/

Tobias Antworten stammen aus dem Mai 2020. Hier geht es [zur Website von Tobias](#).

## Vivi D'Angelo: Food-Photography



### Vivi, stelle dich bitte kurz vor.

Ich bin seit 2013 selbstständige Fotografin und spezialisiert auf den Bereich Food. Sowohl als Studio- als auch als Reportagefotografie rotieren meine Aufträge um die Themen Lebensmittel, Kochen, Genießen, aber auch Lebensmittelherstellung in all seinen Facetten.

Für meine Kunden (etwa 10-12 Hauptkunden im Jahr) produziere ich also Kochbücher, Fotostrecken und Reportagen, aber auch Fotos für Websites und Internetpräsenzen.

Nicht selten kommt es vor, dass ich neben dem Fotografieren an sich auch für die Entwicklung einer Bildsprache (z.b. für ein Kochbuch zu einem besonderen Thema) oder einer visuellen Identität (z.b. zur Vermittlung und visuellen Umsetzung einer Marke) angefragt werde.

### Wie kommst du an Aufträge und Kunden?

Die meisten Kunden finden mich über Mund zu Mund Propaganda – über schon bestehende Kunden, ehemalige Mitarbeiter von Kunden, und weitere Leute, die ich über den Job kennenlerne – Assistenten, Redakteure, Art Direktoren, Mitarbeiter meiner Auftraggeber. Ich bemerke immer wieder, dass mich Leute finden, die ohnehin zu mir und meiner Philosophie passen und mit denen ich

mich supergut verstehe. Deswegen bleiben wir oft auch über die Zusammenarbeit hinaus in Kontakt.

Ich werde zwar nicht direkt von einer Agentur vertreten, aber ich habe ein paar Kontakte, die als Marketing-Agenturen arbeiten – die empfehlen mich auch weiter. Meine Arbeit wird auch über Social Media gut sichtbar (mir macht zum Beispiel [Instagram](#) irre Spaß). Aber ich bin auch viel persönlich auf Veranstaltungen, Konferenzen, etc. unterwegs – zu Themenbereichen, die mich interessieren (Meine Arbeit ist auf nachhaltigen und bedachten Lebensmittelkonsum fokussiert).

Ganz manchmal kommt auch ein Anruf von jemandem, der mich auf Google gefunden hat – das sind aber die allerwenigsten Aufträge. Kaltakquise oder gezieltes Netzwerken auf Veranstaltungen mache ich nie – ich denke, ich würde sie so schlecht machen, dass das eher nach hinten losgehen würde.

### **Was tust du für die Kundenakquise?**

Ganz ehrlich? Ich versuche Spaß an meiner Arbeit zu haben!

Generell möchte ich nur Jobs annehmen, bei denen mich irgendwas inspiriert – das Thema, die Person oder die Geschichte, die dahinter steckt, die Mission. Ich muss, wenn ich mit meinen Bildern zur Sichtbarkeit dieser Geschichte beitragen soll, wissen, dass das die Welt irgendwie zum Guten bereichert. Und es muss mich selber irgendwie interessieren. Bei den meisten meiner Jobs lerne ich unfassbar viel!

Nur so entsteht gute Arbeit, die wiederum gut fürs Portfolio ist und hoffentlich von neuen potentiellen Kunden gesehen wird, die ähnliche Aufträge haben. Wenn ich eine Anfrage habe, denke ich mir oft "Will ich denn in Zukunft mehr Aufträge in dieser Richtung haben?" – wenn die Antwort ja ist, ist das ein weiterer guter Grund, den Job anzunehmen.

Ich veranstalte auch immer wieder kleine Aktionen: Popup – Ausstellungen, Supperclubs, "Foodtalks" und Workshop Abende bei mir im Studio mit spannenden Leuten, die mir im Job begegnen – mehr aus eigenem Interesse und Spaß an der Sache und am Gastgeben, aber im Nachhinein habe ich bemerkt, dass mich das in der "Foodszene" nochmal sichtbar gemacht hat.

Zusätzlich versuche ich seit ein paar Jahren, mir im Jahr einen Monat Zeit für ein eigenes Projekt zu nehmen. So war ich 2018 gemeinsam mit einer guten Freundin, der Foodnomadin und Köchin Antje de Vries, auf Bali wo wir eine große Reportage zum Thema "Essen und Spiritualität" entstanden.

2018 und 2019 habe ich viel Zeit in eine Reportage über einen Schlachthof investiert, "[Morgens um vier stirbt das Schnitzel](#)".

Für ersteres Projekt habe ich letztes Jahr den Food Feature Award auf dem Internationalen Foodphotofestival in Vejle, Dänemark bekommen. Außerdem fand sich kurz darauf ein Verlag, der ein wunderschönes Buch draus machen wird. Für die Schlachthofreportage kam ich dieses Jahr ins Finale bei dem weltbekannten "Pink Lady Foodphotographer of the Year" Award.

Das sind beides nicht nur Preise, die mir natürlich sehr schmeicheln und Gelegenheit geben, meine Arbeit zu zeigen und auf Themen aufmerksam zu machen, die mir wichtig sind – so ein Preis ist auch die Bestätigung, dass das freie Arbeiten im kreativen Bereich wertvoll und wichtig ist und auch Auftragsarbeiten davon neu befruchtet werden. Es ist ein bisschen so, als würde man sich wieder neu in den eigenen Job verlieben.

Im Allgemeinen geht es ja darum, dass die Kunden einen gern buchen. Das tun sie, wenn sie das Gefühl haben, ich buche da gerade jemanden, der mit vollem Herz bei der Sache ist und für seinen Job Leidenschaft mitbringt.

Und das kann man – leider und zum Glück – nicht faken oder simulieren.

Vivis Antworten stammen aus dem Mai 2020. Hier geht es zu [ihrer Website](#).

### Sascha Tobias von Hirschfeld, B2B Content-Architekt



#### Sascha, stelle dich bitte kurz vor.

Ich bin seit 2013 als selbstständiger Content-Architekt, Autor und Berater tätig. Hier unterstütze ich Technologieunternehmen im B2B bei der Entwicklung von Content für Marketing und Vertrieb. Konkret betreue ich laufend 5-6 Unternehmen, entwickle Themenpläne und Kampagnen, schreibe Blogartikel, Case Studies, White Papers und was sonst noch für gutes Content Marketing gebraucht wird.

#### Wie kommst du an Aufträge und Kunden?

Obwohl ich viel Content für den Vertrieb entwickle, bin ich in eigener Sache kein offensiver Verkäufer. Meine Kunden finden mich eher, als dass ich sie aktiv anspreche, und zwar auf unterschiedlichsten Wegen. Meine aktuellen Projekte beispielsweise 1x über einen Fachartikel, den ich auf [Marconomy](#) geschrieben habe, 1x über einen Vortrag auf einer Konferenz, 1x über einen meiner Partner, mit dem ich regelmäßig zusammenarbeite, 1x über die Empfehlung eines langjährigen Kunden und 1x über LinkedIn.

#### Was tust du für die Kundenakquise?

Ich setze auf Partnerschaften mit Leuten, die vertrieblich aktiver sind als ich und die etwas anbieten, das zu meinem Angebot passt. So habe ich beispielsweise zusammen mit einer Journalistin ein Buch geschrieben, über das regelmäßig neue Kontakte zu potenziellen Kunden entstehen. Gemeinsam mit einem LinkedIn-Experten biete ich Leadgenerierung und Social Selling auf LinkedIn an. Zudem poste ich regelmäßig auf LinkedIn, kommentiere Beiträge und komme so in Kontakt mit interessanten Leuten. Die besten Kontakte entstehen eigentlich, wenn man gar nicht vorhat, sich zu verkaufen.

Saschas Antworten stammen aus dem April 2020. Hier geht es zum [Medium-Profil](#) von Sascha Tobias von Hirschfeld.

### Sandra Staub: Social Media Beraterin und Umsetzerin



FOTOCREDIT: DENISE KUCHTA

#### Sandra, stelle dich bitte kurz vor.

Ich bin Sandra Staub. Seit 10 Jahren bin ich selbstständig als Social Media Beraterin und auch Social Media Umsetzerin. Pro Jahr habe ich im Moment zwischen 8 und 12 Kunden aus dem Bereich der kleinen und mittelständischen Unternehmen.

Das könnte ich inzwischen ohne mein Team nicht mehr bewerkstelligen. Wir übernehmen strategische Planung,

Schulung von Mitarbeitenden, Erstellung von redaktionellen Posts mit Text, Grafik, Video, Animationen, die Produktion und Schaltung von Werbeanzeigen und Community Management. Zudem übernehmen wir häufig die Erstellung und Pflege von Blog und E-Mail Newsletter mit cleveren Funnels. In Ausnahmefällen bauen wir auch ganze Onlinekongresse mit Webseiten und Business-Logik.

Jede Person im Team hat ein eigenes Fachgebiet. Nur so kann ich die Bandbreite, die meine Kunden brauchen auch wirklich abdecken und die Qualität garantieren. Inzwischen ist Qualitätssicherung eines der herausforderndsten Themen geworden, denn das Handwerk beherrschen wir.

### **Wie kommst du an Aufträge und Kunden?**

Die meisten Kunden gewinne ich immer noch über Empfehlungen von glücklichen Kunden oder von Geschäftspartnern, die schon mal mit mir kooperiert haben und jetzt jemanden suchen (55%).

Direkt danach kommen Online-Kontakte (30%), die mich über eines meiner Bücher oder meine Social Media Aktivitäten kennen. Jahrelang habe ich zu meinem Buch 'Facebook für Frauen' einen Blog mit Anwendungs-Anleitungen betrieben. Zudem auch eine Facebook-Seite dazu, die inzwischen geschlossen ist.

Ich mache seit Februar regelmäßig Mittwoch Abends ein Facebook LIVE zu aktuellen Themen. Bei Gelegenheit lade ich mir dann Gäste ein. Das ist ein überaus einfaches Rezept um an interessierte Kunden zu kommen, die auch bereit sind, den Preis zu zahlen. Zudem habe ich im April einen Onlinekongress veranstaltet, der auch wieder völlig neue Menschen in mein Umfeld gebracht hat. Daher wird sich der Anteil meiner Online gewonnenen Kunden sicher noch steigern, wenn ich auch die passenden Online-Produkte für diese Zielgruppe bereitstellen kann. Was ich noch betonen möchte: Ich schalte in seltenen Fällen Werbung für meine eigenen Online-Aktivitäten. Aber kaum

jemals mehr als 200€, beim Onlinekongress waren es mal € 1000. Ich fahren eine Content-Strategie, die darauf setzt, mit Inhalten zu überzeugen und das braucht längeren Atem.

Ebenso gewinne ich 15% meiner Kunden aus meinen Lehrverträgen an der VHS München und Augsburg. Obwohl ich dort meine Stunden schon stark heruntergefahren habe, kommen dort immer noch sehr interessierte Menschen auf mich zu. Hier ist oft die größte Herausforderung, dass diese Projekte sehr kurzfristig eintrudeln, also wenn direkt Not am Mann ist.

### **Was tust du für die Kundenakquise?**

Mein sicher wichtigstes Werkzeug um Kundenakquise möglich zu machen ist meine Online-Kalender, wo man sich Termine mit mir direkt buchen kann. Denn dorthin führen viele meiner Posts auf Social Media und natürlich bei Blog und Newsletter.

Meine regelmäßigen Mittwoch-Abend Facebook-Lives sind ein relativ neues Mittel, das ich vermehrt zum Markenaufbau nutze. Darüber kommen aber immer häufiger "schnelle Anfragen" die dann auch schnelle Umsätze möglich machen.

*Sandras Antworten stammen aus dem Mai 2020. Hier geht es zu [ihrer Website](#).*

## Tomas Herzberger: Berater für Growth Hacking



### Tomas, bitte stelle dich kurz vor.

Ich bin Berater für Growth Marketing und seit 2014 selbstständig. Das ist ein agiler Marketing-Prozess, bei dem das Unternehmen kleine Tests durchführt, um schnell "Wachstumshebel" zu finden. Ich berate meine Kunden sowohl strategisch als auch operativ.

Die Anzahl meiner Kunden ist sehr unterschiedlich. Ich hatte Interim-Mandate bei größeren Unternehmen wie der Deutschen Bahn, die über ein Jahr lang gingen. Gleichzeitig gebe ich aber auch Seminare und Workshops mit bis zu 20 Teilnehmern. Andere Kunden berate ich individuell für einige Stunden.

### Wie kommst du an Aufträge und Kunden?

Wenn ich das so genau wüsste. Wie vielen Unternehmen fällt es auch mir schwer, die Customer Journey nachzuvollziehen.

Empfehlungen sind extrem wichtig. Sowohl von Bestandskunden als auch von Partnern. Darüber hinaus gibt es institutionelle Multiplikatoren wie z.B. Vermittlungsagenturen oder Plattformen, über die Kunden mich anhand ihrer konkreten Bedürfnisse finden.

### Was tust du für die Kundenakquise?

Zuallererst bemühe ich mich, einen guten Job zu machen. Denn zufriedene Kunden

sind die beste und glaubwürdigste Akquise-Methode. Wenn ich weiß, dass meine Kunden zufrieden sind, bitte ich sie um eine Empfehlung auf LinkedIn und ProvenExpert.

2017 habe ich ein Buch über mein Nischen-Thema "Growth Hacking" veröffentlicht, das gerade in zweiter Auflage erschienen ist. Das hat sehr geholfen, denn in Deutschland ist der Zusatz "Autor" wie ein Gütesiegel. Auch wenn meine Fähigkeiten, ein Buch zu schreiben, eigentlich nichts über meine Fähigkeiten als Berater oder Trainer aussagen.

Pre-Corona habe ich Meetups in mehreren Großstädten veranstaltet. Diese kostenlosen Mini-Konferenzen sorgen nicht direkt für mehr Kunden, aber für eine Community und einen guten Themenaustausch. Außerdem ist es eine willkommene Gelegenheit, bei Social Media Gas zu geben.

Deswegen bin ich auch auf LinkedIn sehr aktiv, denn hier ist meine Zielgruppe zu finden. Social Media allgemein erhöht die Chancen, gesehen und wahrgenommen zu werden – und das wiederum zu mehr Kunden. Darum geht es letztendlich: Im richtigen Umfeld präsent zu sein.

Auch ein Grund, warum ich gerne auf Konferenzen gehe und dort gelegentlich einen Vortrag halte: Das ist aufregend, macht Spaß und vergrößert das Netzwerk. Selbst wenn niemand im Publikum ein potenzieller Kunde ist, so kennt der- oder diejenige vielleicht jemanden.

Gerade in der aktuellen Corona-Situation mache ich aber auch aktiven Outreach und klopfe bei potenziellen Kunden an, um meine Pipeline zu füllen. Dazu nutze ich am liebsten LinkedIn und persönliche Empfehlungen.

*Tomas Antworten stammen aus dem Juni 2020. Hier geht es zu [seiner Website](#).*

## Ronja Menzel: SEO-Texte und Newsletter-Management



### Ronja, bitte stelle dich kurz vor.

Gegen Ende meines Germanistik-Studiums 2017 bin ich in die Selbstständigkeit „gerutscht“. Nachdem ich das Studium sieben Jahre lang herausgezögert hatte, um bloß nicht irgendwo angestellt sein zu müssen, habe ich angefangen für Kunden zu texten. Dass ich bereits nach einem Jahr von meiner Selbstständigkeit gut leben konnte, war für mich ein unglaubliches Freiheitsgefühl.

Mittlerweile bin ich spezialisiert auf SEO und Newsletter Management. Ich habe meist zwischen zwei und vier feste Kunden, muss mich also nicht von Auftrag zu Auftrag hangeln, sondern kann mit relativ festen Einnahmen rechnen. Langfristig möchte ich noch mehr beratend arbeiten. Es macht mir Spaß, in unterschiedliche Unternehmen zu blicken und dort neue Impulse zu setzen.

### Wie kommst du an Aufträge und Kunden?

Meine Kunden kommen größtenteils über Xing auf mich zu. Einen sehr großen Kunden habe ich über das Recruiting-Unternehmen Avantgarde experts bekommen, bei denen ich mich etwa ein halbes Jahr zuvor registriert habe. Und natürlich funktioniert viel über Weiterempfehlungen. Auch über [meinen](#)

[Blog](#) sind schon Kunden auf mich aufmerksam geworden.

### Was tust du für die Kundenakquise?

Aktiv bisher relativ wenig. Das wichtigste ist tatsächlich gute Arbeit zu leisten, zuverlässig zu sein und auch mal über den Tellerrand hinauszuschauen. In meinem Fall bedeutet das, nicht nur stures SEO anzuwenden, sondern auch zu schauen, wo könnte der Kunde noch mehr Umsatz machen, welche Strukturen erleichtern ihm das Arbeiten und welche Dienstleistungen wären für ihn noch interessant.

Derzeit erstelle ich die Website meiner Werbeagentur. Dann erhoffe ich mir selbst Kunden über SEO und Google My Business zu bekommen.

Ronjas Antworten stammen aus dem Juni 2020. Hier geht es zu ihrer Website als Freelancerin: [texterm.de](http://texterm.de).

## Claudia Siebenweiber: Markenentwicklung und Kommunikation



FOTOCREDIT: CHRISTINA HEYDER

### Claudia, bitte stelle dich kurz vor.

Ich bin seit 12 Jahren als selbstständige Kommunikationsdesignerin mit einem eigenen Büro in München tätig. Meine Schwerpunkte sind Markenentwicklung und Kommunikation – immer nach dem Motto »Design ist, wenn's funktioniert.«

Meine Auftraggeber sind Unternehmen wie Organisationen, viele davon begleite ich bereits seit Jahren.

Seit 2015 ist ein weiterer Schwerpunkt mein Ehrenamt als [Präsidentin des BDG Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner](#), in dem ich die Belange von Designerinnen und Designer gegenüber Politik und Wirtschaft verrete.

### **Wie kommst du an Aufträge und Kunden?**

Empfehlungen, Empfehlungen, Empfehlungen.

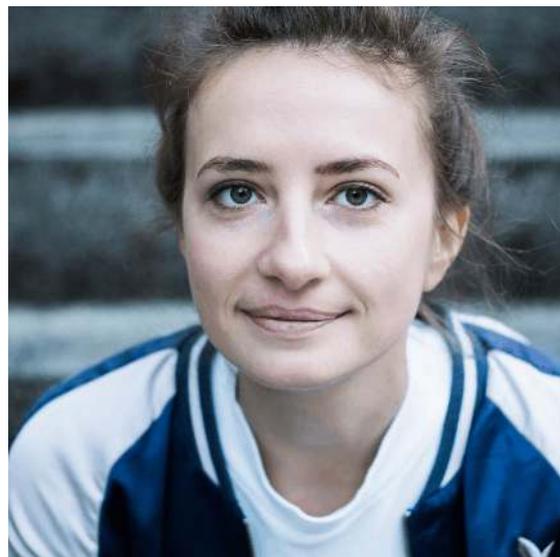
Meine Aufträge erhalte ich aus meinem Netzwerk. Dabei sind es weniger die Auftraggeber, die mich weiterempfehlen, als meine Kolleg+innen. Die Verteilung ist geschätzt 25 zu 75 Prozent.

### **Was tust du für die Kundenakquise?**

Ich pflege meine Netzwerke, lerne neue Menschen bei Treffen kennen (das geht momentan natürlich nur online), tausche mich offen über meine Arbeit aus und bearbeite Projekte in Teams. Manchmal empfehle bzw vermittele ich auch nur spezialisierte Kolleg+innen an einen Auftraggeber. Das lebendige Netzwerk zahlt sich am Ende durch erfolgreiche Projekte, zufriedene Auftraggeber und den ein oder anderen neuen Kontakt aus.

*Claudias Antworten stammen aus dem Mai 2020. Hier geht es zu [ihrer Website](#). Fotocredit an Christina Heyder.*

## **Anika Landsteiner: Autorin, Journalistin, Podcasterin**



FOTOCREDIT: MAXIMILIAN HEINRICH

### **Anika, bitte stelle dich kurz vor.**

Ich bin freiberufliche Autorin, Journalistin und seit kurzem auch Podcasterin, angefangen habe ich 2015. Neben meiner fest-freien Stelle als Redakteurin bei [München Tourismus](#) veröffentliche ich im Schnitt alle anderthalb Jahre ein Buch (Sachbuch und Roman), daneben habe ich 3-4 Auftraggeber\*innen im Jahr aus der Magazin und Podcastbranche.

### **Wie kommst du an Aufträge und Kunden?**

Die Auftraggeber\*innen sind bisher alle auf mich zugekommen. Ich wurde ihnen empfohlen oder sie kannten mich durch meine vorangegangene Arbeit. Da ich seit zwei Jahren gut ausgelastet bin, pitche oder suche ich nicht konkret, abgesehen von den Büchern. Hier entsteht in der Zusammenarbeit mit meiner Agentur und dem/der jeweiligen Lektor\*in eine neue Idee, die dann umgesetzt wird oder nicht.

### **Was tust du für die Kundenakquise?**

Ich habe noch nie eine Deadline verpasst, das wissen alle zu schätzen. Ich weiß aufgrund des Feedbacks, dass man oft auf mich zurückkommt, weil ich "trotz Kreativbranche" strukturiert arbeite und alle immer im Loop behalte. Außerdem mache ich mich nach einer bestimmten

Zeit immer wieder bemerkbar, d.h. wenn länger kein Auftrag eines/r bestimmten Auftraggeber\*in kam, frage ich nach, wie es ihnen geht und ob ich sie unterstützen kann.

Gut ist auch, sich mit Kolleg\*innen zu vernetzen. Ich habe ein paar Freund\*innen aus der gleichen Branche, die mir schon Aufträge zugeschoben haben, weil sie es zeitlich nicht geschafft haben.

Anikas Antworten stammen aus dem Mai 2020. Hier geht es zu [ihrer Website](#).

### **Moritz Orendt: Dienstleister und Berater rund um Online-Marketing und digitale Produktentwicklung**



Ich bin seit 2015 selbstständig und unterstütze acht bis zwölf Kunden pro Jahr beim Online-Marketing und bei der digitalen Produktentwicklung. Als Generalist setze ich Kampagnen auf Facebook und Google auf, erarbeite Online-Marketing-Strategien, analysiere die Nutzung von Plattform, konzeptioniere digitale Produkte und erstelle Online-Shops.

#### **Wie kommst du an Aufträge und Kunden?**

An Aufträge komme ich über Anfragen von persönlichen Kontakten und über Empfehlungen. Hin und wieder frage ich auch direkt bei potenziellen Kunden an, wenn ich eine spezifische Projekt-Idee habe.

Ein Beispiel dafür: Als ich bei einem Startup in seiner unmittelbaren Nachbarschaft eine zu optimierende Facebook-Anzeige sah, schrieb ich den Marketing-Verantwortlichen auf XING einfach mit konkreten Vorschlägen an, wie es besser geht. Daraus entstand eine Zusammenarbeit.

#### **Was tust du für die Kundenakquise?**

Auch wenn es ein bisschen platt klingt: Ich versuche, einfach gute Arbeit zu machen. Das ist die Basis dafür, dass ich empfohlen werde, und dafür, dass ich nochmal angefragt werde.

Außerdem schreibe ich monatlich ein Blogbeitrag und einen Newsletter, vor allem, weil es mir Spaß macht, aber auch mit dem Hintergedanken, dass ich so bei meinen Kontakten auf dem Schirm bleibe.

Ich habe hier meinen Stand aus dem April 2020 festgehalten. Hier geht es zu [meiner Website](#). Inzwischen habe ich mich zum Dienstleister rund um nachhaltiges Online Marketing weiterentwickelt.

### **Heiko Kunzmann: Journalist und freier Schreiber**



#### **Heiko, stelle dich bitte kurz vor.**

Als freier Schreiber und Journalist war ich schon zu Unizeiten Mitte der 1990er Jahre unterwegs und habe mir so das Studium mitfinanziert. Seit Beginn der 2000er habe ich als fester Freier zuerst für eine

Redaktion gearbeitet. Die ist heute noch einer meiner Hauptarbeitgeber, neben einer zweiten Redaktion. Als Fernsehjournalist berichte ich vor allem über tagesaktuelle Themen und recherchiere und drehe für Reportageformate. Neben den zwei Redaktionen bin ich noch als Dozent tätig, und hin und wieder kommt mal ein Auftrag von außerhalb.

### Wie kommst du an Aufträge und Kunden?

Meine "Kundenakquise" besteht vor allem darin, dass ich Themenangebote für die Redaktionen ausarbeite, in denen ich tätig bin. Es ist also mehr ein Pitchprozess bei einem Arbeitgeber, mit dem man bereits zusammenarbeitet.

Einen meiner früheren Kunden fand ich auf Twitter: Eine Redaktion suchte Blogger zum Thema Marketing und Branding. Das Thema interessierte mich, ich reichte paar Ideen ein und konnte loslegen. Häufig aber erfährt man eher durch Kollegen oder andere Kontakte, dass eine Redaktion oder ein Auftraggeber gerade Bedarf haben.

### Was tust du für die Kundenakquise?

Es klingt bestimmt profan, aber das Wichtigste ist aus meiner Sicht gute Arbeit – und dass man mit interessanten Themenideen überzeugt. Darüber hinaus versuche ich, in den sozialen Netzwerken aktiv zu bleiben und interessanten Content zu posten. Für das eigene Blog bleibt gerade wenig Zeit. Aber das ist auch der Akquiseweg, der bisher am wenigsten brachte.

Heikos Antworten stammen aus dem Mai 2020. Hier geht es zu [seiner Website](#).

## Michael Bukowski: Texter und Bühnenperformer



FOTOCREDIT: KRAEHAHN.COM

### Michael, bitte stelle dich kurz vor.

Guten Tag, ich bin Michael Bukowski, seit rund 25 Jahren Freelance Texter und seit zwei Jahren zunehmend auch als Speaker / Bühnenperformer unterwegs, insbesondere als Autor bei und Mitglied im Ensemble von [vollehalle.de](http://vollehalle.de).

Daher habe ich in den letzten zwei Jahren meine Texter-Tätigkeit etwas zurückgefahren. Davor, schätze ich, hatte ich rund zehn Kunden pro Jahr. Eine sehr langfristige Kundenbeziehung pflege ich heute noch zur Agentur zebra.de, für die ich seit 2004 immer mal wieder arbeite. Mein Spektrum als Texter reicht von klassischer Werbung bis zu Literatur mit komplexen Inhalten.

### Wie kommst du an Aufträge und Kunden?

Ich kann mich eigentlich nicht erinnern, jemals einen Kunden gewonnen zu haben, der nicht über Empfehlung zustande kam. Ich habe mein Marketing in eigener Sache daher nie wirklich gepflegt, da mir die Motivation dazu fehlte.

Allerdings habe ich 2018 dann doch endlich mal meinen Kram zusammengepackt und eine [Portfolio-Seite online](#) gestellt. Aber diese Seite ist natürlich eher ein passives Tool, das

Empfehlungen verstärken hilft, mir aber nicht aktiv neue Jobs oder Kunden generieren kann

### **Was tust du für die Kundenakquise?**

Ich tue tatsächlich gar nichts für Akquise in eigener Sache. Ob ich mir das weiterhin, auch in Zeiten von Corona, werde leisten können, wird man sehen. Aktuell muss ich schon Einbußen konstatieren.

Michaels Antworten stammen aus dem Juni 2020. Hier geht es zu [seiner Website](#).

## **Fanny Zschau: Medienproduktion und Kommunikationsberatung**



FOTOCREDIT: ANNA FIOKA

### **Fanny, bitte stelle dich kurz vor.**

Ich habe nach über zehn Jahren als Leitende Redakteurin und Aufbau von Corporate Publishing Units von Großverlagen wie Gruner + Jahr und der Handelsblatt Group am 7. Juli 2007 mein Redaktionsbüro Digital Diva Deluxe I Media Services als Netzwerkbüro gegründet.

Wir sind ein fast klassisches Redaktionsbüro von Spezialistinnen rund um die Medienproduktion mit einem Fokus auf Corporate Communications und Digitale Kommunikations-Strategien und Medien-Formate.

Zu unseren zehnjährigen Jubiläum haben wir den gemeinnützigen Verein [Digital Diva Deluxe I The Network e. V.](#) gegründet,

der sich der Unterstützung von Frauen in Beruf, Gesellschaft und Politik verschrieben hat.

In der Regel schließen wir Projekt- oder Jahresverträge ab, unterschreiben Geheimhaltungserklärungen und werden in Change-Prozesse, Krisenkommunikation oder Überarbeitung und Weiterentwicklung unternehmenseigner interner und externer Medienproduktionen mit eingebunden.

Derzeit helfen wir dem englischsprachigen Stadtmagazin EXBERLINER bei der Digitalisierung. Für kleine Verlage, gemeinnützige Vereine und Stiftungen, hinter deren Zielen und Werten wir stehen und die wir toll finden, arbeiten wir in der Regel mit unserem Verein zusammen.

### **Wie kommst du an Aufträge und Kunden?**

Wir sind in der privilegierten Situation, dass wir in der Regel weiterempfohlen werden, nicht pitchen müssen und uns auch unsere Kunden aussuchen können. Das ist uns insbesondere in den Bereichen Public Relations und Social Media sehr wichtig.

Wir haben alle in unseren früheren Positionen die Erfahrung gemacht, dass wir unser Know-how für Unternehmen oder deren Produkte einsetzen, die wir weder fair noch nachhaltig fanden. Solche Aufträge lehnen wir heute in der Regel ab. Ich finde, man muss als Diva jeden Abend in den Spiegel gucken können und sich fragen, ob man mit seiner Arbeit dazu beiträgt, etwas zur Verbesserung der Welt beizutragen.

Ihr findet uns auf allen Social Medias – alles organisch, da wir nicht auf Masse, sondern Klasse setzen. Wir kennen also fast alle unsere Friends und Follower persönlich – mit über 20 Frauen in über zehn Jahren, kommt da eine ganze Menge zusammen.

Da wir nicht als Agentur, sondern einzeln auftreten, ist das schwierig eine Zahl zu beziffern. Ich persönlich habe auf

Facebook derzeit über 2.400 Freunde, moderiere dort die Community für unseren Verein, habe auf LinkedIn und XING +500 Kontakte, und spiele für Moodboards oder Layouts noch ein bisschen auf Instagram und Pinterest herum.

### Was tust du für die Kundenakquise?

Fast nichts, um ehrlich zu sein. Wir werden oft empfohlen und da wir immer mehr werden, und mittlerweile auch eine gewisse Reputation im Markt haben, kommen spannende Projekte zu uns.

Und wenn nicht, dann denken wir uns selber welche aus. Wir machen pro Team eher zwei bis drei große Projekte pro Jahr als viele kleine und haben nach zehn Jahren unsere Agentur-Webseite ganz aus dem Netz genommen, und durch unsere Vereinsseite ersetzt, da wir ständig Anfragen für typisch weibliche Produkte bekommen haben. Leider interessiert und das gar nicht, da wir fast alle aus Coaching/Consulting in den Bereichen Kultur, Politik und Wirtschaft kommen.

Last but not least kommen Kunden über die Arbeit, die sie von uns sehen. Ich habe letzte Woche meine allererste Kolumne geschrieben: [Herz ist Trumpf](#). Wegen dieser Kolumne hatte ich heute schon drei Kundenanfragen...

*Fannys Antworten stammen aus dem Juni 2020. Hier geht es [zur Website ihres Vereins Digital Diva Deluxe](#).*

## Patric Schmid: digitaler Unternehmer und Usability-Engineer



### Patric, bitte stelle dich kurz vor.

Servus! Ich heiße Patric Schmid und würde mich selbst als digitalen Unternehmer und Usability-Engineer bezeichnen. Die Ursprünge meiner Aktivitäten kommen aus der klassischer Software-Entwicklung, die mich bereits zu Schulzeiten fasziniert hat und haben sich immer mehr in die Richtung von UX, Usability und digitalen Schnittstellen entwickelt.

Selbständig aktiv bin ich bereits seit 2008 und mit der Gründung meiner ersten GmbH im Jahr 2013 auch als Unternehmer in verschiedenen Projekten unterwegs. Als Freelancer berate ich meine Kunden bei der benutzerorientierten Entwicklung von Software. Primär die User-Experience, also das Erlebnis des Kunden mit dem Produkt ist mir besonders wichtig. Als Unternehmer betreibe ich unter anderem [enziano.com](#) als einen digitalen Reiseführer für Wanderer und gemeinsam mit meiner Frau unter [HochzeitDIY.com](#) ein E-Commerce-Projekt in der Hochzeitsbranche.

### Wie kommst du an Aufträge und Kunden?

Der Fokus **aller** meiner Aktivitäten ist auf Content-Marketing ausgerichtet. D.h. ein Großteil der Leads und Kunden kommt „inbound“ über eine Content-Plattform. Meist sind das eigene Blogs und Webseiten

oder Gastartikel. Bezahlte Werbung wird meist ebenfalls zuerst auf einen dieser "Content-Happen" gerichtet wo der Kunde erstmal einen direkten Nutzen bekommt. Ein relevanter Pfeiler für meine Tätigkeiten als Freelancer sind natürlich auch Bestandskunden bzw. deren Empfehlungen.

### **Was tust du für die Kundenakquise?**

Ich nutze meine Content-Plattformen wie Blogs und Webseiten um dort relevante Informationen für meine potenziellen Kunden bereit zu stellen. Die erste Überlegung ist meist: „Welche Gedanken macht sich mein potenzieller Kunde kurz bevor er mein Produkt bzw. meine Dienstleistung kauft? Welche Fragen hat er dort? Welche Themen beschäftigen ihn...“

Diese Gedanken bilden zusammen mit klassischem Keyword-Research zu diesen Themen die Grundlage für Blogartikel, Gastartikel oder sonstige digitale

Angebote wie z.B. How-To Guides oder Tools. Diese Artikel erstelle ich selbst oder lasse sie gelegentlich auch mal schreiben. Je nachdem wie nah und wichtig mir das Thema ist. Ca. 50-60% des Zeitaufwands fließt anschließend nochmal in die Promotion dieses Contents, z.B. in Form von Backlinkaufbau, verteilen auf sozialen Kanälen, etc.

Auf dem Content selbst überlege ich mir welche "nächste Aktion" der Besucher dort machen kann um näher an mein Produkt bzw. Angebot zu kommen. Das kann ein "Freebie" sein, was kostenlos heruntergeladen wird, ein Newsletter oder manchmal auch direkt ein Link zum Produkt. Wichtig ist hier dem Besucher einen klaren nächsten Schritt zu geben...

*Patrics Antworten stammen aus dem Juni 2020. Hier geht es zu seiner Website als Freelancer: [uxstepbystep.com](https://uxstepbystep.com).*



## Die meisten Aufträge kommen über Empfehlungen: 7 Ideen für ein lebendiges Netzwerk

Von Moritz Orendt

Für die meisten Selbstständigen sind genau zwei Dinge wichtig, um an genug Aufträge zu kommen:

1. Gute Arbeit abliefern, damit die Kunden glücklich sind.
2. Ein lebendiges Netzwerk unterhalten, das sie weiterempfiehlt.

Das ist zumindest der Schluss, wenn ich mir die Erfahrungsdatenbank zu dem Thema anschau. Bei den meisten Selbstständigen kommt der Löwenanteil der Aufträge über Empfehlungen zustande.

Jeder seriöse Selbstständige hat das Ziel, gute Arbeit zu leisten und den Kunden zufrieden zu machen. Bei der Netzwerkpflege ist das anders und nicht alle tun sich damit leicht. Deswegen kommen hier sieben Ideen, Kontakte zu pflegen und das eigene Netzwerk zu erweitern:

### 1. Eigenes Projekt starten

Die meisten Selbstständige beginnen eigenen Projekte, weil sie Lust darauf haben. Darum habe ich den Atlas der Selbstständigkeit gestartet und das beobachte ich auch bei anderen.

Ein schöner Nebeneffekt ist aber nicht von der Hand zu weisen: Durch das Projekt wird man beim eigenen Netzwerk sichtbar und mehr Leute werden auf einen aufmerksam. Übrigens ist das meiner Erfahrung nach egal, ob das eigene Projekt eine Ausstellung, ein Buch, eine Website oder eine App ist. Es muss halt zu den eigenen Fähigkeiten und Interessen passen.

Ich habe nach dem Launch dieser Website deutlich mehr Kontaktanfragen auf LinkedIn und XING bekommen als sonst. Auch haben sich Leute bei mir gemeldet, mit denen ich schon lange keinen Kontakt mehr hatte. Ein kleineres Projekt hat sich dadurch für mich auch schon ergeben.

## 2. Meetup gründen

Wer ein Meetup gründet, um sich zu einer Expertise auszutauschen, wird automatisch zum Netzwerkknoten zu diesem Thema.

Natürlich eignet sich das nicht für jeden, weil man dafür schon gut vernetzt sein muss. Sonst kommt nämlich keiner.

Wem das zu aufwändig erscheint, kann ja erstmal regelmäßig zu Meetups gehen. Ich lerne auf kleinen informellen Veranstaltungen deutlich mehr interessante Leute kennen als auf großen Konferenzen. Und mehr Spaß machen sie mir auch.

## 3. Im Branchenverband engagieren

Mir geht es auch so, dass ich nicht nur von Kunden sondern auch von Kollegen empfohlen werde. Ich selbst empfehle auch gerne jemanden weiter, wenn ein Auftrag nicht gut zu mir passt oder noch ein weiterer Freelancer gesucht wird.

Um von Kolleginnen empfohlen zu werden, muss man erstmal welche kennen. Und wo tummeln sich viele engagierte Kollegen? Natürlich im Branchenverband. Also macht es auch aus Gründen der Netzwerkpflge Sinn, sich dort zu engagieren.

## 4. Vorträge halten

Wer Vorträge hält, wird als Experte wahrgenommen und bleibt im Gedächtnis des Publikums. Oft kommt es im Anschluss auch noch zum persönlichen Austausch, manchmal auch direkt zur Projektanfrage. Zumindest wenn der Vortrag gut war.

## 5. Aufmerksam sein

Wenn ich auf etwas stoße, das für jemanden in meinem Netzwerk interessant sein könnte, weise ich ihn darauf hin. Das kann beispielsweise ein Link zu einem spannenden Artikel, eine Marketing-Idee oder ein kleiner Fehler auf der Website sein.

Eigentlich ist das sehr einfach. Ich merke es an mir selbst, wie sehr ich mich freue

und wie dankbar ich für solche Hinweise bin. Aber ich merke auch, wie ich manchmal kurz daran denke, aber es dann doch vergesse.

Übrigens: Automatisierte Geburtstagswünsche fallen nicht unter die Kategorie „aufmerksam sein“. Mich nervt das eher.

## 6. Zur eigenen Expertise veröffentlichen

Auch vom eigenen Laptop aus lässt sich die eigene Sichtbarkeit vorantreiben und das Netzwerk aufbauen. Wer die eigene Expertise in Fachbeiträgen, zum Beispiel auf dem eigenen Blog, in Fachmagazinen oder auf LinkedIn illustriert, und dadurch an den Debatten der Branche teilnimmt, baut Internet-Bekanntschaften auf, die wertvoller sind als zufällig entstandene Offline-Kontakte.

## 7. Auf Social Media vernetzen

Als Abschluss eine einfach umzusetzende und sehr oft umgesetzte Idee: Vernetze dich mit deinen bestehenden Kontakten auf der passenden Social Media Plattform.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Auch wenn sich eure Wege in der analogen Welt trennen, bekommt ihr über Social Media noch gelegentlich mit, was der oder die andere so treibt und vergesst euch nicht komplett. Außerdem dient vor allem LinkedIn oder XING vielen als Datenbank für Kontakte, die sie regelmäßig durchgehen, wenn sie auf der Suche nach

Was ich übrigens als nervig und aufdringlich empfinde, sind Kontaktforderungen, die mir Unbekannte ohne Begründung schicken. Aus meiner Sicht bringt das niemandem etwas. Weder werden diese Leute mich empfehlen, noch ich sie. Und über zu wenig Content in der Timeline hat sich meines Wissens noch nie jemand beschwert.



## Mit deinem eigenen Buch zum „Experten“ werden

Von Dennis Fischer

Ich weiß noch genau, wie ich vor drei Jahren mit dem Speaker und Autor Martin Gaedt zum Mittagessen verabredet war. Wir wurden über einen gemeinsamen Bekannten vernetzt und er hatte damals gerade sein zweites Buch „Rock your Idea“ veröffentlicht.

Er sagte, dass sich vor allem eine Sache durch seine zwei Bücher geändert habe. Auch vorher schon war er als Gast zu Podiumsdiskussionen und Speaking-Auftritten eingeladen worden. Damals wurde er aber immer irgendwie kryptisch als Redner, Gründer oder Querdenker begrüßt.

Nach der Veröffentlichung seines ersten Buches baten sie ihn auf einmal mit den Worten „Autor und Experte“ auf die Bühne! Dadurch, dass er sein Wissen gebündelt in einem Buch zusammengefasst hatte, war er zum Experten geworden.

Auch mir ist es aufgefallen, dass man gerade im B2B-Bereich als Autor ein anderes Ansehen genießt als es Blogger, Youtuber oder Podcaster tun. Ein Buch

bedeutet eben immer noch Qualität! Dabei gibt es jedoch ein paar Aspekte zu beachten und einige Fallstricke zu vermeiden.

Wenn du auch mit dem Gedanken schwanger gehst, ein eigenes Buch zu schreiben, um deine Bekanntheit und deine Reputation zu stärken, lass mich dir drei Tipps aus eigener Erfahrung mitgeben.

### 1. Traditioneller Verlag vs. Self-Publishing

Ich dachte wirklich, ich spinne. „Das ist jetzt nicht dein Ernst“ schrieb ich an Thomas, „wir hatten jetzt so lange Zeit, das gemeinsame Buch zu veröffentlichen und jetzt soll es genau einen Tag vor meinem eigenen Buch erscheinen?“

Das Leben schreibt die besten Geschichten. Ich habe in meinem Leben noch nie ein Buch veröffentlicht und dann durfte ich im letzten Jahr neben meinem eigenen Werk „[52 Wege zum Erfolg](#)“ noch an einem weiteren Buch mitschreiben: [Think Growth](#).

Ein Buchprojekt gemeinsam mit neun anderen bekannten deutschen Autoren. Eigentlich wollten wir es schon im Juni veröffentlichen, aber das Projekt verzögerte sich durch ein paar Autoren so lange, bis es am Ende genau einen Tag vor meinem eigenen Buch erschien. Verrückt!

So hatte ich dann aber den direkten Vergleich zwischen der Veröffentlichung eines Buches im traditionellen Verlag und im Self-Publishing.

Es gibt viele gute Argumente, die für das eine oder das andere sprechen. Für mich waren damals aber zwei Dinge klar:

1. Mein eigenes Buch ist für mich kein Mittel, um Geld zu verdienen, sondern eine Art des Marketings.
2. Das Buch soll auf meine Glaubwürdigkeit und Reputation einzahlen.

Dazu kam noch ein dritter Grund: mein Ego! Ich wollte einmal in meinem Leben in eine Hugendubel-Buchhandlung gehen und mein eigenes Buch zwischen Tony Robbins und Stephen Covey liegen sehen.

Aus diesen Gründen war für mich klar, dass ich den Old-School-Weg über einen Verlag gehen möchte.

Überlege dir also, was deine Beweggründe sind ein Buch zu schreiben. Willst du damit Geld verdienen und statt 10% lieber 60-70% des Buchpreises für dich behalten? Dann solltest du ins Self-Publishing gehen. Andernfalls würde ich immer probieren beim ersten Buch einen bekannten Verlag für dich zu gewinnen!

## 2. Verkäufe und Rezensionen

Natürlich reicht es nicht für deinen „Experten-Status“ ein Buch in einem großen Verlagshaus zu veröffentlichen. Das ist nur der erste Schritt. Jetzt geht es darum, möglichst viele Exemplare zu verkaufen und natürlich möglichst gute und viele Amazon-Rezensionen zu erhalten.

Auch wenn es traurig ist, aber bei der Vermarktung kannst du alle anderen

Plattformen vergessen. Amazon ist hier der absolute Platzhirsch.

Wirst du auch skeptisch, wenn ein Buch nur 3 Rezensionen hat? Deswegen bitte deine Leser im Buch aktiv um Feedback und Rezensionen. Frage alle Freunde, Verwandte und Bekannte, die das Buch gelesen haben, ob sie dir eine Rezension schreiben können.

So kommen zumindest schon einmal die ersten 12 Rezensionen zusammen und der Rest ergibt sich dann hoffentlich organisch.

Vorausgesetzt: Das Buch verkauft sich gut!

Hier darfst du fleißig Marketing machen. Ich habe bei meinem Buch alles probiert: 300 persönliche Video-Nachrichten an meine wichtigsten Kontakte, PPC-Werbung, Podcast-Auftritte, Social-Media Kampagnen und natürlich eine PR-Agentur, die ich beauftragt hatte. Dazu jetzt mehr im dritten Tipp!

## 3. Mediale Aufmerksamkeit

Es ist schön, wenn du ein Buch hast, das in einem traditionellen Verlag erschienen ist und gute Amazon-Rezensionen hat.

Was aber noch viel mehr Wert ist, sind positive Presseberichte. Wie oben angedeutet, habe ich eine PR-Agentur beauftragt, weil mein Verlag hier leider sehr passiv war. Die Agentur hat es geschafft Redakteure von verschiedenen Zeitungen und Zeitschriften für mich zu begeistern: Handelsblatt, WirtschaftsWoche, Business Punk oder Hamburger Abendblatt sind nur eine Auswahl.

Natürlich schafft solch eine externe Rezension und die damit einhergehende Reichweite nochmal jede Menge Vertrauen bei meinen Kunden.

Ein schöner Nebeneffekt ist, dass ich die Zitate aus der Presse und die Logos auf meiner Website und bei Amazon verwenden kann, was sich wieder positiv auf die Verkäufe des Buches auswirkt.

### Die wichtigsten Learnings in Kürze

Lass uns also die wichtigsten Learnings zusammenfassen: Ich unterstelle dir einfach einmal, dass Inhalte, Covergestaltung und der Titel deines Buches sehr gut und für deine Zielgruppe passend gewählt sind. Das ist für mich die Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches Buch, das auf dein Personal Branding einzahlt.

Dann solltest du dir überlegen, ob du einen traditionellen Verlag wählst oder das Buch im Self-Publishing veröffentlichst. Als nächstes prüfst du, wie viel Marketing und PR dein Verlag macht und den Rest nimmst du selbst in die Hand. Siehe die Ausgaben als Investition in dich und dein Unternehmen.

Zum Schluss darfst du proaktiv nach Rezensionen und Feedback fragen. Das schafft nicht nur Vertrauen, sondern gibt dir noch wertvolle Impulse, was du beim nächsten Buch besser machen kannst!

### Was sich für mich geändert hat

Zum Abschluss interessiert dich vermutlich, ob es mir wie Martin in der Einleitung ergangen ist?

Die Antwort ist ein klares „Ja“. Auf der einen Seite habe ich gemerkt, dass sich die öffentliche Wahrnehmung in meinem Kollegen-, Freundes- und Bekanntenkreis verändert hat. Es war ein wenig so, als hätte ich eine Doktorarbeit geschrieben. Auch bei Kunden wurde ich oft positiv auf das Buch angesprochen. Ebenso erlebe ich weniger Diskussionen über meine Tagessätze seitdem das Buch erschienen ist.

Wenn du allerdings hoffst, dass danach alle DAX-Konzerne bei dir Schlange stehen und dich als Speaker buchen wollen, muss ich dich enttäuschen. Bei mir kam noch erschwerend Corona hinzu, aber dennoch bleibt der Beruf als Autor und Speaker harte Arbeit und nach dem ersten Buch sollten für deinen „Experten-Status“ noch weitere folgen!

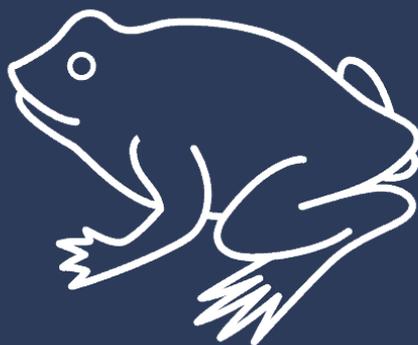
Ich wünsche dir viel Erfolg und freue mich von dir zu hören!

Dennis

### Über Dennis Fischer



Dennis Fischer studierte Internationales Management in Reutlingen und Reims. Nach Stationen bei Start-ups hat er 2016 den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt. Dennis Fischer arbeitet als Autor, Speaker, Trainer und Innovationsberater. 2019 hat er sein Buch [52 Wege zum Erfolg – Die besten Ideen aus 500 Business-Ratgebern](#) beim Wiley Verlag veröffentlicht.



## Der Frosch muss warten, bis ich die nötige Energie habe – Warum jeder seinen Arbeitsrhythmus kennen sollte

Von Heiko Kunzmann

Denke ich an Studienzeiten, fällt mir oft folgendes Bild ein: Mein WG-Mitbewohner, der schon seit 7 Uhr früh wie festgeschraubt am Schreibtisch seine Projektarbeiten tippt. Nachmittags hatte er sein Pensum geschafft. Ich aber – hatte oft noch nicht mal angefangen. Vor Zehn kam ich schwer aus'm Bett, dafür wurde ich am Spätabend immer produktiver und saß bis Mitternacht vorm PC.

Auch heute tickt mein Biorhythmus immer noch nicht anders. Kreativ sein am Morgen – no way, sehr schwierig!

Klar habe ich mich dem Arbeitsalltag angepasst, kann im Redaktionsdienst auch früh um Vier Nachrichten schreiben. Die beste Arbeitstemperatur für kreative Projekte allerdings erreiche ich erst am Abend.

Alle Versuche, das dauerhaft zu ändern, waren mäßig erfolgreich. Frühmorgens am Schreibtisch erschienen plötzlich viele Mails als sehr dringlich, ebenso wie

irgendwelcher Organisationskram. „Nur noch einmal kurz Twitter checken, dann fange ich sofort an“ – na klar ;-). Das Ergebnis: Zumeist Frust über mangelnde Disziplin und das eigene Zeitmanagement.

Und du, geht es dir auch so? Kämpfst du auch oft gegen das schlechte Gewissen, zu spät loszulegen? Und findest dich immer wieder in derselben Schleife?

### Die innere Uhr umprogrammieren: Schwierig!

Ich habe lange versucht, meine innere Uhr umzuprogrammieren. Bis mich jemand fragte: Warum eigentlich?

Seitdem versuche ich, die Tagesaufgaben meinem Rhythmus anzupassen und nicht umgekehrt. Anrufe, Einkäufe, Routinedinge sind das Morgenprogramm. Wichtiges wird im abendlichen Kreativhoch erledigt. Dann läuft es schneller von der Hand, die Ergebnisse sind besser. So spare ich am Ende Zeit und fühle mich insgesamt zufriedener.

Jeder sollte seinen kreativen Rhythmus kennen: Denn das bringt qualitativ besseren Output, spart Frust und schont die eigenen Energieressourcen. Gegen die innere Uhr ankämpfen ist zumindest für mich schwer.

Anderen Arbeitsbedingungen hingegen konnte ich mich anpassen. So bin ich durch das Großraumbüro an eine Art Hintergrundrauschen gewöhnt. Beim Arbeiten zu Hause wiederum brauche ich Stille. Hänge ich beim Texten an einer Formulierung, hilft oft schon ein kurzer Gang in ein anderes Zimmer: [Bewegung bringt die kognitiven Fähigkeiten in Schwung](#), wie zwei Wissenschaftler der Stanford University und der Santa Clara University vor ein paar Jahren nachwiesen.

Ich brauche eine To Do-Liste mit den Tagesaufgaben, um die Arbeit zu portionieren. Und ich versuche den Tag etwas zu „überbuchen“, um mit dem so entstandenen Druck mehr zu schaffen.

Überhaupt, Termindruck: Für viele Journalisten und auch für mich schon immer ein wesentlicher Antrieb und ein durch die Redaktionsarbeit geprägtes Arbeitsmuster. Erst wenn eine Deadline naherückt, sprudeln die Ideen.

Und noch etwas hat sich im Lauf der Jahre herausgestellt: Das „[Eat the Frog](#)“-Prinzip – erledige Unangenehmes zuerst – funktioniert bei mir nicht. Der Frosch muss warten, bis ich die nötige Energie habe.

Oft richten wir unsere Arbeitsbedingungen unbewusst bereits gut auf die eigenen Bedürfnisse aus. Wenn du genau weißt, welches Umfeld Deine Kreativität am besten pusht, kannst du dich umso leichter in einen Modus bringen, in dem die Ideen gut fließen.

### Was bringt dich in den kreativen Flow?

Beobachte doch mal, wann du die besten Ergebnisse lieferst. Brauchst Du wie ich einen gut strukturierten Tag mit einer To do-Liste – oder hast du alles im Kopf?

Arbeitest Du gern in Gesellschaft oder lieber allein? Was verhilft dir zu guten Gedanken: Eine Tasse Kaffee oder doch eher Tee? Musik oder Stille?

Zu welchen Hilfsmitteln greifst du lieber: Papier und Bleistift oder spezielle Apps? Bringen dich visuelle Stützen wie etwa Skizzen weiter, um den Ablauf neuer Projekte zu ordnen?

Brauchst du regelmäßig kleine Pausen? Oder kannst du locker von Frühstück bis Mittag durchziehen?

Welche Arbeitsumfelder haben dich in den letzten Jahren geprägt? Ist es vielleicht hilfreich, je nach Aufgabe die Umfelder zu wechseln: Mal in ein Co-Working-Büro, mal an den eigenen Schreibtisch?

### Kreativität läuft in Phasen ab

Klar ist: Wir können unserer Kreativität einen Kick geben, wenn wir wissen, wie und unter welchen Umständen wir am besten arbeiten. Für Franz Liszt war es die Natur in Bellagio am Comer See, die ihn inspirierte. Von Friedrich Schiller heißt es, er habe in der Schreibtisch-Schublade immer ein paar faulige Äpfel gelagert, weil er den Geruch zum Schreiben brauchte.

In diesem Zusammenhang ist es zudem gut, den [Ablauf kreativer Prozesse](#) zu kennen. Um zu sehen, an welcher Stelle du gerade stehst.

Und dass es ganz normal ist, dass nach dem Formulieren der Aufgabe und dem Sammeln erster Lösungsideen (Phase 1) du dich erstmal mit anderen Dingen beschäftigen solltest. Während dieser Zeit der Inkubation (Phase 2) ordnet das Gehirn weiter die gesammelten Fakten. In Phase 3 kommen schließlich die ersehnten Gedankenblitze, anschließend werden die Ideen fixiert und ausgefeilt.

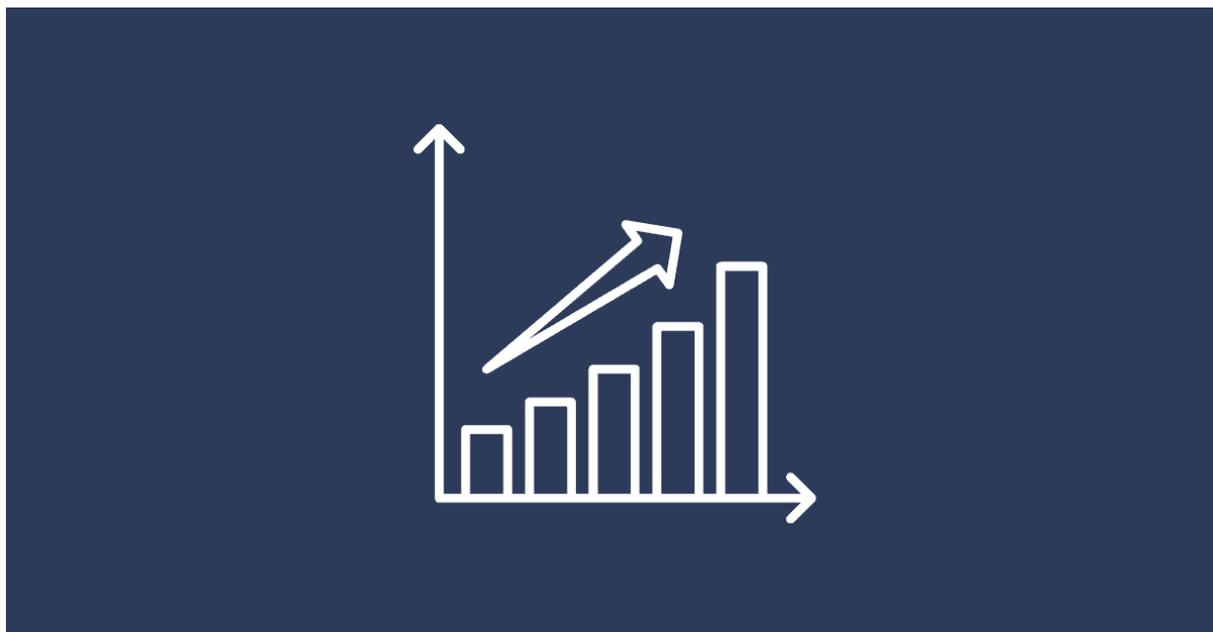
Dabei lohnt es sich, ab und an die Stellschrauben zu drehen und etwas auszuprobieren. Eine Kreativitätstechnik, auf die ich erst vor kurzem stieß und die großen Spaß macht, sind die sogenannten [Writing Prompts](#): Spielerische Textideen, wenn partout mal kein Thema einfällt.



Oder: Mal eine andere Schreibsoftware verwenden. Zum Schreiben in ein neues Café gehen, wenn diese wieder geöffnet haben, oder ein Co-Working-Büro ausprobieren. Oder: Sich auch mal eingestehen, dass es heute nichts wird mit dem Schreiben und Steuerkram und Hausarbeit einfach besser zum Tag passen.

### **Über Heiko Kunzmann**

[Heiko Kunzmann](#) ist freier Journalist und Dozent in Leipzig und heute vorwiegend fürs Fernsehen unterwegs (ZDF und MDR). Er studierte an der TU Dresden und der University of Sussex in Brighton und bloggt selbst auch unter [medienpraxis.blog](#).



## Vom Freelancer zur Agentur – ein Erfahrungsbericht

Von Ronja Menzel

Was will ich beruflich machen? Wie will ich arbeiten? Wo will ich leben? Das waren die drei großen Fragen, die mich eigentlich meine ganze Studentenzeit hindurch beschäftigten. Auf der Suche nach Antworten hangelte ich mich von Praktikum zu Praktikum und stellte immer nur fest, was ich nicht wollte: Eingespannt in irgendeinen Konzern sein, in dem ich am Schreibtisch meine Zeit absitzen musste. 5 Tage die Woche, acht Stunden am Tag, 40 Jahre lang bis zur Rente. Ein Albtraum für mich.

Also entschied ich mich gegen Ende meines Studiums für die Selbstständigkeit. Ich wusste nicht genau, wie und was ich anbieten sollte – ich wusste nur, dass das Leben als Freelancerin mir das versprach, was ich mir aus tiefstem Herzen wünschte: Freiheit.

Da ich Germanistik studierte und schon seit Kindertagen das Schreiben liebte, fing ich an für Kunden zu texten. Meine ersten Auftraggeber erreichte ich über Facebook-Gruppen. Sie suchten Freelancer für Textaufgaben und Social Media – ich war

bereit alles zu lernen, was meine Arbeit als Selbstständige wertvoller macht. Schließlich startete ich mit dem grandiosen Stundenlohn von 10 Euro. Genauso viel wie in meinem Studentenjob, dachte ich damals noch naiv, nur dass ich die Arbeit sogar gemütlich vom Sofa aus erledigen konnte. Dass davon als Selbstständige auch die Krankenkasse, Ausfalltage, Urlaub und Altersvorsorge bezahlt werden mussten, war mir damals noch nicht so richtig klar.

**Logisch: Je größer die Erfahrung, desto mehr Aufträge**

Über die Jahre sammelte ich Erfahrung: Ich spezialisierte mich beim Texten auf SEO und mit meinen Kompetenzen stieg auch mein Stundenlohn. Auch die Anzahl meiner Kunden und Aufträge wuchs über die Jahre. Je mehr Jobs ich machte, desto öfter wurde ich weiterempfohlen. Irgendwann merkte ich, dass ich die Aufträge zeitlich alleine gar nicht mehr bewältigen konnte und holte mir eine virtuelle Assistentin ins Boot. Mittlerweile ist auch noch eine Social Media Managerin mit an Bord, da Social

Media relativ häufig von Kunden angefragt wird, ich diesen Job aber nicht wirklich gerne mache.

Und genau da stellt sich jetzt die Frage – wie gehe ich vom Einzelunternehmer den Schritt zur Agentur? Irgendwie stecke ich nämlich gerade genau in diesem Prozess fest.

### Endstation Freelancer: An diesen Punkten stößt du als Einzelkämpfer an deine Grenzen

- Die Kunden möchten meist mehrere Dienstleistungen abgedeckt haben, also nicht nur SEO und Texte, sondern auch Newsletter-Marketing, Social Media oder SEA. Dienstleistungen, in denen ich nicht überall Experte sein kann.
- Meine Zeit allein reicht nicht mehr für alle Aufträge aus.
- Mit mehr Zeit könnte ich Akquise betreiben, dadurch noch mehr Aufträge an Land ziehen und das gesamte Business hochskalieren.

Ich wäge ab – was sind eigentlich die Vor- und Nachteile einer eigenen Agentur? Welche Risiken bringt dieser Schritt mit sich und warum lohnt er sich überhaupt?

### Die Vorteile der Gründung einer Agentur

#### Höherer Stundensatz

Während als Freelancer der Stundensatz in meinem Bereich meist zwischen 50 und 70 Euro liegt, fangen Agenturpreise eigentlich erst ab 100 Euro an. Da die Agentur laufende Kosten, wie Mitarbeiter oder ein festes Büro, hat, lassen sich diese Preise leichter rechtfertigen. Außerdem arbeiten im Agentur-Team bestenfalls echte Experten, die natürlich ausreichend bezahlt werden müssen. Auch Preisverhandlungen lassen sich als Agentur leichter führen, denn als Einzelunternehmer kannst du leichter preislich „gedrückt“ werden, als ein Team von mehreren Leuten, bei denen der Preis feststeht.

#### Mehr Zeit für Akquise

Als Freelancer fehlt meist die Zeit für Akquise. Als Agentur ist sie meist ein wichtiger Bestandteil des Tagesgeschäfts. Da jetzt mehr Leute mitarbeiten, müssen Aufträge gesichert sein. Außerdem lassen sich die Aufgaben besser verteilen, so dass sich ein Teammitglied Zeit nehmen sollte, aktiv Akquise zu betreiben.

#### Mehr Kapazitäten für größere Projekte

Mit mehreren Leuten im Team lassen sich mehrere verschiedene Dienstleistungen anbieten. Dadurch kann eine Agentur flexibler auf größere Projekte oder Unternehmen reagieren. Ein Unternehmen sucht Spezialisten für SEO, SEA und WordPress? Als Einzelunternehmer kommt man da leicht an seine Grenzen, während man als Agentur mit Experten dem Kunden „alles aus einer Hand“ anbieten kann.

#### Ein Ort, an dem Kunden sein können – Der Vorteil von Google My Business

Ein Vorteil einer Agentur ist, dass sie meist an einem festen Ort ist, wo Kunden hinkommen können. Ein Büro, in dem das Team gemeinsam arbeitet und Auftraggeber bei einer Tasse Kaffee empfangen werden, um neue Projekte zu besprechen. Zweiter Vorteil an diesem festen Standort ist die Nutzung von Google My Business. Immer mehr Menschen suchen nicht nur über Google, sondern auch über Google Maps nach Keywords wie „Seo Agentur München“ oder „PR Agentur Kreuzberg“. Dank Google My Business wirst du diesen Interessenten dann mit deiner Adresse und Telefonnummer angezeigt.

#### Die Nachteile einer Agentur-Gründung

##### Höhere Kosten

Mitarbeiter, ein festes Büro, Equipment, mehr Aufwand bei der Buchhaltung – eine Agentur ist natürlich mit höheren Kosten verbunden, als wenn du allein in deinem Wohnzimmer vor dich hin arbeitest. Vor dem Schritt zur Agentur solltest du dir also genau ausrechnen, wieviel Budget du im Monat zur Verfügung hast und ob es reicht,

um alle Kosten inklusive deinem eigenen Gehalt abzudecken.

### **Mehr Verantwortung**

Mehrere Mitarbeiter und ein fester Standort bedeuten natürlich auch weitaus mehr Verantwortung. Du kannst nicht mehr so einfach Aufträge ablehnen und stattdessen „Spaß-Projekte“ annehmen, die dir vielleicht mehr Freude bereiten, aber weniger Geld einbringen. Als Agentur bist du schließlich nicht mehr nur dein eigener Chef, sondern musst dein Team bezahlen.

### **Die große Frage: Zusammenarbeit mit Angestellten oder Freelancern?**

Sobald du deine Agentur gründest, stellt sich die wichtige Frage: Möchtest du einen Angestellten, der Vollzeit für dich und dein Business arbeitet oder bleibst du lieber flexibel mit einem Freelancer? Zwar ist ein Angestellter vom Stundensatz deutlich preiswerter als ein Freelancer, aber dazu muss dessen Arbeitszeit auch effizient genutzt werden. Krankheits- und Urlaubstage mit eingerechnet. Der Vorteil eines Angestellten ist, dass er ausschließlich für dich arbeitet und sich somit viel mehr auf deine Projekte konzentriert, als ein Freelancer, der für viele verschiedene Kunden im Einsatz ist.

### **Fazit: Freelancer oder Agentur**

Freelancer zu werden geht relativ schnell und ohne viel Aufwand. Manchmal reichen zwei Kunden aus, um seine Kosten zu decken und flexibel mit einem hohen Maß an Freiheit und Eigenverantwortung arbeiten zu können. Im Laufe der Zeit kommt aber jeder gute Freelancer an seine Grenzen. Er muss sich entscheiden entweder Aufträge abzusagen, für die er keine Zeit mehr hat, oder diese Aufträge outzusourcen. Entscheidet sich der Freelancer für Letzteres, ist der erste Schritt hin zur Agentur schon gemacht. Ob man dann ein Büro anmietet, Mitarbeiter einstellt oder selbst Freelancer beauftragt, gilt es abzuwägen. Reichen die Aufträge bisher? Könnte man noch akquirieren? Welche Dienstleistungen bieten sich noch

an, um mehr Kunden zu bekommen? Noch wichtiger ist aber auch die eigene Einstellung: Will ich überhaupt mehr Verantwortung und einen größeren organisatorischen Aufwand oder bin ich als Freelancer glücklich? Mehr Geld zu verdienen, reicht langfristig nämlich sicher nicht als Motivation allein aus.

Ich taste mich derzeit langsam an das Agenturleben heran. Mit der Unterstützung meiner virtuellen Assistentin und meiner befreundeten Social Media Managerin schaffe ich es bereits, mehr Aufträge zu anzunehmen, als ich allein bewältigen könnte. Zeit für Akquise bleibt allerdings noch lange nicht. Und auch den Traum vom eigenen Agentur-Büro habe ich mir bisher noch nicht erfüllt. Noch warte ich ab, wie sich die Auftragslage entwickelt. Spätestens nächstes Jahr möchte ich aber eine Entscheidung treffen, ob ich noch mehr Aufgaben delegiere oder lieber weniger Aufträge annehme.

### **Über Ronja Menzel**



Ronja Menzel ist Germanistin und freiberufliche SEO-Texterin. Auf ihrem Blog [generationy.de](http://generationy.de) schreibt sie über die vielen Wehwehchen ihrer Generation und den Weg in die Selbstständigkeit. Ausgehend von ihren Erfahrungen hat sie den [Online-Kurs Freelancer werden – Dein Start in die Selbstständigkeit](#) entwickelt.



## Wie schaffst du das? Ein Interview mit Milena Glimbovski über Erfolg, Arbeitsteilung und Privilegien

Von Moritz Orendt

### Über Milena Glimbovski



Milena Glimbovski ist Unternehmerin, Autorin und Zero-Waste-Aktivistin. Bekannt wurde sie vor allem durch die Gründung des Lebensmittelladens [Original Unverpackt](#), das mit einem Crowdfunding über 100.000 € finanziert wurde.

Danach hat sie den Verlag [Ein guter Plan](#) mitgegründet und die zwei Bücher [Ohne Wenn und Abfall](#) und [Einfach Familie Leben](#) geschrieben.

Ich finde das einen sehr beeindruckenden Output, insbesondere, weil sie auch noch Mutter ist und ich als Vater weiß, wie viel Zeit und Energie man für ein kleines Kind braucht. Mich interessiert schon länger, wie man als junges Elternteil unternehmerisch erfolgreich wird oder bleibt und sich trotzdem gleichzeitig für eine enkeltaugliche Welt einsetzen kann. Kann das klappen? Wenn ja, wie? Dazu habe ich mit Milena telefoniert.

**Du bist Geschäftsführerin und Gründerin von zwei erfolgreichen Unternehmen und Mutter eines kleinen Kindes. Außerdem engagierst du noch sehr für den Klimaschutz. Wie bringst du das alles unter einen Hut?**

In der einen Firma Ein guter Plan bin ich nicht mehr operativ tätig. Dort habe ich

mich Stück für Stück rausgezogen, indem ich zuerst Bereiche abgegeben habe und dann nur noch Geschäftsführerin war. Und jetzt schaue ich nur noch ab und zu mit auf die Finanzen.

Original unverpackt führe ich als Geschäftsführerin mit 33 Mitarbeiter\*innen. Wir haben zwei Läden, einen Online-Shop und eine eigene Produktlinie. Und für diese ganzen Bereiche gibt es eigene Mitarbeiter, die Leitungspositionen innehaben und ihre Aufgaben sehr verantwortlich übernehmen und toll meistern.

Das ist eine Firma, die funktioniert, auch finanziell, und dadurch Menschen beschäftigen kann. Deswegen kann ich Verantwortung und Aufgaben abgeben.

Ich bin in einer sehr privilegierten Position. Durch meine Stellung als Geschäftsführerin habe ich eine Assistentin, der ich solche Sachen – wie heute den Termin vereinbaren – machen lassen kann. Das musste ich auch erst mal lernen.

### **Also gibst du viel ab und dadurch ist Freiraum da für das, was dir wichtig ist?**

Aber selbst wenn ich abgebe, muss ich das briefen, ich muss gucken, dass die Person das verstanden hat, ob es erledigt wird, und gegebenenfalls Feedback geben. Es ist weniger aufwändig als es selber zu machen. Vor allem, wenn man es schon lange miteinander arbeitet, wie es mit meiner Assistentin und mir der Fall ist.

Aber trotzdem kostet das natürlich Ressourcen. Das ist nicht zu unterschätzen.

### **Hast du einen festen Stundenplan, mit dem du zwischen beruflichem und privatem Leben trennst?**

Wir haben gerade keine Kinderbetreuung. Das heißt, wir machen alles selber. Wir haben eine sehr strikte Zeitaufteilung, die wir entsprechend den Umständen auch anpassen.

Grundsätzlich ist es so, dass wir Schichten haben. Die 9 bis 13 Uhr-Schicht und die 13 bis 17 Uhr-Schicht. Das heißt, ich arbeite

vier Stunden am Tag konzentriert. In der Zeit habe ich in meinem Arbeitszimmer meine Ruhe und kümmert sich mein Freund ums Kind.

Und dann arbeitet er halt nachmittags. Oder wir tauschen. Wir haben einen Stundenplan, der für jeden Tag dann auch anders aussieht. Je nachdem, wie es gerade passt.

### **Und passt es immer? Weil Arbeit hat meiner Erfahrung nach die Eigenschaft, sich auszudehnen und dann mehr Zeit einzunehmen.**

Ja, aber die muss dann fertig sein. Wenn nicht, hat man Pech gehabt. Dann muss es halt bis morgen warten oder man macht es noch abends in seiner eigenen Freizeit.

Wenn es wirklich ein Weltuntergang wäre, dass wir nicht fertig werden, müssen wir ein bisschen länger machen. Aber eigentlich muss man es schaffen.

Ab 17 Uhr haben wir Familienzeit. Da wird Essen gemacht und gekocht und Zeit zusammen verbracht.

Dann bringt einer von uns das Kind ins Bett. Das ist auch festgelegt, wer das macht und wer die Nacht mit dem Kind verbringt. So müssen wir nicht jeden Abend diskutieren, wer ihn ins Bett bringt und es ist fair 50/50 aufgeteilt. Natürlich machen wir hier Ausnahmen, zum Beispiel, wenn einer müde ist oder was anderes ansteht.

Dieser Stundenplan sorgt dafür, dass ich weiß, wann ich arbeite. Instagram, E-Mails und alles an Arbeitskram versuche ich in diese vier Stunden zu packen. Mein Handy habe ich nicht dabei, wenn ich mich um das Kind kümmere. Manchmal mache ich abends noch was auf Instagram, aber sonst nichts Arbeitsbezogenes.

**Ich habe schon öfter von vier verschiedenen Typen von Arbeit gelesen, die zu einem ausbalancierten Leben dazu gehören: Erwerbsarbeit, Familien bzw. Beziehungsarbeit, Gemeinwesensarbeit und Weiterentwicklung. Kennst du das? Was hältst du davon?**

Ähm, nein. Haushaltsarbeit war nicht dabei?

**Haushaltsarbeit, na ja. Also bei Beziehungsarbeit im Englischen heißt es Care-Arbeit. Vielleicht ist da Haushaltsarbeit mit gemeint.**

Hmm, vielleicht ist es dann eine Frage der Übersetzung. Im feministischen Kontext wird ja sehr viel von Care-Arbeit gesprochen und das ist die Betreuung des Kindes oder von Angehörigen. Das ist ein riesiger Batzen.

Aber dann kommt Haushaltsarbeit noch oben drauf. Wir haben auch unsere Haushaltsarbeit akribisch aufgeteilt. Mein Freund ist für alles, was mit der Küche zu tun hat, verantwortlich. Da mache ich im Prinzip nichts, außer meinen Teller wegzuräumen.

Ich putze und räume die ganze Wohnung auf. Jeden Tag verbringe ich mindestens eine halbe bis dreiviertel Stunde nur mit aufräumen. Und da ist putzen noch nicht drin. Dann verbringe ich noch zwei bis drei Stunden am Wochenende nochmal mit aufräumen und putzen.

Für mich ist das ein richtiger Batzen, der über die Woche zusammen kommt. Also zweieinhalb Stunden unter der Woche und nochmal zwei Stunden, drei Stunden am Wochenende. Sind fünf Stunden die Woche, die ich mit mit Haushalt verbringe. Mindestens. Wäsche und so etwas kommt auch noch dazu.

Das heißt, nach Erwerbsarbeit und Care-Arbeit kommt bei mir die Haushaltsarbeit. Bevor irgendwas Anderes kommt. Und das ist nicht, weil ich einen Reinigungsfimmel habe, sondern weil das notwendig ist. Mir

ist wichtig, dass diese Haushaltsarbeit gesehen wird.

Und Weiterentwicklung... Ich weiß nicht, ob das als Arbeit gesehen werden kann. Also sich selber fortzubilden, nicht?

**Genau. Sich weiterzubilden, seinen Interessen nachgehen.**

Ich dachte, das nennt man Hobbys...

**Okay... Ich habe das als sehr schlüssig empfunden, dass es eben nicht nur eine Art Arbeit gibt, sondern mehrere Bereiche des Lebens und alle auch wichtig sind. Klar, da kann oder sollte man Haushaltsarbeit vielleicht noch explizit dazu nehmen.**

**Gemeinwesensarbeit sollte eigentlich auch jeder machen, finde ich. Aber das fällt bei vielen hinten runter. Dazu haben die meisten keine Zeit.**

Die nehmen sich nicht die Zeit. Das ist ja immer die Frage. Das nicht keine Zeit haben, sondern sich die Zeit nicht nehmen. Ich könnte ja auch am Wochenende weniger putzen und zwei Stunden irgendwo Freiwilligenarbeit machen und damit die Gemeinde hier unterstützen.

**Klar. Aber ich glaube, dass bei vielen die Erwerbsarbeit so dominant ist, dass sie gar nicht den Raum für andere Arbeiten haben.**

Ja, total. Aber es muss nicht immer die Erwerbsarbeit sein. In unserem Fall ist es gerade die Care-Arbeit, die wegen Corona so krass überhandnimmt. Dass man einfach nicht den Kopf und die Kapazitäten – psychisch und physisch – hat, irgendwas Anderes zu machen.

Eines der Themen, auf das du mich angesprochen hast, war Aktivismus. Mein Aktivismus besteht gerade daraus, ein paar Sachen auf Instagram zu teilen. Und das ist für mich kein Aktivismus.

Aktivismus ist eine Demo organisieren, rausgehen, Pressearbeit machen, Briefe an Politiker schreiben, sich organisieren und zu Themen vernetzen. Ich leite nichts an, ich teile mal was. Also mein Aktivismus

pausiert gerade, weil durch Care-Arbeit meine Kapazitäten sehr stark gebunden sind.

### **Ja, ich kenne das auch, dass Care- und Haushaltsarbeit überhandnehmen.**

Was mir immer wichtig ist: Dass man bei „Wie schaffst du das?“-Fragen Privilegien mitbedenken muss. Zum Beispiel Privilegien finanzieller Natur. Und man zum Beispiel nur Care-Arbeit für Kinder macht und nicht noch für andere Angehörige oder Menschen mit Behinderung.

Ich habe wichtige Privilegien, die andere halt nicht haben.

Ich habe einen Partner, mit dem ich mir alles fifty-fifty teile. Das haben die wenigsten Frauen. Sie müssen erst mal mit ihrem Partner oder Partnerin streiten, wer was macht. Und wie oft. Bei uns ist dieser Streit wirklich minimal, behaupte ich jetzt mal. Weil wir da einmal die Aufgaben verteilen und ein System haben.

Ich habe eine Firma, ich habe Mitarbeiter und Assistenten. Und Geld für Raumpflege.

Weil ich in einigen Bereichen wirklich abgegeben habe, und nicht andauernd irgendwelche To-Do-Listen im Kopf behalten muss, habe ich weniger mentale Belastung und viele Kapazitäten.

Ich finde es total wichtig, diese Privilegien aufzuzeigen. Damit Leute sich nicht fragen, „Warum schafft sie das und ich schaffe das nicht?“.

### **Würdest du sagen, du hast dir deine Privilegien auch erarbeitet?**

Nein. Ja. Jein. Ich habe mir meine Privilegien erarbeitet, weil ich andere Privilegien habe. Ich hatte auch meine 50, 60-Stunden-Woche. Aber im Nachhinein weiß ich nicht, ob das den größten Unterschied gemacht hat. Dadurch habe ich vor allem gelernt, wie ich nicht arbeiten möchte.

Ich habe meine Privilegien einfach so bekommen:

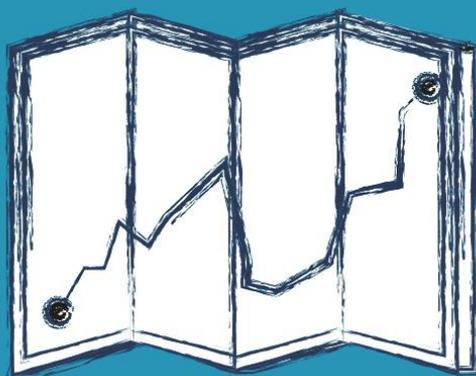
- Ich bin weiß.
- Ich klinge deutsch.
- Ich habe keinen Akzent.
- Ich habe einen deutschen Namen.

Ich habe bestimmte Fähigkeiten: Ich kann ganz gut quatschen und bin auch nicht schlecht im Marketing.

Und mit vielen Fähigkeiten und einer guten Idee zum richtigen Zeitpunkt und einem tollen Team, konnte ich mir bestimmte Dinge erarbeiten. Aber ich würde nie sagen, weil ich früher so superviel gearbeitet habe, habe ich jetzt genug Geld und so weiter.

Dass ich einen Freund gefunden habe, der bereit ist, alles mit mir zu teilen, ist zum Beispiel einfach krass viel Glück. Krass lange gesucht, aber einfach krass viel Glück gehabt. Nur weil jemand lange sucht und viel datet, heißt das nicht, dass er einen genauso tollen Freund findet wie ich.

### **Danke Milena, dass du dir die Zeit genommen hast.**



## Berufliche Weiterentwicklung: Wohin des Weges, Selbstständiger?

Von Moritz Orendt

Ich bin selbstständig. Da gibt es keine Beförderung und keinen Karriereweg. Darum ist eine berufliche Weiterentwicklung weder vorgezeichnet noch selbstverständlich.

Das letzte Jahr war ich viel in Elternzeit. Doch jetzt unternimmt mein Sohn die ersten Schritte bei einer Tagesmutter. Deswegen habe ich auf einmal mehr Zeit und kann mir über berufliche Weiterentwicklung Gedanken machen.

Grundsätzlich empfinde ich [meine Arbeitssituation](#) als angenehm und privilegiert. Jetzt radikal etwas anderes zu machen, dafür gibt es keinen Grund.

Für mich, und auch für die meisten Solo-Selbstständigen, sehe ich diese Entwicklungsmöglichkeiten:

### Größere Projekte und mehr Umsatz

Das ist wohl der Klassiker der Weiterentwicklung: Die eigene Arbeitsauslastung hochfahren und dabei die Bezahlung pro Stunde zu erhöhen. Das geht am einfachsten, wenn man für große

Unternehmen arbeitet, weil die Projekte komplexer und größer sind und man höhere Preise ansetzen kann.

### Meine Perspektive auf diese Möglichkeit:

Eigentlich arbeite ich gerne für kleine Unternehmen, weil dort mein Impact viel unmittelbarer zu erfahren ist. Da ich meine Arbeitszeit gerade weiter erhöhe, bin ich aber offen für neue Projekte und setze aktuell bei Anfragen meinen Preis höher als bisher an.

### Agentur

Das ist ein Weg, den viele Solo-Selbstständige im Erfolgsfall irgendwann automatisch gehen. Die Projekte werden zu groß oder zu viele oder beides gleichzeitig, als dass man alle Aufträge alleine bewältigen kann. Also stellt man Leute an und wird zur Agentur, wodurch man dann wieder mehr und größere Projekte akquirieren kann.

### Meine Perspektive auf diese Möglichkeit:

Ich verstehe die Verlockung, die eigene

Arbeitskraft durch Mitarbeiter zu verstärken. Allerdings hat der Kapitalismus einen dann auch am Kragen, weil man auf Teufel komm raus Projekte und Umsatz akquirieren muss, um seine Mitarbeiter zu bezahlen und sonstige Fixkosten zu decken. Dieser Druck kann einen in Projekte zwingen, für die man weder Lust noch die Expertise hat.

### Freelancer-Kollektiv

Nicht nur Agenturen können größere und lukrativere Aufträge gewinnen. Das kann auch als Zusammenschluss mehrerer Selbstständiger klappen, die unter einer gemeinsamen Marke auftreten. Ein Beispiel für so eine gemeinsame Marke ist [Little Futures](#) von zwei New Yorker Beratern, die unter diesem Namen ihre Kräfte bündeln und so eine ganz spezielle Art von Projekten angehen wollen. Beide bearbeiten auch weiterhin alleine Aufträge. Ein Beispiel aus München sind die [Techgenossen](#), die als Selbstständige im Verbund sinnvolle digitale Produkte bauen wollen.

### Meine Perspektive auf diese Möglichkeit:

Ich glaube, dass sich so ein Zusammenschluss aus dem persönlichen Netzwerk entwickeln muss. Als wichtig erachte ich, dass bei so einem losen Verbund alle mit Freude und Engagement bei der Sache sind und auch jedem klar ist, was er davon hat. Prinzipiell finde ich so etwas einer Agentur überlegen: In einem Netzwerk gleichgestellter und kompetenter Partner zu arbeiten, ist für mich deutlich attraktiver als in einer Agentur, in der ein Chef die Ansagen macht – selbst wenn ich der Chef bin.

### Eigene Projekte

Die Grundidee ist einfach und verführerisch. Man setzt seine Fähigkeiten nicht für Kunden ein, sondern für ein eigenes Projekt. So baut zum Beispiel ein App-Entwickler eigene Apps, die er dann über den App Store vertreibt. Oder ein Online-Marketeer setzt einen eigenen Online-Shop auf, in dem er Cashew-Kerne übers Internet verkauft. Oder ein Journalist

setzt ein eigenes Online-Magazin zu seinem Lieblingsthema auf und vermarktet es selbst.

### Meine Perspektive auf diese Möglichkeit:

Die Idee ist einfach, aber die Umsetzung ist aufwändig. Wichtig finde ich dabei, dass man genug zeitlichen und finanziellen Spielraum hat. Eigene Projekte sind meistens nicht die Arbeitszeit wert, zumindest wenn man sie rein monetär mit Kundenprojekten vergleicht. Dafür warten auch einige Vorteile auf den Selbstständigen: Man lernt viel, es ist oft eine gute Referenz und gutes Marketing. Außerdem stärkt man die eigenen Unabhängigkeit, weil man unabhängig von der Auftragslage daran arbeiten und im besten Fall auch Geld verdienen kann.

### Wissensprodukte

Technisch wird es zunehmend einfacher, einen Online-Kurs zu erstellen oder ein Buch zu veröffentlichen und so die eigene Expertise zusätzlich zu vermarkten. Deswegen tun dies wohl auch immer mehr Selbstständige. Und in der Theorie ist das natürlich auch eine profitable Angelegenheit, weil sich so das Einkommen von der eigenen Arbeitszeit entkoppelt.

### Meine Perspektive auf diese Möglichkeit:

In der Praxis ist es dann aber oft anders. Da es so viele Bücher und Online-Kurse gibt, ist es sehr schwer, da herauszustechen. Dass sich ein Wissensprodukt so oft verkauft, dass die hineingesteckte Arbeit am Ende mit dem eigenen normalen Stundensatz vergütet wird, ist selten. Da mir so etwas aber eigentlich Spaß macht, finde ich es trotzdem interessant. Außerdem schaut es natürlich auch gut nach außen aus, wenn man sich so als Experte positioniert. Aber in der Online-Marketing-Nische ist es besonders zäh, weil da die Content-Flut noch ausgeprägter ist.

## Unternehmensgründung

Gerade als Selbstständiger, der vorwiegend in einem Bereich arbeitet, sieht man die gleichen Problemstellungen wieder und wieder. Wenn man da eine intelligente Lösung baut, die sich automatisieren lässt, hat man schon fast alle Zutaten für eine erfolgreiche Firma beisammen und kann diese, dank der Flexibilität als Selbstständiger, auch noch nebenbei aufbauen.

### Meine Perspektive auf diese Möglichkeit:

Dass dies funktionieren kann, dafür gibt es viele Beispiele. Das bekannteste aus München ist wohl Ryte. Aber ich habe so eine automatisierbare Lösung momentan nicht im Programm und eine Firma aus reiner Begeisterung zu gründen, [das habe ich schon hinter mir](#).

## Festanstellung

Viele Selbstständige wechseln nach ein paar Jahren in eine Festanstellung. Sei es, weil die Aufträge auf einmal ausgegangen sind oder weil man sich in einen Auftraggeber und dessen Team verliebt hat und am liebsten nur noch für den arbeiten möchte.

### Meine Perspektive auf diese Möglichkeit:

Momentan fühle ich mich wohl als Selbstständiger und genieße auch die unterschiedlichen Impulse aus unterschiedlichen Projekten. Aber der Unterschied zwischen Selbstständigkeit und Anstellung ist nicht sehr groß, wenn man bei der richtigen Firma angestellt ist. Hier ist einer der seltenen Erfahrungsberichte von einem, der zurück in die Anstellung gewechselt ist und mit dieser Entscheidung glücklich ist: [The unexpected pleasures of returning to employment from freelance life](#).

## Etwas komplett anderes als zweites Standbein

Manche Selbstständige sind nicht nur in einem Kompetenzbereich unterwegs,

sondern in mehreren. Neben der eigentlich Cash Cow kommt dann noch eine weitere Tätigkeit hinzu. Zur Zeit besonders in Mode ist nach meiner anekdotischer Beobachtung Yoga-Lehrer, systemischer Coach und SCRUM-Master. In südlichen Ländern ist das wohl noch viel verbreiteter. [Über einen Griechen auf Kreta](#): Nach dem Abi hatte er Informatik studiert, im Frühling begleitet er Touristen auf Wanderungen durch die kretischen Berge, im Sommer arbeitet er als Kellner in einer Taverna, im Herbst erntet er Oliven und im Winter geht er auf Reisen durch die ganze Welt. Nebenbei programmiert er Webseiten für Reiseanbieter und macht den besten Cappuccino der Insel.

### Meine Perspektive auf diese Möglichkeit:

Das wirkt auf mich erstmal sympathisch. Wenn das Interesse in einem Bereich so groß ist, dies auch zu einem Job auszubauen, sehe ich erst einmal nichts, was dagegen spricht. Aber ich glaube, das macht keinen Sinn, so etwas anzugehen, wenn man noch keine Begeisterung für das potenzielle zweite Standbein mitbringt.

## Berufliche Weiterentwicklung konkret angehen

Ich sehe diese acht Möglichkeiten, sich als Selbstständiger weiterzuentwickeln. Aber ich glaube nicht, dass ich irgendetwas davon erzwingen kann. Es muss sich alles selbst entwickeln und ergeben. Was ich konkret tun kann: Meinen Interessen folgen, mich weiterbilden (und dafür auch was zu bezahlen), über meine Interessen schreiben (dann finde ich die Leute, die meine Interessen teilen), interessante Projekte akquirieren und den Mut haben, eigene Projekte zu starten, wenn ich eine Idee habe.

Insgesamt finde ich auch wichtig, über die Frage nach seiner Arbeit nicht zu sehr zu verkrampfen. Ich lebe nicht, um zu arbeiten. Ich arbeite, um zu leben. Solange die Kasse stimmt, gibt es keinen Grund nervös zu werden.



## Eigene Projekte als kreative Regeneration – Interview mit Vivi D’Angelo

Von Moritz Orendt

### Über Vivi D’Angelo



Vivi D’Angelo ist selbstständige Fotografin und spezialisiert auf den Bereich Food. Sowohl als Studio- als auch als Reportagefotografie rotieren ihre Aufträge um die Themen Lebensmittel, Kochen, Genießen, aber auch Lebensmittelherstellung in all seinen Facetten. Hier geht es zu [ihrer Website](#).

Vivi D’Angelo habe ich vor ungefähr sieben Jahren kennengelernt. Damals waren wir Büronachbarn und sie stand ganz am Anfang ihrer Selbstständigkeit als Fotografin. Seitdem habe ich sie online nie aus den Augen verloren.

Regelmäßig fliegen in meinen Social Media Streams ihre wirklich besonderen Fotos zu Lebensmitteln und Essen vorbei (zu ihrem [Instagram-Account](#)). So habe ich auch mitbekommen, dass sich Vivi regelmäßig Zeit für eigene Projekte nimmt.

Das finde ich besonders interessant, weil viele Selbstständige ja auch selbstständig geworden sind, um selbstbestimmt arbeiten zu können und das bei eigenen Projekten einfach am besten funktioniert. Das ist auch mit ein Grund, warum ich den Atlas der Selbstständigkeit gestartet habe. Bei Auftragsarbeiten bestimmt am Ende doch jemand anderes, nämlich der Kunde.

Trotzdem ist es gar nicht so einfach, sich als Selbstständiger den Raum für eigene Projekte zu nehmen. Eigene Projekte sind

meistens nicht die Arbeitszeit wert, zumindest wenn man sie kurzfristig und rein monetär mit Kundenprojekten vergleicht. Aber dafür lohnen sie sich auf eine andere Weise. Dazu habe ich Vivi befragt und sie konnte einiges erzählen.

### **Warum bist du eigentlich selbständig geworden?**

Fiese Frage. Hmm. Ich habe immer wieder mit dem Gedanken, selbständig zu sein, geliebäugelt. Aber nach der Uni wollte ich erstmal das machen, was ich studiert habe.

### **Was hast Du studiert?**

Ich habe zuerst Journalismus und Kommunikationswissenschaften studiert und dann einen Master in Kommunikation für Kulturerbe gemacht. Mit dem Werdegang hätte ich eigentlich von einem Museum eingestellt werden wollen, oder sollen. Aber es stellte sich dann heraus, dass es sehr schwierig ist, ausschließlich mit dieser spezifischen Ausbildung in dem Bereich einen Job zu finden.

Als Plan B wollte ich was im Catering oder in der Veranstaltungsgastronomie machen. Aber um das so umzusetzen, wie ich das wollte, hätte ich selbst ein Unternehmen gründen müssen. Das hat mich abgeschreckt.

Während dieser Phase, in der ich nicht genau wusste, was ich beruflich machen möchte (das war 2012) tauchte eine Agentur auf und suchte jemanden, der die Blogs der Villa Stuck [renommiertes Kunstmuseum in München] und des Jüdischen Museum Münchens betreut.

Die Betreuung der Kommunikation einer Kultureinrichtung war ja genau mein Ding. Ich wurde dann "feste Freie" der Agentur und machte mich dafür selbständig. Die ganzen Papiergeschichten hat dafür ein Steuerberater übernommen, der mir von meinem Auftraggeber empfohlen wurde – und so bin ich in die Selbstständigkeit fast hineingerutscht.

### **Wie ist es mit deiner Selbstständigkeit dann weitergegangen?**

Die dauernde Verfügbarkeit des Agenturlebens war nichts für mich. Ich war nach einem Jahr schon am Durchdrehen. Außerdem kam es zu Unstimmigkeiten wegen anderer Auftraggeber, Überschneidungen in den Themenbereichen.... Darum habe ich dort wieder aufgehört.

Eine kurze Zeit lang bin ich dann in ein kleines Loch gefallen, aber bald hatte ich schon ein paar kleinere Aufträge von anderen Kunden, die mich über Wasser gehalten haben.

### **Was hattest du damals für Aufträge und Kunden?**

Die meisten Kontakte kamen über ein Netzwerk, das ich schon während des Jahres in der Agentur aufgebaut hatte, im Gastrobereich, sowie im Kulturbereich.

Der erste längerfristige eigene Auftraggeber war ein Cafe, das es leider nicht mehr gibt. Das hatte ich für die Agentur betreut. Als sie erfahren haben, dass ich weg bin, haben sie der Agentur gekündigt, mich kontaktiert und gefragt, ob ich das weitermachen könnte, weil sie sich bei mir so wohl gefühlt hatten. Schuldgefühle hoch tausend natürlich, aber ich habe trotzdem zugesagt. Das war dann bestimmt ein Jahr lang meine Haupteinnahmequelle.

Außerdem hatte ich schon mehrmals mit den Kulturkonsorten gearbeitet, ein Netzwerk, das Museen bei der Entwicklung ihrer Präsenz im digitalen Raum berät. Darüber kam ich dann dazu, bei verschiedenen Kultureinrichtungen (u.A. die PLATFORM und das Maximiliansforum) zu arbeiten. Es war am Anfang auch viel Eventkram dabei, viel Social Media Betreuung und manche Jobs, bei denen ich mir schon damals dachte, dass ich das auch nicht ewig machen möchte. Auf jeden Fall eine wild gemischte und momenteweise schwierige Übergangsphase – aber das hat sich ja alles dann gut entwickelt.

### **Wie hast Du es dann geschafft, dass Du vor allem Sachen machst, die Dir gefallen? Da stehst Du doch jetzt, oder?**

Ja, schon. Ich mache auch jetzt noch Kompromisse, zu Beispiel bei Aufträgen, die vielleicht inhaltlich nicht soooo spannend sind, aber bei denen ich die Kunden so unfassbar gerne mag.

Prinzipiell ist es schon so, dass ich versuche, mir meine Jobs herauszusuchen. Auch weil es einfach von der Zeit her nicht reicht, alle Anfragen anzunehmen.

Ich glaube, es gab einen Knackpunkt, ab dem es so richtig anlief. Ich bin Autodidaktin und habe mir das Fotografieren selber beigebracht. Ich fand es immer doof, dass es damals keine Kurse, keine Fortbildung, keine Schulung oder Workshops oder so etwas gab. Deswegen habe ich zu mir gesagt:

*“Wenn ich mal  
irgendwann das Gefühl  
habe, ich kann es gut,  
dann biete ich so etwas  
an.”*

Dieser Zeitpunkt kam dann, das war irgendwann 2015 – mittlerweile denke ich, dass ich da auch immer noch viel zu wenig drauf hatte. Zu lernen hat man ja eh immer. Aber nun ja, so habe ich angefangen, Workshops anzubieten.

### **Workshops für was?**

Für Foodfotografie, vor allem gedacht für Anfänger und für Blogger. Also die Grundlagen. Das kam supergut an.

Dadurch ist mein erstes “eigenes” Netzwerk entstanden. Ich habe alle ein bis zwei Monate einen Workshop mit acht Teilnehmern gemacht... und so bin ich wahrscheinlich den Leuten mehr in Erinnerung geblieben, sie haben an mich gedacht, wenn jemand nach Foodfotografen suchte... und es schwappten immer wieder Aufträge auch über diese Kontakte zu mir rüber.

### **Wie haben die deinen Workshop gefunden? Ich stelle es mir gar nicht so einfach vor, dass immer jemand kommt.**

Es gab da wirklich eine Lücke, weil zu dem Zeitpunkt noch niemand solche Workshops in München angeboten hat. Ich kannte nur zwei Anbieter in ganz Deutschland: Die einen in Berlin und die anderen in Frankfurt. Außerdem wollte ich es so hürdenlos wie möglich machen und habe – im Gegensatz zu den paar anderen (in meinen Augen überbezahlten) Anbietern – einen fairen Preis verlangt. Ein bisschen was lief über Freunde, Bekannte, erste Kunden. Ein paar “Influencer” haben das dann noch digital gestreut. Und nach dem ersten Workshop fing dann die Mund zu Mund Propaganda an. Zum Ende hin waren die Workshops dann jedes Mal ziemlich schnell ausgebucht.

### **So hast du also dein initiales Netzwerk verstärkt.**

Ich glaube schon. Wenn man immer wieder mit einem Thema sichtbar wird, dann bleibt man auch mehr in Erinnerung. Deswegen denken die Leute an mich, wenn sie Fotos brauchen.

In meiner Nische gibt es in München schon sechs, sieben gute Leute. Aber ich bekomme online kaum mit, was die machen.

Ich habe nebenher immer wieder Sachen – wie zum Beispiel den Fotografie-Workshop – angeboten. Da ich immer versuche, die sichtbar zu machen, werde ich selber dadurch auch sichtbar, obwohl das eigentlich gar nicht der primäre Gedanke dabei ist.

### **Was hast du alles so nebenbei angeboten?**

Die Workshops habe ich etwa zwei Jahre lang regelmäßig gemacht, dann habe ich schweren Herzens beschlossen, aufzuhören. Erstens ist meine Location weggefallen, zweitens hatte ich das Gefühl, dass ich wieder mehr Energie brauche, um mich selber weiterzubilden und nicht andere. Eigentlich wollte ich mir

also Zeit nehmen, um mich selbst spezifischer fortzubilden, aber dann kam mir die Idee der Food Talks dazwischen. Die Food Talks sind kleine Veranstaltungen, die ich nach Feierabend bei mir im Studio gemacht habe.

### **Was sind die Food Talks genau?**

Die Idee zu den Food Talks kam, als ich mein Studio gemietet habe und das Gefühl hatte:

*“Jetzt habe ich so coole Räume und die benutze nur ich alleine. Das ist irgendwie schade.”*

Mein Studio besteht aus einem Shootingraum und einer Küche. Diese Küche habe ich selber einbauen lassen, von einem Bekannten, der ein tolles Händchen für Inneneinrichtung hat.

Die war gerade am Anfang so wunderschön, dass ich da unbedingt mehr draus machen musste als dort nur für Shootings zu kochen.

Da fiel mir auf, wie viele unterschiedliche Leute ich kenne, die in einem speziellen Bereich Expertise haben. Bäcker, Wurstmacher, Schlachter, Spirituosenhändler. Eine gute Freundin ist Esskulturhistorikerin, ein anderer Kumpel ist Nose To Tail Experte [Dabei geht es darum, alle Teile eines Tieres zu verwerten]. Es ist echt eine gute Mischung dabei. Mein Gedanke war, dass ich die selber immer so viele Sachen frage und so viel wissen will und ich es schön fände, wenn die ihr Wissen auch mit mehr Menschen teilen können.

Außerdem hatte ich nach Feierabend selten etwas zu tun, weil die meisten meiner Freunde auf einmal mit Kindern zu Hause saßen. Dann habe ich also angefangen, einmal im Monat Food-Experten zu mir einzuladen, die sich dann auch selbst durch den Abend leiten. Ich mache nur die Organisation drumherum.

### **Gibt es die Food Talks noch?**

Es wird sie wieder geben, sobald es sich wieder gut anfühlt, Leute in einen Raum zu

pferchen. Meine Küche ist echt klein, was immer einen lustigen Effekt gab, wenn Leute das erste Mal kamen:

*“Oh, die Küche ist winzig, wir sind zu zehnt, oh Scheiße.”*

Und zum Schluss war dieses eng auf eng mit ein Grund für neue Freundschaften und neue Connections. Leute zusammenzubringen gab mir immer ein gutes Gefühl.

Also, die Talks wird es wieder geben. Ich überlege auch gerade, ob eine Outdoor Version möglich ist.

### **Zusätzlich zu diesen Veranstaltungen machst du auch noch regelmäßig andere, eigene Projekte, oder?**

Ja. Sagt dir Stefan Sagmeister etwas?

#### **Nein.**

Der hat eine erfolgreiche Kreativagentur in New York, die alle sieben Jahre ein Jahr zumacht – so wie beim Sabbatjahr in der Bibel.

Er gibt sich und seinen Mitarbeitern dieses Jahr, um eigene Projekte zu machen. Zur kreativen Regeneration und Auffrischung der eigenen Interessen.

Den Gedanken fand ich total spannend. Nur war es für mich unvorstellbar, ein Jahr Pause zu machen, und vor allem, sieben Jahre auf diese Pause zu warten. Ich versuche also, einen Monat im Jahr einem freien Projekt zu widmen.

Wobei so ein freies Projekt immer auch einen Schweiß hat. Das muss ich vorher zumindest grob planen und danach aufarbeiten. Deswegen ist es doch ein bisschen mehr, oder ein bisschen weniger. Aber so grob geschätzt, ist ein Monat pro Jahr mein Ziel.

2018 und 2019 habe ich gemeinsam mit einer guten Freundin, der Foodnomadin und Gastroberaterin Antje de Vries, eine Reise nach Bali gemacht.

Außerdem habe ich über eine längere Zeit eine Dokumentation gemacht in einem

kleinen handwerklichen Schlachthof bei Fürstenfeldbruck. Die Balireise wurde zu einer wirklich schönen Reportage über Essen und Spirituelle rituale, es wird nun zu einem Buch verarbeitet, das (leider durch die Coronakrise verschoben) 2021 erscheint.

Die Schlachthofserie habe ich als Popup unter dem Namen "Morgens um vier stirbt das Schnitzel" ausgestellt. Das bekam auch weit mehr Resonanz, als erwartet, ich versuche sie gerade noch irgendwo anders zu zeigen.

### **Wie entscheidest Du jedes Jahr, was Du machst?**

Mein Ansatzpunkt ist immer eigenes Interesse. Eigentlich möchte ich mich von dem Gedanken nicht blockieren lassen, dass sich etwas nicht verkauft.

Aber natürlich motiviert es, zu wissen, dass jemand damit danach noch etwas machen kann. Weil ich auch keine Projekte mache, um sie dann in die Schublade zu stecken. Ich merke, wie ich mich immer wieder bremse mit Gedanken wie:

*"Oh warte mal, aber das interessiert ja keinen."*

Aber andererseits denke ich mir dann, vielleicht muss man einfach das Interesse wecken. Ab und zu einfach mal etwas zu machen, weil es Spaß macht, hilft total. Man weiß ja nie, welche Wellen es schlägt.

Was ich dann konkret mache, ergibt sich irgendwie. Eine Tür muss aufgehen.

### **Magst du ein Beispiel dafür nennen?**

Eine Idee für dieses Jahr ist aus einem lustigen Zufall entstanden, wieder im Gespräch mit Antje de Vries, mit der ich auf Bali war und auch mittlerweile echt

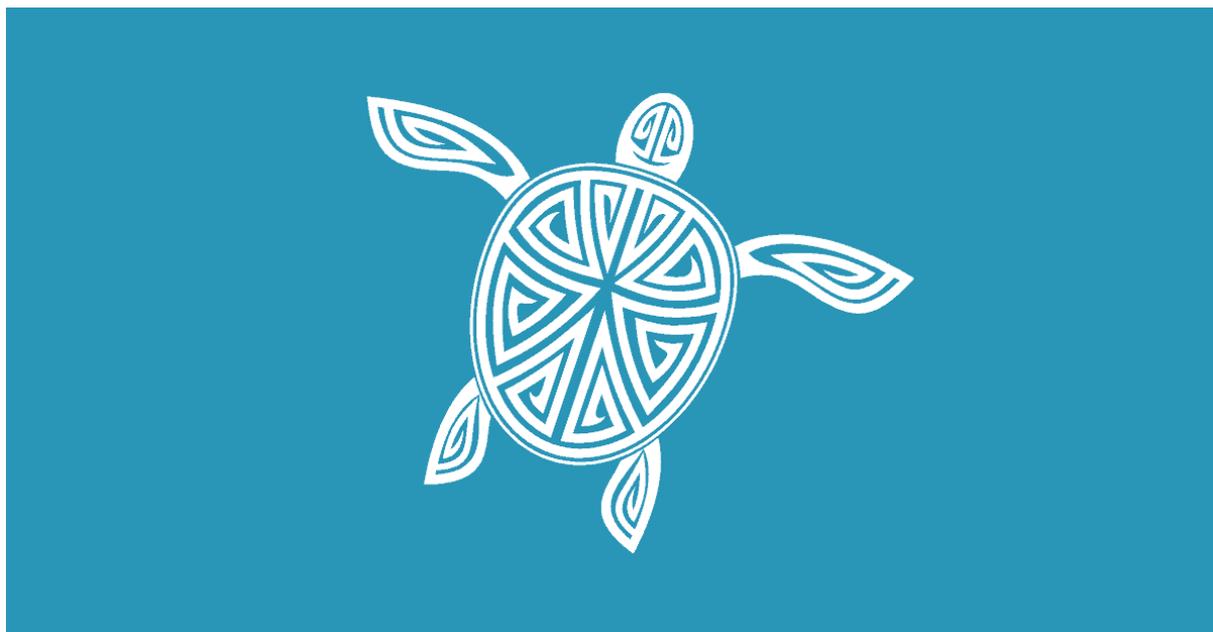
viel zusammenarbeite. Sie reist wegen ihrer Beratungstätigkeit viel und saß dann eines Tages in einem Flixbus neben der Bundeskulturreferentin des Verbands der Siebenbürger Sachsen. Mit ihr hat sie sich super gut verstanden und total lang geratscht, auch über den kulturellen und kulinarischen Melting Pot, der sich dort ergeben hat, dadurch dass da allerhand zusammenfließt, aus Ungarn, Rumänien, Deutschland.

Superwitzig, dass sich diese Verbindung auftat, denn ein Teil meiner Deutschen Familie ist von dort, also aus Siebenbürgen, in Rumänien, ausgewandert. Dann kam zufälligerweise noch eine Fernsehsendung, wo ein Koch nach Siebenbürgen geschickt wurde und dort ein traditionelles Gericht nachkochen musste.

Also haben wir uns gedacht, dass es total cool wäre, dahin zu fahren und eine Geschichte darüber zu machen. Es motiviert außerdem noch mehr, wenn ein Projekt eine positive und aktuelle Message hat, wie in diesem Fall: wie wichtig und bereichernd die Vielfalt der Kulturen ist. Positivbeispiele zu zeigen fühlt sich für mich auch besser an als irgendwie belehrend und mit so einem "schimpfenden" Aktivismus zu handeln.

Jetzt gerade bin ich noch am Überlegen, ob sich das Reisen dieses Jahr richtig anfühlt oder nicht. Mal gucken. Wenn nicht, dann gibt es vielleicht auch ein lokales Projekt. Es ist ja auch so, dass Einschränkungen einen kreativer werden lassen.

**Vielen Dank, Vivi! Und viel Erfolg weiterhin, besonders bei deinen eigenen Projekten.**



## Slow Business als Weg zu einer zufriedenen Selbstständigkeit? Ein Interview mit Katrin Rönicke

Von Moritz Orendt

### Über Katrin Rönicke

Katrin Rönicke produziert seit 2013 Podcasts. 2017 gründete Katrin zusammen mit Susanne Klingner das Podcast-Label [hauseins](#). Für hauseins stehen Qualität, Nachhaltigkeit und Fairness im Mittelpunkt jeder Produktion. 2018 hat sie auf der Republica den Talk "[Mach langsam! Ein Podcast-Label als Slow Business](#)" gehalten, der auch der Anstoß für dieses Interview war.

### Euer Podcast-Label hauseins bezeichnest du als Slow Business. Was verstehst Du darunter?

Ein, wie der Name schon sagt, langsames Geschäftsmodell. Einerseits bezieht sich das auf die Frage des Wachstums. Also, wie schnell wollten wir wachsen? Wie schnell wachsen wir auch tatsächlich?

Andererseits bezieht sich das aber auch auf die Art und Weise, wie wir arbeiten. Wir sind zwei, Susanne Klingner und ich, und wir haben mittlerweile fünfzehn Leute, die



FOTOCREDIT: MAXIMILIAN HEINRICH

auf Honorarbasis für uns arbeiten. Wir versuchen alle pfleglich zu behandeln, damit niemand ausbrennt, sondern es allen gut geht und jeder auch in Ruhe arbeiten kann.

Ich kenne ein Interview mit Alex Blumberg, dem Gründer des Podcast-Labels Gimlet, in dem er gesagt hat, dass er die ersten zwei Jahre weder für seine Familie, noch für seine Freunde, noch für sonst irgendwen da war.

Und das ist ein Ansatz, gegen den wir uns ganz aktiv entschieden haben. Für uns steht im Vordergrund, dass es uns gut geht und dass wir eine gute Arbeit machen. Wir machen langsam und schauen, was entsteht.

**Ein Unternehmen mit fünfzehn Leute, die auch bezahlt werden möchten, kommt mir jetzt nach drei Jahren gar nicht so langsam vor...**

Da hast du schon recht, das ist cool. Trotzdem, es gibt diesen anderen Ansatz: *Grow big or go home.*

Diesen Ansatz beobachte ich bei vielen Firmen um uns herum, gerade auch in der digitalen Medienwelt. Leute wollen sehr schnell sehr groß werden und müssen das auch, weil Geld reinkommen muss.

Oft gibt es dann noch Investoren, die zusätzlich darauf drängeln, einen bestimmten Gewinn abzuwerfen. Wir haben uns beispielsweise aktiv gegen Investoren entschieden, weil das nicht zu unserer Idee des Slow Business passt.

Also, wie man sieht, auch wenn wir sagen, wir machen langsam, wachsen wir trotzdem.

**Ihr seid ein Podcast-Label. Podcasts gelten als langsames Medium und sind damit wahrscheinlich ein perfektes Match für ein Slow Business. Habt ihr da optimale Voraussetzungen, euer Geschäft als Slow Business aufzuziehen? Glaubst du, es ist auch für andere gut durchführbar?**

Ja, wahrscheinlich haben wir einen Vorteil, was das angeht. Außerdem sind wir nicht bei null gestartet, sondern es gab einige unserer Podcasts vorher schon. Auch hatten wir schon gut laufende Produktionen.

Dadurch sind wir mit einem gewissen Standing gestartet und konnten uns Energie sparen. Wenn ich als neue Firma auf den Markt trete und dort komplett unbekannt bin, muss ich natürlich mehr Energie aufwenden, um sichtbar zu werden.

Also, wir hatten sicherlich ein paar sehr gute Startbedingungen.

Aber ich glaube, dass es schon möglich ist, vieles von dem, was wir machen, auch in andere Bereiche zu übertragen. Zum Beispiel hatten wir erst einmal auch noch ein Standbein außerhalb von hauseins. So war klar: Wenn hauseins nicht klappt, dann haben wir auch noch etwas Anderes und es hängt nicht unser Leben davon ab. Wir haben uns am Anfang immer so viel um hauseins gekümmert, wie gerade ging, neben der anderen Arbeit, Kindern, Familie und Freunden. Ich glaube, dieses klein starten ist auch für andere Gründungen übertragbar.

**Hattet ihr eigentlich einmal einen Konflikt zwischen Geld verdienen und langsam machen oder ging das immer Hand in Hand?**

Nein, bisher nicht. Das liegt aber auch daran, dass wir sehr früh gesagt haben: „Also, wir machen langsam. Dadurch ist die Arbeit ordentlich. Und dadurch, dass die Arbeit ordentlich ist, nehmen wir auch einen Preis, der die Arbeit dann gut bezahlt.“

Ich glaube, man kommt schnell in Geldnot, wenn man sich unter Wert verkauft. Wenn man aber für gute Arbeit einen guten Preis nimmt, dann muss man nicht so wahnsinnig viel arbeiten, damit genug reinkommt.

### **Beobachtest du einen Trend in die Richtung Slow Business?**

Als ich mich vor zwei Jahren mit dem Thema befasst habe, bin ich auf schon viele andere gestoßen, die vor mir das Thema aufgemacht haben.

Da hatte ich das Gefühl, da passiert etwas und man versucht, ein bisschen anders zu wirtschaften. Und das geht darüber hinaus, dass man sich nicht so einen Druck macht und jeden Schritt überlegt und in Ruhe geht.

Es ist auch wichtig, nachhaltig zu sein. Wir fahren zum Beispiel mit der Bahn und fliegen nicht.

Ich glaube, dass nachhaltiges und lebensfreundliches Wirtschaften von mehr und mehr Unternehmen angestrebt wird.

Lebensfreundlich wird oft als familienfreundlich abgehandelt, gerade wenn, wie bei uns, Frauen involviert sind. Ich denke, dass es nicht nur mit Familien zu tun hat, weil es ja auch andere Gründe gibt, ein Leben neben dem Beruf zu haben: Freunde, Hobbies, Ehrenamt...

Gleichzeitig ist das eine sehr privilegierte Diskussion. Ich glaube, dass es einfach bestimmte Bereiche gibt, wo das eher möglich ist. Bereiche, die neuer sind oder sich in der digitalen Sphäre abspielen.

Wohingegen der Postbote kein Slow Business hat. Der hat auch keine langsame Arbeit. Da achtet niemand darauf, ob der seine Arbeit in Ruhe machen kann, sondern der kommt in einen größeren Hof mit vielen Mehrfamilienhäusern und lädt ganz schnell bei einem für alle im Hof die Post ab, weil er es einfach nicht schafft, bei jedem einzeln zu klingeln.

Es gibt gesellschaftliche Bereiche, seien es jetzt die Paketdienste, die Restaurants

oder die Cafés, die unter einem enormen Druck stehen, billig zu sein. Wir haben die Möglichkeit, gute Preise zu nehmen und dafür in Ruhe arbeiten. Diese Möglichkeit gibt es in diesen Bereichen oft nicht.

Ich würde zum Beispiel gerne bei DHL zwei, drei Euro mehr bezahlen, wenn dafür dann die Lieferanten nicht so einen Stress haben. Aber die Option gibt es leider nicht.

Aber jegliche gesellschaftliche Veränderung muss irgendwo erst einmal ausgetestet werden. Und dann ist es gut, wenn es mehr und mehr Unternehmen gibt, die sagen: „Wir machen das jetzt anders und ein bisschen menschenfreundlicher.“

### **Zum Abschluss: Was tust Du, wenn FOMO ausbricht, also die Angst etwas zu verpassen, weil ihr langsamer arbeitet? Oder kennst du dieses Gefühl gar nicht?**

Wenn man sich anschaut, was in den letzten Jahren auf dem Podcast-Markt passiert ist, dann kann man da schnell FOMO bekommen. Weil so viele neue Podcasts dazugekommen sind. Bei vielen sind Promis dabei, Instagram-Influencer oder YouTuber oder was weiß ich. Es gibt auf einmal Podcasts mit Leuten, die ein wahnsinniges Publikum ziehen.

Dagegen sind wir wahrscheinlich eher ein Indie-Label. Da kann man schon einmal Angst bekommen, etwas zu verpassen. Aber was mache ich dann?

Ich blicke zuerst auf meinen Kontoauszug und schaue, ob ich gut leben kann. Dafür ist zum Beispiel ein Indiz, ob ich mir meinen Jahresurlaub leisten kann.

Ich frage mich dann auch, ob es mir gut geht. Also: Habe ich einen Nachteil davon, dass auf einmal Hinz und Kunz Podcasts machen und die Charts stürmen?

Nein, eigentlich geht es mir genauso gut wie vor zwei Jahren. Es hat nichts mit mir persönlich gemacht, dass die anderen da sind und ich nicht mehr ganz vorne in den Charts dabei bin. Unsere Podcasts werden immer noch super gehört und haben in der

Regel auch ein immer noch wachsendes Publikum.

Außerdem frage ich mich: Mag ich das, was ich mache? Also: Höre ich unsere eigenen Podcasts gerne? Habe ich das Gefühl, dass sie wichtig sind, dass sie etwas bewegen, dass sie vom Publikum gemocht und diskutiert werden?

Da hilft das Feedback, das wir bekommen. Wir haben richtig tolle Communities um die Podcasts herum geschaffen. Zum Beispiel haben wir es beim Lila Podcast jetzt geschafft innerhalb von einem Jahr über 3000 Instagram-Follower aufzubauen. Das ist für uns krass. Viele unserer Projekte sind auch HörerInnenfinanziert. Die würde

es ohne HörerInnen gar nicht geben. Und dass das funktioniert, ist natürlich auch wunderbares Feedback.

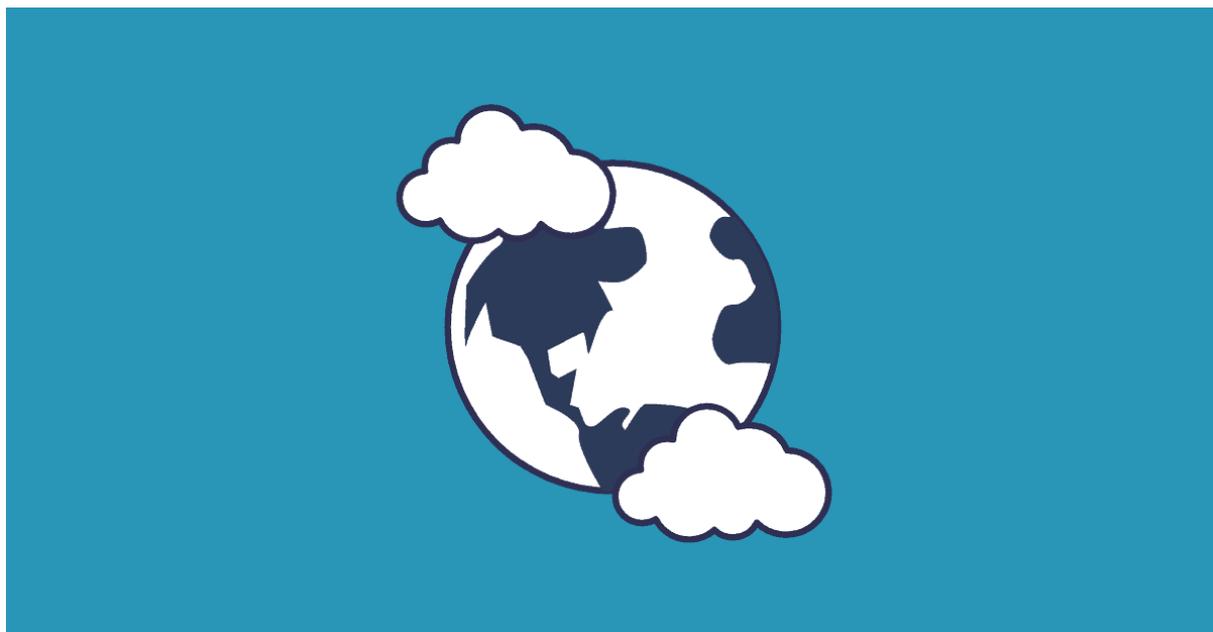
Also nochmal zusammengefasst, ich stelle mir diese Fragen:

Geht es mir gut? – Ja, mir geht es gut.

Und was mache ich so für Projekte? Sind die irgendwie sinnvoll? Sind die gut? Und bringen die einen Mehrwert in die Welt? – Ja, das machen die.

Dann geht es eigentlich auch meistens mit der FOMO wieder.

**Vielen Dank für das Interview, Katrin.**



## Umweltschutz als Selbstständiger: 10 konkrete Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit

Von **Moritz Orendt**

Das individuelle Handeln eines selbstständigen Kleinunternehmers wird die Ökokrise nicht lösen. Aber mit jedem Pionier, der vorangeht, erhöht sich der Druck auf die politischen und wirtschaftlichen Dickschiffe, endlich auch nachhaltig zu wirtschaften.

Jedes Beispiel, das zeigt, wie es geht, bringt große Konzerne wie [Siemens](#) und RWE mehr in Erklärungsnot. Mit jedem Unternehmer, der enkelgerecht handelt, schwindet auch die politische Begründung, den umweltzerstörenden Status Quo zu konservieren. Dann muss nämlich die umweltzerstörende Wirtschaft nicht mehr zwingend bewahrt werden, weil ein immer größerer Teil der Wirtschaft unsere Erde kaum zerstört.

Bevor ich jetzt meine Ideen für mehr Umweltschutz ausführe, will ich kurz auf die Dringlichkeit der Lage aufmerksam machen. Wir alle sind gut darin, zu verdrängen. Doch das könne wir uns nicht leisten:

Die [Arktis brennt](#) gerade. Auch hier wird es deutlich wärmer. Die Durchschnittstemperatur ist in Deutschland in den letzten 130 Jahren um [1,6 Grad Celsius](#) gestiegen. Schon in den nächsten fünf bis zehn Jahren wird sich der Temperaturanstieg bei uns [weiter beschleunigen](#).

Dazu kommt: Eine [Million Arten sind akut vom Aussterben](#) bedroht. Der Mensch sorgt für das sechste Massensterben der Erdgeschichte. Die Auswirkungen davon sind sicherlich gravierend. Wie gravierend ist jedoch noch kaum abzuschätzen.

Ich hoffe, das war genug Ansporn, spätestens jetzt ins Handeln zu kommen. Unser Vorteil als Selbstständige: Wir können alleine sofort entscheiden, welche Maßnahmen wir für mehr Umweltschutz umsetzen.

Hier kommen die zehn Maßnahmen, die mir eingefallen sind:

## 1. Ressourcenschonend ins Büro fahren

Der PKW-Verkehr macht allein 12% des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes in Deutschland aus. Dazu kommt noch der Lärm und die Flächenversiegelung durch Straßen und Parkplätze. In München werden angeblich mehr als 12% der Fläche von Parkplätzen eingenommen. Krass, wenn man an den generellen Wohnungs- und Platzmangel dieser Stadt denkt.

Darum ist der Verzicht auf Autofahrten – und im besten Fall sogar noch auf ein eigenes Auto – einer der größten Hebel, mit dem du zum Umweltschutz beitragen kannst. Also:

- **Mit dem Fahrrad ins Büro fahren:** Das sorgt gleich noch für die dringend benötigte Alltagsbewegung für uns Büroarbeiter.
- **Die öffentlichen Verkehrsmittel nutzen:** Da kann man endlich die ganzen WhatsApp-Nachrichten beantworten.
- **Gleich im Home Office bleiben:** Da kann man in einer kurzen Arbeitspause noch Wäsche waschen.

## 2. So wenig geschäftlich reisen wie möglich

Fliegen ist die klimaschädlichste Art sich fortzubewegen. Ein Business-Trip von München nach London und zurück mit insgesamt vier Stunden Flugzeit verbraucht laut CO<sub>2</sub>-Rechner des Umweltbundesamts 0,95 Tonnen CO<sub>2</sub>. Wenn man die planetaren Grenzen auf die Erdbevölkerung runterrechnet, bleibt für jeden Deutschen laut Umweltbundesamt eine Tonne. Also verbraucht ein Flug in der Business-Klasse von München nach London ziemlich genau das Jahresbudget an eigentlich erlaubtem CO<sub>2</sub>.

Also ist jede verhinderte Flugreise ein großer Gewinn für das Klima und die zukünftigen Generationen. Diese Strategien helfen, Businessflüge zu vermeiden:

- **Auf Video- oder Telefonkonferenzen umsteigen:** Das haben wir ja inzwischen alle ausführlich geübt.
- **Mit der Bahn fahren, wenn es die Entfernung zulässt:** Da lässt es sich sogar oft besser arbeiten.
- **Einen Fokus auf Kunden in der Region legen:** Kunden, zu denen man nicht weit anreisen muss, sparen nicht nur CO<sub>2</sub>, sondern auch Lebenszeit.

Wenn alles nichts hilft, und der Flug zu einem Kunden einfach sein muss, bieten sich noch verschiedene Anbieter eine CO<sub>2</sub>-Kompensation an, die mit dieser Spende Klimaschutzprojekte realisieren.

## 3. Den Energieverbrauch im Büro (oder im Home Office) klimaverträglich gestalten

Grundsätzlich gibt es zwei große Hebel, mit denen du deinen Energieverbrauch im Büro umweltverträglich gestalten kannst:

Strom aus erneuerbaren Energien beziehen

Den Energieverbrauch senken

Mit der Nachfrage nach Ökostrom förderst du beim richtigen Anbieter direkt den Ausbau der erneuerbaren Energien und dadurch den Ausstieg aus den fossilen Brennstoffen.

Aber auch die Erzeugung von Ökostrom belastet die Umwelt. Windräder, Staudämme, Solarzellen müssen produziert und gewartet werden. Deswegen ist es mindestens genauso wichtig, den Energieverbrauch zu senken.

Heizen ist mit knapp 85 % des Energieverbrauchs von Haushalten in Deutschland der mit Abstand größte Batzen (67,6% Raumwärme und 15,9% Warmwasser). Auch im Büro lässt sich viel Energie sparen, vor allem da die Räumlichkeiten meist nur den halben Tag genutzt werden und am Wochenende oft gar nicht.

Mit diesen Tipps kannst du Heizkosten und Energie sparen

- **Raumtemperatur senken:** Mit jedem Grad weniger sparst du 6% der Heizenergie. Also vielleicht im Zweifel eher zum Pulli greifen als die Heizung aufdrehen.
- **Im Winter stoßlüften statt das Fenster dauerhaft kippen:** Bei gekippten Fenstern tauscht sich die Luft kaum aus und es kühlen die Wände ab. Dadurch musst du mehr heizen und holst dir vielleicht sogar noch Schimmelpilze ins Büro.
- **Heizkörper regelmäßig entlüften:** Wenn eine Heizung lustig gluckert und kaum warm wird, ist zu viel Luft im Heizkörper. Jeder Luftblase bedeutet Energieverschwendung und höhere Kosten.
- **Auf programmierbare Thermostate wechseln:** Gerade in einem Büro, das montags bis freitags von 9 bis 18 Uhr genutzt wird, verschwendet extrem viel Energie, wenn die Heizung durchläuft. Mit programmierbaren Thermostaten kannst du die Heizzeiten auf deine Bürozeiten einstellen. Pro Heizkörper musst du zwischen 10 und 50 € investieren.

#### 4. Umweltbewusst ernähren

Unsere Ernährung schadet dem Klima noch mehr als der Verkehr. Allein der Fleischkonsum ist für 10% aller Emissionen verantwortlich, die ein durchschnittlicher Deutscher pro Jahr verursacht.

So kann jeder auch im Berufsleben auf klimabewusste Ernährung achten:

- Beim Mittagessen im Restaurant **Gerichte ohne Fleisch** bestellen.
- Für das Büro einen **Obstkorb aus der Region** für die Snacks zwischendurch bestellen.
- Falls eine Bürogemeinschaft regelmäßig gemeinsam kocht, könnte sich ein **Ernteanteil einer solidarischen Landwirtschaft** lohnen. So kommt die Ernte direkt vom Erzeuger ins Büro.

#### 5. Ressourcen sparen bei der Webentwicklung und der eigenen Website

Insgesamt ist unsere Digitaltechnik ist wohl noch schädlicher als der weltweite Flugverkehr und verursacht insgesamt ungefähr vier Prozent der weltweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen. Tendenz stark steigend. 2030 werden es wohl schon acht Prozent sein.

Um möglichst wenig zu diesem Anstieg beizutragen, können wir Selbstständigen auf diese Dinge bei unseren Websites achten:

- **Grünes Hosting nutzen:** Es gibt inzwischen genügend Anbieter, die ihre Server mit erneuerbarer Energie betreiben und so für einen geringen CO<sub>2</sub>-Ausstoß sorgen.
- **Energieeffiziente Websites bauen:** Jeder Websiteaufruf braucht Energie. Von Website zu Website ist jedoch verschieden, wie viel Energie verbraucht wird. Energieeffiziente Websites sind oft schneller und damit auch beliebter bei Suchmaschinen. Also tust du durch schnelle Websites nicht nur der Umwelt einen Gefallen sondern hilfst auch der eigenen Sichtbarkeit bei Google.

#### 6. Geld bei einer grünen Bank verwalten

Banken gehören zum Nervensystem unserer Wirtschaft. Über die Kreditvergabe entscheiden sie, welche Projekte finanziert werden und welche keine Chance auf Realisierung haben, da sie keine Finanzierung bekommen.

Generell sind Privatbanken wie die Deutsche Bank oder die Commerzbank in erster Linie ihren Aktionären und deren Gewinnmaximierung verpflichtet. Deswegen finanzieren diese eher das Waffengeschäft als den Bio-Bauernhof. Auf der anderen Seite des Spektrums finden sich die ethischen oder grünen Banken, die bei der Finanzierung von Projekten auch deren ökologische und soziale Renditen im Blick behalten.

Wie viel Geld eine Bank zur Vergabe von Krediten nutzen kann, hängt von der Summe des verwalteten Geldes ab. So kann dein Geschäftskonto indirekt zur Finanzierung von Panzern beitragen oder zur Gründung eines ökologisch arbeitenden Bio-Bauernhofs.

## 7. Auf nachhaltige Beschaffung achten

Jedes Werkzeug, jeder Computer, jedes Mobiltelefon – und überhaupt alles, was wir kaufen – braucht für die Herstellung und den Transport Ressourcen und Energie. Also ist es grundsätzlich gut für die Umwelt, möglichst wenig zu kaufen und seine Sachen lange zu nutzen.



Ein weiterer Vorteil: Diese Kaufvermeidung tut nicht nur der Umwelt, sondern auch dem Geldbeutel gut.

## 8. 1% des eigenen Umsatzes für den Planeten spenden

Die Unternehmer Yvon Chouinard (Gründer von Patagonia) und Craig Mathews gründeten 2002 das Netzwerk One Percent For The Planet. Alle Mitglieder verpflichten sich, mindestens ein Prozent des Umsatzes für seriöse Umweltschutzorganisationen zu spenden. Inzwischen sind so schon mehr als 250 Millionen Dollar zusammengekommen.

Ich finde es motivierend, wenn ich mit jedem verdienten Euro gleichzeitig auch die Umwelt schütze. Vielleicht ist es sogar

ein schöner Effekt zur Kundenbindung, wenn man seinen treuesten Kunden am Jahresende sagen kann: Durch unsere Zusammenarbeit wurden 100 neue Bäume gepflanzt.

## 9. Eine Gemeinwohlbilanz erstellen oder als B-Corp zertifizieren lassen

Der Standard unseres Wirtschaftens ist die Ausrichtung nach finanzieller Rendite. Manager sind dazu verpflichtet, das Eigentum der Aktionäre zu mehren. Soziale und ökologische Faktoren sind, wenn überhaupt, nur Nebenbetrachtungen.

Wer das für sich ändern möchte, kann eine Gemeinwohlbilanz erstellen. Während eine betriebswirtschaftliche Unternehmensbilanz die ökonomischen Effekte dokumentiert, wird mit einer Gemeinwohlbilanz auch die soziale und ökonomische Wirkung erhoben.

Dazu wird dokumentiert, wie eine Unternehmung die vier Werte Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit und Transparenz und Mitentscheidung in seinem konkreten Wirtschaften umsetzt. Die Gemeinwohlmatrix dient als Grundlage der Bilanzierung und gibt einen ersten Eindruck, wie evaluiert wird.

Die Bewegung der Gemeinwohlökonomie startete 2010 in Österreich und hat sich seitdem vor allem in Deutschland und Europa ausgebreitet. Ungefähr 500 Unternehmen haben bisher eine Gemeinwohlbilanz erstellt.

Eine globale Alternative zur Erstellung einer Gemeinwohlbilanz ist die Zertifizierung als B-Corp. Prinzipiell kann jeder kostenlos per Online Tool ein B Impact Assessment durchführen und so herausfinden, wie sich die Aktivitäten der eigenen Unternehmung auf die Gesellschaft auswirken. Wer dabei mehr als 80 Punkte erreicht, kann den nächsten Schritt gehen und den Zertifizierungsprozess gemeinsam mit einem sogenannten B Lab Team angehen. Weltweit sind laut eigenen Angaben

aktuell 2.500 Unternehmen B-Corp zertifiziert.

Auch wenn sowohl die Erstellung einer Gemeinwohlbilanz als auch die Zertifizierung als B-Corp viel Zeit und einiges an Geld kostet, wird so für deine Kunden sichtbar, dass und wie du dich für eine bessere Welt einsetzt. In Zeiten, wo gefühlt jeder „die Welt zu einem besseren Ort“ machen möchte, ist das ein echtes Unterscheidungsmerkmal.

### 10. Bewusst weniger arbeiten

Die Wortschöpfung „stiffocation“ beschreibt den Zustand der meisten Deutschen eigentlich ganz gut: Wir ersticken (to suffocate) an unserem Zeug (stuff). Wir haben nicht mehr zu wenig, sondern von allem zu viel: Emails, Verpflichtungen, Zeug. Das ist nicht nur für uns ungesund, sondern wegen der Ökobilanz unseres Konsums auch schlecht für die Erde.

Der wohl wirksamste „Hack“ gegen dieses Zuviel ist die Reduzierung der eigenen Arbeitszeit. Dadurch reduziert sich erstens das Einkommen, wodurch weniger Geld für Unnötiges übrig bleibt. Zweitens bleibt mehr Zeit. Sich den anderen – oft unbezahlten – Arbeiten zu widmen, wie der Kindererziehung oder der Altenpflege. Außerdem bleibt natürlich auch mehr Raum für eigenen Interessen und Hobbies jenseits der einkommensrelevanten Arbeit. Konsum, der als Belohnung und Kompensation für erbrachte Opfer in der Arbeit begriffen wird, sollte sich so auch reduzieren

Ein Vorteil als Selbstständiger ist, dass du deine Arbeitszeit relativ gut selbst steuern kannst. Wenn du nur noch Aufträge annimmst, die dir wirklich gefallen und zu dir passen, dann stärkst du dadurch gleichzeitig deine eigene Positionierung.

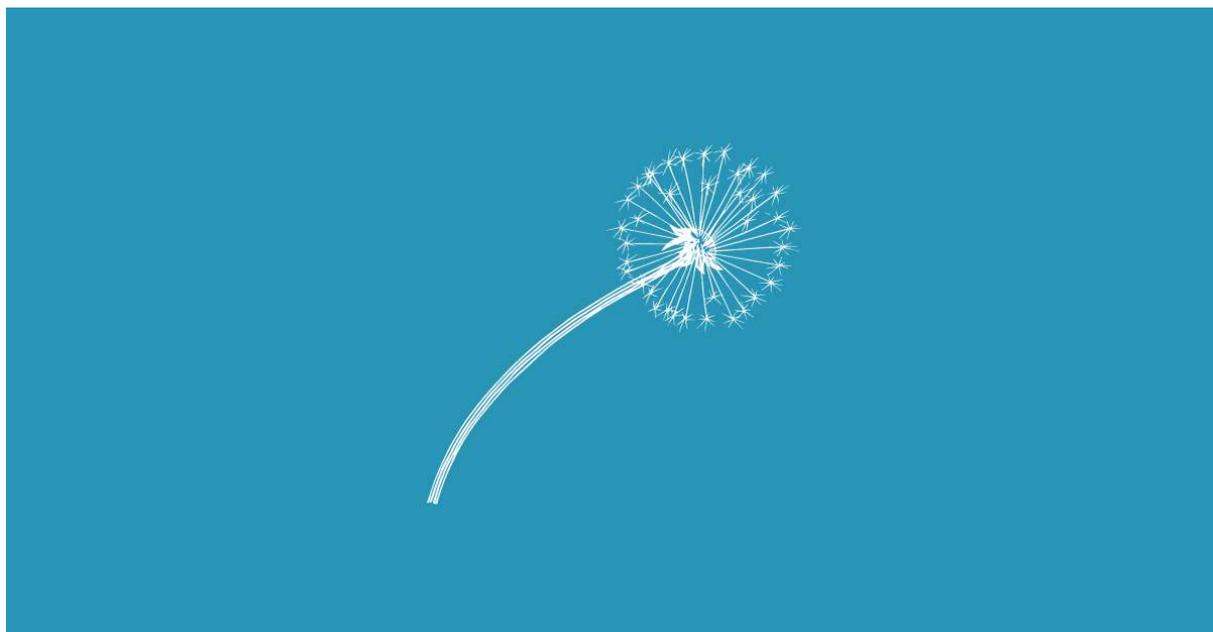
Für alle, die sich für die Fakten und weitere konkrete Hilfestellungen hinter meinen zehn Maßnahmen interessieren, habe ich eine Linkliste mit 37 Leseempfehlungen geschnürt.

## 37 Leseempfehlungen zu Nachhaltigkeit

1. [Autokauf](#) (Umweltbundesamt): Die oben zitierten Fakten zur CO2-Belastung des Autoverkehrs stammen aus dieser Quelle.
2. [Parkende PKW](#) (Wirtschaftswoche): Top Ten der deutschen Städte nach Platzverbrauch durch parkende Autos.
3. [Täglich mit dem Rad zur Arbeit](#) (bielinski): Ein Interview mit Lars, der jeden Tag 30 KM mit dem Fahrrad in die Arbeit pendelt.
4. [Flugreisen](#) (Umweltbundesamt): Die oben zitierten Fakten zur CO2-Belastung des Flugverkehrs stammen aus dieser Quelle.
5. [CO2-Rechner](#) (Umweltbundesamt): Hier kannst du selbst berechnen, wie viel CO2 durch welche Aktivität erzeugt wird und wie viele Tonnen CO2 welche Flugverbindung freisetzt.
6. [CO2-Kompensation](#) (Stiftung Warentest): Hier vergleicht die Stiftung Warentest die unterschiedlichen Anbieter von CO2-Kompensationen. Die ausführlichen Testergebnisse liegen hinter der Paywall.
7. [Video-Konferenztools im Überblick](#) (heise): Hier werden sieben der meist verbreiteten Anbieter vorgestellt.
8. [Energieverbrauch privater Haushalte](#) (Umweltbundesamt): Außer den oben genannten Zahlen findet sich hier auch die Entwicklung des Energieverbrauchs über die letzten Jahre.
9. [Ökostrom: Diese 7 Anbieter empfiehlt dir Utopia](#) (utopia.de): Es gibt Unmengen an Stromanbietern. Diese sieben haben gemeinsam, dass, 1. der Strom aus erneuerbaren Energien hergestellt wird, 2. diese Ökostromanbieter

- unabhängig sind von den vier großen Stromkonzernen, 3. sie oft auch von namhaften anderen Organisationen empfohlen werden und 4. sie schon länger den Ausbau erneuerbarer Energien aktiv fördern.
10. [Richtig heizen leicht gemacht](#) (co2online.de): Hier kannst du selbst berechnen, wie viel CO<sub>2</sub> durch welche Aktivität erzeugt wird und wie viele Tonnen CO<sub>2</sub> welche Flugverbindung freisetzt.
  11. [Unsere Ernährung schadet dem Klima mehr als der Verkehr](#) (ZEIT ONLINE): Dieser Artikel ist schon acht Jahre alt, aber er bereitet sehr gut eine Studie des WWF auf, die die Ausmaße der Klimabelastung durch die Ernährung schätzt.
  12. [Klimaschutz beim Essen und Einkaufen](#) (Verbraucherzentrale): Das ist ein guter Überblicksartikel, der die typischen Fragen zum Klimaschutz beim Essen behandelt.
  13. [Ökokiste](#) (Ökokiste e.V.): In dem Verband Ökokiste e.V. haben sich 40 Betriebe quer durch Deutschland zusammengeschlossen, die Bio-Produkte aus der Region an die Haus- oder Bürotür liefern.
  14. [Politik vernachlässigt digitale CO<sub>2</sub>-Bilanz](#) (NDR): Die hier genannten Zahlen stammen aus diesem Beitrag.
  15. [Website Carbon Calculator](#) (websitecarbon.com): Hier kannst du schätzen lassen, wie viel CO<sub>2</sub> durch deine Website in die Atmosphäre gelangt und wie viel Bäume du pflanzen müsstest, damit deine Website klimaneutral ist.
  16. [WordPress, das Web und das Klima](#) (simon.blog): Ein WordPress-Entwickler beschreibt den Energieverbrauch des Internets und gibt Tipps, was jeder persönlich dagegen tun kann.
  17. [17 ways to make your website more energy efficient](#) (WHOLEGRAIN digital): Hier sind 17 Maßnahmen aufgeführt, die deine Website nicht nur energieeffizienter, sondern auch schneller und nutzerfreundlicher machen.
  18. [CO<sub>2</sub> emissions on the web](#) (Danny van Kooten): Danny van Kooten behauptet, er habe durch cleaneren Code 59.000 kg CO<sub>2</sub> eingespart. Das Interessante an diesem Beitrag ist die Berechnung dieser 59.000 kg.
  19. [Geldschöpfung](#) (Wikipedia): Hier ist unter anderem erklärt, wie deine Einlagen bei einer Bank die Kreditvergabe von Banken mitbestimmt.
  20. [Diese Banken investieren euer Gespartes in Waffen und Atomkraftwerke](#) (ze.tt): Die oben zitierten Fakten zur CO<sub>2</sub>-Belastung des Flugverkehrs stammen aus dieser Quelle.
  21. [Ethische Bank: Das sind die besten nachhaltigen Banken](#) (utopia): Ein Überblick, welche ethische Banken es gibt und welche Dienstleistungen sie jeweils anbieten.
  22. [Repair Cafés](#) (Abfallwirtschaft München): Repair Cafés bieten die Möglichkeit an, alle möglichen Dinge von kundigen Privatleuten reparieren zu lassen oder sich bei der Reparatur Hilfe zu holen. Hier findest du ein Liste von Repair Cafés in und um München. Für andere Städte einfach googeln.
  23. [Greenpanda.de](#): Second-Hand-Computer.
  24. [dieUmweltdruckerei](#): Nachhaltige Online-Druckerei für Flyer, Plakate, Visitenkarten usw.
  25. [raidboxes](#): Ein Beispiel für klimapositives WordPress-Hosting.
  26. [Memo](#): Nachhaltiger Versandhandel für Bürobedarf.
  27. [Kompass Nachhaltigkeit für KMU](#) (Kompass Nachhaltigkeit):

- Diese Website der GIZ stellt Tools und Infos zur nachhaltige Beschaffung für Selbstständige bereit. Etwas zu umfangreich für den typischen Solo-Selbstständigen, aber doch interessant, auf was man alles achten könnte.
28. [1% for the planet](#) (onepercentfortheplanet.org): Das ist die Website des Netzwerks One Percent for the Planet.
  29. [Climate Change Executive Summary](#) (FoundersPledge): Hier werden zwei Organisationen empfohlen, die den Klimawandel wohl besonders effektiv angehen.
  30. [Zum Wohl der Aktionäre](#) (brandeins): Hier wird die Geschichte eines Gerichtsurteils erzählt, indem Aktionäre Henry Ford verklagten, weil dieser lieber seinen Gewinn reinvestieren wollte als ihn an seine Aktionäre auszuschütten.
  31. [Economy for the common good](#) (ecogood.org): Auf der offiziellen Website der Gemeinwohlökonomie ist die Vision dahinter erklärt und auch, wie jeder sich engagieren kann.
  32. [Mehr Gemeinwohl bitte! Zweiter Workshop zu mehr Nachhaltigkeit](#) (raidboxes.io): Der WordPress-Hoster raidboxes erzählt von seinem Workshop für mehr Gemeinwohl. Besonders empfehlenswert sind aus meiner Sicht die Workshop-Unterlagen, die es dort zur eigenen Verwendung zum Download gibt.
  33. [Gemeinwohlökonomie: Ein Thema für Soloselbstständige?](#) (DVÜD): Lyam Bittar ist selbstständiger Übersetzer und hat eine Gemeinwohlabilanz erstellt. In diesem Interview gibt er einen Einblick in den Prozess der Bilanzierung und erzählt, wie viel Aufwand in Zeit und Geld er für die Bilanzierung aufbringen musste.
  34. [B-Lab Europe](#) (bcorporation.eu): Auf der offiziellen Seite von B Lab Europa finden sich die Infos, wie ein Unternehmen den Weg zur B-Corp-Zertifizierung schaffen kann.
  35. [Weniger ist mehr: Was man im Leben wirklich braucht](#) (BR): Diese Dokumentation versucht zu ergründen, wie es eigentlich zu unserer Wohlstandvermüllung gekommen ist.
  36. [Zeitwohlstand: Mehr Zeit für das gute Leben](#) (Konzeptwerk Neue Ökonomie): Hier findest du eine inspirierende Sammlung von Inhalten, um darüber nachzudenken, was für dich ein gutes Leben eigentlich bedeutet.
  37. [Die Vier-in-Einem-Perspektive – Eine Utopie von Frauen, die eine Utopie für alle ist](#) (Frigga Haug – Postwachstumsökonomie): Frigga Haug, emeritierte Professorin für Soziologie, plädiert dafür, die vier Bereiche der Arbeit – Erwerbsarbeit, Familienarbeit, Gemeinwesenarbeit und persönliche Weiterentwicklung – zusammen zu denken.



## Die Gemeinwohlabilanz als Tool zur Weiterentwicklung – Interview mit Lyam Bittar

Von Moritz Orendt

### Über Lyam Bittar



*Lyam Bittar hat sich 2015 als Übersetzer und Lektor selbstständig gemacht und als Solo-Selbstständiger 2020 seine erste Gemeinwohlabilanz erstellt.*

Das finde ich bewundernswert, weil damit großer Aufwand verbunden ist, den man als Selbstständiger auch erst einmal

schultern muss. Deswegen hat es mich sehr gefreut, dass Lyam mir etwas über seine Motivation erzählt hat und auch, was er von der Gemeinwohlabilanz konkret hat.

### **Wie bist du auf die Idee gekommen, eine Gemeinwohlabilanz zu erstellen? Was war deine Motivation?**

Im Prinzip habe ich von Beginn so gearbeitet wie ich jetzt arbeite. Mein Fokus gilt ja immer schon "guten" Kund\*innen, also "ethisch unbedenklichen" Projekten.

Als ich dann die Gemeinwohl-Ökonomie kennengelernt habe, dachte ich: „Meine Güte, das passt ja einfach 100-prozentig.“ Die Frage für mich war nur: Wann erstelle ich so eine Bilanz? Der ganze Prozess kostet schließlich ungefähr 1.500 €.

Das war für mich schon eine Hürde. Aber die Motivation war eindeutig, Fakten zu schaffen: Es gibt so viele Unternehmer\*innen, die von sich sagen, dass sie nachhaltig sind, so dass

Nachhaltigkeit ein schwammiger Begriff und ziemlich beliebig geworden ist. Ich wollte mein Tun wirklich belegen.

### **Beschreibe mal bitte den Prozess der Bilanzerstellung. Wie läuft das ab?**

Es gibt zwei Varianten:

Du kannst eine Einzelevaluation machen. Da triffst du dich mit einer GWÖ-Beraterin oder einem GWÖ-Berater in regelmäßigen Abständen. Dazu gibt es ein Arbeitsbuch, das du dann durcharbeitest. Dabei gehst du die fünf Grundwerte Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit, Transparenz und Mitbestimmung durch und beurteilst, wie du diese Werte bei deinen unterschiedlichen Berührungsgruppen – Kund\*innen, Mitarbeiter\*innen, Lieferant\*innen, Eigentümer\*innen, Gesellschaft – umsetzt.

Oder du machst das gemeinsam in einer Peer Group aus etwa sechs Unternehmen, begleitet von zwei Berater\*innen. Dazu habe ich mich entschieden, weil ich einfach ein Mensch bin, der aufblüht, wenn er mit anderen Menschen zusammensitzt und Ideen hin- und herwandern. Ich fand das großartig.

Man kommt zu Arbeitstreffen zusammen und bilanziert sich sozusagen gegenseitig. Dadurch erhältst du Feedback aus sehr unterschiedlichen Außenperspektiven und kannst umgekehrt auch mit deiner eigenen Sicht und deinem eigenen Feedback zur Reflexion beitragen.

Wir haben uns einmal im Monat getroffen und in Vorbereitung jeweils einzelne Indikatoren aufgearbeitet. Als Leitfaden dienen das Arbeitsbuch und die Expertise der Berater\*innen.

Und dann geht es um ganz konkrete Fragen: Wie transparent bist du gegenüber deinen Kund\*innen, und welche Mitsprachemöglichkeiten oder Mitentscheidungsrechte gibst du ihnen? Wie lebst du Solidarität und Kooperation mit Mitunternehmen? Was weißt du über

die Umweltauswirkungen in deiner Zulieferkette?

All das wird dann gegenseitig anhand einer Skala bewertet, diskutiert, man tauscht Verbesserungsvorschläge aus und zeigt Blindstellen auf.

Das war ein ganz toller Prozess. Für mich vor allen Dingen in Bezug auf mein Selbstbewusstsein. Wenn du dich als kleiner Solo-Selbstständiger auf Augenhöhe mit Unternehmen mit Millionenumsatz austauschst:

„Das finde ich super, wie ihr das macht. Das würde ich gerne auch übernehmen. Wie kriege ich denn das für mich alleine hin?“ „Ah guck mal, hier habe ich noch Input für euch?“ Auf diese Weise sind unheimlich viele Ideen hin- und hergewandert.

### **Wie lange ging der Prozess dann?**

Sechs bis sieben Monate ungefähr, begleitet, wie gesagt, von zwei Berater\*innen, die zwischendurch auch für Fragen zur Verfügung stehen, wenn du Unterstützung bei der Bilanzierung benötigst.

### **1.500 Euro kostest das, hast du gemeint. Und das zahlt man an diese Gemeinwohl-Berater?**

Das zahlt man an die Berater\*innen, ja. Zusätzlich wirst du Mitglied im Verein. Ich bin damals der Regionalgruppe Berlin-Brandenburg beigetreten. Und da zahlst du dann deinen Beitrag entsprechend deiner Unternehmensgröße.

### **Wer hat dann im Endeffekt die Bilanz geschrieben? Du selbst?**

Ja, die habe ich selbst geschrieben. Ich bin ja auch selbst dafür verantwortlich. Das geschriebene Wort gilt. Das extreme Gegenbeispiel wäre jetzt eine Multiple-Choice-Geschichte. In der Bilanz musste ich dagegen wirklich erzählen, wie ich arbeite.

Dadurch bin ich in einen Reflexionsprozess reingerutscht: „Welche Haltung habe ich dazu? Habe ich überhaupt schon mal

darüber nachgedacht? Nein, habe ich nicht, möchte ich aber. Wie kann ich das angehen?“

Ich kam über mich selbst und meine Arbeit ins Denken und habe das dann zu Papier gebracht. Und zum Ende hin habe ich bereits gemerkt, dass ich mich verändert habe.

### **Kannst du da ein Beispiel nennen, was sich für dich verändert hat?**

Dass mein Selbstbewusstsein als Selbstständiger gewachsen ist, hatte ich ja schon angesprochen. Außerdem bin ich inzwischen weniger streng mit mir. Das ist eine meiner großen Schwächen:

Ich bin nämlich ehrgeizig, im Sinne von: ich möchte alles richtig machen. Ich möchte möglichst viel Gutes tun. Was mir dann bei der Erstellung der Bilanz klar geworden ist: Wie viel Gutes ich schon tue und wo ich überall Augen habe und worauf ich achte. Das war mir so überhaupt nicht bewusst. Ich habe also gelernt, nicht mehr ganz so streng mit mir zu sein.

### **Machst du jetzt irgendwas anders, seitdem du die Gemeinwohlbilanz erstellt hast?**

Ich habe jetzt durch die Gemeinwohlmatrix mehr Fokus auf bestimmte Punkte, die ich früher übersehen habe. Und ich merke, dass ich auf bestimmte Umstände nicht mehr so passiv reagiere.

Ein Beispiel sind öffentliche Ausschreibungen. Es ist ganz häufig so, dass öffentliche Auftraggeber, Ministerien, Behörden oder Museen im Kulturbereich für Übersetzungen sogenannte Rahmenverträge ausschreiben.

Für diesen öffentlichen Wettbewerb gibt es Zuschlagskriterien. Meistens reduzieren die sich allerdings auf den Preis. Das führt dazu, dass große Agenturen, die die Preise drücken können, oft den Zuschlag erhalten. Die nehmen 13, 14 Cent das Wort. Das ist sehr wenig, wenn du bedenkst, wer daraus ein Einkommen generieren möchte: Die Agentur, die

Übersetzerin, der Lektor. Ich nehme dagegen im Idealfall 20 Cent.

Und drei Mal habe ich dieses Jahr - ausgerechnet bei Institutionen, die nachhaltig orientiert waren und sich Enkeltauglichkeit auf die Fahne geschrieben haben - die Erfahrung gemacht, dass der Preis das alleinige Zuschlagskriterium war. Das ist natürlich frustrierend.

Früher hätte ich das wahrscheinlich hingenommen und das Thema abgehakt. Anstatt aber den Kopf in den Sand zu stecken, habe ich mich erst erkundigt und dann mit meinem Verband gesprochen, wie wir öffentlichen Auftraggebern vielleicht dabei helfen können, fairere Ausschreibungskriterien zu formulieren.

Meine Hoffnung ist, dass wir bald eine Art Leitfaden zusammenstellen können, der dann hoffentlich auch rechtssicher ist und an dem sich ausschreibende Institutionen auch orientieren können, damit dann in Zukunft immer auch ein Augenmerk auf die Qualität der Übersetzungen, eine faire Bezahlung oder ökologische Kriterien gelegt wird.

### **Hat dir die Gemeinwohlbilanz schon mal bei der Kundengewinnung geholfen?**

Hmm, ich glaube schon. Eine Ausschreibung haben wir nämlich auch gewonnen und das, obwohl wir mit Abstand die Teuersten waren.

Da haben meine Kolleg\*innen und ich als Bietergemeinschaft mit unserer Probeübersetzung, unseren Referenzen und unserem Konzept überzeugt. Die Gemeinwohl-Bilanz floss da mit ein, und selbst wenn sie nicht als Ganzes in der Wertung berücksichtigt werden kann, vermittelt sie sehr deutlich meine Haltung und die Standards, die ich mir setze.

Das ist dort ja alles aufgeschlüsselt: Wie gehe ich mit Kunden und mit meinen Kollegen um? Wie sichere ich die Qualität meiner Arbeit? Da ich mich damit so intensiv auseinandergesetzt habe,

vermittelt das einen wesentlich tiefgründigen Eindruck als wenn ich sage: Ich liefere schnell, pünktlich und zuverlässig.

Insofern glaube ich schon, dass wir da mit der Gemeinwohlbilanz Bonuspunkte gesammelt haben.

### **Wobei hilft die Gemeinwohlbilanz sonst noch?**

Einige gemeinwohlabilanzierte Unternehmen, die ich kennengelernt habe, veröffentlichen die Gemeinwohlbilanz gar nicht und werben auch nicht damit.

Für sie ist das eher ein Controlling-Instrument nach innen, ein Unternehmensentwicklungstool: Wo habe ich noch nicht hingeguckt? Wie kann ich mich noch weiter entwickeln?

Das habe ich auch für mich selbst gemerkt. Das ist jetzt kein Tool, das mir mehr Umsätze generiert. Es ist für mich ein Instrument, an dem ich selber wachsen kann. Und ich merke einfach: Es hat mir absolut gutgetan, das zu machen.

**Vielen Dank für das Interview, Lyam.**