

# **Learnings aus 19 Jahren Selbstständigkeit als Marketing-Berater**

Session am 15.6.18 auf dem NightCamp II in Heilbronn

# Was mache ich heute?

## Berater und Trainer für Marken- Aufbau mit Content-Marketing

- Seit 1992 in der Werbe-Branche
- Seit 1999 selbständig als Werbekaufmann
- Seit 2001 betreibe ich ein eigenes Blog
- Seit 2004 nutze ich Xing, seit 2008 Twitter, seit 2009 Facebook und LinkedIn, usw.
- Seit 2006 habe ich mich auf den „Strategischen Marken-Aufbau mit Content-Marketing“ spezialisiert. Hierzu berate ich Unternehmen und unterstütze andere Agenturen.
- Seit 2008 gebe ich Seminare, halte Vorträge und bin aktiver Teil der regionalen Kreativ- und Web-Szene.
- Weitere Infos: [www.adthink.de](http://www.adthink.de)



**AD!THINK**

Marketing weiterdenken.

Frank Neuhaus

Stephanstraße 14, 90478 Nürnberg, +49.911.2878331  
frank.neuhaus@adthink.de, www.adthink.de

# Was habe ich vor der Selbstständigkeit gemacht? 1/2

- Zwischen Schule und Ausbildung

Interesse am Reisen und Schreiben -> Die Idee: Reise-Redakteur beim Magazin GEO -> Der Weg: Bewerbung als Verlagskaufmann und als Reiseverkehrskaufmann -> Kein Erfolg, aber mein Vater vermittelt mir eine Ausbildungsstelle zum Speditionskaufmann, die ich nicht annehme.

Stattdessen Zivildienst im Landesjugend-Sekretariat der DLRG in Düsseldorf.

Parallel Tätigkeit in der Jugendarbeit und in der Öffentlichkeitsarbeit bei der DLRG und bei den Pfadfindern sowie als Schwimm-Trainer -> Alternativen: Pädagogik-Studium oder Ausbildung zum Werbekaufmann -> Suche nach Werbeagenturen -> Zufälliges finden einer Event-Agentur in Wuppertal.

Zunächst mehrere Praktika in unterschiedlichen Agenturen in Bremen, Düsseldorf, Essen, Wuppertal -> Für ein Praktikum habe ich mir während meiner Ausbildung sogar Urlaub genommen und ein Agentur-Geschäftsführer wurde über mehrere Jahre ein sehr kritischer Mentor, was mir enorm geholfen hat.

# Was habe ich vor der Selbständigkeit gemacht? 2/2

- Nach der Ausbildung

Der Chef der Wuppertaler Event-Agentur will mich übernehmen -> ich will mich aber noch nicht auf das Thema Event spezialisieren, sondern mir noch die PR-Branche ansehen -> finde dort keinen Job -> der Event-Chef will keine 2. Wahl sein -> ich bin 2 Monate arbeitslos.

Betreibe Tauchen schon seit mehreren Jahren als Hobby -> Überlegung: Warum nicht über den Sommer als Tauchlehrer-Assistent in die Türkei? -> Warum nicht den Winter noch in der Karibik dranhängen? Die anschließende Idee: Die Tauch-Branche und Werbung kombinieren -> Kein Bedarf bei Unternehmen -> ich bin 6 Monate arbeitslos und bewerbe mich wieder bei Werbeagenturen.

- Nach dem Auslands-Aufenthalt

Erstes Job-Angebot als Assistent der Geschäftsleitung einer Werbeagentur in Nürnberg -> Nach einem Jahr werde ich gekündigt, finde aber direkt einen Anschluss-Job als Kundenberater, Kontakter und Unternehmens-Sprecher in einer Messebau-Agentur, ebenfalls in Nürnberg.

# Wie kam es zur Selbständigkeit?

- Ein Beratungskunde, dessen Gesamt-Werbeetat ich als Angestellter in der Messebau-Agentur bereits anderthalb Jahre betreue, sagt zu mir, dass er sich alternativ zur Vertrags-Verlängerung bei der Agentur auch vorstellen könne, mir in eine Selbständigkeit zu folgen, wenn ich über so etwas nachdenke.
- OK, was tun? Ich arbeite alleine in meinem Home-Office mit einem Netzwerk von freien Mitarbeitern. Da das 1999 (vor Xing, Co-Working, usw.) noch sehr exotisch war, habe ich meiner Selbständigkeit die Bezeichnung Werbeagentur gegeben (da sich Unternehmen darunter etwas vorstellen konnten) sowie meine Firma ins Handelsregister - und mein Logo als Marke eintragen lassen (weil es dadurch vielleicht etwas seriöser wirkt und damit auch der damals aufkommenden Diskussion über eine Scheinselbständigkeit entgegen wirkt).
- 2003 beendete dieser Startkunde nach insgesamt 6 Jahren die Zusammenarbeit und meine erste Krise begann, da ich mit ihm den Hauptumsatz machte. Es ging wieder bergauf und dann begann 2007 die Wirtschaftskrise, sodass sich meine Situation erst 2011 wieder dauerhaft stabilisierte und 2014 sogar das bisher erfolgreichste Jahr überhaupt war. Die Wirtschaftskrise drückte mich zwar einerseits mit dem Rücken an die Wand, brachte bei mir aber andererseits die ersten größeren persönlichen Weiter-Entwicklungen.

# Welche Tätigkeiten ergaben sich während der Selbständigkeit? 1/3

- Im Jahr 2000 überlege ich, dass es doch einerseits praktisch wäre, interessante Informationen und Event-Tipps an einem zentralen öffentlichen Ort zur Verfügung zu stellen und andererseits Projekte Orts-unabhängig online abzuwickeln (heute bekannt als Blog, Collaboratives Arbeiten und Digitaler Nomade).

Also entwickle ich 2001 gemeinsam mit einem Designer ein eigenes Website- und Blog-CMS, inkl. webbasiertem Projekt- und Wissens-Managementsystem, welches z.B. Faber-Castell von 2001 bis 2003 einsetzt, um das Marketing und den Einkauf von Holz seiner weltweiten Niederlassungen zu koordinieren. Dieses CMS entwickeln wir seitdem kontinuierlich weiter (heute bekannt als Cloud-Computing und Software as a Service).

- Mit dem Chef der Wuppertaler Event-Agentur bleibe ich in Kontakt, woraufhin er mich 1999, 2003 und 2007 fragt, ob ich wieder fest bei ihm anfangen möchte. Er hatte sich sogar schon überlegt, meine Agentur zu kaufen. 2008 und 2010 mache ich freiberufliche Projekte für die, wie z.B. eine Markt-Recherche zu „Probefahrt-Events“ und unterstütze bei einer Studie zu „Event und Web 2.0“.

# Welche Tätigkeiten ergaben sich während der Selbständigkeit? 2/3

- Seit 2003 fragen kontinuierlich andere Agenturen (Werbe-, Event-, PR-, ...) bei mir an, ob ich sie bei der Beratung ihrer Kunden oder/und bei der Weiterbildung ihrer Mitarbeiter unterstütze.
- 2006 spezialisiere ich mich auf den „Strategischen Markenaufbau mit Content-Marketing“, woraufhin mich 2008 eine Agentur in Fürth fragt, ob ich das, was ich in meiner täglichen Beratung mache, auch anderen erklären könnte. Daraus entwickelt sich mein Seminar-Standbein.
- Neben den Vorträgen beim Marketing- und Comm-Club, gehe ich seit 2008 regelmäßig zu den Events der regionalen Kreativ- und Web-Szene sowie seit 2010 zu Barcamps.

# Welche Tätigkeiten ergaben sich während der Selbständigkeit? 3/3

- Ebenfalls in 2008 komme ich mit Erkenntnissen der Gehirn-Forschung für's (Neuro)-Marketing in Berührung und mache 2009 die Trainer-Ausbildung für ein Persönlichkeits-Modell. Von 2010 bis 2017 nehme ich jährlich am Neuromarketing-Kongress teil und 2015 folgt die Trainer-Ausbildung für ein weiteres (ähnliches) Persönlichkeits-Modell.
- Mitte 2013 fragt mich das Bildungszentrum, ob ich eine Workshop-Reihe für Schüler im Alter zwischen 13-15 Jahren zum Thema „Social Reading & Writing“ machen könnte, woraus sich seitdem immer mal wieder Vortrags-Anfragen von Bibliotheks-Verbänden und Schulbuch-Verlagen ergeben.
- Ende 2015 fragt mich ein Unternehmensberater, ob ich ihn berate sowie beim Aufbau einer Onlineplattform und Veranstaltungsreihe zu „Service Design Thinking“ in Nürnberg unterstütze. Hierzu schaffe ich eine eigene Kategorie in meinem Blog, in der ich regelmäßig Fachbücher zu diesem Thema vorstelle.

# Was ist mein beruflicher IKIGAI?

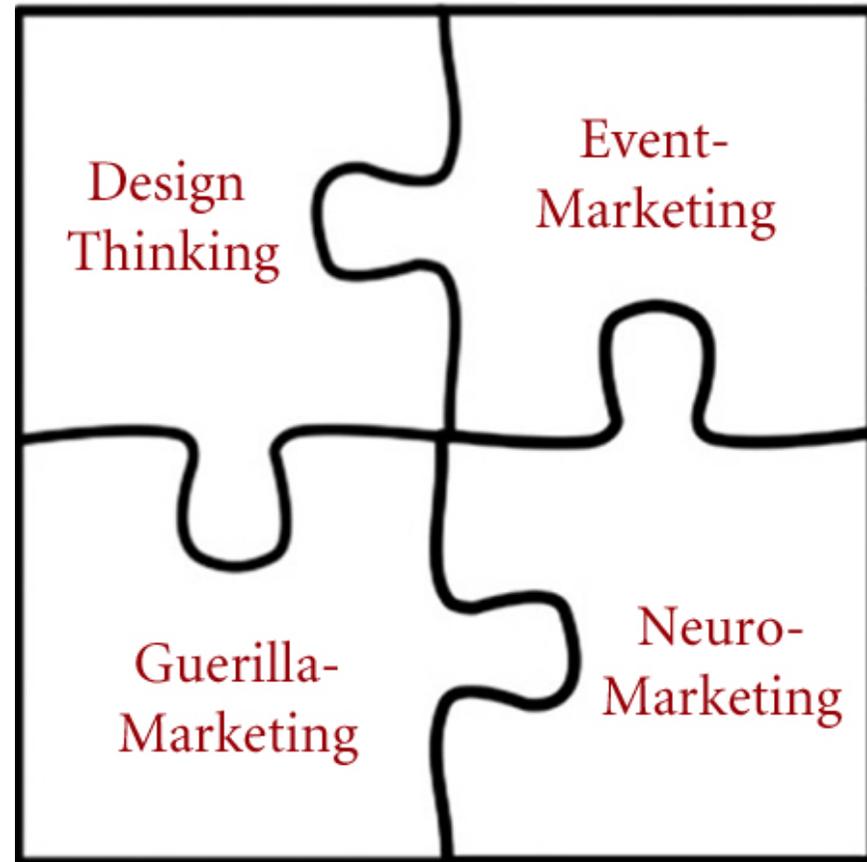
- Was bedeutet „IKIGAI“?  
Der Begriff kommt aus der japanischen Kultur und steht für „Lebensinn“:  
<https://de.wikipedia.org/wiki/Ikigai>
- Was ist es bei mir?
  - Etwas analysieren, Muster erkennen und Strukturen schaffen
  - Mich mit neuem beschäftigen, Konzepte für Pilot-Projekte erstellen und diese auch durchführen
  - Andere dabei unterstützen, ihren Kern herauszuarbeiten, sie bei den ersten Schritten beraten und zu etwas befähigen
- 3 Tätigkeiten
  - Beratung, Projektmanagement
  - Schreiben von redaktionellen Texten
  - Vorträge, Barcamp-Sessions, Seminare



# Was ist meine heutige Spezialisierung?

- Fragen für sich beantworten:
  - Was kann ich gut, wird das jetzt gebraucht und kann ich davon leben?
  - Wer ist mein Wettbewerb und wie unterscheide ich mich von dem?
  - Wer sind meine Zielgruppen, welchen Nutzen stifte ich für die oder welche derer Probleme helfe ich zu lösen?
- Spitze Positionierung schaffen und eine Nische finden:
  - z.B. mit EKS: [https://de.wikipedia.org/wiki/Engpasskonzentrierte\\_Strategie](https://de.wikipedia.org/wiki/Engpasskonzentrierte_Strategie)
  - z.B. von Werbeagentur über Online- und Social Media-Marketing bis hin zum Content-Marketing mit den nebenstehenden Modulen

Strategischer Marken-Aufbau mit  
Content-Marketing **AD!THINK**  
Marketing weiterdenken.

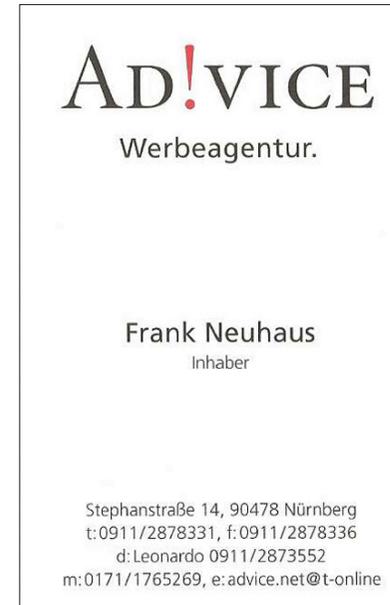


# Wie wurde ich sichtbar und mein Firmen-Name, bzw. Logo bekannt?

- Eigenes Logo (z.B. für Sponsoren-Poster von Barcamps)
- Eigene Website und eigene Social Media-Profile
- Kontinuierliches scannen der Events der regionalen Kreativ- und Web-Szene, monatliche Hinweise auf diese Events in meinem Blog, teilen meiner Blog-Artikel in regionale und Themen-spezifische Facebook- und Xing-Gruppen, hingehen zu diesen Events, Unterstützung bei deren Organisation und Sponsoring
- Ausgelesene Zeitschriften mit einem Absender-Aufkleber monatlich in einem Gründer-Zentrum auslegen
- Von 2003 bis 2007 Vertrieb von Print-Anzeigen für ein Niederlassungs-Magazin von BMW in 3 Städten = Ach, Sie sind die BMW-Agentur
- Dorthin gehen wo die Kunden sind = Mitgliedschaft im Marketing-Club von 2001 bis 2011

# Welche rechtlichen Probleme ergaben sich und helfen Verträge?

- 1999 erhalte ich wenige Monate nach meiner Gründung und trotz einer IHK-Namensrecherche eine Abmahnung für meinen Firmen-Namen von einer Unternehmensberatung.
- 2003 versucht mich mein Startkunde zu verklagen, weil er nach Beendigung der Zusammenarbeit alle offenen FreeHand-Dateien und Litho-Filme haben möchte. Dabei versucht er einen Absatz im Agentur-Vertrag entsprechend auszulegen. Damit scheitert er und mahnt mich anschließend damit ab, dass ich auf meiner Website und auch in meinen älteren Blog-Artikeln seinen Firmen-Namen nicht (mehr) nennen darf.
- 2015 erhalte ich eine Abmahnung von einer Abmahn-Kanzlei für ein Blog-Bild von 2002, nachdem es mittlerweile eine funktionierende Software für Bild-Erkennung im Internet zum auffinden ähnlicher Bilder gibt, wodurch sich für manche Kanzleien scheinbar ein neues Geschäftsmodell auftut.



# Lebenslanges Lernen zu eigenen Themen und zu denen der Kunden

- 2016
  - Neuromarketing-Kongress in München, Service Design Summit in Nürnberg sowie Konferenzen von Management Circle zu Digitale Transformation in Düsseldorf, Disrupt in Berlin und Innovation in München.
  - Barcamps in Augsburg, Düsseldorf, Heilbronn, Ingolstadt, Nürnberg, Regensburg, Wiesbaden und Würzburg.
- 2017
  - Neuromarketing-Kongress in München, Wirtschaftskongress Oberpfalz in Amberg, Puls Unternehmertag in Nürnberg, Workshops Business Model Canvas und weitere Visualisierung-Methoden in Würzburg sowie Lego Serious Play und Industrie 4.0 in Nürnberg.
  - Barcamps in Nürnberg, Regensburg und Würzburg.
- 2018
  - Big Data Marketing Day in München, Big Data und AI-Summit in Hanau, IT-Forum Oberfranken in Bayreuth, Unternehmer-Forum Design in Würzburg und IT-Unterstützung von Unternehmens-Prozessen in Nürnberg, Smart Data in Procurement und Supply Chain Management in Würzburg, Geschäftsmodelle innovieren in Würzburg.
  - Barcamp-Night in Regensburg, Barcamp in Nürnberg und Startup-Barcamp in Ingolstadt.

# Welche Erkenntnisse habe ich gewonnen?

- Entwickle Dich kontinuierlich weiter und bleib am Ball. Verbeiße Dich aber nicht, sondern lerne loszulassen und schaffe Dir auch einen regelmäßigen Ausgleich, um den Kopf wieder freizukriegen.
- Stelle alles regelmäßig auf den Prüfstand, hinterfrage es und lass Dich dabei auch von anderen unterstützen.
- Mache Dich nie von einem Kunden finanziell abhängig und bleibe auch möglichst von Banken unabhängig. Berücksichtige Steuern, Steuerabhängige Ausgaben und Branchen-spezifische Kosten, wie z.B. die Künstlersozialkasse (KSK). Suche Dir einen guten Steuerberater.
- Überlege Dir, welches Firmen-Auto aus der Sicht Deiner Kunden angemessen ist.
- Umgebe Dich beruflich und privat mit Menschen, die Dich weiterbringen und meide die, die Dich bremsen.

