



FINDE DEIN WHY

Wie du mit dem Golden Circle
eine authentische Marke aufbaust,
die in Erinnerung bleibt



Wie du deine Story starten kannst?

Schon immer haben sich die Menschen Geschichten erzählt. Sie saßen dicht an dicht am Lagerfeuer beisammen und es herrschte eine spannende und knisternde Stimmung. Dieses Gefühl der Nähe in der Kommunikation ist uns in der digitalen Welt fast vollständig abhandengekommen.

Besonders in Zeiten wie diesen, merke ich deutlich, dass mir das Zwischenmenschliche, das uns als empathische Menschen ausmacht, dort einfach fehlt.

Dieses Workbook ist eine Erinnerungshilfe für die Frage, **warum** du dich selbstständig gemacht hast und eine Rückbesinnung an die Werte und Erfahrungen, die antreiben. Es ist aber auch ein Plädoyer für mehr Gefühl, Authentisch-sein und Wertschätzung in der Kommunikation. Das ist nämlich meine persönliche Vision und mein **WHY**. Und es ist da, was uns in Momenten großer Unsicherheit, Halt geben kann: In uns hineinzuhören und unserer Intuition und unseren Werten zu folgen. Und genau dabei möchte ich dich unterstützen.

“Marke ist ein gutes Gefühl.” Jon Christoph Berndt

Im Mittelpunkt dieses Workbooks steht die Frage nach dem **Warum** deines Abenteuers Selbstständigkeit. Denn hinter vielen erfolgreichen Unternehmer:innen steckt eine faszinierende Gründungsgeschichte und Held:innenreise. Du wirst vielleicht, wie jede:r Held:in, vor Problemen stehen, Zweifel haben und Fehler machen. Am Ende aber gestärkt daraus hervorgehen. Denn Markenaufbau ist ein Prozess, eine inspirierende Reise und kein abgeschlossenes Projekt.

Wie du das Workbook am besten nutzt

In diesem Workbook gehen wir gemeinsam 5 Schritte, während denen ich viele Schlüsselfragen für dich habe. Am meisten holst du für dich heraus, wenn du es dir ausdrückst. Denn Aufschreiben hilft beim Denken. Schnapp dir einen Stift und einen Textmarker und suche dir einen ruhigen Ort, an dem du dich warm und wohlig fühlst. Für diese kleine Reise brauchst du weder dein Handy noch eine Internetverbindung.

Bitte gib dir die Zeit und gehe alle Schritte gewissenhaft durch. Eine gute Markenpositionierung wird sich nachhaltig und langfristig bezahlt machen, das möchte ich dir aus tiefster Überzeugung versprechen.

Ich wünsche dir aber nun erstmal alles Gute beim Finden deines WHY - auf dem Weg zu deiner unverwechselbaren Markenpositionierung!

1. Schritt: Deine Vision im Rückspiegel erkennen

Ich möchte dir ein paar offene Fragen zuwerfen, die dir helfen können, deine Vision zu erkennen und in die Gegenwart zu holen.

Eine Möglichkeit ist, dich daran zu erinnern, warum du dich selbstständig gemacht hast.

Platz für deine Worte und Bilder hast du auf der folgenden Seite.

Fragen, die dir auf deiner Erinnerungsreise helfen können:

Was für Gefühle hattest du zu Beginn deiner Selbständigkeit?

Worauf hast du dich total gefreut? Was hat dir Angst gemacht?

Was hat dich begeistert?

Was hat dich angetrieben?

Gab es etwas, zu dem du dich gezwungen gefühlt hast?



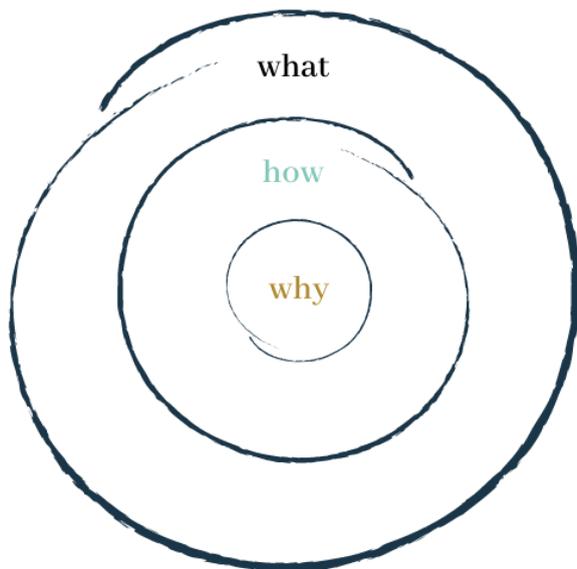
Schreibe hier nun alles (ruhig in Stichworten, Sketchnotes, Sticky Notes oder was auch immer) auf, was dir dazu in den Sinn kommt.

Hier kannst du so richtig drauf loskrickeln (malen oder schreiben) und deine Erinnerungen so lebendig wie möglich machen.

1. Schritt: Von anderen Lernen

Es ist an der Zeit, dir den Golden Circle von Simon Sinek vorzustellen, falls du ihn noch nicht kennst. Bekannt wurden Simon Sinek und sein Golden Circle 2009 durch den [TED-Talk "Wie große Führungspersönlichkeiten zum Handeln inspirieren"](#). In diesem beschrieb Sinek sehr bildhaft den Erfolgspfad inspirierender Führungspersönlichkeiten, wie Steve Jobs, für die das WHY im Zentrum der Kommunikation steht. Sein Mantra: "People don't buy what you do, they buy it because of **why** you do it".

Der Golden Circle



what:

Jedes Unternehmen weiß, **was** es tut. Das WAS kann (ein) Produkt(e) oder (eine) Dienstleistung(en) sein.

how:

Einige Unternehmen können klar sagen, **wie** sie es tun. Das **Wie** ist das, was sie besonders macht und sie von anderen Mitbewerbern unterscheidet. Es wird im Marketing-Sprech auch als Alleinstellungsmerkmal bezeichnet.

why:

Wenige Leute oder Unternehmen wissen, **warum** sie das tun, was sie tun. Das **Warum** ist niemals monetär getrieben, da das ein Resultat ist. Das WHY ist die Sinnhaftigkeit, der Antrieb, die Überzeugung. Es ist der Grund, warum dein Unternehmen existiert.

Das menschliche Gehirn, im Querschnitt von oben nach unten gesehen, ist in drei wichtige Teile aufgeteilt, die perfekt dem *Goldenen Kreis* entsprechen (Quelle: [Simon Sinek](#)).

Wenn wir von innen nach außen kommunizieren, können wir direkt zum limbischen System, also dem Teil des Gehirns sprechen, in dem Gefühle, wie Vertrauen, entstehen und in dem das Verhalten kontrolliert wird. So entstehen Entscheidungen aus einem Gefühl oder aus dem Bauch heraus.

Die Kehrseite diese Medaille ist: Wenn Du selbst nicht weißt, warum Du das tust, was Du tust, dann können die Menschen nicht emotional auf Dein WHY reagieren und es fällt ihnen schwer, Vertrauen zu fassen.

 **Also kenne Dein WHY und baue ein Markengrundament voller Vertrauen auf.**

3. Schritt: Antworten finden

Wir haben am Anfang dieser Reise viel in Erinnerungen geschwelgt. Nun ist es an der Zeit, in die Gegenwart zurückzukehren, um den Blick in die Zukunft zu richten.

Denk in aller Ruhe über die gleich folgenden Fragen nach und versuche eine Antwort zu finden. Wenn du eine Frage schon bei einer anderen Frage beantwortet hast, versuche dir trotzdem ein **Stichwort** dazu aufzuschreiben. Denk daran, dass das hier niemand außer dir sieht.

Warum machst du das, was du tust?

Was daran macht dich zu einem besseren Menschen?

Warum sollten sich jemand dafür interessieren?

Was begeistert dich selbst daran?

Was wäre, wenn es dein Angebot morgen nicht mehr geben würde?

Was macht dich in deinem Leben am aller glücklichsten?

Was begeistert dich, unabhängig von deiner Arbeit?

Was bereitet dir in Bezug auf die nächste Generation am meisten Sorge?

Was ist deine Vision und wie sollte eine ideale Welt für dich aussehen?

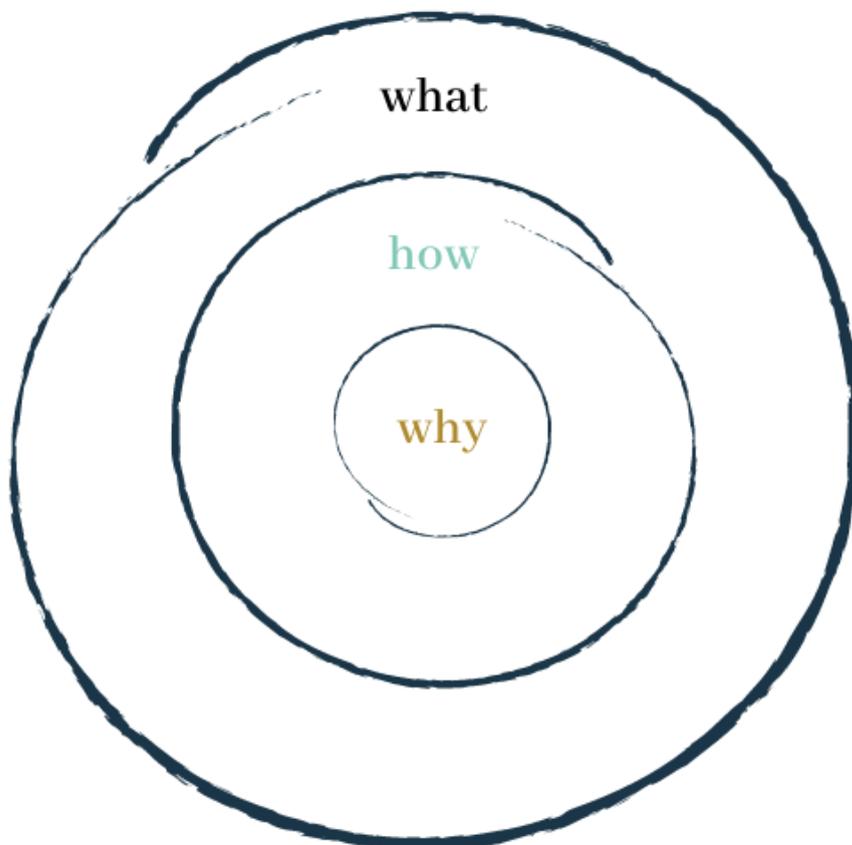
Was möchtest du deinen Kindern oder den Kindern, die dir nahestehen, hinterlassen? Was für eine Welt wünschst du ihnen? Was soll es dort geben? Was nicht?

4. Schritt: Klarheit gewinnen

Lass uns jetzt gemeinsam etwas mehr Klarheit in dein Warum, dein goldenes WHY bringen. Wenn du die Fragen oben beantwortet hast, nimm dir einen Textmarker und unterstreiche alles, was für dich Bedeutung hat. Und versuche mal nicht rational an die Sache heranzugehen. Hier ist ausdrücklich dein Gefühl gefragt.

Überprüfe nun, was dir aus den oben genannten Antworten am wichtigsten ist und welche sich am ehesten auf dein Business übertragen lassen. Du entscheidest, wie viel für dich persönlich ist und was du davon „der Welt“ zeigst.

➤ Nun übertrage deine Ergebnisse in deinen persönlichen Golden Circle.



5. Letzter Schritt: Verbindung herstellen

Puuuh, das war bestimmt etwas aufwühlend. Ich hoffe, du hast viel über dich gelernt und den einen oder anderen AHA-Moment gehabt. Jetzt hast du es fast geschafft. Es kommt aber noch ein letzter, wichtiger Schritt: die Meilensteine und Knotenpunkte deiner Reise zu verknüpfen und eine Verbindung herzustellen.

 Spiegeln sich dein WHY und deine Vision in deinem Business oder einem Leben wider?

Wenn ja, beschreibe hier, wie deine Arbeit es dir erlaubt, dein WHY zu leben:

Wenn die Antwort "nein" ist, finde einen Weg, um dein Warum in deiner aktuellen Arbeit noch mehr zu leben. Versuche, die Verbindung zwischen deinem Business und deinem WHY zu finden und in deine eigenen Worte zu packen. Das geht am besten über **Werte**. Dafür kannst du dir nochmal die im 3. Schritt markierten Wörter angucken. Wenn dort z.B. "mehr Zeit" steht - dann steckt da vermutlich ein Wert wie *Freiheit* oder *Unabhängigkeit* hinter. Hinter "weniger Ärger" verbirgt sich oft *Harmonie* oder *Balance*.

 Habe dabei immer deine Wunschkund:innen im Kopf!

Meine Kernwerte (ca. 3-5):

Was bleibt?

Dein **WHY** bleibt, auch wenn das **was** sich verändert. Stelle dir vor, du wirst in ein paar Jahren eine ganz neue Arbeit haben oder es kommt noch etwas dazu. Dann kannst du sehr viel von dem verwenden, was du hier erarbeitet hast. Denn diese so grundlegende Arbeit an deiner Marke ist ein Fundament, auf dem du nicht nur ein solides Markenzuhause gebaut hast, sondern auch viele neue Projekte bauen kannst. Dein Warum zu kommunizieren bedeutet, eine Vision, eine Haltung und Gefühle zu zeigen. Es ist außerdem eine wunderbare Gelegenheit, Geschichten zu erzählen, mit denen sich andere identifizieren können. Das ermöglicht dir, in guter Erinnerung zu bleiben, einen Eindruck zu hinterlassen. Dein Warum zu kennen und zu verbreiten, hilft dir dabei.

Und nun?

Nutze das gewonnene Wissen. Und sei es erstmal nur für einen Social Media Post, den du aus dem Bauch heraus entwirfst. Wenn du weiter mit Gefühl an deiner Marke arbeitest, zieht sich dein WHY irgendwann von ganz intuitiv, wie ein roter Faden durch deine Markenkommunikation mit deinen potenziellen Wunschkund:innen.

Du kennst deine Wunschkund:innen noch nicht? Neben meiner Beratung zu den Themen Storytelling und Personal Branding kannst du bei mir auch Workshops buchen. In meinem Marken-Workshop arbeiten wir intensiv an deiner Brand Story, deinem Wunschkund:innen-Profil, deinem perfekten Angebot und deiner persönlichen Kommunikationsstrategie.

Solltest du noch Fragen haben, irgendwo einen Knoten drin haben oder den Faden verloren haben, dann melde dich gerne bei mir.

Über Mich

Moin, ich bin Mayka. Nordlicht, Mama, Rote-Fäden-Entdeckerin und Wortspielerin.



Ich begleite empathische Selbstständige auf ihrem Weg zur authentischen Personenmarke mithilfe von kreativen Konzepten, lebendigen Stories und neuen Impulsen. Doch bis dahin war es ein langer Weg.

Ich habe in meinem Leben viele Sachen gemacht, die ich noch nie vorher gemacht hatte, einfach, weil ich von Leuten angesprochen wurde, die dachten, dass ich das können, könnte. Na klar, warum nicht! Ich bin ja Kulturwissenschaftlerin und damit eine Eierlegende Wollmilchsau M.A.. Frei nach Pippi Langstrumpf: *„Das habe ich noch nie versucht. Also bin ich mir ziemlich sicher, dass ich das kann!“*

Irgendwann fühlte mich immer häufiger unterfordert, unterschätzt oder schlichtweg überqualifiziert. Ich hinterfragte die klassischen Methoden und suchte nach mehr Sinn, Kreativität, Freiheit und Relevanz in meiner Arbeit. Aber vor allem suchte ich nach mehr Wertschätzung für meine viel interessierte und hochsensible Persönlichkeitsstruktur.

Erst nach einer unschönen Erfahrung im Mutterschutz und dem harten Aufprall auf den Boden der Tatsachen dämmerte mir, dass ich dieses Ziel als Mutter im klassischen Angestelltenverhältnis niemals erreichen würde.

Mit der Geburt meines zweiten Sohnes ist dann auch die Idee zu meiner Selbstständigkeit geboren. Mit der Gründung von *Y stories* sind alle Fäden zusammengelaufen. All die Umwege, die turbulenten Geschichten meines Lebens haben nun einen roten Faden.

Das Y ist die Verbindung, der Grund für mein Schaffen. Und es schenkt mir die Freiheit für meine kleine Familie da zu sein und trotzdem meiner Vision von mehr authentischer Kommunikation nachzugehen.

“Also, komm, lass uns Geschichten schreiben, die wir später gern erzählen.”

Julia Engelmann



Y stories
by Mayka Engelmann
www.mayka-engelmann.de
info@mayka-engelmann.de
0172 189 02 81
instagram: ystories.mayka



YSTORIES.MAYKA

The image shows a central text block for 'Y stories' by Mayka Engelmann, including contact information. To the left is a QR code with a 'SCAN ME' button above it. To the right is an Instagram QR code with the handle 'YSTORIES.MAYKA' below it. Curved arrows point from the Instagram QR code to the central text and from the central text to the 'SCAN ME' QR code.