

Zu diesem Buch

Du möchtest deine Leidenschaft zum Beruf machen und davon leben können? Hier erfährst du, wie du dies anpacken kannst!

Die Autorin verrät dir alle Tipps und Tricks aus ihrer langjährigen Tätigkeit als Unternehmerin und erzählt dir von den Erfolgsfaktoren, aber auch von den Fehlern, die sie gemacht hat. Lass dich von ihren persönlichen Geschichten motivieren, deiner Passion zu folgen und deine Ideen jetzt umzusetzen.

«Wir machen Business, keine Kunst» ist eine Mischung aus praktischem Ratgeber und humorvoller Biografie als Inspiration für Gründende, die wissen möchten, welchen Herausforderungen Unternehmer*innen begegnen und wie sie diese meistern können.

Die Autorin

Von der Angestellten zur Unternehmerin: Miriam Nussbaumer war über zwölf Jahre lang als Inhaberin und Geschäftsführerin eines erfolgreichen Tanzstudios unterwegs. Während dieser Zeit hat sie sich intensiv mit den Themen Selbstvermarktung, Business-Mindset und Unternehmensführung auseinandergesetzt und lässt dich nun hier an ihren persönlichen Erfahrungen und Erkenntnissen als Unternehmerin teilhaben.

Unter dem Pseudonym Miriam Veya schreibt sie Romane und Krimis.

Miriam Nussbaumer

Wir machen Business, keine Kunst

Vom Hobby zum Unternehmen



© 2023 Miriam Nussbaumer

Umschlaggestaltung: Miriam Nussbaumer

Autorinnenfoto: Sarah Ley, www.leyfotografie.com

Druck und Distribution im Auftrag der Autorin:

tredition GmbH, Halenreie 40-44, 22359 Hamburg

Deutschland

ISBN

Paperback 978-3-347-79506-8

Hardcover 978-3-347-79542-6

e-Book 978-3-347-79512-9

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Für die Inhalte ist die Autorin verantwortlich. Jede Verwertung ist ohne ihre Zustimmung unzulässig. Die Publikation und Verbreitung erfolgen im Auftrag der Autorin, zu erreichen unter: tredition GmbH, Abteilung «Impressumservice», Halenreie 40-44, 22359 Hamburg, Deutschland.

Für Links auf Webseiten Dritter übernimmt die Herausgeberin keine Haftung.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliothek; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	7
Teil 1: Grundlagen.....	13
1. Vision.....	14
2. Ziele	23
3. Mindset	30
Teil 2: Ein bisschen Magie	39
4. Bauchgefühl.....	39
5. Anziehung	46
Teil 3: Tu das (<i>Dos</i>).....	57
6. Abgrenzung.....	57
7. Entscheidungen	67
8. Konsistenz	75
9. Meinungen.....	82
Teil 4: Tu das nicht (<i>Don'ts</i>).....	90
10. Prokrastination.....	90
11. Perfektionismus	98
12. Workload	106
Teil 5: Vergoldung.....	115
13. Erfolg	115
14. Geld	125
Teil 6: Schubser	137
15. Anfangen	137
16. Aufhören.....	145
Anhänge.....	153

Vorwort

Denkst du darüber nach, dich mit einer Idee, mit einer Leidenschaft selbstständig zu machen? Wunderbar! Und wahrscheinlich weißt du schon, dass es unglaublich viel Material zum Thema Unternehmensgründung gibt. Bücher, Podcasts, Videos, Kurse, Tutorials etc. Warum solltest du dann ausgerechnet dieses Buch lesen? Nun, vielleicht gelingt es mir, dich mit meiner ganz persönlichen Geschichte als Unternehmerin eines KMU zu inspirieren und dich ein Stück weit auf deinem Weg in die Selbständigkeit zu begleiten. Dir von meinen Erfolgen und vor allem aber auch von meinen Fehlern zu erzählen, auf dass du nicht dieselben machen musst. Denn es gibt so viele Dinge, die ich gerne gewusst hätte, als ich als Gründerin vor über zehn Jahren gestartet bin. Dinge, die mich unglaublich viel Zeit, Geld und Nerven gekostet haben. Damit möchte ich nicht sagen, dass du keine Fehler machen wirst, wenn du dich nur sorgfältig informierst und vorbereitest. Nein, auf keinen Fall. Denn das Fehler machen gehört nun mal zum Unternehmertum, so wie es auch zum Leben gehört. Aber vielleicht motiviert dich meine Geschichte, überhaupt einmal zu starten und es auszuprobieren. Und wenn du dann noch die eine oder andere Hürde elegant umgehen oder schwungvoll drüber springen kannst, umso besser.

Aber warum heißt dieses Buch «Wir machen Business, keine Kunst»? Weil es sich an Menschen richtet, die von ihrer Leidenschaft leben, die ihr Hobby oder eben ihre Kunst zum Beruf machen wollen. Ich möchte dir zeigen,

dass du auch mit etwas, das ein Hobby oder Kunst ist, Geld verdienen kannst, wenn du dich mit der unternehmerischen Seite auseinandersetzt. Bei mir ging dieser Weg vom Hobby zu einem erfolgreichen Business so:

Parallel zu meinem Einstieg in die Arbeitswelt habe ich begonnen, nebenbei Tanz und Bewegung zu unterrichten. Als reines Hobby. Ich habe schon als Teenager herumerzählt, dass ich dann irgendwann mal meine eigene Tanzschule haben möchte. Trotzdem habe ich das Unterrichten viele Jahre lang als etwas gesehen, das ich in meiner Freizeit mache und mit dem ich nur ein unbedeutendes Taschengeld verdiene. Als ich dann über zehn Jahre später an einer Weggabelung in meinem Leben stand und auf dem Weg, den ich eigentlich einschlagen wollte, nicht weiterkam, tauchte die Idee des eigenen Tanzstudios wieder auf. Das Tanzen blieb dann noch für eine ganze Weile ein Nebenberuf. Doch ich wünschte mir je länger, desto mehr, meine Leidenschaft zum Beruf zu machen und damit genügend Geld zu verdienen, um davon leben zu können. Wenn ich den Schritt also wagen sollte, dann wollte ich Business machen und keine Kunst. Und so wurde ich von der Tanzlehrerin zuerst zur Tanzstudio-Inhaberin und dann zur Unternehmerin. Knapp dreizehn Jahre lang habe ich das Studio in Zürich geführt und mehrere Jahre lang auch in anderen Schweizer Städten Kurse aufgebaut. In dieser Zeit ist die Zahl der Teilnehmerinnen stetig gewachsen und so kamen auch immer mehr Mitarbeiterinnen hinzu. Meine Nische im sehr breiten Tanzangebot in der Schweiz habe ich mit dem Burlesque gefunden, einer Mischung aus Cabaret, Showdance und sinnlichen Bewegungen. Damit konnte ich

mich über die Jahre gut etablieren und viele Kurse, Shows und Ausbildungen anbieten. Wie und warum ich dann Anfang 2022 das Tanzstudio an eine Nachfolgerin übergeben habe und nun Bücher schreibe, erfährst du im letzten Kapitel.

Wenn du also wie ich dein Hobby, deine Kunst, deine Leidenschaft zum Beruf machen möchtest, dann könnte dieses Buch und meine Geschichte etwas für dich tun. Es richtet sich einerseits an Menschen, die am Anfang ihrer Selbständigkeit stehen. Andererseits aber auch an Unternehmer*innen, die schon eine Weile mit ihrer Firma unterwegs sind, sich aber noch nicht intensiv mit unternehmerischen Fähigkeiten auseinandergesetzt haben. Zudem kann es auch interessant sein für Menschen, die nach einigen Jahren Selbständigkeit wieder einmal reflektieren möchten, wo sie stehen, warum sie vielleicht nicht weiterkommen und wie die Zukunft aussehen soll.

Auf einen wichtigen Unterschied möchte ich an dieser Stelle noch hinweisen: Selbständigkeit bedeutet nicht unbedingt Unternehmertum. Selbständigerwerbende Personen, die für verschiedene Auftraggebende arbeiten, sind zu 100 % abhängig vom Einsatz ihrer Zeit. Je mehr Stunden sie arbeiten und verrechnen können, desto mehr verdienen sie. Ohne sie funktioniert die Firma nicht, da sie *in* der Firma tätig und für die Erledigung der anfallenden Kundenaufträge verantwortlich sind. Unternehmer*innen hingegen können ihre Arbeitskraft multiplizieren, indem sie Mitarbeitende beschäftigen, die diese Arbeiten erfüllen. Sie haben damit die Möglichkeit, *an* der Firma zu arbeiten. Dies bedeutet, dass sie nicht für

das tätig sind, wofür die Kundschaft bezahlt, sondern sie entwickeln neue Produkte oder Dienstleistungen, optimieren Prozesse, planen, erarbeiten Strategien etc. Und sie ermöglichen es den Mitarbeitenden, bestmöglich und gewinnbringend zu arbeiten. In meinem Unternehmen hieß das beispielsweise, dass ich je länger, desto weniger selbst unterrichtete, sondern immer mehr im Hintergrund arbeitete, eben *an* der Firma. In diesem Buch verwende ich beide Begriffe, Selbständigkeit und Unternehmertum, da es gerade am Anfang schwierig ist, sich aus der Auftragserledigung herauszunehmen. Ganz viele der Themen, von denen ich sprechen werde, treffen zu dem gleichermaßen auf Selbständige wie auch auf Unternehmer*innen zu.

Das Buch ist in sechs Teile gegliedert: Wir starten mit den Grundlagen, wie du dein Business auf Kurs bringst, dir Ziele setzt und dein optimales Business-Mindset entwickelst.

Im zweiten Teil gibt's dann ein bisschen Magie: Wie du dein Bauchgefühl kennenzulernenst, das sich so gar nicht um Rationales schert und wie du mit «Zauberei» die richtige Kundschaft anziehst.

Im dritten und vierten Teil folgen dann die *Dos* und *Don'ts*, Dinge, die ich dir empfehle, schon ganz zu Anfang im Hinterkopf und immer wieder ein Auge darauf zu haben. Danach geht es im fünften Teil um die Vergoldung deines Unternehmens, wie du erfolgreich werden und wie du gut mit deinem Geld umgehen kannst. Und im letzten Teil gebe ich dir einen kleinen Schubser, damit du anfängst (oder weitermachst) und gleichzeitig aber

auch das Einverständnis, wieder aufzuhören, wenn du möchtest. Ganz am Ende des Buches findest du noch eine Liste mit ganz vielen Links, Buchempfehlungen, Podcasts und Videos, die mir das Leben als Unternehmerin einfacher gemacht haben. Es spielt übrigens keine große Rolle, in welcher Reihenfolge du die einzelnen Teile des Buches liest. Du kannst dir auch einfach ein Thema herauspicken, das dich gerade interessiert oder beschäftigt und dann ganz nach Lust und Laune vor- und zurück-springen.

Vielleicht noch kurz etwas dazu, was dieses Buch *nicht* bietet: fundierte Anleitungen zum Erstellen von Businessplänen, Marketingstrategien, Marktanalysen etc. Ich spreche diese Themen zwar an und empfehle dir, dir dieses Wissen unbedingt zu holen. Der Fokus dieses Buches liegt jedoch auf den *soft skills*. Damit meine ich diejenigen Fähigkeiten, die dir helfen, dein Business so zu planen und aufzustellen, dass es dir entspricht und du möglichst entspannt und mit großem Vertrauen in dich und deine Ideen arbeiten kannst. Es richtet sich an Menschen, die mit ihrem Business nicht nur Geld verdienen wollen, sondern Leidenschaft und Herzblut dafür haben, was sie tun. Ich erachte die Entwicklung dieser *soft skills* als mindestens genauso wichtig wie das Erstellen einer ausgeklügelten Strategie.

Im Laufe deiner Reise als Unternehmer*in wirst du abgesehen von aller Theorie nicht darum herumkommen, dich sehr gut kennen zu lernen, denn ein eigenes Business zu führen bedeutet auch eine Reise zu dir selbst. Je länger du unterwegs bist, desto besser kannst du deine

Reaktionen einschätzen, deine Gefühle einordnen, deine Werte spüren und dann ruhig und gelassen entscheiden, was der nächste Schritt für dich sein soll. Das ist, großes Ehrenwort, ein wunderbares Gefühl.

Ich erzähle dir hier meine persönliche Geschichte und die Art und Weise, wie ich es gemacht habe. Und auch wenn ich versuche, immer offen zu bleiben und neue Blickwinkel zuzulassen, so bleibt es meine Perspektive. Wie wir alle bin auch ich von meinen Erfahrungen, meinem sozialen Umfeld und meinen Werten geprägt. Wahrscheinlich bist du nicht mit allem einverstanden und nicht alles passt für dich so, wie es für mich passt. Das ist in Ordnung. Wir ticken alle unterschiedlich und gerade bei wichtigen Entscheidungen müssen wir uns nach unserem eigenen, ganz individuellen Kompass richten. Doch vielleicht erhältst du durch meine Geschichte einige Impulse für deinen Weg.

Ich würde mich freuen, von dir zu hören! Schreib mir deine Erfahrungen und wenn du magst auch, was du aus diesem Buch mitnehmen konntest. Meinen Kontakt findest du ganz hinten im Buch.

Und nun geht's los!

Teil 1: Grundlagen

Ganz am Anfang steht deine Businessidee. Idealerweise etwas, das du gut kannst, gerne machst, das einen Mehrwert für deine Kundschaft bietet und mit dem du Geld verdienen kannst. Die Idee dieser vier Dinge, die eine Businessidee erfüllen müssen, basieren auf dem japanischen Ikigai-Modell. *Iki*= Leben, *gai* = Wert. Die ersten beiden Faktoren, also dass du etwas machen möchtest, das du gut kannst und gerne machst, sind wahrscheinlich selbsterklärend. Beim dritten Punkt wird es schon etwas schwieriger: Mehrwert für deine Kundschaft bieten. Hier lohnt es sich, deine Idee zuerst zu testen und zu schauen, ob eine Nachfrage für dein Produkt oder deine Dienstleistung besteht. Im nächsten Schritt gilt es dann herauszufinden, ob die Leute auch bereit sind, dafür zu bezahlen. Wenn ja: Reicht dies, um deinen gewünschten Umsatz zu erzielen, also den vierten Punkt abzudecken?

Eine Frage, die du dir auch noch stellen kannst: Was hebt dich von deiner Konkurrenz ab, warum soll deine potentielle Kundschaft bei dir kaufen?

Das wären die wichtigsten Fakten, die du abklopfen kannst: Nachfrage, Preise, Alleinstellungsmerkmal (oft verwendeter englischer Begriff dafür ist *USP, unique selling point*).

Aber wie im Vorwort erwähnt, sind diese harten Fakten nur das eine. Bevor du jetzt einen ausgeklügelten Businessplan erstellst, lohnt es sich, mal noch etwas tiefer zu graben.

1. Vision

Was willst du mit deinem Business erreichen und warum ist dir das wichtig? Wenn du diese Fragen beantworten kannst, kommen wir zum eigentlichen Kern deiner Businessidee. Lass uns also einen Blick in dein Herz werfen, um deine Vision zu definieren. Etwas also, das über allem steht, dein Kompass, dein roter Faden. Deine Vision soll dir dabei helfen, in deinem Businessalltag fokussiert zu bleiben und dein großes Ziel immer vor Augen zu haben.

Grundsätzlich gilt:

- Deine Vision muss *realistisch* sein. Nur so bleibst du motiviert, diese auch als deine Orientierung zu benutzen. Wenn du nicht davon überzeugt bist, dass du sie erreichen kannst, dann bringt sie nicht viel und wird dich eher unter Druck setzen, als dass sie dich motiviert.
- Deine Vision muss *klar und verständlich* sein.
- Deine Vision muss *deinen Werten entsprechen*. Nur so bleibst du nach innen und vor allem nach außen authentisch. Deine Kundenschaft wird spüren, ob deine Vision nur aus leeren Worten besteht, die gut klingen, oder ob du wirklich danach lebst.
- Deine Vision muss *Emotionen* wecken. Als erstes sollte sie bei dir selbst etwas auslösen und dein Herz beflügeln.

Übrigens: Diese Vision musst du nicht schon von Anfang bereit, geschweige denn umgesetzt haben. Sie darf sich gerne auch erst mit der Zeit entwickeln und eine immer klarere Form annehmen.

Komm zum Punkt!

Je mehr ich mich mit dem Thema Selbständigkeit beschäftigt habe, desto öfter bin ich auf die Aufforderung «versuche, dein Angebot in einem Satz zu erklären» gestoßen. In einem Satz? Wie bitte? Es steckt doch so viel mehr in unseren genialen Businessideen, oder?

Als ich mich dann endlich ernsthaft damit auseinander gesetzt habe, merkte ich schnell, dass es einerseits genauso schwierig war, wie ich es mir vorgestellt hatte. Andererseits war es aber auch eine wunderbare Übung, die Sache auf den Punkt zu bringen. Eigentlich gar nicht meine Stärke, das mit dem sich Kurzfassen. Doch es hat mir sehr geholfen, nicht nur genau zu definieren, was ich mache, sondern auch, was ich damit erreichen möchte.

Für mich ist und war es ein ideales Tool, um mir klar zu werden, was ich anbieten möchte. Was ich bei meiner Kundenschaft bewirken will. Was sie bekommen, wenn sie bei mir kaufen und was nicht. Tatsächlich bin ich meiner Vision noch näher gekommen, als ich mir bewusst gemacht habe, was ich *nicht* will. Damit konnte ich mich automatisch auch von anderen Anbietenden abheben und mein Alleinstellungsmerkmal finden.

Versuchen wir doch jetzt gemeinsam, dein Business in einen knackigen Satz zu verpacken. Beantworte als erstes folgende Fragen:

- Was ist dein Produkt, deine Dienstleistung?
- Welches Problem deiner Kundschaft willst du lösen und/oder welches Bedürfnis willst du erfüllen?
- Was möchtest du mit deinem Angebot in der Welt erreichen oder verbessern?

Diese Fragen bringen dich dazu, genau zu überlegen, um was es bei deinem Angebot eigentlich geht. Wenn du dir im Klaren bist, was du anbietest, wird es auch deine (zukünftige) Kundschaft verstehen. Und es ist ausschlaggebend, dass diese bei *dir* kauft. Wenn du definiert hast, was dein Angebot beinhaltet, dann geh jetzt einen Schritt weiter und versuche in einen Satz zu packen, was deine Vision beinhaltet. Hier einige Beispiele, wie so ein Satz aussehen könnte:

Meine Firma verkauft bunte Papeterie-Produkte, die Farbe und Freude in den Alltag bringen und die alle nachhaltig produziert, langlebig und von guter Qualität sind.

Mein Wäschесervice inkl. Abholung/Lieferung erleichtert den Menschen den Alltag und schenkt ihnen mehr Zeit für Freizeit, Familie und Erholung.

Meine Coachings mit ganzheitlichem Ansatz helfen meiner Kundschaft, ihr volles Potential auszuschöpfen und ein erfüllteres, entspannteres und glücklicheres Leben führen zu können.

Ja, es braucht Geduld, diesen Satz zu entwickeln und vielleicht schaffst du es im Moment noch nicht, diesen aufs Papier zu bringen. Nimm dir die Zeit und wenn's heute noch nicht klappt, dann versuchst du es morgen noch einmal, oder in einer Woche, oder in einem Monat. Die Entwicklung deiner Vision ist ein Prozess, aber lass nicht locker, bis du deine Businessidee geschärft hast und dein Satz steht. Es hilft, darüber nachzudenken, zu schreiben und zu sprechen. Wie fühlt sich der Satz für dich richtig an?

Immer im Auge

Wenn du deinen Satz formuliert hast, pinnst du ihn am besten an einen Ort, wo du ihn immer sehen kannst. Idealerweise dort, wo du an deiner Planung arbeitest. So verlierst du deine Vision nie aus den Augen. Weißt du, was das Wunderbare daran ist? Du kannst deine schwarz auf weiß notierte Vision wie einen Kompass benutzen. Es werden immer wieder Fragen an dich herankommen, die Entscheidungen erfordern. Oh, Entscheidungen! Mein Lieblingsthema. Aber dazu später mehr, es gib ja ein ganzes Kapitel darüber. Wenn jetzt also etwas Neues aufploppt, ein Projekt, ein Auftrag, eine Gelegenheit, dann schau dir immer zuerst deinen Satz an und frage dich: Stimmt dieses Neue mit meiner Vision überein? Nur, wenn es das tut, kommt es für dich überhaupt in Frage. Alle Dinge, die du tust und in die du Zeit und Geld investierst, sollten in die Richtung deiner Vision zeigen.

Vielleicht eignet sich dein Satz, also deine Vision (oder eine spritzigere Variante davon) auch, um sie prominent auf deiner Website oder auf deinen Social-Media-Profilen zu platzieren. Oder sonst an einem Ort, wo deine potenzielle Kundschaft dich findet. Da er klar beschreibt, was du anbietest, kannst du davon profitieren, dass diejenigen, die ihn lesen, sofort verstehen, worum es geht.

Aber Vorsicht: Es reicht nicht, auf deinen Online-Plattformen schöne und motivierende Sprüche zu verbreiten, wenn du nicht vollkommen authentisch dahinterstehst. Wie oben schon erwähnt, merken die meisten Menschen ziemlich schnell, ob du tatsächlich nach deiner Vision lebst und diese deine Werte widerspiegelt. Sogar wenn du ganz eins bist mit deiner Vision: Im Netz erzählen die Leute jeden Tag so viele Dinge, dass die meisten Menschen auch nicht mehr einfach blind vertrauen, wenn jemand irgendetwas behauptet.

Taten statt Worte werden immer viel wichtiger bleiben. Ich habe zum Beispiel meine Vision für mein Tanzstudio nie irgendwo publiziert. Es war mir bewusst, dass ich sie niemandem erzählen musste. Denn ich spürte, dass meine Kundinnen sie durch meine Haltung, mein Auftreten und meine Handlungen automatisch verstehen.

Meine Vision für mein Tanzstudio hat so ausgesehen:

Mein Tanzstudio bietet Tanzkurse für Frauen jeglichen Alters, Fitnesslevels und Aussehens mit dem Ziel, ihr Selbstbewusstsein zu stärken, sich in ihrer Haut gut zu fühlen und ihre Weiblichkeit genießen zu können.

Auch beim Bücher schreiben wird empfohlen, den Inhalt beziehungsweise das Thema des Buches in einem Satz zusammenzufassen. Ein Buch will ja nicht nur geschrieben werden, sondern auch verkauft. Auch da müssen die Lesenden, die Verlage und die Buchhandlungen rasch verstehen können, wovon es handelt.

Hier mein «Buchthema-in-einem-Satz» für dieses Buch:

*«Wir machen Business, keine Kunst» ist eine Mischung aus praktischem Ratgeber und humorvoller Biografie als Inspiration und Motivation für (zukünftige) Unternehmer*innen, die wissen möchten, welchen Herausforderungen Selbständige begegnen und wie sie diese meistern können.*

Leben heißt Veränderung

Du möchtest wissen, ob du deine Vision auch wieder ändern darfst? Ja, na klar! Niemand sagt, dass du an deiner ersten Vision festhalten musst. Dir steht es absolut frei, deinen Satz anzupassen und so zu verändern, dass er weiterhin zu dir passt.

Ich würde dir nicht empfehlen, dies alle paar Monate zu tun, denn dann läufst du Gefahr, dass deine Kundschaft nicht mehr kapiert, was bei dir läuft. Aber die Welt verändert sich dauernd und wir uns mit ihr. Darum solltest du immer wieder innehalten und überprüfen: Passt meine Vision noch zu der Person, die ich heute bin? Als Leitende eines Unternehmens ist es auch unsere Aufgabe, unsere Augen und Ohren offen zu halten und Veränderungen wahrzunehmen. Also noch einmal: Ja, du

darfst! Tue es aber mit derselben Sorgfalt, wie du es beim ersten Mal gemacht hast. Nimm dir Zeit und finde deinen neuen Weg oder die Abzweigung dazu.

Meine Story

Als ich mein Tanzstudio schon einige Jahre geführt hatte, kam ein typisches Beispiel für «Mache nur, was zu deiner Vision passt und sag Nein zu allem anderen» auf mich zu. Mittlerweile hatte ich einige Trainerinnen angestellt und schon einen guten Stamm an Kundinnen aufgebaut. Ich war mit dem Thema Burlesque sehr gut positioniert und konnte immer mehr Kurse anbieten. Dabei achtete ich darauf, dass alles eine Verbindung zum Thema Burlesque hatte, seien es die Bewegungen, die Musik, die Kostüme oder das Ambiente. Ab und zu kamen dann auch Anfragen von Männern, die Burlesque ausprobieren wollten. Ihnen hatte ich immer abgesagt, jedoch im Hinterkopf behalten, dass es anscheinend eine Nachfrage auch von männlicher Seite gab. Bei einer Gelegenheit erzählte ich einer meiner Burlesque-Klassen davon und einige der Teilnehmerinnen sagten, sie fänden es eigentlich toll, wenn bei ihnen im Kurs auch einmal ein Mann dabei wäre. Beziehungsweise dass sie dies nicht stören würde. Das hat mich dann doch irgendwie überrascht und ich ertappte mich dabei, wie ich plötzlich begann, dagegen zu argumentieren. Die Diskussion wandte sich dann etwas anderem zu und ich habe nicht mehr groß darüber nachgedacht. Auch nicht über meine abweisende Reaktion.

Einige Zeit später schlug dann eine meiner Trainerinnen vor, doch mal einen Workshop für Männer anzubieten. Sie würde