



James Sinclair

WIRTSCHAFTSFÜHRER/IN

Die meisten Konsumgüterunternehmen versuchen, durch Preissenkungen zu wachsen, und die meisten Übernahmen zerstören Wert, anstatt ihn zu schaffen. Eigentümer und Führungsteams wissen zwar, dass die Kunden eigentlich für das Erlebnis bezahlen, das sie verkaufen, tun sich jedoch schwer damit, ein Geschäftsmodell zu entwickeln, das dieses Erlebnis in großem Maßstab schützt. Die Frage ist, wie man ein Mehrmarkenunternehmen durch Übernahmen ausbauen kann, ohne dabei das zu verlieren, was jede einzelne Marke kaufenswert gemacht hat.

James Sinclair ist ein britischer Unternehmer, der Geschäftsführern und Gründern zeigt, wie sie Konsumgüterunternehmen skalieren können, indem sie in Schwierigkeiten geratene Marken erwerben und diese neu aufbaut, wobei der Fokus auf dem Kundenerlebnis statt auf dem Preis liegt.

James Sinclair's 2026 Biographie

Warum Unternehmen mit James Sinclair zusammenarbeiten

- Er setzt das Konzept, das er lehrt, selbst um. Die Partyman Group ist ein rund 40 Millionen Pfund schweres Portfolio aus den Bereichen Kinderbetreuung, Freizeit, Gastronomie und Traditionsmarken, das er besitzt und betreibt - und nicht nur berät.
- Er hat eine konkrete These darüber, warum preisorientierte Konsumgüterunternehmen scheitern, die er in „The Experience Business“ dargelegt hat, und kann Betreibern zeigen, wie sie diese in ihren eigenen Unternehmen anwenden können.
- Er hat den schwierigsten Teil des Wachstums durch öffentliche Übernahmen gemeistert: Die Rettung von Party Pieces vor der Insolvenz im Jahr 2023 ist eine dokumentierte Fallstudie zum Kauf und zur Integration einer angeschlagenen Verbrauchermarke.
- Im Alter von 20 Jahren beschaffte er ohne Risikokapital 700.000 GBP von 21 Geldgebern und baute jedes nachfolgende Unternehmen auf Cashflow auf. Gründer, die sich selbst finanzieren oder Private-Equity-Investoren meiden, erkennen in seiner Geschichte ihre eigenen Einschränkungen wieder.
- Er ist direkt, humorvoll und richtet sich eher an Praktiker als an Vorstandsetagen. Zuhörer aus den Reihen von KMU-Inhabern, Franchisenehmern und Teams von Verbrauchermarken gehen meist mit etwas nach Hause, das sie am Montag umsetzen können.

VERFÜGBAR FÜR

- Redetätigkeit

JAMES SPRECHENDE THEMEN

- Geschäftsmodellinnovation
- Geschäftsstrategie & Wachstum
- Kundenerfahrung & Marketing
- Unternehmertum
- Vertrieb & Kundenakquise

SPRACHEN: Englisch

Biografische Höhepunkte

- Gründer und CEO der Partyman Group: Softplay-Zentren, Twizzle Tops Day Nurseries, Marsh Farm Animal Adventure Park, Rossi Ice Cream, ein denkmalgeschütztes Hotel der Klasse II und Party Pieces.
- Erwarb Party Pieces im Mai 2023 aus der Insolvenz der Familie Middleton.
- Autor von „The Millionaire Clown“ und „The Experience Business: Why Price-Focused Businesses Fail And What Winners Do Instead“.
- Moderator des Podcasts „James Sinclair’s Business Broadcast“ und eines langjährigen YouTube-Kanals, der sich auf betriebswirtschaftliche Entscheidungen konzentriert.
- Baute die Unternehmensgruppe ohne Risikokapital auf, finanziert durch Cashflow und kreditfinanzierte Akquisitionen.
- Hält regelmäßig Vorträge in ganz Großbritannien und Europa vor Unternehmern, KMU und Franchisenehmern.

Biografie

Party Pieces war insolvent und hatte Schulden in Höhe von mehr als 2,5 Millionen GBP, als James Sinclair das Unternehmen im Mai 2023 aus der Insolvenz heraus kaufte und die Partyartikelmarke der Familie Middleton in ein Portfolio aufnahm, das bereits Softplay-Zentren, Kindertagesstätten, einen Bauernhofpark und Rossi Ice Cream umfasste. Diese Art von Deal steht im Mittelpunkt dessen, wie er die Partyman Group aufgebaut hat: ein in Schwierigkeiten geratenes Konsumgüterunternehmen finden, es günstig kaufen und es in ein Geschäftsmodell integrieren, das auf Erlebnis statt auf Rabatte ausgerichtet ist.

Die Gruppe verzeichnet nun einen Umsatz in der Größenordnung von 40 Millionen GBP. Sinclair baute das Unternehmen ohne Risikokapital auf: Mit 16 begann er als Kinderanimateur und sammelte mit 20 700.000 GBP von 21 verschiedenen Kreditgebern ein, um sein erstes Softplay-Center in Basildon zu eröffnen. Der erste Standort erzielte innerhalb eines Jahres einen Umsatz von 1 Million GBP. Jede weitere Akquisition wurde aus dem Cashflow und der Glaubwürdigkeit des Betreibers finanziert, nicht durch Kapitalrunden.

Sein Buch „The Experience Business“ legt die These dar, die all dem zugrunde liegt: Preisorientierte Konsumunternehmen scheitern, weil Kunden ein Gefühl kaufen, und die Gewinner sind die Betreiber, die in die Momente investieren, von denen dieses Gefühl abhängt. „The Millionaire Clown“, sein früheres Buch, ist die Betreiber-Version desselben Arguments, erzählt anhand der Unternehmen, die er gekauft, zerschlagen und wieder aufgebaut hat.

Was Käufer erhalten, wenn sie ihn buchen, ist kein Stratege, der sich zu einer Branche äußert. Es ist ein Eigentümer und Betreiber, der konkret beschreibt, wie er durch Übernahmen eine Multi-Brand-Konsumgütergruppe aufgebaut hat, wofür er zu viel bezahlt hat, wofür nicht und wie er verhindert, dass das Erlebnis mit dem Wachstum des Portfolios an Qualität verliert. Der Tonfall ähnelt eher einem Gründer-Workshop als einer Keynote, weshalb er bei KMU- und Franchise-Publikum gut ankommt.

Wichtige Vortragsthemen

- Wachstum durch Akquisitionen im Konsumgüterbereich
- Kauf und Sanierung von notleidenden Marken

- Erfahrungsbasierte Differenzierung statt Preiswettbewerb
- Aufbau von Mehrmarken-Portfolios ohne Risikokapital
- Cashflow, Rentabilität und operative Disziplin
- Kundengewinnung für Konsum- und Freizeitmarken
- Unternehmertum und gründergeführte Skalierung

Ideal für

- KMU-Gründer und Inhaber-Betreiber, die Konsumgüterunternehmen skalieren
- Franchise-Netzwerke sowie Betreiber von Freizeit-, Gastronomie- und Kinderbetreuungsangeboten mit mehreren Standorten
- M&A- und Unternehmensentwicklungsverantwortliche, die an notleidenden Konsumgüter-Assets arbeiten
- Unternehmerkonferenzen, Business Schools und Gründergemeinschaften

Lernergebnisse für die Teilnehmer

- Ein funktionsfähiges mentales Modell dafür, wann man mit dem Erlebnis konkurrieren sollte und wann der Preis noch eine Rolle spielt
- Eine konkrete Vorstellung davon, wie man ein in Schwierigkeiten geratenes Konsumgüterunternehmen vor dem Kauf bewertet
- Taktiken auf operativer Ebene zum Schutz des Kundenerlebnisses, wenn ein Portfolio um Marken erweitert wird
- Das Argument eines Bootstrap-Gründers für die Finanzierung von Wachstum durch Cashflow und Kreditgeber statt durch Eigenkapital
- Konkrete Fallbeispiele, darunter Party Pieces, anhand derer das Publikum Parallelen zu den eigenen Geschäften ziehen kann

James Sinclair's 2026 Gespräche & Themen

Keynote zum Thema „Business Empire“

Sinclair erläutert, wie er die Partyman Group von einer Unterhaltungsagentur für Teenager zu einem 40 Millionen Pfund schweren Multi-Brand-Konsumgüterportfolio ausgebaut hat, wobei er Übernahmen und eine erlebnisorientierte Positionierung als zentrale Wachstumsmotoren nutzte.

Wichtige Erkenntnisse:

- Wie man eine in Schwierigkeiten geratene Konsummarke bewertet und bepreist, die einen Kauf wert ist
- Was sich am ersten Tag ändert, wenn ein erlebnisorientierter Betreiber ein preisorientiertes Unternehmen übernimmt
- Wie man Wachstum ohne Risikokapital finanziert

Keynote zum Thema „Persönliche Marke“

Eine auf Gründer ausgerichtete Veranstaltung zum Aufbau einer persönlichen Marke, die die kommerzielle Marke unterstützt, wobei sein Podcast, sein YouTube-Kanal und seine Buchveröffentlichungen als Mittel zur Kundengewinnung für die Gruppe genutzt werden.

Wichtige Erkenntnisse:

- Wie sich die Plattform eines Gründers in Inbound-Leads für das operative Geschäft umwandeln lässt
- Was veröffentlicht werden sollte, was ignoriert werden sollte und wie viel Zeit dies tatsächlich in Anspruch nimmt
- Wo die persönliche Marke hilft und wo sie von der operativen Arbeit ablenkt

Was die Kunden von James Sinclair sagen

James spricht aus Leidenschaft und Erfahrung. Er hat ein schnell wachsendes, profitables stationäres Geschäft und eine dynamische Teamkultur aufgebaut. Seine Vorträge sind temporeich, humorvoll, unkonventionell und voller wertvoller Erkenntnisse.

Daniel Priestley

DENT

Die vierstündige Hin- und Rückfahrt hat sich wirklich gelohnt. Man kann gar nicht anders, als von James' Energie und Begeisterung angesteckt zu werden! Ich habe unglaublich viel gelernt.

Jay-Anne Dingwall

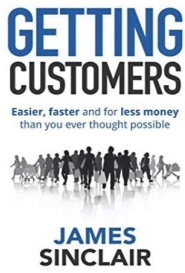
Life and Health Made Simple GmbH

James ist zweifellos ein außergewöhnlicher Trainer und begabter Redner; er strahlt eine ansteckende Begeisterung aus.

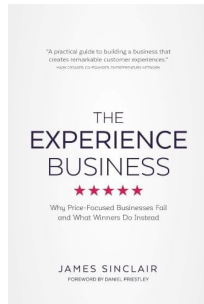
David Carter

Unternehmer

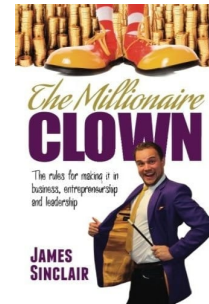
JAMES'S LETZTE BÜCHER



Kunden gewinnen: Einfacher, schneller und kostengünstiger, als Sie es jemals für möglich gehalten hätten



Das Erlebnisgeschäft: Warum preisorientierte Unternehmen scheitern und was erfolgreiche Unternehmen stattdessen tun



Der Millionärsclown: Die Regeln für den Erfolg in Wirtschaft, Unternehmertum und Führung