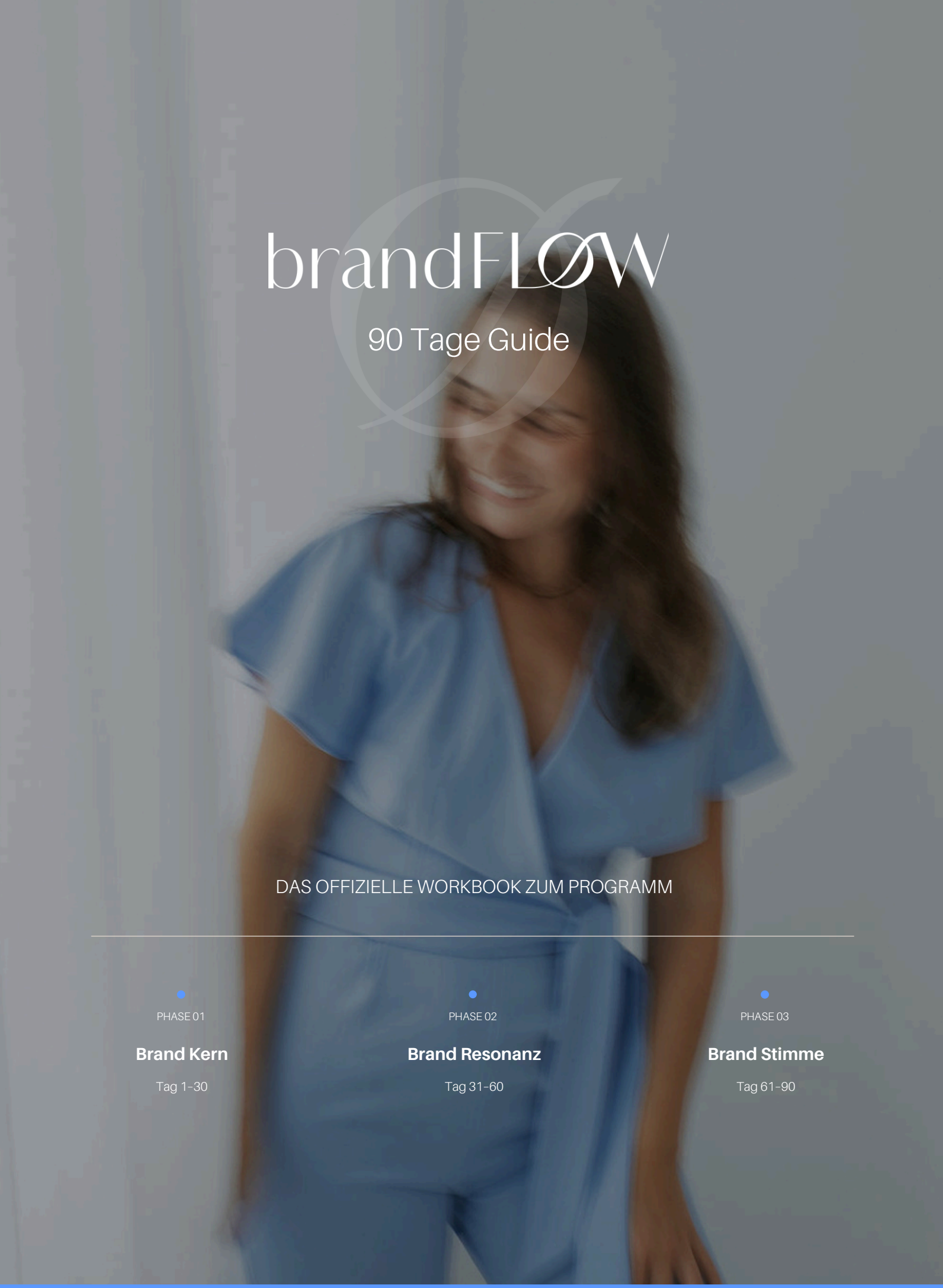


brandFLOW

90 Tage Guide

DAS OFFIZIELLE WORKBOOK ZUM PROGRAMM

PHASE 01

Brand Kern

Tag 1-30

PHASE 02

Brand Resonanz

Tag 31-60

PHASE 03

Brand Stimme

Tag 61-90

Gebrauchsanleitung

Dieses Workbook ist deine Gebrauchsanleitung —nicht für eine perfekte Brand, die du irgendwann mal hast, sondern für die, die du bereits bist.Wir schärfen sie. Machen sie sichtbar. Und sprechen damit die Richtigen an.

Drei Phasen. Klare Aufgaben. Ehrliche Reflexion. Und am Ende weißt du nicht nur, wer deine Zielgruppe ist — du kennst sie.

PHASE	NAME	KERNFRAGE	ZEITRAUM
01	Brand Kern	Wer bin ich als Brand?	Tag 1–30
02	Brand Resonanz	Wen ziehe ich an?	Tag 31–60
03	Brand Stimme	Wie spreche ich sie an?	Tag 61–90

SO ARBEITEST DU MIT DEM WORKBOOK

Eine Woche, ein Fokus.

Jede Phase bringt mehr Klarheit in deine Personalbrand und dadurch auch mehr Sichtbarkeit für dein Angebot.

Die Schreibzeilen sind für dich. Schreib drauf los, auch wenn es unfertig klingt..

PHASE 01 · Tag 1-30

Brand Kern - Wer bin ich als Brand?

Bevor du sichtbar wirst, musst du wissen, wer du bist. Nicht wer du sein willst. Wer du bereits bist — und warum das der entscheidende Unterschied ist.

Woche 01	**Fundament legen**

Fokus: Du schaust dir an, wo du gerade stehst — ohne zu beschönigen und ohne klein zu reden.

AUFGABEN

- [ ] Brand Audit: Schau dir dein Instagram-Profil, deine Website und dein letztes Angebot wie eine Fremde an. Was springt ins Auge? Was fehlt?
- [ ] Schreib in 3 Sätzen auf, womit du Geld verdienst — und in 3 anderen Sätzen, wofür du eigentlich brennst. Wie groß ist der Unterschied?
- [ ] Sammle 5 Screenshots von Mitbewerber/Brands, die dich ansprechen. Was genau ist es, das dich anzieht?
- [ ] Frag 3 bestehende Kunden: 'Was war dein erster Eindruck von mir?' — ungefiltertes Feedback ist Gold.

REFLEXION

Wo unterscheidest du dich zu deinen Mitbewerbern? Nicht besser, sondern anders?

Wo versteckst du dich noch in deiner Brand? Was zeigst du (noch) nicht?

HILFREICH DIESE WOCHE

Brand Audit Vorlage (aus dem Kurs-Material)
Live-Call Woche 1: Brand-Standortbestimmung

Woche 02

Werte & Haltung

Fokus: Deine Werte sind kein Marketingtext. Sie sind das, wofür du auch dann einstehst, wenn es unbequem wird.

AUFGABEN

- [ ] Schreib 20 Wörter auf, die dich beschreiben. Streiche dann 15. Die 3, die bleiben, sind dein Kern.
- [ ] Definiere deine 3 Brand-Werte mit je einem Satz: Was bedeutet das konkret für deine Arbeit?
- [ ] Identifiziere: Wofür stehst du NICHT? Welche Kunden würdest du nicht annehmen?
- [ ] Schreib deinen 'Warum'-Satz: Warum machst du das wirklich — die ehrliche Version, nicht die KI Version.

REFLEXION

Gibt es Aspekte deiner Arbeit, über die du dich nie online äußerst — obwohl sie dir wichtig sind? Warum nicht?

Wann hast du das letzte Mal eine Haltung eingenommen, die nicht alle gut fanden? Wie hat sich das angefühlt?

Deine Markenwerte

Es ist nicht schwer, Entscheidungen zu treffen, wenn Sie Ihre Werte kennen.

Roy E. Disney (Walt Disney)

A
Abenteuer
Achtsamkeit
Agilität
Aktivität
Aktualität
Akzeptanz
Andersartigkeit
Authentizität
Anerkennung
Anmut
Ansehen
Anstand
Ästhetik
Aufgeschlossenheit
Aufmerksamkeit
Ausgeglichenheit
Ausgewogenheit

B
Begeisterung
Beharrlichkeit
Beständigkeit
Bescheidenheit
Besonnenheit

D
Dankbarkeit
Demut
Disziplin
Durchsetzungskraft

E
Effektivität
Effizienz
Ehrlichkeit
Empathie
Engagement
Entscheidungsfreude
Entdeckergeist
Entschlossenheit

F
Fairness
Fleiß
Flexibilität
Freiheit
Freude
Freundlichkeit
Freundschaft
Frieden
Fröhlichkeit
Fürsorglichkeit

G
Geduld
Gelassenheit
Gemütlichkeit
Gerechtigkeit
Gesundheit
Glaubwürdigkeit
Großzügigkeit
Güte

H
Harmonie
Herzlichkeit
Hilfsbereitschaft
Hingabe
hoffnungsvoll
Höflichkeit
Humor

I
Idealismus
Innovation
inspirierend
Integrität
intelligent
Interesse
Intuition

K
Klugheit
konsequent (neu)
konservativ
Kontrolle
Kreativität

L
Leidenschaft
Leichtigkeit
Liebenswürdigkeit
Loyalität

M
Mitgefühl
motivierend
Mut

N
Nachhaltigkeit
Nächstenliebe
Neutralität
Neugier

O
Offenheit
Optimismus
Ordnungssinn

P
Pflichtgefühl
Phantasie
Pragmatisch
Präsenz
Präzision
Professionalität
Pünktlichkeit

R
Realismus
Redlichkeit
Respekt
Rücksichtnahme
Ruhe

S
Sanftmut
Sauberkeit
Selbstdisziplin
Selbstbewusstsein
Selbstvertrauen
sensibel
Seriosität
Sicherheit
Solidarität
Sorgfalt
Sparsamkeit
Spaß
Standfestigkeit
Sympathie
Spontanität

T
Tapferkeit
Teamgeist
Teilen
Toleranz
traditionell
Transparenz
Treue
Tüchtigkeit

U
Unabhängigkeit
Unbestechlichkeit
Überzeugungskraft

V
Verantwortung
Verlässlichkeit
Vertrauen
verzeihen

W
Wachsamkeit
Weisheit
Weitsicht
Willenskraft
Würde

Z
Zielstrebigkeit
Zuneigung
Zusammenhalt
Zuverlässigkeit
Zuversicht

Definiere deine 3 wichtigsten Werte in deinem Unternehmen

PHASE 01 · Tag 1–30 · Fortsetzung

Brand Kern - Wer bin ich als Brand?

Woche 03	**Positionierung schärfen**

Fokus: Positionierung ist nicht, was du anbietest. Es ist, für wen — und warum genau du.

AUFGABEN

- [ ] Formuliere deinen Positionierungssatz: 'Ich helfe [wem] dabei, [was zu erreichen], indem ich [wie] — ohne [was zu vermeiden].
- [ ] Analysiere 3 Mitbewerberinnen: Was machen sie gut? Wo ist die Lücke, die du füllst?
- [ ] Überprüfe dein Angebot: Spiegelt es deine Positionierung wider oder bauen deine Angebote noch nicht schlüssig aufeinander auf?
- [ ] Schreib eine 'Brand Story' von max. 150 Wörtern: Warum du, warum jetzt, warum für sie.

REFLEXION

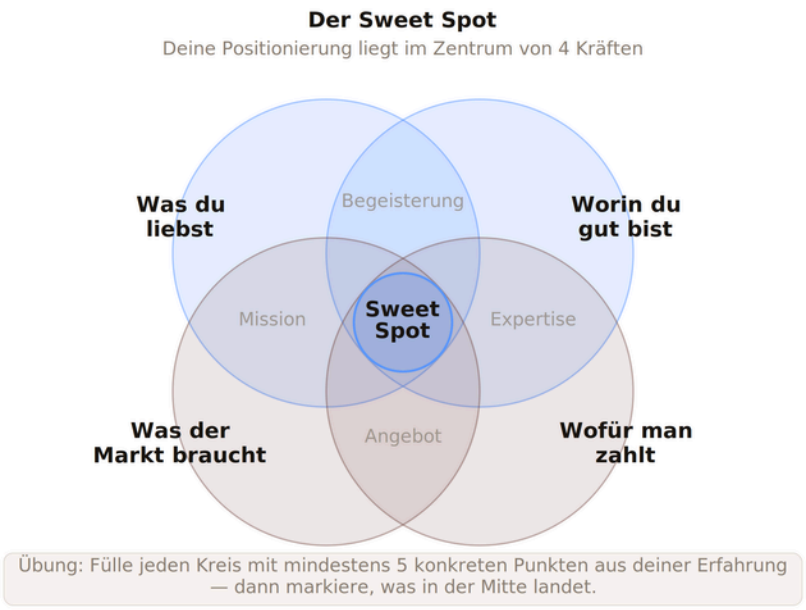
Hast du das Gefühl, du erklärst dich zu oft — anstatt einfach zu sein, wer du bist? Woran liegt das?

Wenn deine Brand eine Person wäre — wie würde sie sich kleiden, reden, bewegen? Beschreib sie.

HILFREICH DIESE WOCHE

Positionierungs-Worksheet (Kurs-Modul 2)
Live-Call: Positionierung & Feedback Runde

Überprüfe dein Angebot



Was du liebst:

Worin du gut bist - deine Stärken:

Was der Markt braucht - was sich bereits verkauft:

Wofür zahlen deine Kundinnen:

Woche 04	**Brand Persönlichkeit**

Fokus: Deine Persönlichkeit ist dein Alleinstellungsmerkmal. Die, die dich kopieren, können nur deine Oberfläche kopieren.

AUFGABEN

- [ ] Definiere deine Brand-Persönlichkeit in 5 Adjektiven — und 5 Adjektiven, die du NICHT bist.
- [ ] Erstelle eine 'Tonalitäts-Skala': Wo liegst du zwischen formal/locker, ernst/humorvoll, nah/distanziert?
- [ ] Schreib 3 Sätze, die typisch für deine Kommunikation sind — und 3, die du nie sagen würdest.
- [ ] Phase 1 Abschluss: Fasse zusammen — Kern-Werte, Positionierungssatz, Persönlichkeit, Was dich unterscheidet.

REFLEXION

Was hat dich in dieser Phase überrascht — über dich oder deine Brand?

Was nimmst du als stärkstes Erkenntnis aus Phase 1 mit?

Wo willst du in 30 Tagen (Ende Phase 2) stehen?

PHASE 02 · Tag 31-60

Brand Resonanz - Wen ziehe ich an?

Du weißt jetzt, wer du bist. Jetzt geht es darum, die Richtigen zu finden — und sie wirklich zu verstehen. Nicht was du denkst, wer sie sind. Wer sie wirklich sind.

Woche 05	**Zielgruppe neu denken**

Fokus: Weg von der demografischen Schublade. Deine Zielgruppe ist ein Mindset, ein Problem, eine Sehnsucht.

AUFGABEN

- [ ] Erstelle ein 'Psychografisches Profil' deiner Wunschkundin: Was denkt sie morgens als erstes? Was hält sie nachts wach?
- [ ] Schau dir deine letzten 5 besten Kunden an: Was haben sie gemeinsam — in ihrer Haltung und ihren Werten?
- [ ] Definiere deine 'Anti-Zielgruppe': Mit wem arbeitest du ungern zusammen, und warum?
- [ ] Suche 10 Accounts auf Instagram, die deine Zielgruppe folgt. Was resoniert dort?

REFLEXION

Wann hast du zuletzt direkt mit deiner Zielgruppe gesprochen — nicht gepostet, sondern wirklich zugehört? Was sagen sie? Wie beschreiben sie ihre Probleme?

Woche 06	**Zielgruppeninterviews führen**

Fokus: Das wertvollste Research-Tool kostet nichts außer einer Stunde Zeit — und gibt dir mehr als jede Keyword-Analyse.

AUFGABEN

- [ ] Führe 3–5 Interviews mit bestehenden oder ehemaligen Kunden (30–45 Min. via Zoom oder Telefon).
- [ ] Nutze den Interview-Leitfaden und halte wörtliche Zitate fest — nicht deine Interpretation davon.
- [ ] Führe zusätzlich 2–3 Interviews mit Personen aus deiner Zielgruppe, die noch NICHT Kundin waren.
- [ ] Werte aus: Welche Wörter tauchen immer wieder auf? Welche Probleme, Wünsche, Zweifel?

REFLEXION

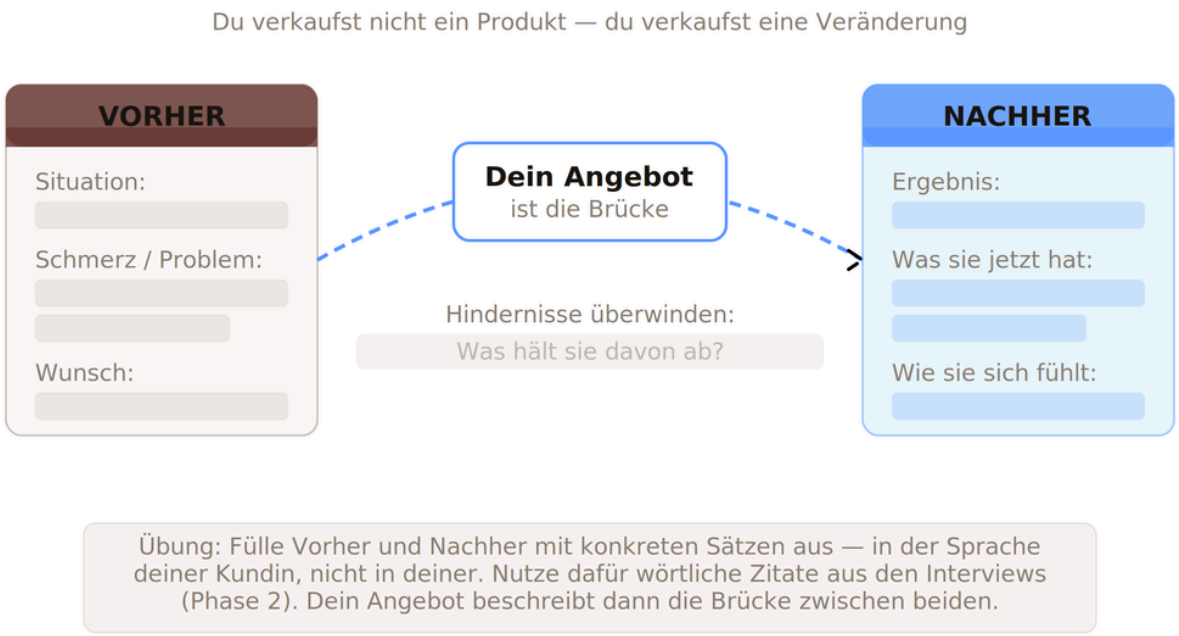
Was hat dich in den Interviews am meisten überrascht?

Welche Wörter und Formulierungen deiner Kundinnen willst du selbst verwenden? (Wörtliche Zitate notieren)

HILFREICH DIESE WOCHE

Kernfrage: Was war deine größte Herausforderung vorher?
Kernfrage: Was hat dich am längsten davon abgehalten, Hilfe zu suchen?
Kernfrage: Wie würdest du meine Arbeit deiner besten Freundin erklären?

Zusatz Zielgruppen Interviews:



Übung: Fülle Vorher und Nachher mit konkreten Sätzen aus — in der Sprache deiner Kundin, nicht in deiner. Nutze dafür wörtliche Zitate aus den Interviews (Phase 2). Dein Angebot beschreibt dann die Brücke zwischen beiden.

Vorher:

Nachher:

PHASE 02 · Tag 31–60 · Fortsetzung

Brand Resonanz - Wen ziehe ich an?

Woche 07	**Angebot & Resonanz**

Fokus: Dein Angebot muss zur Sprache deiner Zielgruppe sprechen.

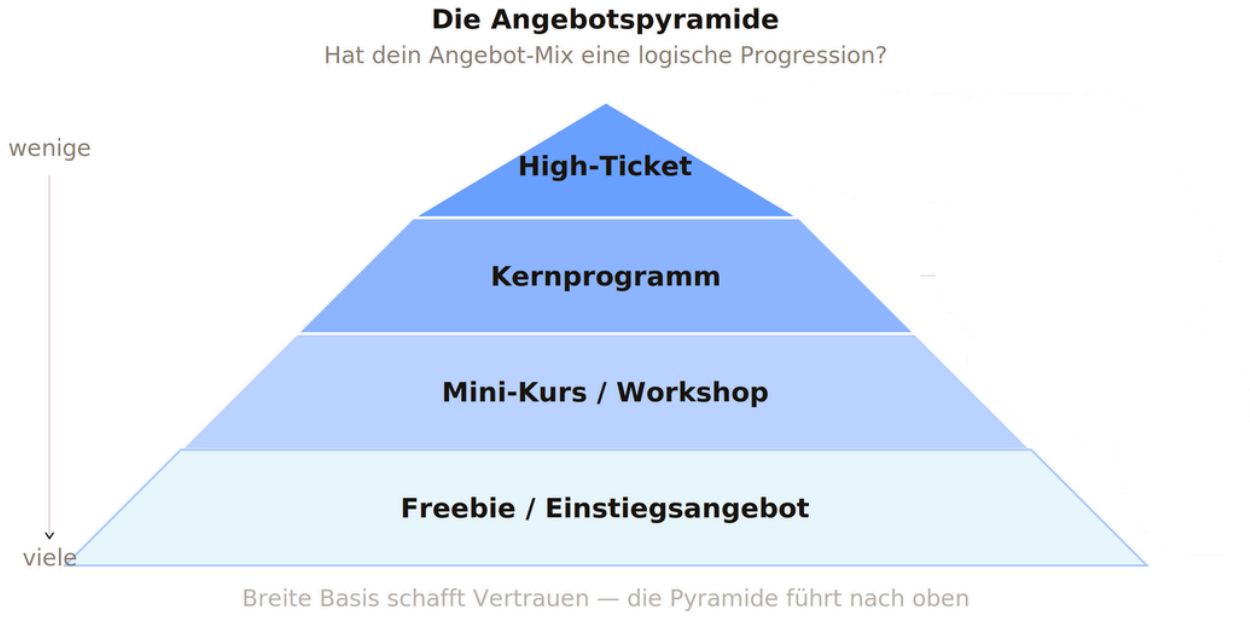
AUFGABEN

- [ ] Überarbeite dein Hauptangebot mit den Wörtern aus den Interviews.
- [ ] Erstelle eine 'Problem-Lösung-Transformation'-Matrix: Problem: Was du anbietest - Wie ihr Leben danach aussieht.
- [ ] Überprüfe: Kommunizierst du eher das WAS (was du machst) oder das Ergebnis (was sie danach haben)?
- [ ] Schreib 5 Einstiegssätze für dein Angebot und zeig sie 2 Personen aus deiner Zielgruppe.

REFLEXION

Kommunizierst du gerade eher aus deiner Perspektive oder aus der Perspektive deiner Kundin? Wo ist der Unterschied?

Angebotspyramide



Übung: Welche Stufen hast du? Welche fehlen? Wo gibt es keine logische Verbindung zwischen den Ebenen?

Woche 08

Vertrauen & Sichtbarkeit

Fokus: Vertrauen entsteht nicht durch Perfektion. Es entsteht durch Konsistenz und Haltung.

AUFGABEN

- [ ] Audit deiner Sichtbarkeit: Wie oft pro Woche kommunizierst du? Was davon bringt echten Kontakt?
- [ ] Vertrauens-Check für dein Profil: Bio, Highlights, letzte 9 Posts — wirken sie konsistent und einladend?
- [ ] Identifiziere 3 Content-Formate, die für dich authentisch sind — und 1, das du aufhören solltest zu erzwingen.
- [ ] Phase 2 Abschluss: Kernerkenntnisse aus den Interviews, überarbeiteter Positionierungssatz, Content-Richtung.

REFLEXION

Was weißt du über deine Zielgruppe jetzt, das du vorher nicht wusstest?

Hat sich dein Bild der 'Wunschkundin' durch die Interviews verändert? Inwiefern?

Was nimmst du als konkrete Änderung aus Phase 2 mit?

PHASE 03 · Tag 61-90

Brand Stimme - Wie spreche ich sie an?

Du kennst dich. Du kennst sie. Jetzt sprichst du. Klar, unverwechselbar, ohne dich zu verbiegen. So, dass die Richtigen sofort wissen: Das ist sie.

Woche 09	**Deine Markenbotschaft**

Fokus: Eine klare Botschaft ist keine Einschränkung. Sie ist Freiheit — du weißt endlich, was du sagen willst.

AUFGABEN

- [ ] Formuliere deine 1 Kernbotschaft: Das eine, wofür du stehst — in einem Satz, den du immer sagen würdest.
- [ ] Entwickle 3–5 Unterbotschaften (Säulen), die deine Kernbotschaft tragen und dir Content-Richtung geben.
- [ ] Überarbeite deine Instagram-Bio mit der neuen Botschaft — knapp, klar, direkt ansprechend.
- [ ] Erstelle 3 Versionen deines 'Elevator Pitch' — für Instagram, ein Netzwerkevent, für eine Freundin.

REFLEXION

Wenn deine Kundin nur einen Satz von dir hören dürfte, der ihr Leben verändert — welcher wäre das?

Woche 10

Content-Strategie

Fokus: Content ist nicht das Ziel. Er ist der Weg — zu Vertrauen, Sichtbarkeit und Kundinnen, die already sold sind.

AUFGABEN

- [ ] Erstelle deinen Content-Mix: Wie viel Mehrwert, Persönlichkeit, Angebot — in welchem Verhältnis?
- [ ] Plane einen 4-Wochen-Content-Kalender mit Themen, die deine Botschafts-Säulen bedienen.
- [ ] Entwickle dein 'Signature Format' — das eine Content-Format, das typisch und wiedererkennbar für dich ist.

REFLEXION

Welcher Content fühlt sich für dich gerade am authentischsten an? Was postest du wirklich gerne?

HILFREICH DIESE WOCHE

Content-Kalender Vorlage (Kurs-Material)
Live-Call: Content-Strategie & Feedback

PHASE 03 · Tag 61-90 · Fortsetzung

Brand Stimme - Wie spreche ich sie an?

Woche 11	**Visuelle Brand-Sprache**

Fokus: Dein Design ist nonverbale Kommunikation — sie spricht, bevor du ein Wort schreibst.

AUFGABEN

- [ ] Überprüfe: Passt deine visuelle Sprache zu der Brand-Persönlichkeit, die du in Phase 1 definiert hast?
- [ ] Erstelle ein Moodboard für deinen Feed — nicht für jeden Post, sondern für das Gesamtgefühl.
- [ ] Definiere deine 3 visuellen Konstanten: Farben, Schrift, Bildstil — die Dinge, die sich nie ändern.
- [ ] Erstelle 5 Feed-Posts mit deiner visuellen Sprache und teste, ob sie sich kohärent anfühlen.

REFLEXION

Schau dir deinen Feed wie eine Fremde an: Welches Gefühl entsteht in den ersten 3 Sekunden? Entspricht das deinem Ziel?

Woche 12

90 Tage — Was jetzt?

Fokus: Das Workbook endet. Die Arbeit nicht. Aber jetzt machst du sie mit Klarheit statt mit Hoffnung.

AUFGABEN

- [ ] Plane dir die nächsten Steps. Nutze dazu Kalender, Tools oder deine Methode, wie du in die Umsetzung kommst.
- [ ] Definiere deine nächsten 3 konkreten Schritte — was setzt du in der nächsten Woche um?
- [ ] Halte mindestens 3-6 Monate konstant durch. Erst dann kannst du wirklich prüfen, was funktioniert und was nicht.

REFLEXION

Beschreib deine Brand in 3 Sätzen — am Anfang dieser 90 Tage und jetzt. Was hat sich verändert?

Was war die wichtigste Erkenntnis dieser 90 Tage — die eine, die du nicht mehr loslassen wirst?

Was wünschst du deiner Brand für die nächsten 90 Tage?

brandFLOW Guide

Tina Huscher
www.tinahuscher.de
info@tinahuscherde

DAS OFFIZIELLE WORKBOOK ZUM PROGRAMM