Worksheet

Personal Brand



tina huscher
Design & Social Konzept

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

Markenwerte

Was sagen Deine bisherigen Kund:innen über Dich?

Aufgabe:

- Prüfe Aussagen oder Feedbacks, die du von Kunden erhalten hast (kann auch aus Mails, Bewertungen oder Insta-Nachrichten stammen).

- Was steckt da zwischen den Zeilen?
  - Beispiel: „Danke, dass Du so geduldig warst“ → möglicher Wert: Empathie oder Geduld
  - „Es war alles so klar und auf den Punkt“ → möglicher Wert: Struktur oder Klarheit

Platz für weitere Notizen

Deine Persönlichkeit

Welche 3 Adjektive beschreiben Deine Marke am besten?
(Beispiele: mutig, strukturiert, verspielt, inspirierend, bodenständig, luxuriös...)

Wie sollen Deine Kund:innen sich fühlen, wenn sie mit Dir arbeiten?

Wie sprichst du mit deinen Kunden?

Wie möchtest Du nicht wirken?

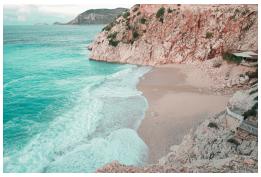
Was ist ein Symbol, was dich mit deiner Arbeit verbindet?
Ein Gegenstand, ein Erlebnis?

Das Gefühl deiner Marke

Wie soll dich deine Zielgruppe wahrnehmen & fühlen?
Was ist ein Symbol was dich mit deiner Arbeit verbindet? Ein Gegenstand, ein Erlebnis?

Vlt fällt es dir leichter, wenn du dir deine Brand wie einen Raum oder Ort (z.B Hotellobby, am Meer..) vorstellst.

Z.b. könnten es Begriffe sein wie hell, frisch, beschwingt, vertraut, weit, leise, laut usw...








Platz für weitere Notizen

Look & Feel deines Wunschkunden

In diesem Schritt brauchen wir keine Zielgruppen Demografie sondern den Look & Feel deines Wunschkunden.

Wie ist dein Wunschkunde als Mensch?
z.B. Cool, Straight, Esotherisch, Spirituell, Glam, Highfashion etc.

Wie tritt dein Wunschkunde selber online auf?
Analysiere seine Website und Social Kanäle
z.B. Farbenfroh, Erdtöne, Kreativen Look etc.

Wie spricht dein Wunschkunde?
Schaue dir seinen Content genau an. Wie spricht er/sie?

Farbpsychologie

Farben wirken unterbewusst – noch bevor jemand liest, was Du eigentlich tust.

Sie lösen Gefühle aus, setzen Erwartungen und beeinflussen, wie professionell, sympathisch oder hochwertig Du wahrgenommen wirst.

Farben spiegeln deine Werte, deinen Charakter wider.

Aufgabe: Wähle anhand deiner Werte, deiner Persönlichkeit und deinen Zielkunden 3 passende Farben aus.

Farbe	Wirkung / Assoziation	Typische Markenwerte	Einsatz in Marken
Blau (Marine, Hellblau, Taubenblau)	Vertrauensvoll, ruhig, klar, seriös	Sicherheit, Professionalität, Struktur, Vertrauen	Banken, Tech, Ärzte, Business-Coaching
Grün (Salbei, Mint, Oliv, Dunkelgrün)	Natürlich, heilend, ausgleichend, gesund	Nachhaltigkeit, Ruhe, Wachstum, Balance	Health, Achtsamkeit, Naturkosmetik
Rot (Tomate, Bordeaux, Terrakotta)	Energiegeladen, stark, leidenschaftlich	Mut, Power, Sichtbarkeit, Wille	Fitness, Performance-Coaching, Business-Push
Gelb (Senfgelb, Vanille, Zitronengelb)	Freundlich, optimistisch, einladend	Leichtigkeit, Lebensfreude, Kreativität	Social Brands, Persönlichkeitsentwicklung
Orange (Koralle, Apricot, Kupfer)	Aktivierend, fröhlich, kreativ	Inspiration, Wärme, Offenheit	Kreativbranchen, Female Empowerment
Lila (Flieder, Lavendel, Aubergine)	Spirituell, tiefgründig, transformierend	Intuition, Weiblichkeit, Veränderung	Healing, Energiearbeit, Transformation
Rosa (Altrosa, Puderrosa, Blush)	Zart, weich, empathisch	Weiblichkeit, Fürsorge, Nähe, Sensibilität	Mentoring, Coaching, Mindset
Beige/Nude (Sand, Latte, Creme)	Natürlich, geerdet, ruhig, warm	Klarheit, Natürlichkeit, Zurückhaltung	Holistische Marken, Slow Business
Braun (Schokolade, Taupe, Kaffee)	Warm, bodenständig, stabil	Verlässlichkeit, Vertrauen, Erdung	Handmade, Regionalität, Handwerk
Schwarz (Anthrazit, Tiefschwarz)	Elegant, luxuriös, kraftvoll	Exklusivität, Stärke, Klarheit	High-End-Brands, Luxus-Coaching
Weiß (Reinweiß, Cremeweiß)	Klar, rein, offen	Struktur, Minimalismus, Offenheit	Hintergrundfarbe, Marken mit viel Ruhe
Grau (Hellgrau, Steingrau)	Neutral, sachlich, technisch	Objektivität, Professionalität, Understatement	Architektur, Consulting, Design-Studios

Brand Kit

Beispiel

Deine Vorlage findest du im Kundenbereich **Canva**

carina cleven
Deine Partnerin in der Immobilienbranche

Deine Partn… …ne

Alegreya Sans

Aa

a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z,ß, ä, ö,ü

1234567890
!?

a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z,ß, ä, ö,ü

1234567890
!?

Mightiest

Aa

a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z,ß, ä, ö,ü

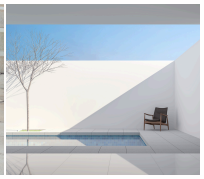
1234567890
!?

A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z,SS, Ä, Ö,Ü

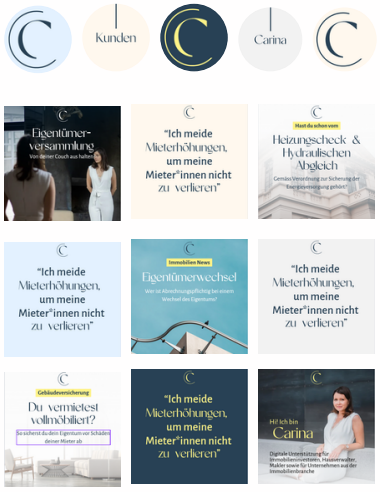
1234567890
!?






Professionalität | Eleganz | Hochwertigkeit



tina huscher

Design & Social Konzept

www.tinahuscher.de
info@tinahuscher.de

