

WORKBOOK

25

CANVA
INTENSIVKURS
TEIL 05



INHALT



- 01** Was ist Personal Branding?
- 02** Stil und Design
- 03** Canva Hacks & andere Tipps
- 04** Fragen und Feedback



Alle Träume können wahr
werden, wenn wir den Mut
haben, ihnen zu folgen.

WALT DISNEY



01

PERSONAL BRANDING

DEFINITION & ZIEL

Eine Marke ist weit mehr als ein Logo oder ein Produkt – sie ist das Gefühl, das Menschen mit ihr verbinden.

Dein Personal Brand entsteht in den Köpfen und Herzen deiner Zielgruppe und entscheidet darüber, ob sie dir vertrauen, dich weiterempfehlen oder bei dir kaufen.

Personal Branding bedeutet, bewusst zu zeigen, wer du bist und wofür du stehst. Es geht darum, deine Werte, deine Persönlichkeit und dein Wissen klar und einheitlich zu vermitteln.

Eine starke persönliche Marke schafft Vertrauen, hebt dich von anderen ab und sorgt dafür, dass man sich an dich erinnert.

In diesem Kapitel erfährst du, wie du deine Marke Schritt für Schritt aufbaust und sichtbar wirst.

WARUM PERSONAL BRANDING?

Warum ist Personal Branding so wichtig?

Personal Branding hilft dir, dich von anderen abzuheben und eine einzigartige Identität zu schaffen. **Eine starke Markenpersönlichkeit zieht Menschen an, schafft Vertrauen** und sorgt dafür, dass du in Erinnerung bleibst.

Unterschiede zwischen starken Ich-Marken und No-Brands:

Starke Ich-Marken haben eine klare Botschaft, Werte und eine einheitliche Darstellung, die Vertrauen und Loyalität aufbauen. No-Brands hingegen wirken unscheinbar und austauschbar, da sie keine klare Positionierung oder Persönlichkeit zeigen.

Wie beeinflusst Wahrnehmung die Kaufentscheidung?

Die Wahrnehmung einer Marke beeinflusst, wie vertrauenswürdig, kompetent oder sympathisch sie wirkt. **Wenn Kunden glauben, dass eine Marke ihre Bedürfnisse am besten versteht und löst, sind sie eher bereit, bei ihr zu kaufen.**

DIE GRUNDLAGEN EINER STARKEN PERSONAL BRAND

Der Erfolgsprozess: Wie wird man eine erfolgreiche Marken-Persönlichkeit?

Eine starke Personal Brand entsteht, **wenn du authentisch und klar zeigst, wer du bist und was du tust**. Es geht nicht nur um dein Können, sondern darum, **wie du dich in der Welt präsentierst**. Indem du dich konsequent und ehrlich zeigst, baust du Vertrauen auf, das dich zu einer bekannten und erfolgreichen Marke macht.

Positionierung: Warum es nicht nur um Kompetenz, sondern um Wahrnehmung geht

Du kannst noch so viel wissen oder können – **wenn die Menschen dich nicht richtig wahrnehmen, wird es schwer, bekannt zu werden**. Es geht darum, wie du dich in den Köpfen und Herzen deiner Zielgruppe positionierst. Menschen entscheiden sich oft für die Person oder Marke, bei der sie das Gefühl haben, dass sie genau die Lösung bieten kann, die sie brauchen.

Die Kraft von Werten: Wie finde ich meine Markenwerte?

Deine Markenwerte sind die Dinge, die dir wichtig sind und für die du stehst. **Sie sind wie ein Kompass, der dich bei allem, was du tust, leitet**. Um deine Werte zu finden, frag dich, was dir in deinem Leben wichtig ist und was du deinen Kunden oder deiner Zielgruppe bieten möchtest. **Wenn du deine Werte klar kommunizierst, ziehst du die richtigen Menschen an**, die sich mit dir und deiner Marke identifizieren können.

DEIN MARKENKERN & DEINE BOTSCHAFT

Was macht dich einzigartig in einer überfüllten Branche?

In einer Welt voller ähnlicher Angebote geht es nicht nur darum, was du tust, sondern wie du es tust. Deine Persönlichkeit, deine Werte und deine Art, mit Menschen zu arbeiten, machen dich unverwechselbar.

Wie entwickle ich meinen Markenkern?

Dein Markenkern ist das Herz deiner Marke - er zeigt, wofür du stehst und was dich antreibt. Überlege dir: Welche Werte sind dir wichtig? Was begeistert dich an deiner Arbeit? Und wie möchtest du von anderen wahrgenommen werden?

WERTE ERMITTELN UND POSITION FINDEN

Überlege dir, was dir in deinem Leben und in deiner Arbeit wirklich wichtig ist:

Welche Werte möchtest du in deiner Marke widerspiegeln? Schreibe 3–5 Werte auf, die du für dich und deine Marke als entscheidend empfindest.

Positioniere dich:

Denke darüber nach, **was dich einzigartig macht**. Warum sollten Menschen sich für dich und nicht für jemand anderen entscheiden? Was ist der Hauptvorteil, den du deiner Zielgruppe bietest? Schreibe deine Antwort in 2–3 Sätzen.

DESIGN & ERSCHENUNGSBILD ALS MARKENVERSTÄRKER

Wie spiegelt sich mein Markenkern im Design wider?

Dein Design sollte die Werte und Persönlichkeit deiner Marke visuell widerspiegeln. Es geht darum, Farben, Schriftarten und Bildwelten so zu wählen, dass sie das Gefühl und die Botschaft deiner Marke unterstützen.

Warum strategisches Design wichtiger ist als „schönes Design“.

Schönes Design ist wichtig, aber strategisches Design hilft dir, eine klare, zielgerichtete Markenbotschaft zu vermitteln. **Es stellt sicher, dass dein Design nicht nur gut aussieht, sondern auch funktional und auf deine Zielgruppe ausgerichtet ist.**

Die Basics eines konsistenten Markenauftritts.

Konsistenz im Design ist entscheidend für Wiedererkennung. Achte darauf, dass deine visuellen Elemente – von deinem Logo bis zu den Farben – überall gleich und durchdacht eingesetzt werden, um **eine starke und professionelle Markenidentität** zu schaffen.

K A P I T E L

02

STIL & DESIGN

DEFINITION & ZIEL

Stil ist die visuelle Handschrift deiner Marke – die Art, wie Farben, Schriften, Bildwelten und Gestaltungselemente zusammenspielen. Er sorgt dafür, dass dein Auftritt konsistent und unverwechselbar ist.

Ein klar definierter Stil stärkt deine Wiedererkennbarkeit, schafft Vertrauen und sorgt dafür, dass deine Marke sich von der Konkurrenz abhebt. **So wissen deine Kund:innen sofort, dass sie bei dir richtig sind!**



WIE GEHT WIEDERERKENNUNG?

Am Beispiel der Rösterei **RÖSTGRAD** und ihrer Markenidentität

Die Kaffeerösterei **RÖSTGRAD** steht für **handwerkliche Kaffeekunst, Qualität und Fairness**. Seit 2015 verfolgt Thomas Krüger seine Leidenschaft für Kaffee, wobei **die Herkunft der Bohnen und nachhaltiger Handel im Fokus** stehen. Jede Bohne wird sorgfältig ausgewählt, um den Kaffeetrinkern das Beste an Geschmack und Qualität zu bieten.



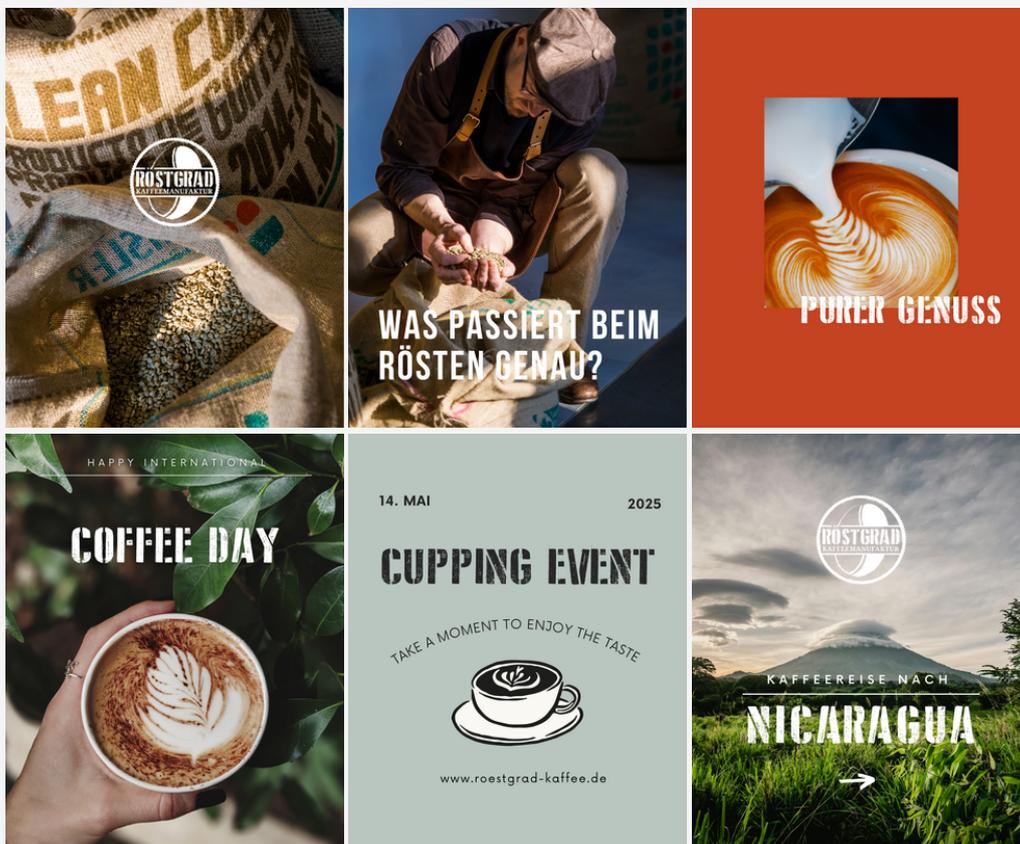
EIN WIEDERERKENNBARES DESIGN AUFBAUEN

Rösterei RÖSTGRAD – Die Markenbotschaft

Handgeröstet. Hochwertig. Fair. Und einfach lecker.

Diese Botschaft soll sich auf Instagram widerspiegeln. Die Röstkunst wird als authentisches Handwerk dargestellt, das Leidenschaft und Fachwissen verbindet.

Es soll ein Bewusstsein für die Qualität und Herkunft des Kaffees geschaffen und das Handwerk in den Mittelpunkt gerückt werden.



WIE GEHT WIEDERERKENNUNG?

Die Ziel der Markenkommunikation

Die Markenkommunikation für **Systemische Therapie & Coaching** soll eine **klare, kohärente Botschaft vermitteln, die Vertrauen, Professionalität und Empathie ausstrahlt**. Sie soll sowohl **Privatpersonen als auch Unternehmen** ansprechen und das breite Leistungsspektrum abdecken, mit einem besonderen Fokus auf den Ausbau der Unternehmensangebote.



EIN WIEDERERKENNBARES DESIGN AUFBAUEN

Das professionelle Erscheinungsbild

Aufbau einer **konsistenten, professionellen Online-Präsenz**, die durch ansprechende visuelle Gestaltung und gut durchdachte Inhalte überzeugt.



WIEDERERKENNBARKEIT & DESIGN

Die Schlüssel zu einer starken Marke

Warum Wiedererkennbarkeit entscheidend ist

- Konsistentes Design schafft Vertrauen & strahlt Professionalität aus
- Große Marken wie Apple oder Coca-Cola sind leicht wiederzuerkennen

Farbwelt & Bedeutung von Farben

- Farben lösen Emotionen aus & unterstreichen deine Marke
- Beispiel: Röstgrad – warme Farben erinnern an Kaffeeanbaugebiete

Bildsprache & visuelle Identität

- Bildstil & Fotografie beeinflussen, wie deine Marke wahrgenommen wird
- Beispiel: Tina Schulze – sanfte Farben & natürliche Fotos für Vertrauen

Schriften & Typografie als Markenbotschafter

- Schriften haben eine Wirkung & beeinflussen dein Branding
- Beispiel: Verspielte Handschrift vs. klare Serifenschrift

Logo & Designelemente strategisch einsetzen

- Logos, Icons & Grafiken verstärken die Markenidentität
- Beispiel: Röstgrad – minimalistisches, maskulines Design mit klaren Linien

Konsistenz auf allen Plattformen

- Einheitliches Design für Website, Social Media & Printmedien
- Beispiel: Durchgehende Designsprache auf Instagram & Website

K A P I T E L

03

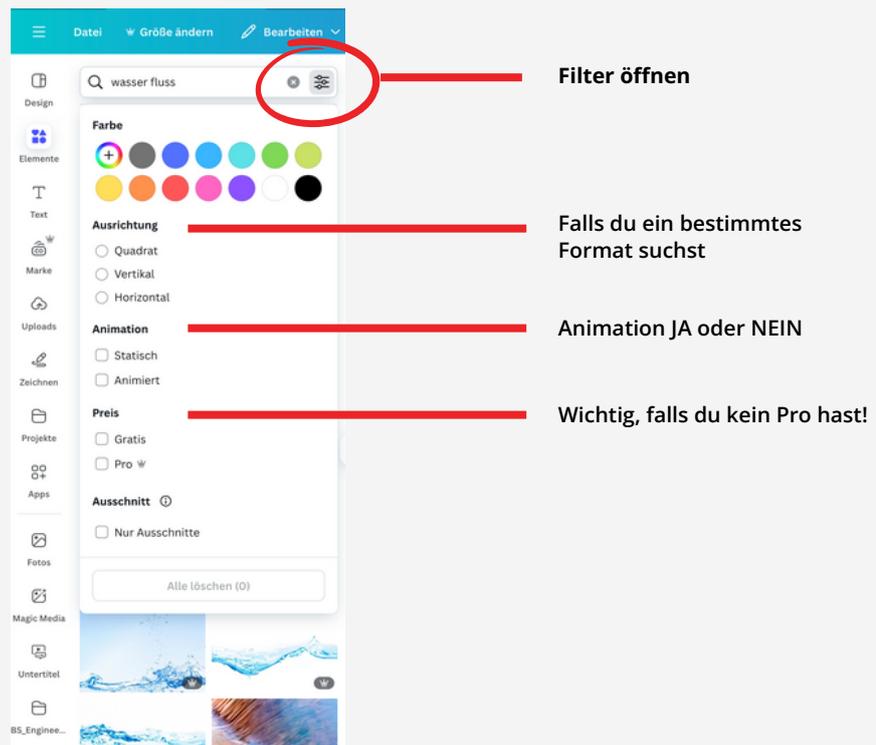
CANVA HACKS
&
WERTVOLLE INFOS



C A N V A H A C K S

GEWUSST WIE

- **Hilfslinien**
Findest du unter **“Einstellungen”** > helfen dir Objekte und Textrahmen auszurichten.
- **Schriftartenkombinationen**
Findest du unter **“Text”** in der Seitenleiste > diese vorgestalteten Schriftkombinationen zeigen die, wie man auch mit Effekten umgehen kann.
- **Bilder farblich filtern**
Findest du unter **“Elemente”** in der Seitenleiste > du suchst Bilder, die zu deiner Bildwelt passen sollen? Dann kannst du sie inhaltlich mit der Schlagwörtersuche oder auch farblich und formattechnisch filtern .



W E R T V O L L E I N F O S

SHORT CUTS

Tastaturkürzel, auch Shortcuts genannt findest du unter ...

https://www.canva.com/de_de/help/keyboard-shortcuts/

AIDA-MODELL

Gerade bei einer Personal Brand ist das AIDA-Modell besonders wichtig, weil du nicht nur ein Produkt, **sondern dich selbst als Marke präsentierst.** Menschen kaufen nicht nur, weil etwas gut aussieht – sie kaufen, weil sie dir vertrauen und sich mit dir verbunden fühlen.

A – Attention (Aufmerksamkeit):

Deine Marke oder dein Angebot muss auffallen! Du musst sichtbar sein, sonst kennt dich niemand. Ein starkes Branding hilft, in der Masse herauszustechen.

I – Interest (Interesse):

Jetzt hast du die Aufmerksamkeit – Zeige deine Persönlichkeit und deine Werte. Menschen interessieren sich für echte Geschichten, nicht nur für Angebote.

D – Desire (Verlangen):

Hier geht es um Emotionen! Baue eine emotionale Verbindung auf – warum bist gerade DU die richtige Wahl? Storytelling und Authentizität machen hier den Unterschied.

A – Action (Handlung):

Mach es leicht, den nächsten Schritt zu gehen – eine klare Botschaft und einfache nächste Schritte (z. B. „Buche dein Erstgespräch“) helfen, aus Interessenten und Followern echte Kund:innen zu machen.



FRAGEN, WÜNSCHE, ANREGUNGEN?

Schreib mir sehr gerne eine Mail.



F R A G E N & W Ü N S C H E

WAS BRAUCHT IHR?

- **Feedbackfragen:**

- Was war für dich heute am wertvollsten?
- Gibt es Themen, die du dir für die nächsten Sessions wünschst?
- Welche Funktionen von Canva interessieren dich am meisten und möchtest du vertiefen?

- **Wünsche für kommende Calls:**

- Welche Canva-Tools möchtest du besser kennenlernen?
- Möchtest du mehr über die Erstellung von Designvorlagen oder animierten Posts erfahren?
- Gibt es bestimmte Designtrends oder Plattformen, die dich gerade besonders interessieren?



REMINDER

Du bist eine Powerfrau.

DU SCHAFFST DAS.





Ich danke dir für deine Zeit!

Die von mir erstellten Unterlagen sind nur für Präsentationszwecke bestimmt. Die Verwendung, Nutzung, Bearbeitung und insbesondere die Weitergabe an Dritte, auch auszugsweise, bedarf der ausdrücklichen Zustimmung von Merle Stock-Kolkhorst. Alle Inhalte unterliegen der Sorgfaltspflicht der Nutzer und sind vertraulich zu behandeln.



Merle Stock-Kolkhorst

Dipl. Kommunikationsdesignerin (fh)
Driffort 5 / 32369 Rahden

Telefonnummer

0176. 8102 61 25

E-Mail-Adresse

hello@merlestock.de