

# DIE ROLE-MODEL-MESSAGE

Ein digital ausfüllbares  
Selbst-Coaching-Template  
das dir dabei hilft,  
zu einer Personenmarke  
zu werden und herauszufinden,  
wozu du auf dieser Welt beitragen willst  
und wofür dein Name stehen soll.



## Personal Branding: Wofür willst du stehen?

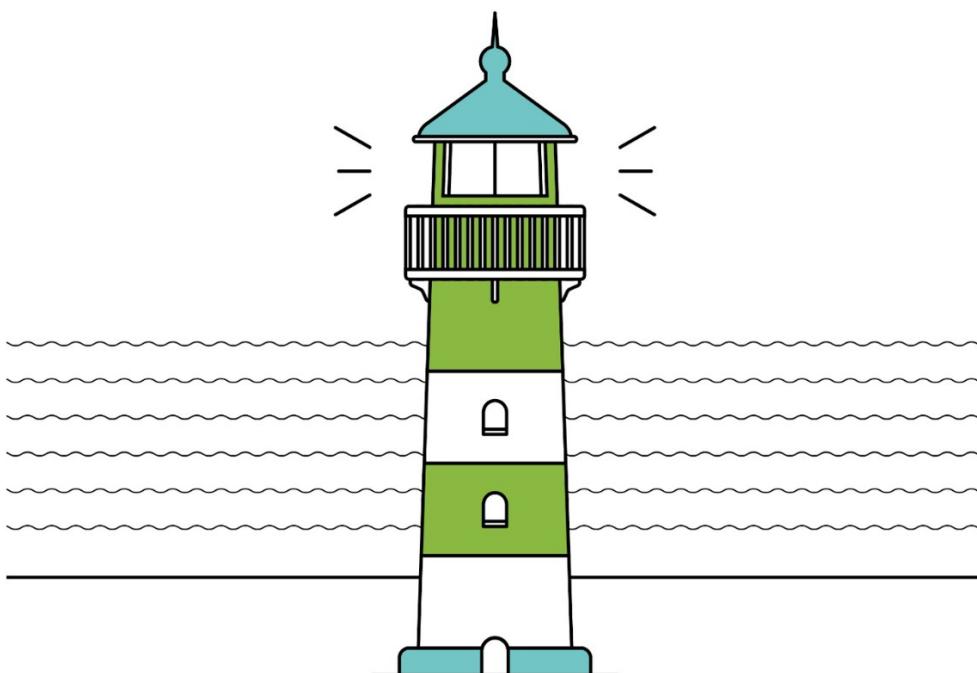
Hallo und herzlich willkommen!

Ich freue mich sehr, dass du dieses Selbst-Coaching-Tool nutzt! Ich habe es entwickelt, um mir selbst – und nun auch dir – beim Personal Branding zu helfen und zu erkennen, wozu du auf dieser Welt beitragen willst und wofür dein Name stehen soll. In anderen Worten: Es geht darum, dir deiner Mission und deines Lebensmottos bewusst zu werden.

Eine starke Personenmarke ist jemand, der mit seinem Namen für ein bestimmtes Thema, eine Botschaft, eine Haltung steht und diese unbeirrbar konsequent lebt und kommuniziert. Personenmarken, die Kultstatus erlangt haben, sind bspw. Steve Jobs, Cristiano Ronaldo, Lionel Messi, Richard Branson, Tony Robbins, Elon Musk.

Beispiele für bekannte deutsche Personenmarken sind bspw. Wolfgang Grupp von Trigema, Heidi Klum, Thomas Gottschalk, Verona Pooth und Claus Hipp, der Chef der gleichnamigen Babynahrungsfirma. Wer Hipp-Gläschen sieht, denkt automatisch an einen bodenständig und vertrauenswürdig wirkenden älteren Herrn, der freundlich in die Kamera lächelt und „Dafür stehe ich mit meinem Namen“ sagt. Hipp steht für Qualität und Verlässlichkeit und dieses Bild überträgt sich auf die Babynahrung, die er verkauft. Und Millionen von Müttern und Vätern vertrauen dem Unternehmen seit Jahrzehnten.

Am Beispiel von Claus Hipp kann man sehen, dass starke Personenmarken wie Leuchttürme sind: Sie geben Sicherheit und Orientierung.



In der Schifffahrt sind Leuchttürme nach wie vor unverzichtbar, denn wenn die funktechnischen Navigationshilfen ausfallen, sind die Menschen auf See verloren. Und auch den Menschen an Land dienen Leuchttürme als Orientierungspunkte. Sie sind so gebaut, dass sie großen Belastungen standhalten und extrem langlebig. Sie sind von Wind und Wetter gezeichnet, aber ihr Licht strahlt hell und weit und gibt den Menschen Orientierung.

Wer eine starke Personenmarke werden will, muss den Mut haben, sich zu seiner Originalität und Identität zu bekennen, denn eine von PR-Strategen aufgepfropfte Pseudo-Identität ist für andere Menschen als solche spürbar und bietet weder Sicherheit noch Orientierung!

Dieses Tool hilft dir dabei, herauszufinden, wofür DU mit deinem guten Namen stehen willst! Und zwar auf eine recht außergewöhnliche Art und Weise...

Bist du bereit, das zu erkunden?

*Die nun folgenden Anregungen und Fragen helfen dir dabei. Schreibe die Gedanken, die dabei in dir hochkommen, einfach in die farbig unterlegten Felder rein. Du kannst dieses PDF nicht nur ausgedruckt handschriftlich, sondern auch direkt am Computer ausfüllen. Dabei bitte ans Speichern denken, damit du es ggf. später ergänzen oder ändern kannst. Wenn Deine Antworten lang sind, kannst Du weiter tippen und rechts wird eine Bildlaufleiste angezeigt (je nach dem von dir genutzten Programm zum Anzeigen des PDF). Du kannst dein ausgefülltes PDF ausdrucken, aber nur die Wörter, die in den Kästchen sichtbar sind, werden angezeigt.*

Wenn du selbst zu einer Personenmarke werden und herauszufinden willst, was DU in die Welt tragen willst und wofür DEIN guter Name stehen soll, wirst du in 30-60 Minuten deutlich mehr wissen. Falls du wenig Zeit hast und/oder dich eine Frage nicht anspricht, überspringe sie einfach und mach mit der nächsten Frage weiter, die dich »anlacht«.

Lass uns beginnen...

1. Welche 3 Menschen (noch lebende oder bereits verstorbene) fallen dir spontan ein, die dich schon lange immer wieder beeindrucken?

Person 1:

Beispiel: Reese Witherspoon

Person 2:

Beispiel: Franz Liszt

Person 3:

Beispiel: Nina Hagen

2. Was sind deiner Einschätzung nach die Kernkompetenzen dieser 3 Personen?

Person 1:

Beispiel: Reese Witherspoon fand ich mega als Schauspielerin in Filmen wie „Natürlich blond“ und „Walk the Line“. Und es beeindruckt mich sehr, dass sie ihre großartige Oscar-gekrönte Karriere in den letzten Jahren noch getoppt hat, indem sie nun auch noch als Produzentin tätig ist und Projekte finanziert, die sonst keinen Finanzier gefunden hätten, z.B. Minderheiten-Themen. Und damit so erfolgreich ist, dass die Blackstone-Group ihr Unternehmen »Hello Sunshine« für sehr viel Geld gekauft hat. Neben ihrer Schönheit und ihrem gewinnenden Wesen muss sie wohl auch ziemlich klug und sozial engagiert sein. Das dürften vermutlich ihre Kernkompetenzen sein.

Person 2:

Beispiel: Franz Liszt war nicht nur ein gefeierter Pianist und einer der absoluten »Pop-Stars« seiner Zeit, sondern auch Komponist und Lehrer. Und das nicht nur gelegentlich, sondern regelmäßig. Wenn er nicht auf Tournee war, hielt er mehrmals pro Woche Master Classes in seiner Wohnung in Weimar. Neben den Kernkompetenzen »Klavier spielen« und »Musik komponieren« muss er also auch noch sehr gute Fähigkeiten im »Vermitteln von Wissen und Fähigkeiten«, »Lehren«, »andere Menschen unterstützen und fördern« und dergleichen gehabt haben. Er war als Lehrer/Mentor so gut, dass er ganze Generationen von Pianisten in ihrem Spiel geprägt hat.

Person 3:

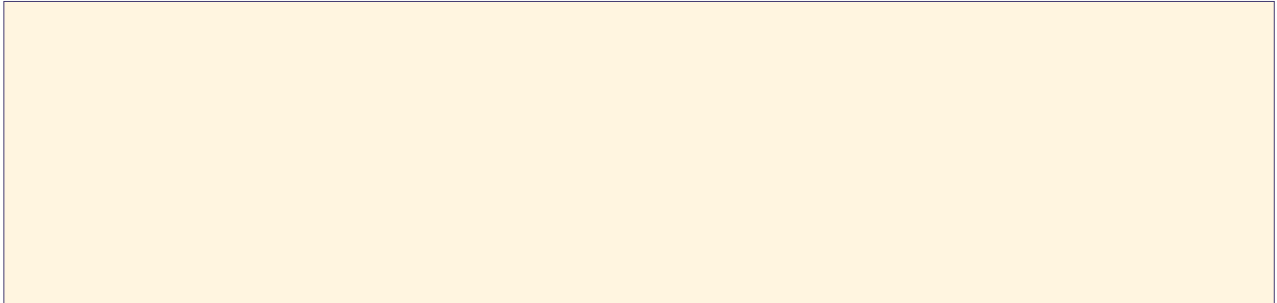
Beispiel: Nina Hagen ist für mich ein »verrücktes Huhn«, das ich zwar nicht 100% als Vorbild für mich sehe, weil mich einige Facetten ihres Wirkens auch kritisch stimmen. Aber sie hat mich dennoch über Jahrzehnte hinweg nachhaltig beeindruckt. Einfach deshalb, weil sie sich treu geblieben und ihren Weg gegangen ist. Egal was die Leute gesagt haben. Ohne Angst davor, anzuecken. Neben ihren krassen künstlerischen Fähigkeiten und ihrem nicht ganz unattraktiven Äußeren liegt ihre Kernkompetenz wohl auch darin, authentisch zu sein und sich die Freiheit zu nehmen, so zu leben, wie sie ist, statt sich für andere zu verbiegen.

### 3. Welches Lebensmotto könnten diese 3 Personen (gehabt) haben?

Person 1:

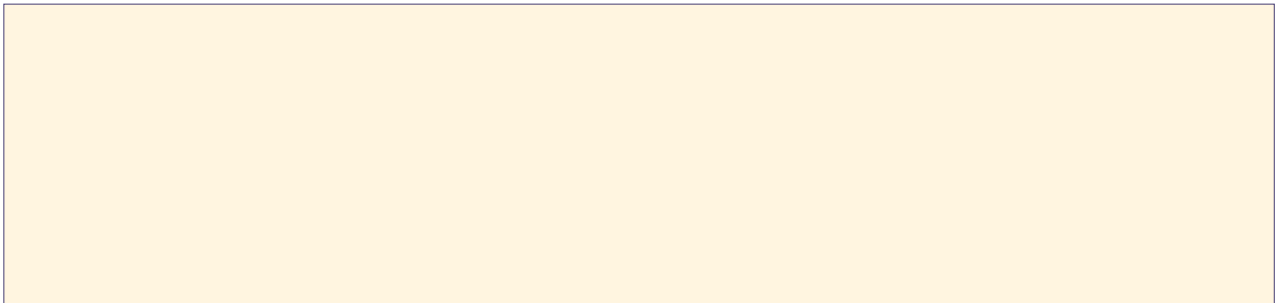
Beispiel: Bei Reese Witherspoon vermute ich, dass sie wie ihre Protagonistin Elle Woods in »Natürlich blond« ein »Stehaufmännchen« und »Sonnenscheinchen« ist. Ihr Lebensmotto könnte in Anlehnung an den Namen ihrer Firma »Hello Sunshine« vielleicht »Life is what you make of it« lauten.

Person 2:



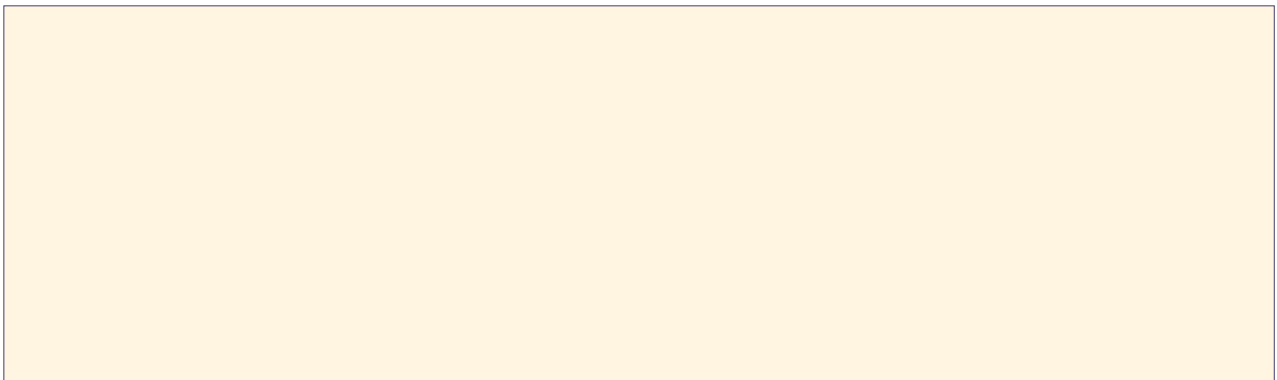
Beispiel: Bei Franz Liszt fällt es mir irgendwie schwer. Ich könnte mir vorstellen, dass er kein explizites Lebensmotto hatte, sondern einfach den unbändigen Drang, die herrliche Musik, von der er erfüllt war, aus sich herausfließen zu lassen. Er war wahrscheinlich beseelt davon, die Welt mit wunderschöner Musik zu erfüllen.

Person 3:



Beispiel: Nina Hagens Lebensmotto könnte in Richtung »What the Fuck« oder »Was interessiert mich das Geschwätz anderer Leute« oder »Mach dein Ding« gehen.

## 4. Was haben diese 3 Personen gemeinsam?



Beispiel: Hm, interessante Frage... Die Gemeinsamkeit von Reese Witherspoon, Franz Liszt und Nina Hagen ist, dass sie sich die Freiheit nehmen, ihr Ding zu machen und zu leben, was in ihnen steckt – ganz egal, was andere Leute darüber denken oder sagen. Sie sind frei und authentisch und leben, was in ihnen steckt und machen ihr Ding.

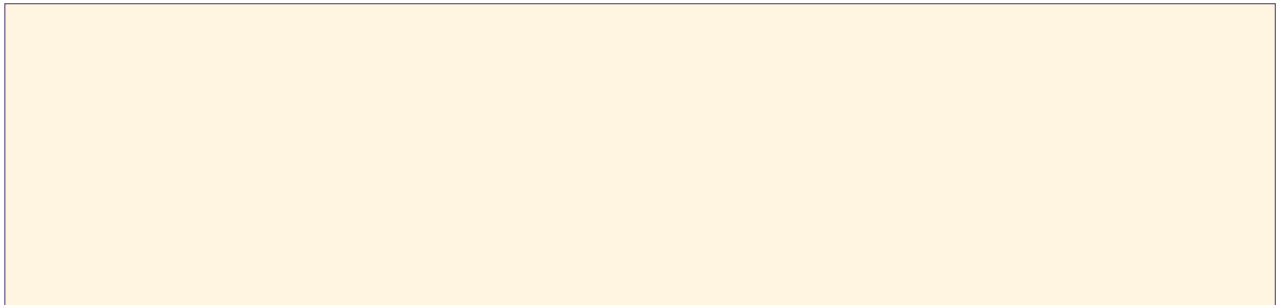
5. Was du an anderen bewunderst, ist ein Teil von dir selbst. Es ist dein lichter Schatten. Du hast das in dir selbst drin, kannst es aber (noch) nicht so ganz sehen. Um den »Schatz in deinem Inneren« zu erkennen, übertrage nun deshalb das, was du unter Punkt 4 geschrieben hast, auf dich selbst! Was willst DU in die Welt tragen? Wofür soll DEIN Name stehen?

Beispiel: Auf mich selbst bezogen könnte das, was ich bei Punkt 4 geschrieben habe, bedeuten, dass ich Menschen dabei helfen will, sich aus ihren inneren und äußeren »Gefängnissen« zu befreien und sich zu trauen, sie selbst zu sein und zu leben, was in ihnen steckt, statt sich für andere zurechtzubiegen. Dass ich Menschen dazu inspirieren will, ihren Gaben und Neigungen einen Raum zu geben, ihre inneren Stimmen wahrzunehmen und sich ein Leben zu erschaffen, das ihren Werten und Bedürfnissen entspricht. Und so wie sich Franz Liszt ganz der Musik verschrieben hat, möchte ich mich ganz dem (Selbst-)Coaching verschreiben. Und ebenfalls drei Dinge machen: Klavier spielen (Coachen), Komponieren ((Selbst-)Coaching-Tools entwickeln) und Master Classes geben (Coachen lehren).

6. Lass das, was du bei Punkt 5 geschrieben hast, nochmal auf dich wirken, und erlaube dir, ein bisschen rum zu spinnen: Wenn du das, was du bei Punkt 5 geschrieben hast, in die Welt tragen willst, wie könnte dann dein Lebensmotto lauten?

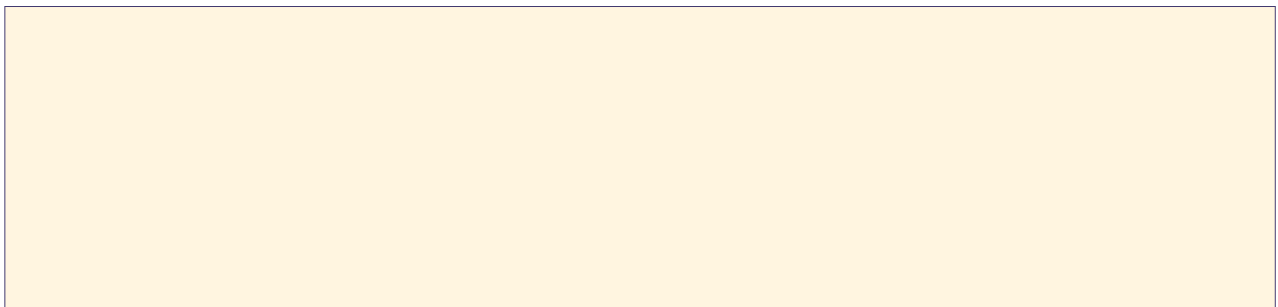
Beispiel: #AwesomeLife; Trau dich, du selbst zu sein und zu leben, was in dir steckt! Mach dein Ding! Leben statt funktionieren; Strahlen statt ausbrennen; Aufblühen statt abstumpfen; Gib deinem Leben das Update, das dich glücklich macht! Believe in your own Magic! When Faith grows, Abundance flows; Create the Life you love; Awaken the Greatness within; Step into your own Power; Unleash the Power within; Life is what you make of it!

## 7. Bring deine Erkenntnisse auf den Punkt: Wofür soll DEIN guter Name stehen?



Beispiel: Mein Name soll für Self-Empowerment & Life-Leadership stehen! D.h. dafür, dass wir es selbst in der Hand haben, unsere Lebenszufriedenheit zu verbessern, indem wir unser Leben beruflich und privat immer mehr an unseren Begabungen, Neigungen, Werten, Bedürfnissen, Visionen ... ausrichten, statt uns für andere zu verbiegen.

## 8. Wie könntest du das, was du in die Welt tragen willst (Punkt 7), kurz und knackig nach außen kommunizieren? Welcher Claim / Slogan würde dein »Versprechen an die Welt« transportieren?



Beispiel: Life is what you make of it!