

DEINE BILDWELT BEGINNT MIT KLARHEIT

Was sollen deine Bilder über dich erzählen?

Das Klarheits-Workbook vor deinem Personal Branding
Fotoshooting

Für eine Bildwelt, die zu deiner Persönlichkeit, deinem
Business und deinen Wunschkunden passt.

Viel Freude beim Ausfüllen.

Claudia Strahl
Personal Branding Fotografin in Berlin

Deine Bilder arbeiten längst für dich.

Noch bevor jemand dein Angebot liest, sieht er deine Bilder.

Sie vermitteln innerhalb weniger Sekunden ein Gefühl:

kompetent, nahbar, klar, mutig, vertraut oder eben austauschbar.

Dieses Workbook hilft dir, vor deinem Personal Branding Fotoshooting Klarheit zu gewinnen.

Nicht über das Posen, sondern darüber, wer du heute bist, wen du erreichen möchtest und was deine Bilder für dein Business leisten sollen.

WICHTIG

Du musst noch keine fertigen Bildideen haben. Deine Aufgabe ist es, die Richtung zu erkennen. Die Übersetzung in Motive, Licht, Location, Kleidung und Bildsprache entsteht anschließend in der strategischen Shootingplanung.

Nimm dir etwa 30 bis 45 Minuten Zeit. Antworte spontan und ehrlich.

Es gibt keine perfekten Antworten - nur deine.

Was soll nach diesem Workbook für dich klarer sein?

Wo steht dein Business heute?

Oft verändern sich Angebot, Zielgruppe und Anspruch schneller als der Außenauftritt. Dann zeigen die Bilder noch eine ältere Version des Business.

Was hat sich in deinem Business in den letzten zwei Jahren verändert?

Welche Angebote oder Themen möchtest du zukünftig stärker sichtbar machen?

Was passt an deinem aktuellen Außenauftritt noch zu dir?

Was fühlt sich inzwischen zu klein, zu angepasst oder nicht mehr nach dir an?

KLARHEITSMOMENT

Deine neuen Bilder müssen nicht zeigen, wo du herkommst.
Sie dürfen sichtbar machen, wo du jetzt stehst und wohin du gehst.

Wofür willst du bekannt sein?

Menschen sollen nicht nur erkennen, was du anbietest. Sie sollen verstehen, warum sie gerade mit dir arbeiten möchten.

Menschen kommen zu mir, weil ...

Meine größte Stärke in der Zusammenarbeit ist ...

Das Ergebnis meiner Arbeit ist für meine Kunden ...

Ich möchte, dass man über mich sagt ...

Was unterscheidet dich von anderen in deiner Branche?

Wer soll sich von dir angesprochen fühlen?

Eine klare Bildwelt versucht nicht, allen zu gefallen. Sie schafft Passung. Die richtigen Menschen sollen spüren: Das passt zu mir.

Mit welchen Menschen möchtest du häufiger arbeiten?

Was ist diesen Menschen bei einer Zusammenarbeit besonders wichtig?

Welche Zweifel haben sie, bevor sie dich anfragen?

Was müssen sie sehen oder fühlen, damit Vertrauen entsteht?

Für wen bist du bewusst nicht die richtige Wahl?

Was sollen Menschen in drei Sekunden spüren?

Wähle zunächst spontan alle Begriffe aus, die zu dir passen.

Reduziere sie danach auf die drei Eigenschaften, die deine Bildwelt unbedingt tragen sollen.

- | | |
|---|--|
| ☐ klar | ☐ nahbar |
| ☐ erfahren | ☐ hochwertig |
| ☐ mutig | ☐ ruhig |
| ☐ kreativ | ☐ strukturiert |
| ☐ warm | ☐ direkt |
| ☐ souverän | ☐ unkonventionell |
| ☐ vertrauenswürdig | ☐ kraftvoll |
| ☐ lebendig | ☐ humorvoll |

Meine drei wichtigsten Wirkungsbegriffe:

So sollen sich Menschen fühlen, wenn sie meine Bilder sehen:

Diese Wirkung möchte ich vermeiden:

Welches Wertewort beschreibt deine Marke?

Deine Marke wirkt glaubwürdig, wenn Haltung und Außenwirkung zusammenpassen.

Ein persönliches Wertewort hilft dir, deine wichtigsten Werte zu bündeln und leichter in Sprache, Entscheidungen und Bilder zu übersetzen.

WAS IST EIN WERTEWORT?

Ein Wertewort ist ein Begriff, der sich nach dir und deiner Marke anfühlt. Du kannst seine Buchstaben mit deinen wichtigsten Werten verbinden oder ein einzelnes Leitwort wählen, das deine Haltung auf den Punkt bringt.

Welche Werte sind dir in deiner Arbeit besonders wichtig?

Notiere zunächst alles, was dir einfällt.

Welche drei Werte erleben deine besten Kunden tatsächlich?

Mein Kernwert	So erleben Kunden ihn
1. _____	
2. _____	
3. _____	
Mein Wertewort oder Leitwort lautet:	
_____ _____ _____	
Dieses Gefühl soll mein Wertewort in meiner Bildwelt auslösen:	
_____ _____ _____	

1. _____
2. _____
3. _____

Wie werden Werte auf Bildern erlebbar?

Werte sind zunächst unsichtbar. Spannend wird es, wenn du überlegst, woran Kunden sie in deiner Arbeit tatsächlich erleben.

Mein Wert	So erleben ihn Kunden	Das könnte man zeigen
z.B. Klarheit	Strukturierte Beratung	ruhige Räume, klare Linien

DENKHILFE

Nähe kann ein Gespräch sein. Mut kann ein direkter Blick sein. Struktur kann sich durch Linien, Ordnung oder Arbeitsprozesse zeigen. Humor darf in Bewegung, Mimik oder einer unerwarteten Situation auftauchen.

Was fühlt sich nach dir an?

Deine Bildwelt entsteht nicht aus Trends. Sie verbindet Persönlichkeit, Angebot, Zielgruppe und Einsatzbereiche.

Welche Farben gehören zu dir und deiner Marke?

Welche Orte passen zu deiner Arbeit und deiner Persönlichkeit?

Soll deine Bildwelt eher ruhig, lebendig, reduziert, urban, warm oder überraschend wirken?

Welche Kleidung fühlt sich professionell und gleichzeitig nach dir an?

Welche Gegenstände, Situationen oder Details erzählen etwas über deine Arbeit?

Was möchtest du auf keinen Fall zeigen?

Welche Bilder brauchst du wirklich?

Markiere, was bereits vorhanden ist. Kreise anschließend die fünf Motive ein, die für deinen nächsten Business-Schritt am wichtigsten sind.

- | | |
|--|---|
| ☐ starkes Profilbild | ☐ Website-Header mit freier Textfläche |
| ☐ nahbares Portrait | ☐ souveränes Portrait |
| ☐ Bilder bei der Arbeit | ☐ Beratungs- oder Gesprächssituation |
| ☐ Hände und Details | ☐ Bewegung und Alltag |
| ☐ Hochformate für Social Media | ☐ Querformate für Website und PR |
| ☐ Speaker- oder Pressefoto | ☐ Motive für einzelne Angebote |
| ☐ humorvolle und persönliche Bilder | ☐ Bildmaterial für Newsletter |
| ☐ Kunden- oder Teamsituationen | ☐ Contentbilder für mehrere Monate |

Meine fünf wichtigsten Motive:

Wofür möchte ich diese Bilder zuerst einsetzen?

Wo sollen deine Bilder für dich arbeiten?

Ein strategischer Bildpool wird vom Einsatz her geplant. So entstehen nicht nur Lieblingsbilder, sondern Motive, die du wirklich verwenden kannst.

Einsatzbereich	Vorhanden	Fehlt	Priorität 1-3
Website	☐	☐	—
LinkedIn	☐	☐	—
Newsletter	☐	☐	—
PR und Presse	☐	☐	—
Vorträge und Podcast	☐	☐	—
Angebote und Launches	☐	☐	—
Social Media	☐	☐	—
Kooperationen	☐	☐	—

Mein dringendster Bildbedarf ist:

Dieses konkrete Businessziel sollen die Bilder unterstützen:

Welche Geschichten soll deine Marke erzählen?

Statt viele Einzelmotive zu sammeln, denke in kleinen Bildgeschichten.
Jede Geschichte zeigt einen anderen wichtigen Teil deiner Marke.

1

Dafür stehe ich

Welche Haltung oder welches Thema soll sofort sichtbar werden?

2

So arbeite ich

Welche Situationen zeigen deine Expertise und Arbeitsweise?

3

So fühlt sich die Zusammenarbeit an

Welche Stimmung sollen Kunden erwarten?

Das soll deine neue Bildwelt leisten.

Fasse deine wichtigsten Erkenntnisse zusammen.
Diese Seite ist dein persönlicher Ausgangspunkt für die weitere Shootingplanung.

Meine drei wichtigsten Wirkungsbegriffe:

Meine drei wichtigsten Werte und mein Wertewort:

Diese Menschen möchte ich mit meinen Bildern erreichen:

Diese drei Bildgeschichten brauche ich:

Das soll sich durch meinen neuen Außenauftritt verändern:

Daran werde ich erkennen, dass die Bilder für mein Business funktionieren:

Aus Klarheit wird eine Bildwelt.

Du weißt jetzt, was deine Bilder erzählen und bewirken sollen.

Im strategischen Personal Branding Prozess übersetzen wir diese Klarheit in konkrete Motive, Locations, Farben, Outfits, Situationen und Bildformate - passend zu deiner Persönlichkeit, deinem Angebot und deinen Wunschkunden.

BEREIT FÜR DEINE NÄCHSTEN BILDER?

Erzähl mir im Kennenlern-Call, was du sichtbar machen möchtest. Wir schauen gemeinsam, welchen Bildpool du für deinen nächsten Business-Schritt brauchst und ob wir gut zusammenpassen.

Sichtbar. Klar. Und wirklich du.



**Bilder, die dein Business
sichtbar machen &
Wunschkunden anziehen.**



0176/20117702



hi@claudiastrahl.de



www.claudiastrahl.de

**Hier geht´s zu
meinem
LinkedIn-Profil**

