

Branding aus deiner Essenz

damit dein Markenauftritt zeigt, wer du wirklich bist

Ein Workbook für Unternehmer*innen, die ihre Spiritualität in ihr Business-Branding integrieren wollen – professionell, authentisch und ohne Klischees. Für stimmige Sichtbarkeit und Erfolg im Einklang.

Workbook mit Reflexionsfragen aus dem Coaching und anwendbaren Formaten aus der systemischen Aufstellungsarbeit.

- Erlange Klarheit darüber ob dein aktuelles Branding und deine Fotos noch stimmig sind
- Öffne dich für Wachstum und Experimentierfreude
- Verliere die Angst vor deiner eigenen Größe
- Lass dein Branding ausdrücken, wer du heute bist

All
your
colors

Doris Schnorbach
& Nathalie Misczychowski



Inhalt

0. Intro	3	5. Fotografie	38
1. Vorstellung	4	5.1 Intro - Die mit dem dritten Auge	
2. Spiritualität im Business	5	5.2 Wie Fotos eine neue Realität kreieren	
3. Mit deiner Seele kommunizieren - über systemische Aufstellungen	9	5.3 Wie willst du wirken?	
4. Branding - Was genau ist das?	12	5.4 Deine Zielgruppe erreichen und berühren	
4.1. Ist mein Branding noch zeitgemäß? Passt es noch zu mir?		5.5 Welches Setting / Location passt zu mir?	
4.2. Wann ist es Zeit für ein Rebranding?		5.6. Muss ich mich in meinem Branding-Farben kleiden?	
4.3. Rebranding & Selbstsabotage – Warum Frauen andere Herausforderungen haben		6. Spirituelle Rituale im Business: Zeigen oder für sich behalten?	48
4.4. Positionierung: ein Weg der inneren Klarheit		7. Dein Branding wird zum Visionboard	53
4.5. Ist mein Logo (noch) stimmig?			
4.6. Trends - mitmachen oder sein eigenes Ding machen?			
4.7. Farbe als Wachstumsraum			

Intro

Deine zeitlose Seele & die Kraft der Gestaltung

Unsere Seele kennt keine Trends und keine Markenstrategien. Sie ist zeitlos und frei von äußeren Erwartungen. Wir leben aber verkörpert in einer Realität in der es je nach Blickwinkel gleichzeitig viele Zwänge und endlose Gestaltungsräume gibt. Wenn wir erkennen dass wir Gestalter unseres Lebens sind gibt uns das enorme Freiheit.

Wirkung ist unvermeidbar

In vielen spirituellen Kreisen wird Design und Ästhetik oft als oberflächlich abgetan. Es zählt doch das Innere, die Ausstrahlung, die Natürlichkeit – oder? Doch wenn wir glauben, dass alles Energie trägt, dann tut es auch unser äußeres Erscheinungsbild. Farben und Formen, sowohl in Kleidung und Styling als auch in Fotografie und Branding – all das kommuniziert, und wirkt ob bewusst oder unbewusst. Du kannst nicht nicht wirken. Selbst wenn du „einfach irgendwas“ anziehst, sendest du eine Botschaft aus. Statt Design zu unterschätzen, nutze es als Werkzeug für Klarheit, Präsenz und Transformation. Mach dir seine Kraft bewusst – für dich und dein Business.

Aufstellungen und Design als Wachstumsraum

Dieses Workbook öffnet dir einen neuen Blick auf die Kraft von Branddesign und Fotografie und zeigt dir dass Gestaltung Energiearbeit ist. Es geht nicht um oberflächliche Optik, sondern um die Kunst, Inneres und Äußeres zu verbinden. Wie kannst du mit bewusster Gestaltung deine Vision in die Realität holen?

Wir zeigen dir, wie du einfache Formate aus der Aufstellungsarbeit für dich selber nutzen kannst um tiefe Erkenntnisse und neue Impulse zu bekommen. Gleichzeitig lösen wir Klischees auf und zeigen, dass alles spirituell ist – wenn du es bewusst nutzt.

Wie du mit diesem Workbook arbeiten kannst

Du kannst jedes Kapitel chronologisch durchgehen oder dich intuitiv leiten lassen. Experimentiere, sei neugierig und finde heraus, was für dich stimmig ist. Wenn du Fragen oder Anregungen hast, schreib uns gerne: mail@allyourcolors.de



1. Wer wir sind: All your colors

Doris Schnorbach & Nathalie Misczychowski

Wir beherrschen die Kraft der visuellen Darstellung und wissen, dass sie Illusionen erzeugen und neue Realitäten erschaffen kann.

Wir sind ein kreatives Duo, das die Schnittstelle zwischen visueller Gestaltung und persönlicher Transformation verkörpert. Doris, eine erfahrene Fotografin und Business-Coachin, kombiniert professionelle Fotografie mit tiefgreifenden Wachstumsprozessen. Nathalie, Grafikdesignerin und Systemische Aufstellerin, erschafft wirkungsvolle Markenidentitäten, die im Einklang mit deiner höheren Vision stehen. Gemeinsam vereinen wir mit allyourcolors.de visuelle Gestaltung und spirituelle Tiefe, um Solo-Selbstständige und Unternehmen auf ihrem Weg zu mehr Klarheit und Erfolg, im Einklang mit dem Großen Ganzen, zu begleiten.



2. Spiritualität im Business

All
your
colors

Doris Schnorbach
& Nathalie Misczychowski



2. Spiritualität im Business

Wir möchten Klischees aufbrechen und eine natürliche, alltagstaugliche Spiritualität im Business etablieren. Statt sie in einer Nische zu belassen, sehen wir sie als wertvolle Erweiterung und Kraftquelle. Viele unserer Kundinnen entwickeln ihr ursprüngliches Berufsfeld weiter, integrieren neue Themen und nutzen spirituelle Ansätze, um ihr Business auf eine tiefere, bedeutungsvollere Ebene zu heben.

Selbstständigkeit ist die höchste Form der Persönlichkeitsentwicklung

Sich selbstständig zu machen bedeutet, sich selbst immer wieder neu zu begegnen. Es fordert dich heraus, dich deinen Ängsten und Unsicherheiten zu stellen, deine eigenen Grenzen zu erkennen – und sie zu erweitern. Du musst lernen, Freiheit auszuhalten und Verantwortung für dein Wachstum zu übernehmen.

Was will ich wirklich? Wie will ich es? Je klarer und authentischer du bist, desto erfolgreicher wirst du sein. Wenn dein Business sich an deinem eigenen Rhythmus und deinen wahren Bedürfnissen orientiert, wird es natürlicherweise wachsen.

Was haben deine Seele und Ästhetik gemeinsam? Zeitlosigkeit.

Grundlegende Prinzipien der Gestaltung – wie der goldene Schnitt, die Wirkung von Farben, Proportionen, Kontraste, Hierarchien, Balance und Harmonie – sind zeitlos. Sie sind die Basis auf der gute Gestaltung aufbaut. Wer diese Regeln beherrscht kann sie bewusst brechen. Um Botschaften zuzuspitzen, Aufmerksamkeit zu erregen, bewusst zu provozieren, zu emotionalisieren, sich aus der Masse abzuheben. Am Ende geht es immer um deine Botschaft, wie kann diese transportiert werden?

Deine Seele muss ihr Potenzial nicht erst entfalten, sie ist schon vollkommen. Sie drückt sich in dieser grundlegenden, zeitlosen Ästhetik aus.



2. Spiritualität im Business

Dein Business ist dein Weg zu dieser Vollkommenheit. Dieses braucht bewusste Lenkung durch Design damit seine Botschaften Aufmerksamkeit bekommen. Du unterstützt deine Kund*innen auf ihrem Weg in deren Vollkommenheit. Deine Seele liebt alle Farben und Nuancen, Licht und Schatten und kennt keine Konzepte. Deinem Business dienen bewusst gewählte Farben um Botschaften zu vermitteln. Um unbewusste, ungelebte Anteile bei dir und anderen zu aktivieren um am Ende in eine Balance zu kommen. Für die höhere Vision deiner Marke.

Gestalte für dein zeitloses Sein – nicht für deine Ängste.

Deine Seele ist frei von Ängsten, Begrenzungen und gesellschaftlichen Erwartungen. Ebenso kann dein Branding zeitlos sein – wenn es nicht von äußeren Erwartungen, sondern von deiner wahren Essenz inspiriert wird. Es ist dann Ausdruck deines vollständigen, authentischen Seins, deiner vollen Größe und Ausdehnung. Ein Zustand, in dem alles seinen Platz haben darf, in dem du präsent und lebendig bist.

Wahre Erfüllung entsteht, wenn du sowohl die tiefe Verbindung zu deiner Seele als auch die materielle Fülle genießen kannst. Dein Business ist dein Weg, dich in dieser Welt auszudrücken – gestalte es bewusst und voller Klarheit.

Was bedeutet Erfolg?

Unsere Seele wünscht sich, dass wir unsere Gaben leben und entfalten. Für deine Seele bedeutet Erfolg, mit deinen Gaben wirksam zu sein und dein Leben bewusst zu gestalten, einschränkende Muster und Konzepte loszulassen. Es ist ein lebenslanger Weg, sich immer mehr mit der Stimme der Seele zu verbinden – sie drückt sich über unsere Intuition aus. Doch auch unser irdisches Selbst braucht seinen Raum: materielle Fülle, Unabhängigkeit, Selbstbestimmung. Wahre Erfüllung entsteht, wenn beides miteinander fließt – wenn wir frei sind, dem Ruf unserer Seele zu folgen und zugleich die Fülle in der Materie genießen können.

Dein Wirken im Sein

Was tust du, wenn du nichts musst? Wenn du keine Strategie verfolgst, kein Ziel verfolgst, dich nicht beweisen willst – sondern einfach bist?

Spür einmal nach: Was geschieht aus dir heraus, ganz natürlich? Vielleicht sind es Gespräche, bei denen du tief siehst und spürst. Vielleicht ist es das Schreiben, das Gestalten, das Halten von Räumen – nicht, weil du musst, sondern weil es deinem inneren Wesen entspricht. Dieses natürliche Tun, das aus deinem Sein fließt, ist dein wahres Potenzial. Deine besondere Gabe, die dich einzigartig und wirksam macht.

2. Spiritualität im Business

Jetzt stellt sich die Frage:

Hast du dein Business basierend darauf aufgebaut?

Oder hast du dir Strukturen und Strategien gebaut, die eigentlich gar nicht zu dir passen – weil du dachtest, so muss man es machen?

Manchmal merken wir erst spät, dass wir unser Business an äußeren Erwartungen ausgerichtet haben anstatt an unserem natürlichen Sein. Dann fühlt es sich anstrengend an, unklar oder leer.

Unser Anliegen ist, dass dein Business wieder aus deinem natürlichen Sein entsteht. Dass du nicht gegen dich arbeitest, sondern mit dir. Dann wird es leicht und kraftvoll. Und es wird wirksam – auf eine Weise, die wirklich zu dir passt.

Reflexion

- Was tust du ganz von selbst – ohne Druck, ohne Müssen?
- Wo darf genau das mehr Raum in deinem Business bekommen?

...



3. Mit deiner Seele kommunizieren – über systemische Aufstellungen

All
your
colors

Doris Schnorbach
& Nathalie Misczychowski

3. Systemische Aufstellungen

Wenn du dich von deiner Seele leiten lässt, wird deine Präsenz gestärkt. Doch wie kannst du unterscheiden, ob deine Entscheidungen aus deiner Essenz oder aus alten Mustern heraus entstehen?

Der Schlüssel liegt in der inneren Leere. Wenn du dich leer machst – jenseits von Lärm, Meinungen und Erwartungen – kannst du die Stimme deiner Seele hören. Die Methode, die Nathalie dafür nutzt, sind systemische Aufstellungen.

Was sind systemische Aufstellungen?

Systemische Aufstellungen, vorallem bekannte als „Familienaufstellungen“, machen unsichtbare Dynamiken in Systemen – wie Familien, Unternehmen oder Projekten – sichtbar. Durch Stellvertreter (Personen oder Objekte) wird ein räumliches Bild geschaffen, das Muster und Blockaden zeigt.

Im Business-Kontext helfen Aufstellungen, Klarheit über verborgene Hindernisse, Zielgruppen oder Markenbotschaften zu gewinnen und stimmige Lösungen zu entwickeln. Sie verbinden Intuition mit Struktur und schaffen eine klare Basis für Entscheidungen.



3. Systemische Aufstellungen

Wie Nathalie mit Aufstellungen arbeitet

Nathalies Aufstellungen sind sehr frei – meist im 1:1. Sie fühlt sich tief in dein Business hinein und spürt, ob es mit deinem Sein, deiner Präsenz und deinem vollen Potenzial in Einklang steht. So zeigt sich, wo es noch nicht fließt, was dich einengt und wo es für dich hingehen darf. Zusammen entdeckt ihr neue Räume, vielleicht noch ungeahnte Businessbereiche, erkennt wer deine Zielgruppe wirklich ist und was sie von dir braucht.

Alles trägt Energie – auch dein Branding. Ein Logo, entstanden in einem früheren Entwicklungs- oder Bewusstseinszustand, kann dich heute einengen. Farben können deine Präsenz unterstützen, oder dich in deiner Komfortzone halten.

In diesem Workbook findest du vereinfachte Formate aus der Aufstellungsarbeit, entwickelt von Nathalie. Mit etwas Übung kannst du sie leicht anwenden und tiefe Einblicke und Impulse erhalten.

Was du dafür brauchst:

In der Aufstellungsarbeit kann man entweder mit Stellvertretern, in Form von realen Personen, oder mit sogenannten Bodenankern, also Objekte arbeiten, die du auf dem Boden platzierst. Du kannst z.B. verschieden farbige Papiere (mind. A4), oder unterschiedliche Kissen verwenden. Nathalie nutzt gerne runde Formen aus Filz. Du musst komfortabel darauf stehen können.

Und so geht es

Du legst für dich fest welcher Anker welche Bedeutung hat und legst sie nach deinem empfinden auf den Boden. Du legst alle Vorstellungen und Meinungen die du schon zu diesem Thema hast ab, machst dich leer. So stellst du dich auf den Anker und beobachtest was innerlich passiert. Wie fühlst du dich? Körperlich und seelisch? Welche Gedanken kommen?



4. Branding



All
your
colors

Doris Schnorbach
& Nathalie Misczychowski

4. Branding – was genau ist das?

Branding ist der gesamte Ausdruck deiner Marke – wie du dich zeigst, wie du wahrgenommen wirst und wie du kommunizierst. Es geht darum, eine konsistente und gleichzeitig lebendige Identität zu schaffen, die deine Werte und deine Vision widerspiegelt.

1. Werte und Haltung

Die Werte, nach denen du lebst, sollten sich in dem Business widerspiegeln.

2. Ansprache und Schreibtonalität

Die Art und Weise, wie du mit deiner Zielgruppe sprichst, ist entscheidend. Deine Ansprache vermittelt Persönlichkeit und Vertrauen. Wenn sie zu deiner Marke und deiner Persönlichkeit passt, ob informell und inspirierend oder formell und sachlich, sprichst du die Menschen an, die zu dir und deinem Business passen.

3. Fotografie / Bildsprache

Bilder transportieren Emotionen und Werte. Deine Bildsprache sollte Deine Werte spiegeln und die Sprache Deiner Zielgruppe sprechen.

4. Farben

Farben schaffen Wiedererkennbarkeit, wecken Emotionen und Assoziationen.

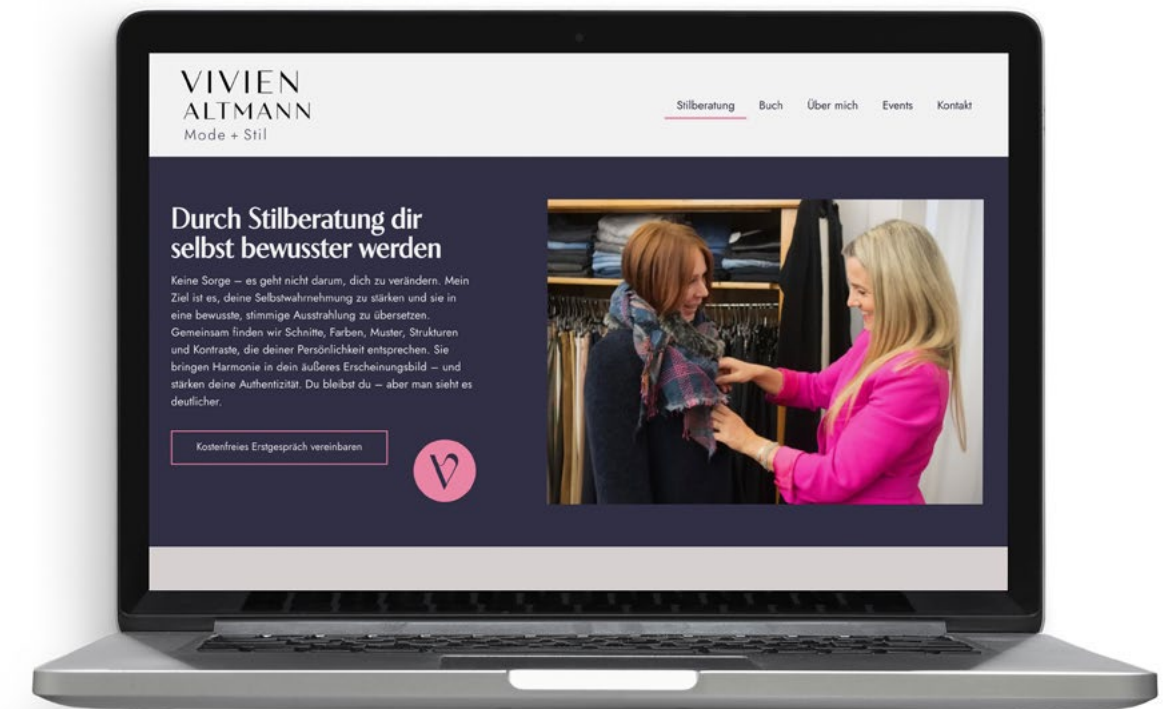
5. Logo

Wortmarke - besteht nur aus einer markanten Schrift (z.B. Coco-Cola, Google)

Wort-/Bildmarke - Kombination aus grafischem Symbol und Schrift

6. Schriften (Typografie)

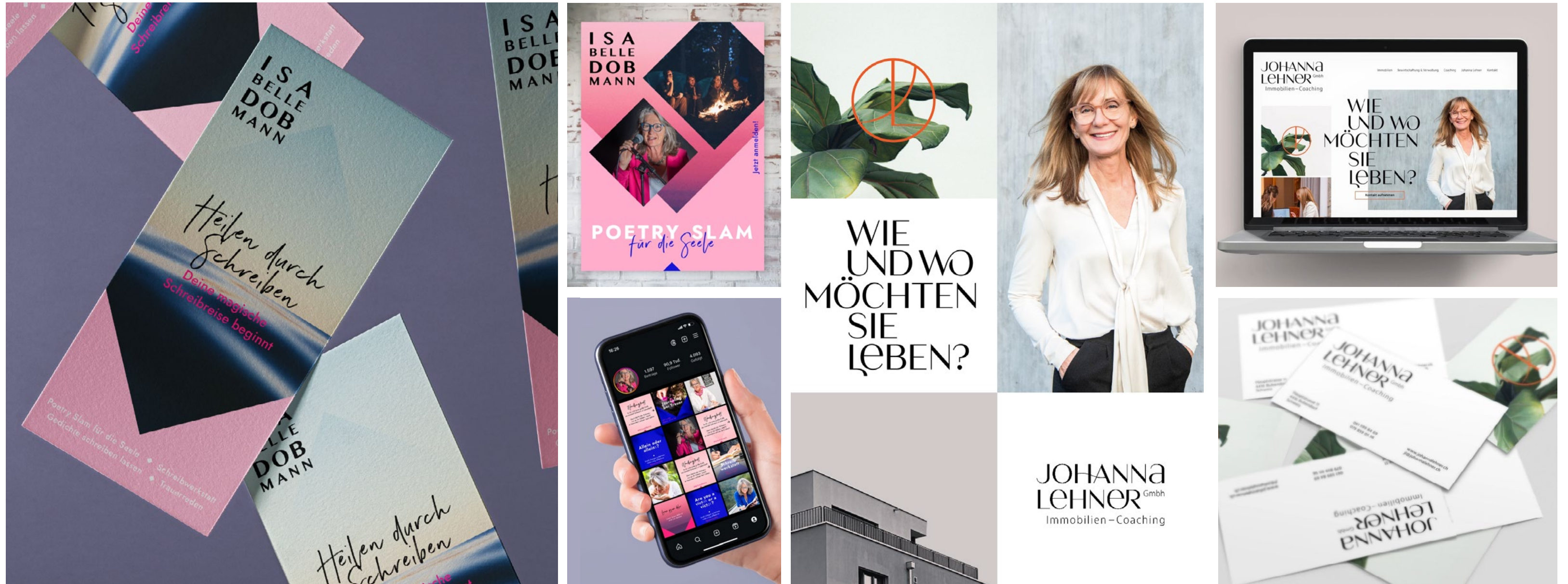
Die Wahl der Schriften beeinflusst, wie deine Botschaften wahrgenommen werden. Sie sollten zum Charakter deiner Marke passen und gut lesbar sein. Vermeide zu viele verschiedene Schriftarten, um Konsistenz zu gewährleisten.



4. Branding – was genau ist das?

Fazit

Branding ist die Kombination aus visuellen und sprachlichen Elementen, die deine Marke ausmachen. Ein starkes Branding schafft Vertrauen, hebt dich aus der Masse ab und sorgt dafür, dass du auf verschiedenen Plattformen wiedererkannt und wahrgenommen wirst.



4.1 Ist mein Branding noch zeitgemäß? Passt es noch zu mir?

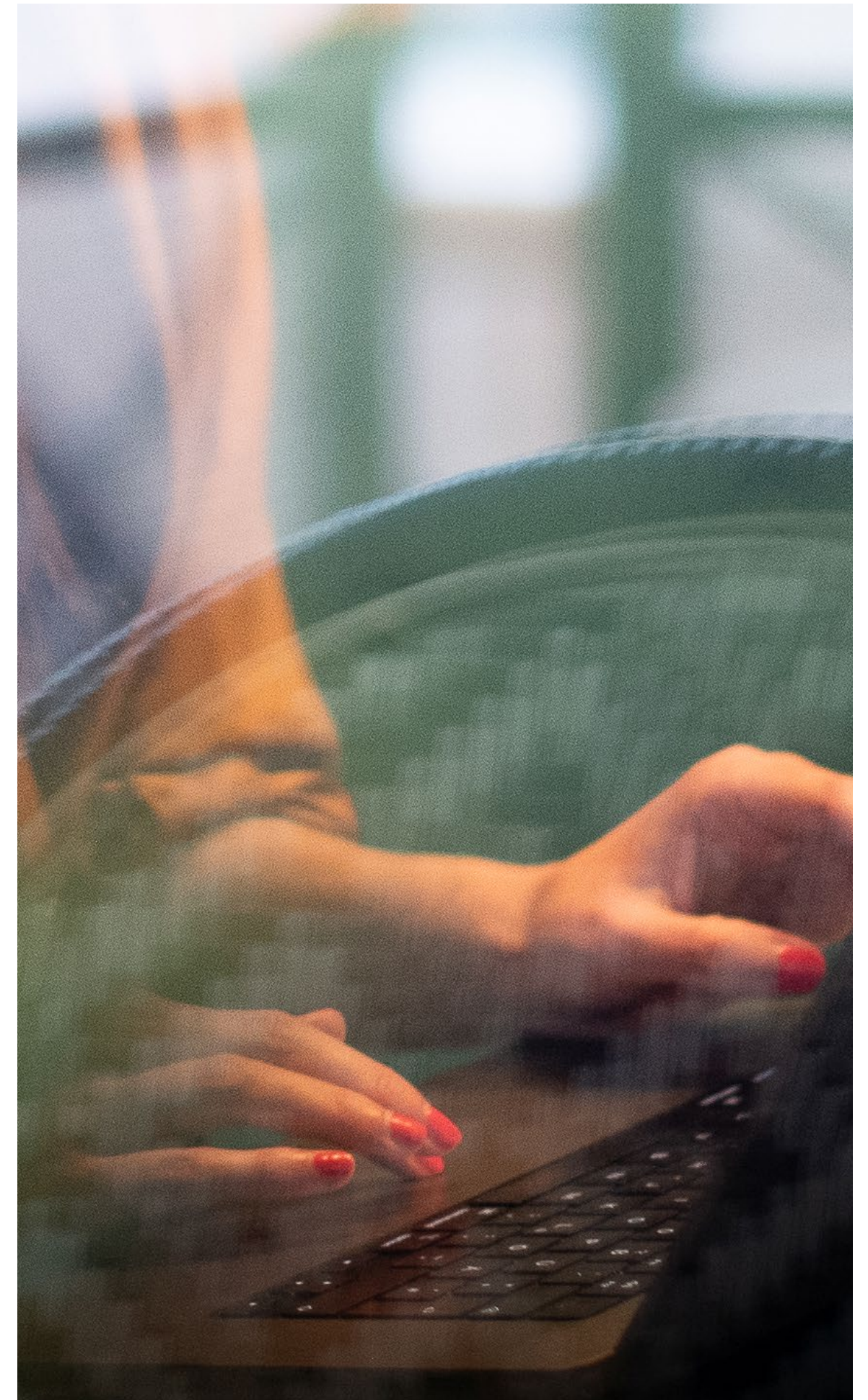
Alles ist ständig im Wandel – gerade in einer Solo-Selbstständigkeit ist das innere Wachstum oft rasant. Kann ein Branding diese Entwicklung mitgehen? Es kann, wenn es regelmäßig überprüft wird. Wenn dein Aussenauftritt nicht mit dir wächst, wirkt er irgendwann starr, eng oder schlicht überholt.

Manche haben die Grundregeln des Brandings verinnerlicht und wenden sie konsequent an, weil sie Struktur und Sicherheit im Arbeitsalltag bieten. Doch dabei geht oft das Gefühl dafür verloren, ob das Branding noch wirklich stimmig ist.

Gleichzeitig kommen neue Trends auf, Technologien entwickeln sich weiter – und mit ihnen ändern sich die Sehgewohnheiten und Erwartungen deiner Zielgruppe. Man spürt sofort, wenn eine Website veraltet ist: umständliche Abläufe, veraltetes Design, fehlende mobile Optimierung.

So vermittelt ein Branding unbewusst, dass etwas nicht mehr stimmig ist. Es hinterlässt den Eindruck, dass du dich nicht um Entwicklungen und deine Marke kümmerst – und womöglich auch nicht um dein Angebot. Ein klarer, moderner Auftritt dagegen schafft Vertrauen.

Marken werden heute immer lebendiger und erlebbarer. Es reicht nicht, dein Branding nur aus deiner eigenen Bubble heraus zu betrachten – sieh es im größeren Kontext, behalte dabei immer die Menschen -deine Zielgruppe- im Blick, die genau dich und deine Gaben suchen. Die, deren Leben du positiv verändern kannst.



4.1 Ist mein Branding noch zeitgemäß? Passt es noch zu mir?

Die Überprüfung deines Brandings ist ein kontinuierlicher Prozess. Nicht immer muss alles neu. Beim Rebranding reichen oft Verfeinerungen: Botschaften werden klarer, die Gestaltung oft minimalistischer und damit fokussierter, Farben können in Nuancen angepasst werden um das Branding prägnanter zu machen, Bilder werden bewusster genutzt und Motive können plakativer eingesetzt werden.

Es geht darum, den Kern zu bewahren und gleichzeitig den Ausdruck zu schärfen. So spiegelt dein Auftritt deine tatsächliche Entwicklung und deine aktuelle Expertise wider. Dein Branding ist ein lebendiges System – es darf

Aufstellung

Position 1: Mein Business in seinem Potenzial - wie fühlt sich das an?
Position 2: mein aktuelles Logo

Hat dein aktuelles Logo eine ähnliche Energie wie dein Potenzial?
Oder fühlst du dich plötzlich z.B. klein/eng/unwohl?

Reflexion

- Wer warst du als du es gestalten lassen hast oder es selber gestaltet hast? Wer bist du heute?
- Zeigt es dich mit der Energie des Neustarts/als Anfängerin oder als die Expertin die du heute bist?
- Bist du mit dem Look & Feel zufrieden?
- Spricht dein Branding deine Zielgruppe an? Wie sind die Feedbacks?
- Spiegelt dein Branding deine aktuellen Werte wider?
- Bist du mit all deinem Sein sichtbar?
- Zeigt es die Größe deiner Vision?

...

4.2 Wann ist es Zeit für ein Rebranding?

Es gibt keine festen Regeln, wann es Zeit für ein Rebranding ist, aber es gibt klare Hinweise, dass dein Branding möglicherweise nicht mehr zu dir und deinem Business passt. In vielen Fällen ergibt sich ein Rebranding natürlich aus einem Veränderungsprozess. Wenn du deine Angebote weiterentwickelst, du eine andere Zielgruppe erreichen möchtest oder du dich in einer neuen Positionierung siehst, kann es Zeit sein, dein Branding zu überarbeiten. Manchmal ist es nur ein diffuses Gefühl – du spürst, dass etwas nicht mehr stimmig ist, ohne genau zu wissen, was. Es kann sich so äußern, dass dir die Arbeit mit und an deinem aktuellen Aussenauftritt keinen Spaß mehr macht, oder du es einfach nicht mehr sehen kannst. (Du fühlst,) Du weißt, dass etwas verändert werden muss, aber dir fällt noch nicht genau ein, was. Das kann der Moment sein, in dem es an der Zeit ist, über ein Rebranding nachzudenken.



4.2 Wann ist es Zeit für ein Rebranding?

In konkreten Situationen gibt es viele unterschiedliche Gründe, die für ein Rebranding sprechen können:

- **Veränderte Positionierung und Zielgruppe:** Wenn du eine neue oder spitzere Positionierung entwickelt hast oder deine Zielgruppe sich geändert hat, ist es oft sinnvoll, das Branding anzupassen. Eine klarere Zielgruppenansprache oder eine andere Kommunikationsweise erfordert oft auch eine visuelle Neuausrichtung.
- **Erweiterung des Themenfeldes:** Vielleicht hast du festgestellt, dass dein Angebot und deine Expertise größer sind, als du ursprünglich gedacht hast. Wenn du dein Business ausgebaut hast, wird es wichtig, dein Branding an diese neue Größe anzupassen, um das volle Potenzial deines Unternehmens widerzuspiegeln.
- **Abheben von Branchenstandards:** Wenn du dich früher stark an den Standards deiner Branche orientiert hast, vielleicht aus Unsicherheit, oder weil dich diese Bubble stark geprägt hat, kannst du jetzt die Entscheidung treffen, dich bewusst davon abzuheben.
- **Firmennamen ändern:** Manchmal ist ein Rebranding auch mit einem Namenswechsel verbunden. Vielleicht bist du jetzt mutig genug, deinen eigenen Namen zu nutzen oder du merkst, dass dein Business größer ist, als du zu Beginn gedacht hast und einen kreativeren, markanteren Firmennamen braucht.
- **Weiterentwicklung sichtbar machen:** Ein Rebranding ermöglicht es dir, deine Entfaltung und das Wachstum deines Unternehmens sichtbar zu machen. Dein Branding muss sich mit dir weiterentwickeln und deine neue Ausrichtung widerspiegeln.

Das Schöne an einem Rebranding ist, dass du eine Verbindung zum Alten beibehalten kannst. Du musst nicht alles über den Haufen werfen – manchmal reicht es, einzelne Elemente des bisherigen Brandings neu zu interpretieren, um das Neue und das Alte miteinander zu verbinden. Eine gewisse Wiedererkennbarkeit für deine bestehenden Kunden ist wichtig, um Verwirrung zu vermeiden und sie nicht zu verlieren. Ein gelungener Übergang zeigt, dass du sowohl die Geschichte deines Unternehmens wertschätzt als auch den Mut hast, dich weiterzuentwickeln und neu auszurichten.

4.3 Rebranding & Selbstsabotage – Warum Frauen besondere Herausforderungen haben

Viele unserer Kundinnen sind bereits lange selbstständig und haben sich sowohl persönlich als auch beruflich weiterentwickelt. Sie sind aus dem „Anfängerinnenmodus“ herausgewachsen, haben ihre Nische gefunden und sind Expertinnen auf ihrem Gebiet. Doch an einem bestimmten Punkt sehen wir immer wieder eine Angst, die sie blockiert – die Angst, ihre wahre Größe zu zeigen, die Angst, in ihrer Relevanz und Kompetenz wirklich gesehen zu werden.

Frauen und die Angst vor Sichtbarkeit

Gerade bei Frauen begegnen wir häufig einem tief verankerten inneren Widerstand. Es ist nicht der Mangel an Können oder Professionalität – ganz im Gegenteil. Viele sind längst Expertinnen auf ihrem Gebiet. Aber sie halten sich zurück, aus einem fast unbewussten Impuls heraus.

Ein Grund ist, dass sie ihre Umwelt stärker im Blick haben als Männer. Es gibt eine tiefe Angst, mehr zu strahlen als andere – aus Sorge, jemanden in den Schatten zu stellen. Diese Angst geht oft Hand in Hand mit der Sorge, sich angreifbar zu machen oder mit Kritik konfrontiert zu werden, sobald sie sich mit ihren einzigartigen Gaben sichtbar machen.

„Die hält sich wohl für etwas Besseres“, ist ein Satz, den viele innerlich fürchten, sobald sie sich klarer und selbstbewusster positionieren. Diese Dynamik hat viel mit Loyalität zu tun. Frauen wollen oft Rücksicht nehmen, nicht anecken, niemanden zurücklassen – und passen sich dadurch an. Sie machen sich kleiner, als sie sind. Das Ergebnis ist ein Auftritt, der sie nicht wirklich zeigt.



4.3 Rebranding & Selbstsabotage – Warum Frauen besondere Herausforderungen haben

Braves Branding statt wirkungsvoller Ausdruck

Diese innere Zurückhaltung zeigt sich auch im Branding. Viele visuelle Auftritte wirken zu brav, zu angepasst – obwohl die Frauen dahinter eigentlich ganz anders sind: kraftvoll, präsent, klar.

Im Branding zeigt sich das dann in:

- Gedeckten Farben, die wenig Eigenständigkeit oder Strahlkraft transportieren
- Vorsichtigen, neutralen Formulierungen, die keine klare Haltung zeigen
- Einem visuellen Auftritt, der nicht annähernd die Tiefe, Power und Persönlichkeit ausstrahlt, die möglich ist.

Alte Identitäten loslassen

Ein weiteres Hindernis im Rebranding-Prozess ist das Festhalten an alten Branding-Elementen, die zu einem früheren Zeitpunkt bedeutend waren. Ein Logo, ein Symbol oder ein bestimmtes Bild, das vielleicht einmal einen wichtigen Meilenstein markiert hat, wird oft aus emotionalen Gründen nicht losgelassen – auch wenn es nicht mehr zur aktuellen Entwicklung oder Positionierung passt.

Hier setzen wir als Außenstehende an. Wir bringen die nötige Distanz mit, um klar zu erkennen, was wirklich stimmig ist – und können die Perspektive der Zielgruppe einnehmen. Mit unserem professionellen Blick erkennen wir, was wirklich zur Marke passt und was eher ein Überbleibsel aus der Vergangenheit ist.

4.3 Rebranding & Selbstsabotage – Warum Frauen besondere Herausforderungen haben

Das Umfeld ist nicht die Zielgruppe

Ein häufiges Hindernis im Rebranding-Prozess ist der Wunsch nach Zustimmung aus dem privaten Umfeld. Viele Frauen orientieren sich an den Meinungen von Partner:innen, Freund:innen oder Familienmitgliedern.

Doch: Diese Menschen sind in der Regel nicht deine Zielgruppe. Sie betrachten dich durch eine persönliche Brille – geprägt von Beziehung, Geschichte und oft auch eigenen Themen. Objektivität fehlt hier meist, und ihre Rückmeldungen sind nicht zwingend relevant für deine strategische Ausrichtung.

Hinzu kommt: Wenn du dich veränderst, wächst, sichtbarer wirst, kann das im Umfeld Unsicherheit oder sogar subtilen Neid auslösen. Kritische Kommentare kommen dann nicht aus fachlicher Einschätzung – sondern aus emotionaler Reaktion auf deine Entwicklung.

Deshalb ist es wichtig, beim Rebranding nicht nach persönlicher Bestätigung zu suchen, sondern nach Resonanz mit den Menschen, mit denen du arbeiten möchtest. Dabei kann es herausfordernd sein, nicht auf die Menschen aus deinem privaten Umfeld zu hören, die dir emotional nahestehen. Hole dir Feedback und professionelle Unterstützung im beruflichen Kontext und konzentriere dich auf das, was du in die Welt bringen möchtest.

Das Impostor-Syndrom

Das Impostor-Syndrom betrifft besonders viele Frauen. Auch nach Jahren der Erfahrung, unzähligen Kundenerfolgen und Weiterbildungen glauben viele tief in sich: „Ich bin noch nicht gut genug.“ Während ein Mann sich auf eine Führungsposition bewirbt, wenn er 60 % der Anforderungen erfüllt, wartet eine Frau oft, bis sie 90–100 % abdeckt – und zweifelt trotzdem. Viele sammeln endlos Zertifikate, um das Gefühl der Unsicherheit zu kompensieren. Sie bleiben im Ausprobiermodus, im Ich-meine-es-noch-nicht-ganz-Modus – aus Angst, sich zu früh, zu groß oder zu sichtbar zu zeigen. Doch kein Zertifikat der Welt kann die Unsicherheit heilen, wenn wir nicht an die Wurzel gehen.

4.3 Rebranding & Selbstsabotage – Warum Frauen besondere Herausforderungen haben

Rebranding heißt auch: innere Neuausrichtung

Ein echtes Rebranding beginnt nicht mit einem neuen Logo – sondern mit der Entscheidung, die eigene Größe anzuerkennen. Es geht darum, sich selbst zu erlauben, gesehen zu werden. Zu wirken. Raum einzunehmen. Und dann eine visuelle Sprache zu finden, die genau das ausdrückt.

Aufstellung

Position 1: Du

Position 2: Dein Business in seinem vollen Potenzial.

Position 3: Die Blockade – das was dich daran hindert in deinem Potenzial zu sein

Reflexion

- In welchen Momenten hältst du dich selbst zurück?
- Wo in deinem Business bist du kleiner, als du eigentlich bist?
- Welche Meinungen von außen beeinflussen deine Entscheidungen – obwohl sie nicht aus deiner Zielgruppe stammen?
- Welche alten Elemente trägst du noch mit dir, obwohl du längst darüber hinausgewachsen bist?

...

4.4 Positionierung: ein Weg der inneren Klarheit

Eine klare Positionierung ist der Schlüssel zu einer starken Ausstrahlung und Anziehungskraft. Wenn du genau weißt, wer du bist, wofür du stehst und wen du erreichen möchtest, hat dein Angebot Anziehungskraft. Du musst dich nicht verstellen oder anpassen, um zu verkaufen – du bist dein Angebot, und genau das zieht die richtigen Kund*innen an.

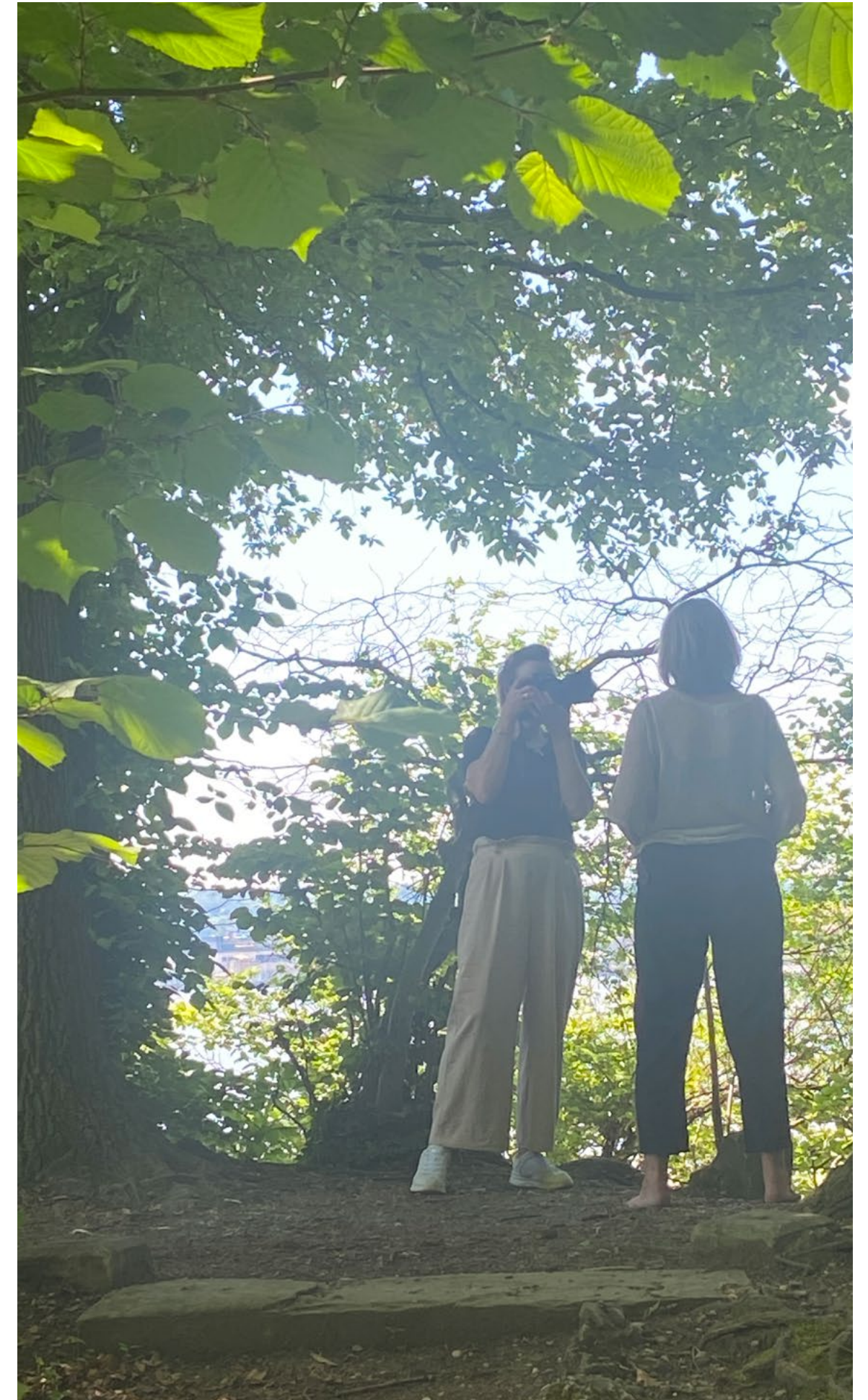
Die Herausforderung der Positionierung

Viele tun sich schwer damit, ihre Einzigartigkeit klar zu definieren. Positionierung ist ein Prozess, der sich mit der Zeit weiterentwickelt, denn auch wir selbst wachsen und verändern uns. Wenn dein Angebot zu breit gefächert ist, kann es verwässern. Stell dir ein Restaurant vor, das Sushi und Pizza anbietet – es fällt schwer zu glauben, dass beides in gleicher Qualität serviert wird. Ähnlich ist es bei einem Business, das zu viele verschiedene Dinge gleichzeitig anbietet. Kunden suchen Expertise, keinen Bauchladen.

Deine Einzigartigkeit erkennen und kommunizieren

Eine starke Positionierung bedeutet, dass du deine besondere Gabe erkennst und gezielt kommunizierst. Was macht dich zur Expertin? Welche Haltung, welches Weltbild und welche Erfahrungen bringst du mit? Oft liegt die größte Kraft genau dort, wo du selbst die tiefste Transformation durchlaufen hast. Deine Kund*innen wollen dorthin, wo du bereits bist. Wenn du das klar zeigst, werden genau die richtigen Menschen von deiner Energie angezogen.

Lass deine Kund*innen spüren, warum dich dein Thema persönlich berührt. Oft entdecken wir unsere größten Wunder in unseren tiefsten Wunden. Je authentischer du deine eigene Reise teilst, desto stärker wird deine Wirkung.



4.4 Positionierung: ein Weg der inneren Klarheit

Positionierung als Bühne für dein Wachstum

Ein starkes Branding ist wie eine Bühne: Hast du dir eine große Bühne gebaut, auf der du mit anderen Keyplayern sichtbar bist? Wirst du in deiner Branche wahrgenommen? Oder hast du dich in einer kleinen Nische versteckt? Ein Blick auf deine Vorbilder lohnt sich: Wie präsentieren sich diejenigen, die bereits dort sind, wo du hinmöchtest? Wie drücken sie ihre Expertise und ihr Selbstbewusstsein in ihrem Auftritt aus?

Fazit: Deine Positionierung ist lebendig

Positionierung ist nichts Statisches – sie darf sich mit dir weiterentwickeln. Wichtig ist, dass du deine Essenz erkennst und konsequent nach außen trägst. Sei sichtbar mit dem, was dich einzigartig macht. Wenn du deine Botschaft klar und authentisch kommunizierst und deine Energie spürbar ist, finden die richtigen Menschen genau zu dir.

Aufstellung 1

Position 1: Wo holst du deine Kunden ab? Wie geht es ihnen an dem Punkt?

Position 2: Wie geht es ihnen nachdem du mit ihnen gearbeitet hast?

Aufstellung 2

Position 1: Dein aktuelles Business

Position 2: Deine Zielgruppe - wie schauen sie auf deine Marke?

Sind sie angezogen? Verstehen sie worum es geht?

4.5 Ist mein Logo (noch) stimmig?

Ein Logo ist mehr als nur Gestaltung – es trägt die Energie des Moments, in dem es entstanden ist. Besonders, wenn es selbst entworfen wurde, spiegelt es oft die Anfangsphase deines Business wider: Themen, Emotionen, Dynamiken dieser Zeit. Doch die Frage ist: Ist diese Energie dir heute noch dienlich?

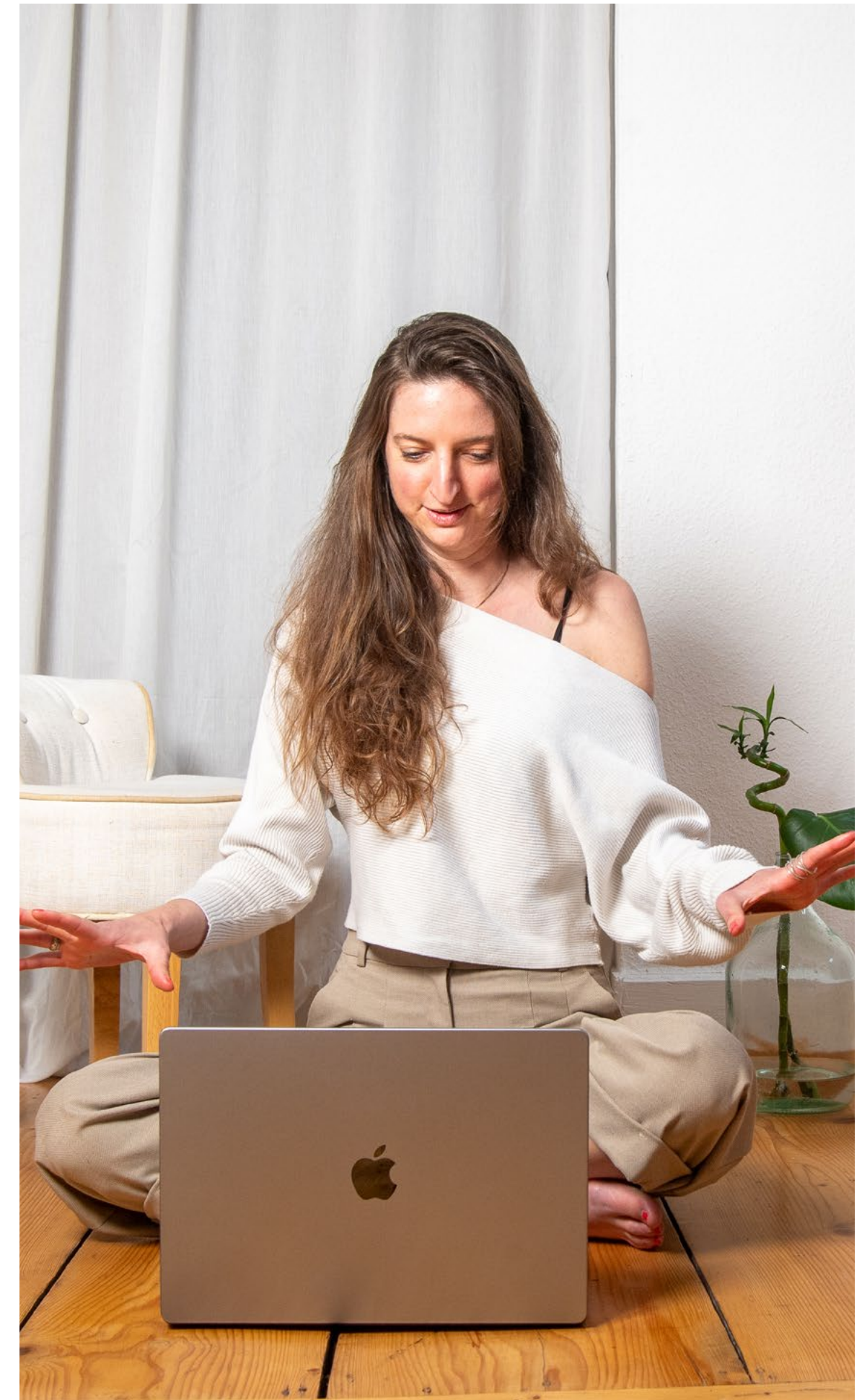
Die emotionale Bindung zum Logo

Ein Logo begleitet dich oft über Jahre – und damit wächst auch die emotionale Bindung. Es ist nicht leicht, objektiv darauf zu blicken. Freunde und Familie sind dabei selten gute Ratgeber, ihnen fehlt die Expertise. Ein professioneller Blick von außen kann helfen, gestalterische und strategische Aspekte einzuordnen:

- Wirkt das Logo noch zeitgemäß?
- Ist es professionell umgesetzt oder eher selbstgemacht?
- Trägt es (noch) die Essenz deiner heutigen Positionierung?

Die energetische Dimension

Bevor du ein Rebranding in Auftrag gibst, lohnt sich der Blick auf die energetische Ebene. Frag dich: Welche Energie trägt mein aktuelles Logo? Unterstützt es mich – oder wirkt es eher wie ein Relikt aus einer vergangenen Phase?



4.5 Ist mein Logo (noch) stimmig?

Systemische Aufstellung zur Logo-Klärung

Position 1: Dein Business

Position 2: Dein aktuelles Logo

Position 3: (optional): Deine Zielgruppe

Wenn du in der Position des Logos stehst und z. B. körperliche Enge oder wackelige Beine wahrnimmst, ist das ein klares Zeichen dafür, dass es nicht mehr stimmig ist. Hier lohnt es sich, genauer hinzusehen: Vielleicht können einzelne Elemente davon noch dienlich sein.

Aufstellung einzelner Elemente:

Farbe, Form, Symbolik, Schriftzug – stelle dich jeweils hinein. Was fühlt sich noch kraftvoll und unterstützend an? Diese Bestandteile können bewusst ins neue Design integriert werden, um Wiedererkennbarkeit zu wahren.



4.5 Ist mein Logo (noch) stimmig?

Der Weg zu einem neuen Logo

Für ein neues Logo empfehle ich, mit einer professionellen Grafikdesigner:in zusammenzuarbeiten – idealerweise mit jemandem, bei dem du das Gefühl hast, ganzheitlich wahrgenommen zu werden. Achte dabei nicht nur auf Sympathie, sondern auch auf die gestalterischen Referenzen: Gefallen dir die bisherigen Arbeiten stilistisch?

Je klarer du selbst vorher gespürt hast, was nicht mehr stimmig ist, desto konkreter und zielführender wird dein Briefing – und desto besser das Ergebnis.

Wortmarke oder Bildmarke?

Manchmal wirkt ein Logo ohne Symbol, nur als Wortmarke, klarer und selbstbewusster. Es signalisiert: „Ich brauche kein Zusatzbild – mein Name trägt alles.“ Ein Symbol dazu kann aufgesetzt wirken – als wäre es nur dazu da, das Konzept „Logo“ zwanghaft zu erfüllen. Nur um eines zu haben.

In anderen Fällen jedoch kann ein grafisches Element mehr Relevanz und Standing verleihen, und stärkt deine Marke.

Aufstellung zur Entscheidung

Position 1: Dein Business mit einer reinen Wortmarke

Position 2: Dein Business mit einer Wort-Bildmarke

Wie fühlt es sich an? Was unterstützt deine Präsenz am stärksten?

Ein Logo darf dich in deinem Wachstum begleiten – aber nicht zurückhalten. Es lohnt sich, regelmäßig zu überprüfen: Spiegelt es noch das aus, was du heute verkörperst?

4.6 Trends - mitmachen oder sein eigenes Ding machen?

Bist du Trendsetter, trendblind, kategorisch dagegen oder blinde*r Mitläufer*in?

Trends sind ein spannendes Phänomen: Sie spiegeln gesellschaftliche Entwicklungen, den Zeitgeist und kollektive Bedürfnisse wider. Gleichzeitig werden viele Trends bewusst von Branchen wie der Modeindustrie ins Leben gerufen, um Konsum anzukurbeln. Trends sind meist branchenübergreifend und finden sich in Interior-Design, Mode, Werbekampagnen, Produktdesign wieder.

Manche Menschen lehnen Trends ab, um Individualität zu bewahren, andere folgen ihnen blind, weil sie den Wunsch verspüren, dazuzugehören. Der entscheidende Punkt ist: Wie bewusst gehst du mit Trends um?

Ist das wirklich dein persönlicher Geschmack oder bist du beeinflusst von Trends?

Hast du dir schon mal ein Kleidungsstück gekauft, weil du dachtest, es gefällt dir einfach – um Jahre später festzustellen, dass es stark vom damaligen Trend beeinflusst war? Trends wirken oft subtil. Während du sie als deinen persönlichen Geschmack wahrnimmst, folgst du vielleicht unbewusst der Masse. Ähnlich verhält es sich mit Entscheidungen im Branding: Besonders bei selbst erstellten Markenauftritten fehlt oft das Bewusstsein für Trends und ihre Auswirkungen.

Das Ziel ist weder, Trends blind zu kopieren noch sie stur auszublenden, sondern sie bewusst wahrzunehmen und sich davon inspirieren zu lassen, ohne die eigene Authentizität zu verlieren.



4.6 Trends - mitmachen oder sein eigenes Ding machen?

Wie viel Trend tut deiner Marke gut?

Die Balance zwischen einem zeitgemäßen Look und einem authentischen Ausdruck hängt stark von deiner Branche ab. In konservativen Feldern wie der Immobilienbranche reicht oft ein dezenter, trendbewusster Akzent, um sich abzuheben – etwa ein moderner Fotostil, der Weichheit und Nahbarkeit vermittelt. Oder eine mutige Farbpalette, die dich von anderen Anbietern abhebt. Solche Nuancen können Klischees aufbrechen und neue Perspektiven schaffen. In kreativeren Branchen, wie etwa Lifestyle oder Interior Design, dürfen Trends hingegen stärker einfließen, um zu zeigen dass du ein Gespür für den Zeitgeist hast. Hier gilt es, die richtige Mischung zu finden, um nicht in der Masse unterzugehen und gleichzeitig relevant zu bleiben.

Trends erkennen und bewusst nutzen

Das Geheimnis liegt darin, Trends nicht als Bedrohung oder Muss zu betrachten, sondern als Inspiration. Die Kunst besteht darin, zu spüren, welche Elemente eines Trends zu dir oder deiner Marke passen, und sie so zu integrieren, dass etwas Eigenes daraus entsteht.

Umso klarer du mit deiner inneren Stimme im Einklang bist, desto bewusster kannst du wahrnehmen, ob ein Trend dich wirklich stärkt oder nur vorübergehend Aufmerksamkeit verspricht.

Aktueller Trend: Authentizität

Trends überschreiten oft Kategorien und beeinflussen sich gegenseitig. Das zeigt sich in Mode, Interior-Design und auch im Branding. Unsere Aufgabe als Gestalterinnen ist es, diese Strömungen zu verstehen, sie bewusst einzusetzen und zu etwas Einzigartigem zu formen – für einen Markenauftritt, der deine Essenz ausdrückt und dich zugleich modern und relevant macht. Gerade in Zeiten von KI haben die Menschen ein Bedürfnis nach Echtheit, Authentizität und Nähe. Durch Social Media entsteht immer mehr ein Gefühl am Leben von Menschen und Marken teilzuhaben. Menschen haben ein immer geschulteres Gefühl dafür, ob und wann etwas authentisch oder künstlich ist. Immer mehr Unternehmer*innen trauen sich, sich nahbar und berührbar zu zeigen.

Der Berater- und Coachingmarkt wird immer größer und unübersichtlicher, die Angebote gleichen einander mit ihren Reichtums- Versprechen und gelüfteten Geheimnissen. Genau darin liegt deine Chance herauszufinden: wofür stehst du wirklich?

„Blockaden lösen für mehr Leichtigkeit“ ist keine klare Positionierung mehr.

Was sind deine Werte, deine Haltung, für welches Thema gehst du? Du darfst dich noch klarer ausrichten und positionieren und deine Zielgruppe kennen.

Deine Authentizität ist deine größte Power.

4.6 Trends – mitmachen oder sein eigenes Ding machen?

Spiritualität – neuer Trend?

Die Suche nach Sinn und persönlicher Entwicklung führt viele Menschen zu einer spirituellen Lebensweise. Eine moderne Form der Spiritualität hat sich etabliert, und das Angebot an entsprechenden Themen wächst stetig. Immer mehr Menschen verspüren den Wunsch, Spiritualität nicht nur in ihren Alltag, sondern auch in ihr Business zu integrieren. Gleichzeitig gibt es oft Scham und die Angst, nicht mehr ernst genommen zu werden.

Es fehlen Vorbilder, die ihre Spiritualität authentisch und souverän in ihr bestehendes Business einbringen. Aus diesem Mangel heraus greifen viele unbewusst auf Klischees zurück – sei es in der Gestaltung, der Wortwahl oder der äußeren Präsentation. Doch das eigene, individuelle Verständnis von Spiritualität zu finden, ist eine Herausforderung. Den persönlichen Ausdruck zu finden ohne in esoterische Klischees abzurutschen und gleichzeitig den persönlichen Weg, neue Erfahrungen und Transformation authentisch zu teilen, ist ein Prozess.

Mit unserer Arbeit wollen wir neue Vorbilder schaffen und Spiritualität aus ihrer Nische holen. Sie hat unzählige Facetten, und jede/r lebt sie auf ihre/seine eigene Weise. Wir lösen alte Konzepte auf und zeigen: Du kannst top gestylt und zugleich hochspirituell sein. Wenn du verstehst, dass alles Energie trägt, dann kann selbst Shoppen eine spirituelle Erfahrung sein.

Viele suchen nach einem Ausdruck für ihre Spiritualität und greifen dabei auf Räucherstäbchen, Traumfänger oder indische Schals zurück. Doch ist das wirklich dein Weg? Arbeitest du damit, oder ist es nur eine übernommene Vorstellung?

Für uns bedeutet Spiritualität vor allem eines: das Wissen, dass alles Energie ist. Deine Absicht hat eine Wirkung, du bist immer mit dem großen Ganzen verbunden. Dein Handeln, dein Sein und deine Intention beeinflussen deine Realität. Es geht darum, immer mehr auf deine innere Stimme und Intuition zu hören, um dein Potenzial voll auszuleben. Das führt zu Leichtigkeit und Lebensfreude – und dafür braucht es kein Meditationskissen.

4.6 Trends - mitmachen oder sein eigenes Ding machen?



Reflexion

Welche Elemente der Spiritualität fühlen sich für dich wirklich authentisch an – und welche hast du vielleicht unbewusst übernommen, ohne dass sie dich wirklich widerspiegeln?

...

4.6 Trends – mitmachen oder sein eigenes Ding machen?

Die Energie der Dinge: Wie unser Umfeld uns beeinflusst

Alles, womit wir uns umgeben – sei es Kleidung, Möbel oder Alltagsgegenstände –, trägt eine gewisse Energie und wirkt auf uns. Oft unterschätzen wir, wie stark unsere Umgebung unser Denken, Fühlen und Handeln beeinflusst. Vielleicht betrachten wir Dinge nur als funktional und notwendig, ohne zu hinterfragen, welche Wirkung sie tatsächlich auf uns haben. Alles, womit wir uns umgeben, unsere Auswahl an Gegenständen und Farben und unsere Kleidung sind ein Spiegel unserer inneren Haltung und unseres Lebensstils.

Manchmal bleiben wir aus Gewohnheit in bestimmten Mustern stecken – aus Angst vor Veränderung oder weil wir uns nicht trauen, neue Wege zu gehen. Doch was wäre, wenn du dich bewusst für Dinge entscheidest, die dich aus deiner Komfortzone heraus in etwas Neues führen?

Reflexion: Welche Energie wählst du?

Frage dich bei jedem Kauf oder jeder Entscheidung für einen Gegenstand:

- Welche Energie bringt dieses Objekt in mein Leben?
- Unterstützt es mich darin, großzügiger, mutiger oder spielerischer zu sein?
- Oder klammere ich mich an etwas Vertrautes, das mir Sicherheit gibt?

...

4.6 Trends - mitmachen oder sein eigenes Ding machen?

Über Stil ungelebte Anteile erkennen

Oft zeigt sich in unserem Stil, welche Anteile in uns ungelebt oder unterdrückt sind. Vielleicht hast du eine Vorliebe für schlichte, funktionale Designs – doch insgeheim sehnst du dich nach etwas mehr Extravaganz oder Verspieltheit. Die Dinge, die du auswählst (oder bewusst nicht auswählst), können dir Hinweise auf verborgene Wünsche geben.

Beispiele: Kleine Schritte zu mehr Freiheit

- Eine extravagante Vase, die du normalerweise nicht kaufen würdest, könnte dich daran erinnern, großzügiger mit dir selbst zu sein.
- Eine verspielte Lampe könnte dich inspirieren, dir selbst mehr Freiheit und Kreativität zu erlauben.
- Ein mutiges Kleidungsstück könnte dich dabei unterstützen, mehr Sichtbarkeit und Selbstbewusstsein in dein Leben zu bringen.

Übung: Bewusstes Experimentieren

Teste bewusst, wie Objekte oder Farben deine Energie beeinflussen:

1. Kaufe oder trage etwas Ungewöhnliches – etwas, das nicht deiner üblichen Wahl entspricht.
2. Beobachte deine Reaktion: Wie fühlst du dich damit? Welche Gedanken oder Gefühle kommen auf?
3. Erlaube dir neue Erfahrungen: Vielleicht ist es Kitsch, vielleicht Dekadenz, vielleicht Minimalismus – finde heraus, welche Energie darin steckt die du dir vielleicht noch nicht erlaubst.

Diese kleinen Experimente helfen dir, bewusster wahrzunehmen, welche Energie du durch deine Umgebung in dein Leben einlädst. Denn manchmal ist eine Vase nicht nur eine Vase – sie kann Ausdruck einer neuen, mutigeren Version von dir sein.



4.7 Farbe als Wachstumsraum

Farben sind weit mehr als eine Geschmacksfrage – sie können ein Schlüssel zu Selbsterkenntnis, Transformation und innerem Wachstum sein. Wir arbeiten nicht mit festen Konzepten wie den Farben der Chakrenlehre oder der Farbpsychologie, die bestimmte Farben mit einzelnen Emotionen verknüpfen. Rot ist nicht nur Leidenschaft oder Wut, und Blau steht nicht einfach nur für Ruhe oder Vertrauen.

Vielmehr geht es darum, welche Farben dich in deine volle Präsenz bringen, deine Essenz ausdrücken und deine Mission stärken. Das ist individuell unterschiedlich und sprengt jedes Konzept. Farben wirken nicht isoliert sondern im Zusammenspiel: Kontraste, Nuancen, Intensität, Tiefe und Lebendigkeit erzählen gemeinsam eine Geschichte. Deine Geschichte.

Farben als Ausdruck deiner Seele

Eine Farbe kann dich in deine volle Präsenz bringen. Sie kann dich beflügeln, herausfordern oder sogar verunsichern.

- Welche Farbe holt dich aus deiner Komfortzone heraus?
- Wo spürst du eine prickelnde Energie oder Aufregung?
- Welche Farben bringen dich zum Strahlen?

Was sagen deine Lieblingsfarben über dich?

Positive oder emotionale Erlebnisse in Verbindung mit einer bestimmten Farbe können dazu führen, dass wir sie bevorzugen. Greifst du bei Kleidung oder anderen Dingen immer wieder zu denselben Farben? Sie können eine Art Komfortzone darstellen – das Bekannte, das Vertraute, das sich „sicher“ anfühlt. Vielleicht hast du das Gefühl das bist total du. Doch oft spiegelt das ein Anhaften an Bekanntem wieder. Der große freie Raum, der sich durch die Vielfalt an Farben und Möglichkeiten ergibt, scheint bedrohlich, also werden Komfortzonen gesucht, die sich in bekannten Farben spiegeln.



4.7 Farbe als Wachstumsraum

Hinter Farben kannst du dich verstecken

Manche Brandfarben spiegeln nicht die wahre Energie einer Person wider. Sie wirken nett, angepasst oder zurückhaltend – und dämpfen damit die eigentliche Strahlkraft. Häufig entstehen solche Farbentscheidungen aus dem Bedürfnis nach Sicherheit heraus:

- „Ich möchte seriös und professionell wirken.“
- „Ich will nicht zu auffällig sein.“
- „Ich möchte nicht angreifbar sein.“

Sie sollen ausdrücken ich bin ordentlich, normal, vertrauenswürdig, keine Bedrohung. Sie sollen keine Angriffsfläche bieten, aber sind auch kein klares Statement. Wahre Authentizität zeigt sich in Farben, die mit deiner inneren Energie in Einklang stehen – nicht in solchen, die dich verstecken oder kleiner machen.

Unterbewusste Sehnsüchte und Heilungsthemen

Farben können uns Hinweise geben, welche Seelenanteile in uns nach Integration und Heilung rufen.

- Gold – Sehnsucht nach innerer Weisheit, Fülle oder Anerkennung, kann aber auch wie ein goldener Käfig sein: das schicke, oberflächliche Leben, Zugehörigkeit zu einer gewissen Klasse symbolisieren
- Schwarz – Tiefe, Transformation, Zugang zum Unbewussten
- Pastelltöne – Wunsch nach Sanftheit, nach einer zarten Seite, die vielleicht nicht genug gelebt wird



4.7 Farbe als Wachstumsraum

Ungelebte Anteile – Farben, die du ablehnst

Hast du Vorurteile gegenüber bestimmten Farben? Vielleicht lehnt du Pink ab, weil es dir zu „tussig“ erscheint, oder Orange, weil es dich an eine alternative Szene erinnert. Doch oft steckt hinter dieser Ablehnung ein unbewusst unterdrückter Anteil deiner Persönlichkeit.

Dies kann ein Hinweis sein, dass du einen Anteil deiner Persönlichkeit nicht lebst oder nicht integriert hast. Ein spannendes Experiment kann sein, dich bewusst mit diesen ungeliebten Farben auseinanderzusetzen.

- Würdest du dich trauen, einen knallroten Anzug zu tragen?
- Fühlst du dich von bestimmten Farbtönen herausgefordert oder irritiert?
- Welche Emotionen lösen bestimmte Farben in dir aus?

Farben als Wegbegleiter deiner Entwicklung

Manchmal begleitet uns eine Farbe über eine längere Phase unseres Lebens und gibt uns Kraft. Eine kraftvolle, rebellische Farbe kann uns unterstützen, uns selbst zu behaupten. Doch irgendwann ist es an der Zeit, sich weiterzuentwickeln.

- Vielleicht war ein kräftiges Rot dein Ausdruck von Selbstbewusstsein – doch nun wünschst du dir mehr Weichheit und Erdung. Du musst dafür nicht dein ganzes Branding ändern. Manchmal reicht es, die Farbe anders zu gewichten oder sie neu zu kombinieren: z.B. mit natürlichen Cremetönen als Hintergrundfarben.
- Vielleicht hast du lange eine Farbe gemieden, doch jetzt ahnst du, dass sie dich in eine neue Energie bringen könnte.

4.7 Farbe als Wachstumsraum

Farbe als Spiegel innerer Themen

Beispiel 1:

Eine Kundin hatte ihr gesamtes Branding in Orangetönen gehalten, kombiniert mit Symbolen wie der Lotusblüte. Sie war tief in spirituellen Kreisen verwurzelt, die von indischer Philosophie inspiriert waren. Doch als wir tiefer schauten, wurde klar: Diese Farbwelt war für sie nicht nur Ausdruck, sondern auch Schutz. Sie griff auf ein visuelles Konzept zurück, das ihr vertraut war, anstatt sich auf ihre eigene Essenz einzulassen. In einer Aufstellung zeigte sich, dass sie Angst vor dem „freien Raum der Möglichkeiten“ hatte.

Beispiel 2:

Eine Kundin kam mit quitschigen Brandfarben an. Schon bald konnte ich fühlen, dass sie gerne jemand wäre, der es leicht hat, das schöne Leben genießt. Bald verstand ich, dass sie im Leben wirklich schwere Schicksalsschläge erlitten hat, die ihr zwar eine spürbare Schwere, aber auch eine unglaubliche Tiefe gegeben haben. Sie konnte nicht sehen, dass diese Tiefe genau ihre Stärke ist und wollte davon weg, in dem sie Leichtigkeit vorgauelte.

Beispiel 3:

Eine Kundin mit einer unglaublichen Präsenz, Humor und extrovertiertem Wesen, kleidet sich gerne auffällig in knalligen Farben. Ich beobachtete jedoch, dass ihre Einrichtung in ihrem Coaching-Raum immer wieder zu zartem Rosa und weißen Blümchenstrukturen greift – was eigentlich nicht zu ihr passte. Im Prozess stellt sich heraus, dass sie davon überzeugt war, „so mache man das“. Eine spirituell arbeitende Frau müsse zart und weich sein.

Beispiel 4:

Eine Kundin gestaltete ihren Auftritt konsequent in Dunkelrot-Tönen. Dabei erlebte ich sie selbst als bunt, lebendig und verspielt. In einer Aufstellung zeigte sich, dass die Energie ihrer langjährigen Ausbildungslehrerin darin steckte. Unbewusst hatte sie sich stark an deren Stil orientiert. Sie war ihr Vorbild und es schien selbstverständlich, dass man es „so macht“. Doch es war an der Zeit, etwas Eigenständigeres zu entwickeln.



5. Fotografie

All
your
colors

Doris Schnörbach
& Nathalie Misczychowski

5.1 Intro – Die mit dem dritten Auge

Selbstbild stärken bevor die Kamera ins Spiel kommt

Doris sieht mit ihrem Dritten Auge mehr als das Offensichtliche. Sie beobachtet nicht nur, sie sieht dich und nimmt wahr, was zwischen den Momenten passiert – dort, wo du nicht mehr machst, sondern einfach bist.

Wenn du vor der Kamera stehst, hast du deine vertrauten Posen. Dein Fotogesicht. Die Mimik, die du kennst, die Haltung, die du dir angeeignet hast. Diese Muster geben dir Sicherheit – sie sind deine Kontrolle.

Doch dazwischen gibt es etwas anderes. Die Momente, in denen du loslässt. Ein Atemzug, in dem keine Inszenierung mehr ist. Ein Wimpernschlag, in dem deine Seele durchscheint. Genau dann entstehen echte Bilder, die dich ganz zeigen. In deiner vollen Präsenz.

Verkörperung dessen, was Dich wirklich ausmacht

Diese Augenblicke sind, was ich suche. Wo du nicht mehr versuchst, gut auszusehen, sondern einfach du selbst bist. Es sind Momente der Wahrheit – vielleicht ungewohnt, vielleicht berührend, vielleicht tiefgehend. Doch immer echt.

Manche erkennen sich auf diesen Bildern zum ersten Mal. Sie sehen nicht nur eine schöne Version von sich, sondern eine wahre. Eine, die vielleicht im Alltag oft verborgen bleibt.

Wenn du dich darauf einlässt, kann Fotografie mehr sein als ein Bild. Sie zeigt dir, wer du jenseits deiner Muster und Masken bist. Du wirst dich sehen wie nie zuvor.



5.2 Wie Fotos eine neue Realität kreieren

Bilder sind nicht nur ein Abbild der Realität – sie schaffen Realität. Jedes Foto zeigt eine Möglichkeit, eine Facette von dir, die vielleicht noch nicht voll in deinem Bewusstsein ist. Es kann sichtbar machen, was in dir steckt und bisher im Verborgenen lag.

Fotografie als Spiegel und als Vision

Ein Foto hält nicht nur einen Moment fest – es zeigt, wer du in diesem Moment bist, aber auch, wer du sein kannst. Manchmal sehen wir uns auf einem Bild und denken: Bin das wirklich ich? Es kann uns eine Seite von uns selbst zeigen, die wir noch nicht vollständig angenommen haben, obwohl sie bereits da ist und gelebt werden will.

Das ist der Unterschied zwischen einem reinen Portrait und einem bewussten Branding-Shooting: Es geht nicht nur darum, wie du jetzt bist, sondern auch darum, das Potenzial sichtbar zu machen, das du in dir trägst.

Bilder als Brücke zwischen innerem Erleben und äußerer Wirkung

Wir alle tragen Visionen von uns selbst in uns – davon, wer wir sein wollen, wie wir wirken möchten. Doch oft fühlen wir uns noch nicht bereit, dieses Bild in die Welt zu tragen. Ein bewusst gestaltetes Foto kann eine Brücke bauen: Es zeigt dich in der Energie, in die du hineinwachsen willst.

Viele meiner Kundinnen berichten, dass sie nach einem Shooting anders auftreten – selbstbewusster, klarer, präsenter. Das liegt daran, dass sie sich selbst neu gesehen haben. Sie haben eine Version von sich entdeckt, die schon da ist – aber die sie vielleicht noch nicht vollständig gefühlt oder gelebt haben.



5.2 Wie Fotos eine neue Realität kreieren

Die Realität folgt dem Bild

Unsere Wahrnehmung beeinflusst unser Handeln. Wenn du dich auf einem Bild als die starke, klare Unternehmerin siehst, die du sein willst, dann beginnst du, dich auch im echten Leben so zu verhalten. Deine Haltung verändert sich. Dein Auftreten wird selbstverständlicher. Deine Bilder werden zu einer Energietankstelle, die dich immer wieder auflädt und an deine Größe erinnert.

Dein Inneres richtet sich nach dem aus, was du im Außen siehst.

Fotografie kann so zu einem kraftvollen Werkzeug für Transformation werden – nicht, weil sie dich verändert, sondern weil sie dir zeigt, was längst in dir steckt.

Reflexion: Welche Energie wählst du?

- Welche Version von dir möchtest du auf Bildern sehen?
- Gibt es ein Bild von dir, das dich bereits in einer neuen Energie zeigt? Was macht es mit dir, wenn du es betrachtest?
- Wie kann Fotografie dich dabei unterstützen, deine nächste Entwicklungsstufe bewusst zu verkörpern?

...

5.3 Wie willst du wirken?

Unser Spiegelbild ist oft trügerisch. Wir sehen uns nicht einfach – wir bewerten. Unser Blick ist gefärbt von alten Glaubenssätzen, Unsicherheiten oder Idealvorstellungen. Diese „Brille“, durch die wir uns betrachten, kann unser Selbstbild verzerren.

Fotos haben die Kraft, diese Brille aufzulösen. Sie zeigen nicht nur, wie du aussehst, sondern wie du wirkst. Sie halten einen Moment fest, in dem du dich nicht selbst korrigierst, dich nicht mehr zurücknimmst oder kleinmachst. Sie sind eine ehrliche Reflexion deiner Präsenz.

Doch nicht jedes Foto zeigt dich so, wie du dich sehen oder zeigen willst.

Schau dir deine bisherigen Bilder an.

Widerspiegeln sie die Frau, die du bist – oder die, die du einmal warst?

Sind sie Ausdruck deines wilden, souveränen Selbst – oder halten sie dich in deiner Komfortzone?

Deine Außenwirkung ist gestaltbar. Lass deine Bilder für dich sprechen – bewusst, kraftvoll und authentisch.

Aufgabe: Dein Wirkungs-Check

1. Schreibe auf, wie du wirken möchtest: Innovativ? Mutig? Klar?
2. Sieh dir deine Fotos an: Strahlen sie genau das aus?
Oder erzählen sie eine andere Geschichte?
3. Frage deine Zielgruppe oder Vertraute: Wie nehmen sie dich wahr?
Deckt sich ihr Eindruck mit deiner Intention?

...

5.3 Wie willst du wirken?

Dabei spielt auch die Kleidung, die du trägst und wie du dich präsentierst, eine bedeutende Rolle. Dein Kleidungsstil kann natürlich wirken und deine Relevanz und Kompetenz unterstreichen. Sie leitet den Blick der anderen und unterstützt deine Präsenz.

Ähnlich verhält es sich mit dem Schminken. In vielen spirituellen Kreisen wird es eher als verpönt angesehen, da es den Fokus von der inneren Welt abzulenken scheint. Doch gezieltes Make Up kann auch dazu beitragen, deine Präsenz zu verstärken. Ein natürliches feines Augen- Make Up z.B. lenkt den Fokus auf deine Augen und betont diese, wodurch du eine tiefere Verbindung zu deiner Seele herstellen kannst. Dein Blick wird klarer, intensiver, und so kannst du die Menschen um dich herum stärker erreichen und berühren.

Es geht also darum, bewusst mit äußeren Ausdrucksformen zu spielen – ohne deine innere Authentizität zu verlieren.



5.4 Deine Zielgruppe erreichen und berühren

Was authentische Fotografie für deine Zielgruppe bedeutet

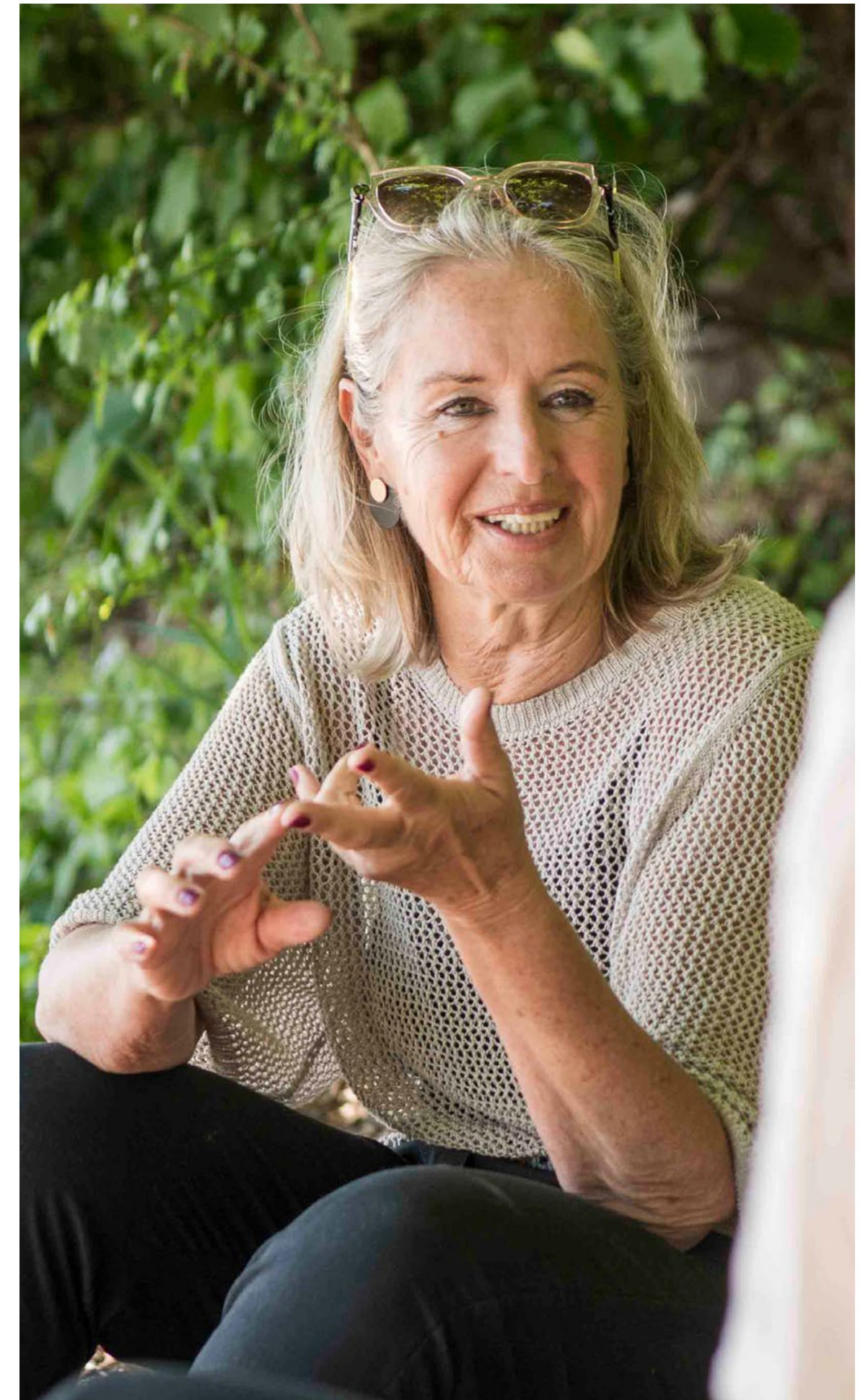
Die Wahl der richtigen Bilder für dein Branding ist entscheidend, um deine Wunschkundinnen wirklich zu erreichen und eine Verbindung herzustellen. Gerade in einer Zeit, in der Künstliche Intelligenz perfekt retuschierte Hochglanzbilder erzeugt und Social Media oft nur makellose, inszenierte Welten zeigt, suchen viele Menschen nach Echtheit und Nahbarkeit. Authentische Fotografie wird dadurch zum entscheidenden Schlüssel, um nicht nur Aufmerksamkeit zu erregen, sondern auch Vertrauen und Resonanz zu schaffen.

Warum die Bildsprache deine Zielgruppe verfehlen kann

Stell dir vor, du sprichst Frauen um die 50 an, die selbstbewusst im Leben stehen, sich beruflich weiterentwickeln oder ihr eigenes Business aufbauen wollen. Doch deine Bildsprache zeigt vor allem junge, makellose Models in sterilen Hochglanzwelten. Diese Bilder erzeugen Distanz, weil sich deine eigentliche Zielgruppe darin nicht wiederfindet. Die Botschaft bleibt auf einer oberflächlichen Ebene hängen, ohne emotionale Resonanz zu erzeugen. Fehlt die visuelle Verbindung, riskierst du, potenzielle Kundinnen zu verlieren. Sie könnten unbewusst den Eindruck gewinnen, dass dein Angebot nicht für sie gedacht ist. Unpassende oder zu generische Bildwelten können dein Branding schwächen, weil sie keine klare, authentische Botschaft vermitteln.

Authentische Fotografie spricht die Sprache deiner Zielgruppe

Authentische Fotografie bedeutet, dass sich deine Wunschkundinnen in deinen Bildern wiederfinden. Menschen wollen sich gesehen fühlen – sie wollen sich in den gezeigten Szenen, Emotionen und Stimmungen wiedererkennen. Das bedeutet nicht, dass du zwangsläufig nur Fotos von Frauen in genau diesem Alter nutzen musst, sondern vielmehr eine Bildsprache wählen solltest, die die Werte, Haltung und Emotionen deiner Zielgruppe widerspiegelt. Für Frauen um die 50 kann das heißen, natürliche, ungestellte Momente zu zeigen – echte Freude, nachdenkliche Augenblicke, Dynamik und Tiefe. Bilder, die Lebendigkeit ausdrücken, statt nur Perfektion. So entsteht eine emotionale Brücke, die das Vertrauen stärkt und dein Angebot direkt im Herzen deiner Zielgruppe platziert.



5.5 Welche Location / welches Setting passt zu mir?

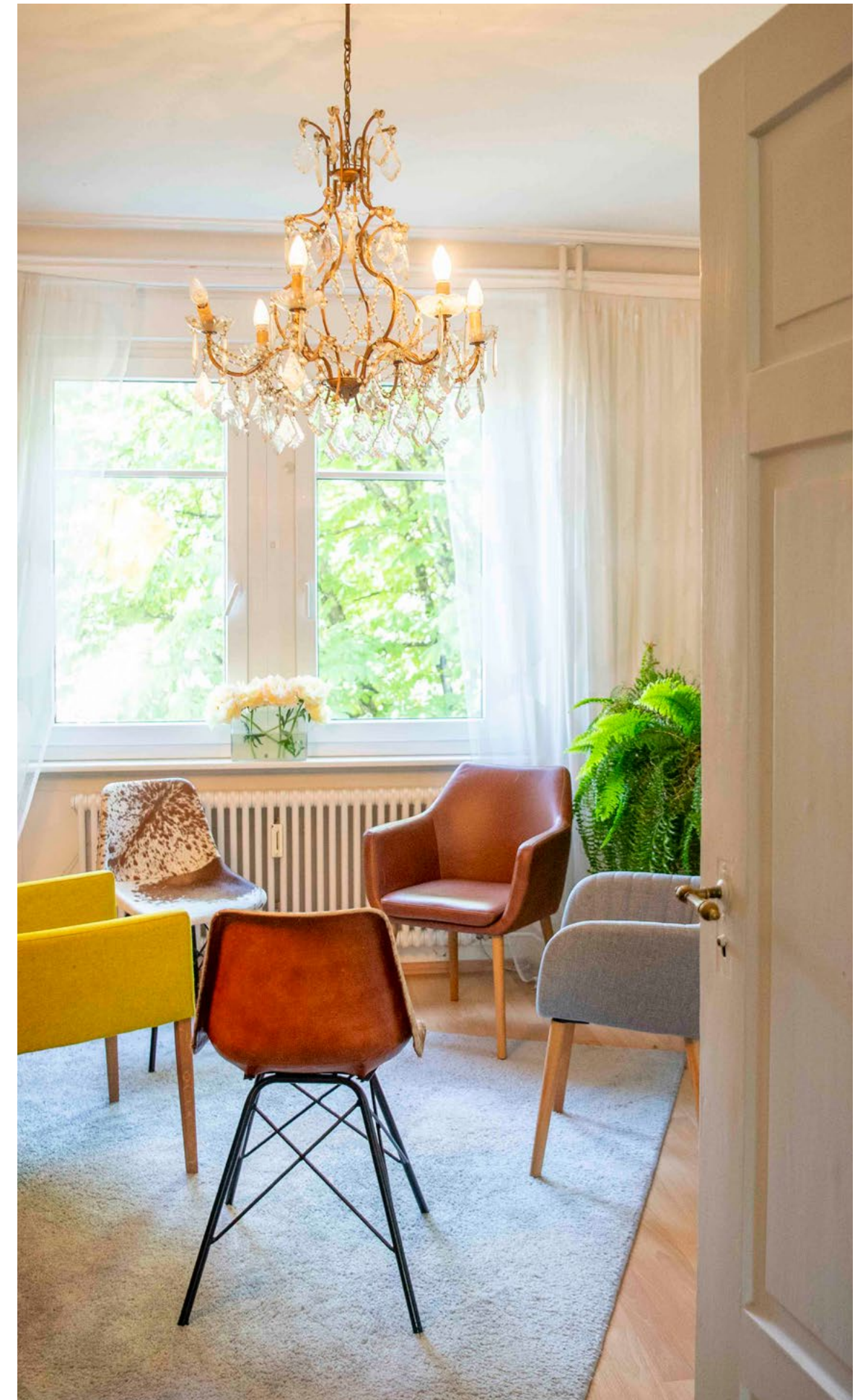
Die Wahl der richtigen Location für dein Fotoshooting ist entscheidend – sie beeinflusst, wie du dich fühlst, wie du dich zeigst und wie deine Kund*innen dich wahrnehmen. Doch welche Umgebung bringt dich am besten in deine Kraft?

Zuhause – zu privat oder genau richtig?

Sich in den eigenen vier Wänden zu zeigen, kann authentisch und nahbar wirken. Dein Zuhause erzählt eine Geschichte – deine Geschichte. Es zeigt deine Persönlichkeit, deine Werte und deine Arbeitsweise. Doch fühlt es sich für dich gut an? Oder hält dich der Gedanke zurück, so viel Privates preiszugeben? Wenn du unsicher bist, überlege, ob ein bestimmter Bereich deines Zuhauses – eine liebevoll gestaltete Ecke, dein kreativer Arbeitsplatz oder dein Lieblingssessel – sich eignet, ohne zu viel zu offenbaren.

Endlich Raum einnehmen

Dich und dein Business in deinen eigenen Räumen zu präsentieren, kann dir ganz neue Welten eröffnen und dir wird klar, dass du bewusst Raum für dich und dein Wirken einnehmen darfst. Bist du innerlich bereit, mit deinem Business mehr Raum einzunehmen wirst du in deinen eigenen vier Wänden bisher unentdeckte Möglichkeiten wahrnehmen. So kann dein Wohnzimmer zu einem gemütlichen Seminarraum werden. Oder ein Gästezimmer zum Podcast-Studio.



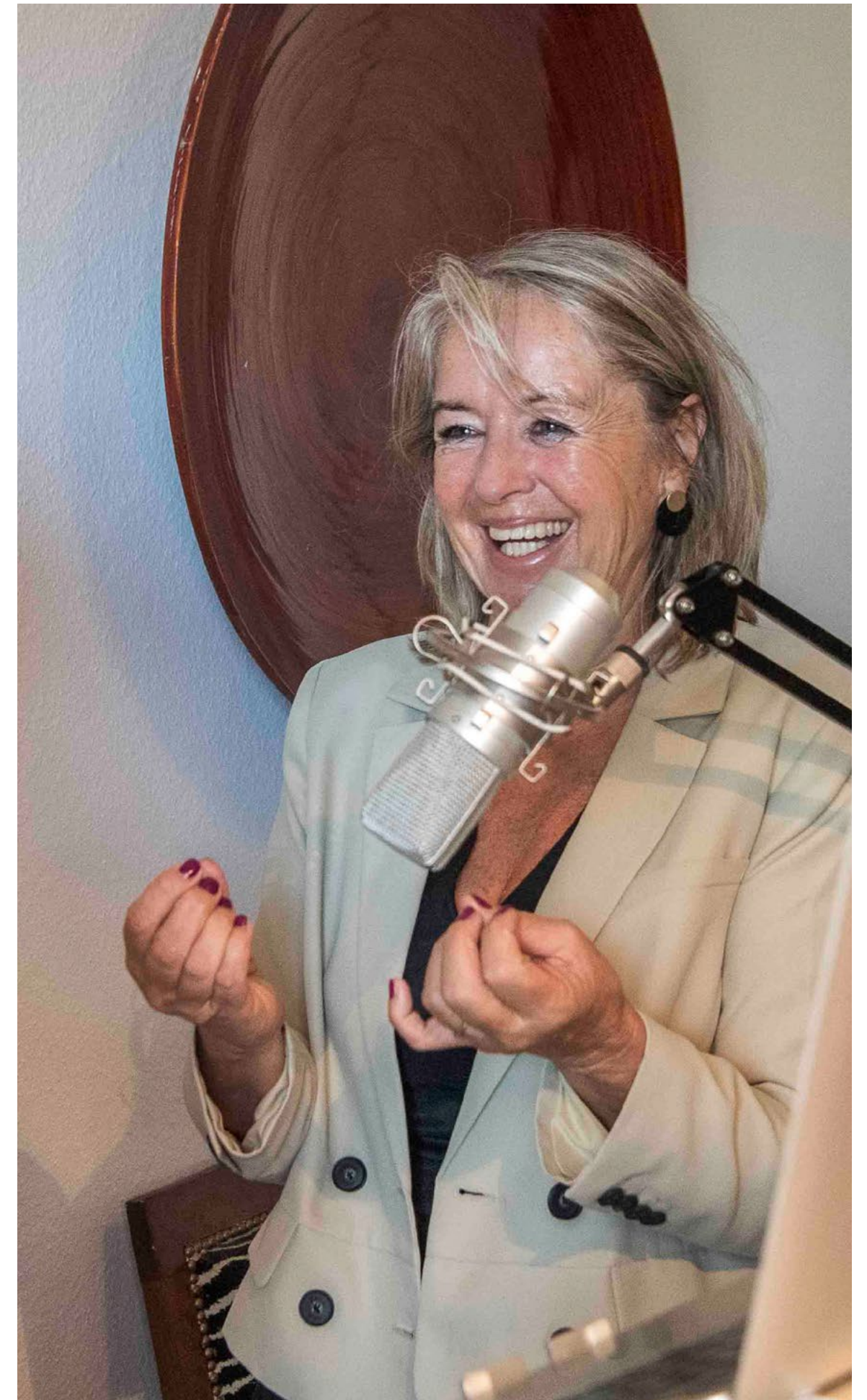
5.5 Welche Location / welches Setting passt zu mir?

Eine externe Location – neue Perspektiven öffnen

Manchmal hilft es, die gewohnte Umgebung zu verlassen. Eine gemietete Location oder ein Shooting in meinem Fotostudio kann dir ermöglichen, dich von alten Mustern zu lösen und dich ganz neu zu erleben. Besonders wenn dein aktueller Arbeitsplatz belastet oder chaotisch ist, kann eine andere Umgebung dir Klarheit und Leichtigkeit schenken.

Arbeiten mit dem, was ist – dein Umfeld neu entdecken

Für manche ist genau das Gegenteil heilsam: Das eigene Büro oder Atelier durch die Linse neu zu entdecken. Oft sind wir so in unserer Routine gefangen, dass wir den Zauber unseres eigenen Ortes nicht mehr wahrnehmen. Durch das Shooting kannst du lernen, dich und dein Arbeitsumfeld mit neuen Augen zu sehen – aus einem wertschätzenden, kraftvollen Blickwinkel.



5.5 Welche Location / welches Setting passt zu mir?



Reflexion

- Wo fühlst du dich am wohlsten, wenn du dich zeigen sollst – in deinem Zuhause, an einem neutralen Ort oder in deinem Arbeitsumfeld?
- Welche Energie möchtest du ausstrahlen? Soll es bodenständig, kreativ, professionell oder nahbar wirken?
- Wie würdest du dich gerne selbst in deinem Umfeld neu erleben und entdecken?
- Wo kannst du mit deinem Business noch mehr Raum einnehmen? Welche bisher ungenutzten Räume kannst du für dich erschliessen?

...

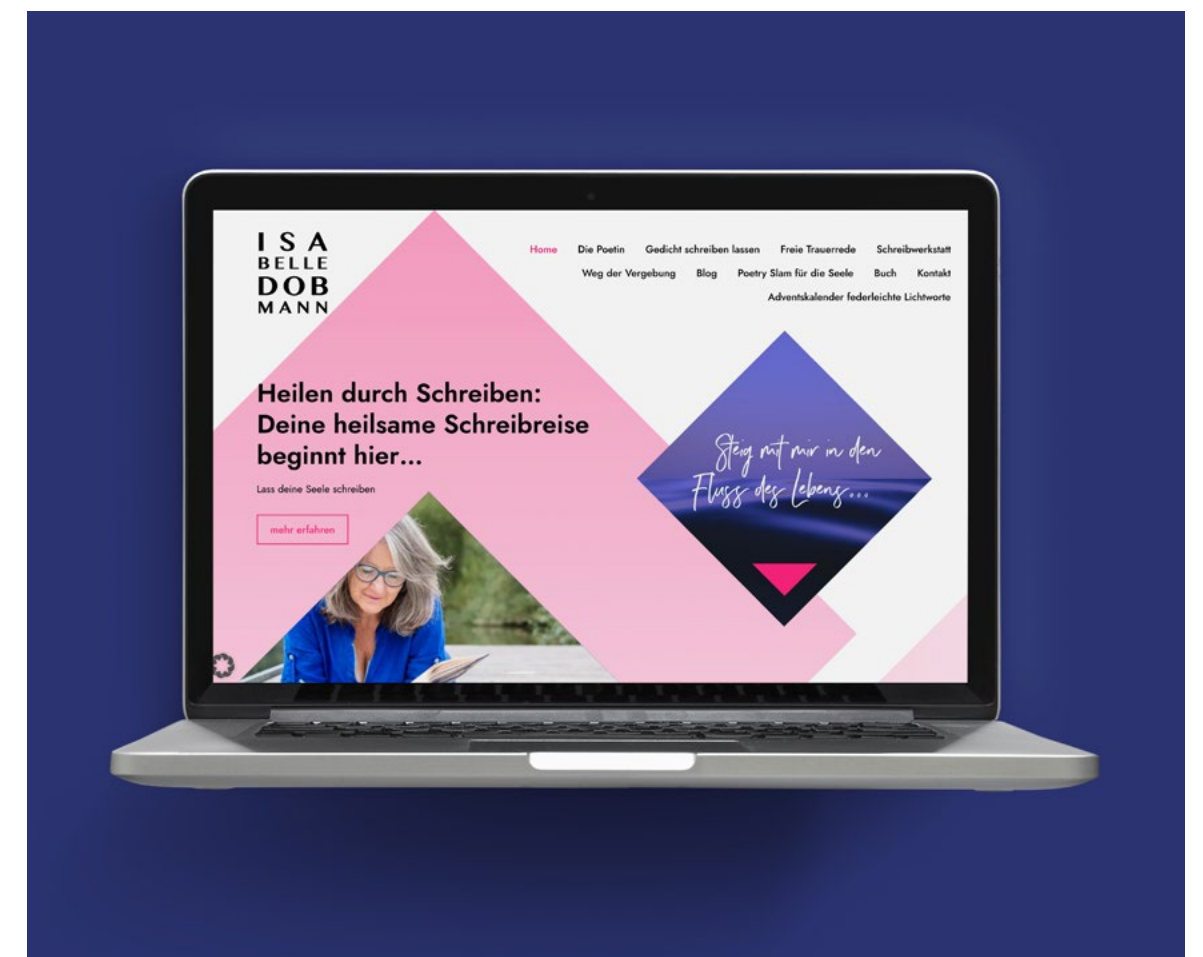
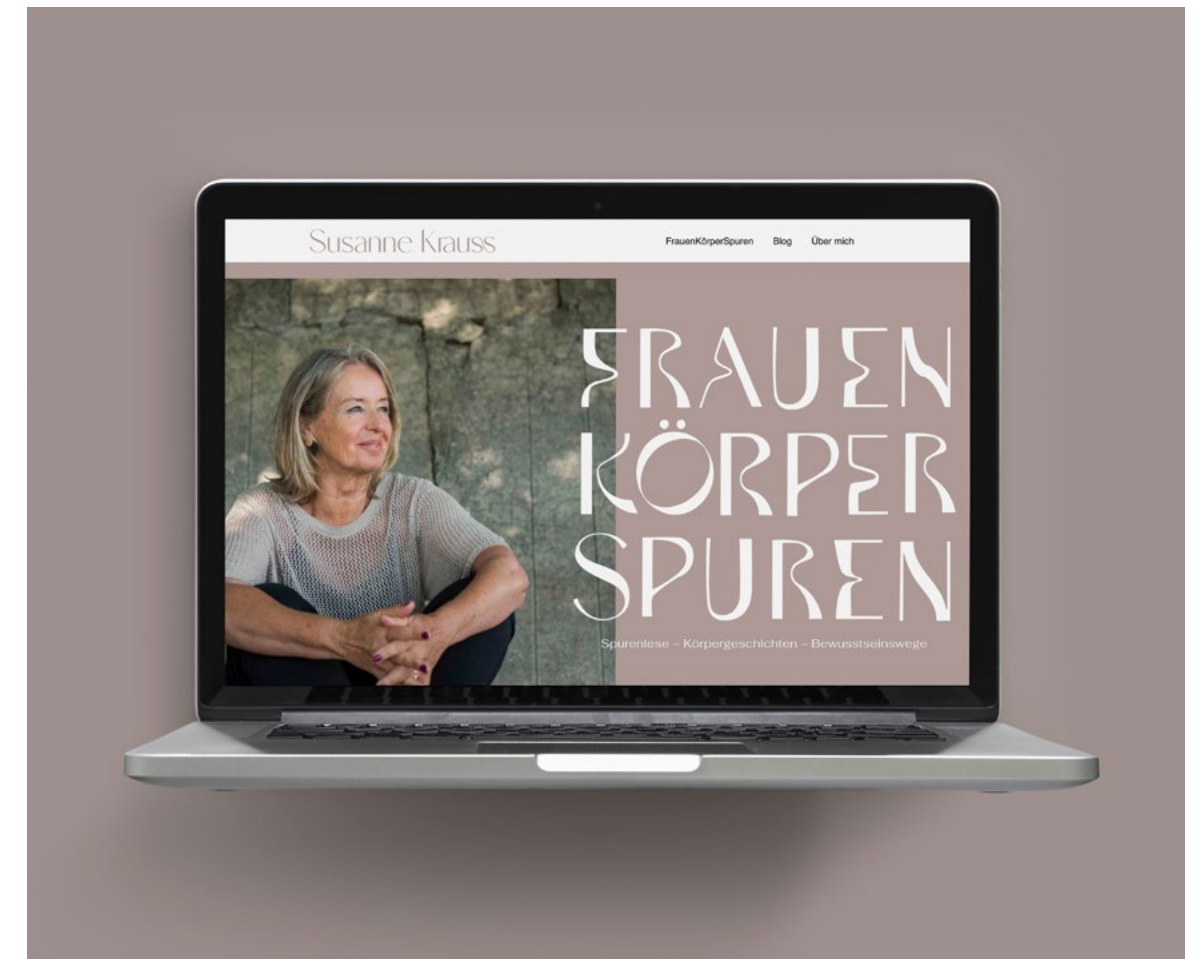
5.6 Muss ich mich in meinem Branding-Farben kleiden?

Ein stimmiger Gesamtauftritt auf Website und Social Media ist wichtig – das bedeutet jedoch nicht, dass du auf jedem Foto deine Brandfarben tragen oder vor einer Wand in genau diesem Farbton posieren musst. Zu viel Perfektion kann schnell künstlich und gestellt wirken.

Viel wichtiger ist, dass die Farben miteinander harmonieren. Achte darauf, dass deine Kleidung und Umgebung sich nicht mit deiner Markenpalette beißen. Statt deine Brandfarbe plakativ als Bluse oder Schal zu tragen, kannst du sie subtil in Accessoires oder Bilddetails einfließen lassen – das wirkt oft raffinierter und natürlicher.

Aber auch hier gibt es kein Richtig oder Falsch. Wenn du gerade dabei bist, eine neue Farbe in dein Leben oder Auftritt zu integrieren und du merkst, sie bringt dich in eine neue Energie, ist es wichtig, diesen Prozess bewusst zu gehen. Siehe „Farbe als Wachstumsraum“ .

In der Zusammenarbeit mit unseren Kund*innen legen wir zuerst das neue Branding und die Farben fest bevor es ins Fotoshooting geht. Beim Fotoshooting haben wir so schon einen klaren visuellen Rahmen für eine kraftvolle Bildsprache.





6. Spirituelle Rituale im Business: Zeigen oder für sich behalten?

All
your
colors

Doris Schnorbach
& Nathalie Misczychowski

6. Spirituelle Rituale im Business: Zeigen oder für sich behalten?

Spirituelle Praktiken können ein wesentlicher Teil deines Wirkens sein – die Frage ist nur: Wann ist es stimmig, sie in deinem Business sichtbar zu machen?

- **Wenn du mit deinen Kund*innen direkt so arbeitest**
Setzt du Methoden wie Räucherrituale, Meditation oder Energiearbeit aktiv in der Zusammenarbeit mit deinen Kund:innen ein, dann sollten diese Elemente auch in deinem Außenauftritt vorkommen. Zeigst du sie beispielsweise auf deiner Angebotsseite, entsteht ein authentisches Bild deiner Arbeitsweise – und potenzielle Kund:innen können sich im Vorfeld darauf einstellen.
- **Wenn deine Rituale dich nur im Hintergrund begleiten**
Vielleicht nutzt du spirituelle Praktiken ausschließlich für dich – als tägliche Begleiter, um dich zu zentrieren, deine Energie zu klären oder mit deinem Innersten in Verbindung zu bleiben. Auch dann kann es stimmig sein, sie zu zeigen, aber in einem persönlicheren Rahmen: etwa auf deiner „Über mich“-Seite oder in Social-Media-Posts.



6. Spirituelle Rituale im Business: Zeigen oder für sich behalten?

Wieviel Authentizität ist zu viel

Authentizität ist essenziell, um Vertrauen aufzubauen und deine Marke unverwechselbar zu machen. Doch wie viel davon tut deinem Business wirklich gut?

Die Frage ist nicht ob, sondern wie du dich zeigst.

Wichtig ist: Sei authentisch, aber reflektiert. Du musst nicht alles teilen, was du fühlst oder erlebst. Gerade als Coach oder Expertin ist es entscheidend, in deiner Position der Souveränität zu bleiben. Authentizität im Business bedeutet nicht, dich „nackt“ zu zeigen, sondern mit Klarheit und Integrität aufzutreten.

Innere Prozesse teilen

Gerade wenn du dich persönlich oder spirituell weiterentwickelst, möchtest du diese Themen vielleicht in dein Business integrieren. Doch Vorsicht: Was noch nicht gefestigt ist, wirkt oft unausgereift – und kann Außenstehende verunsichern.

Es geht nicht darum, dich zu verstellen, sondern darum, dir selbst Raum zu geben, deine Erfahrungen und Erkenntnisse zu festigen, bevor du sie nach außen trägst. Dein Businessauftritt sollte Klarheit und Souveränität ausstrahlen.

Teile die persönlichen Prozesse die für deine Zielgruppe relevant sind, kann nahbar und emotional sein, aber schon mit der Klarheit und den Erkenntnissen die du daraus gewonnen hast.

Wenn du dich in einer intensiven Entwicklungsphase befindest, ist es ratsam, diese für dich selbst zu reflektieren, statt sie zu früh öffentlich zu machen. So gibst du dir Zeit, deine persönliche Reise zu festigen, bevor du sie in dein Busi-

6. Spirituelle Rituale im Business: Zeigen oder für sich behalten?

Die richtige Balance finden

Spiritualität im Business zu integrieren bedeutet nicht zwangsläufig, alle deine Prozesse oder Werkzeuge öffentlich zu zeigen. Es geht vielmehr darum, deine volle Präsenz zu leben. Wenn du dich authentisch zeigst, das heisst all deine Anteile lebst, ist das bereits eine Ausdrucksform deiner Spiritualität. Deine Werte und dein inneres Wissen fließen in das, was du tust ein, ohne dass du immer alles erklären musst.

Es ist nicht notwendig, jedes Werkzeug, wie das Legen von Karten oder Meditieren, öffentlich zu machen. Diese Praktiken dienen dir als Unterstützung auf deinem Weg. Es ist viel wichtiger, dass du deine Essenz in deinem Business spürbar machst. Deine Werte, deine Haltung, deine Vision, dein ganzes Sein – kommunizierst du auf eine Art und Weise, die deinen wahren Kern widerspiegelt.

Deine volle Präsenz ist das, was deine Marke zu etwas Echtem und Einzigartigem macht. Wie präsent bist du? Wie klar, wie stimmig, wie verbunden mit dir selbst? Genau das macht den Unterschied – und genau das macht deine Marke unverwechselbar.

Reflektiere bewusst: Welche Tools helfen dir wirklich, dir selbst näherzukommen? Ist es das Räuchern, das Schreiben, der Spaziergang in der Natur? Was gehört für dich essenziell zu deinem Weg – und was möchtest du wirklich mit anderen teilen?

Es gibt kein Richtig oder Falsch. Entscheidend ist, dass es für dich stimmig ist und deine Botschaft klar transportiert. Du musst nicht alles zeigen, nur weil es zu dir gehört. Und du musst nichts verstecken, nur weil es ungewöhnlich ist. Auch wenn deine Spiritualität nicht „branchenüblich“ ist, kann sie ein Alleinstellungsmerkmal sein. Wichtig ist nur: Sei dir klar darüber, warum und wo du sie einbindest – und mache dir bewusst inwiefern das deine Positionierung und deine Marke beeinflusst.



6. Spirituelle Rituale im Business: Zeigen oder für sich behalten?

Übung: Deine Essenz spürbar machen

Schritt 1: Deine Werte definieren

- Welche drei Werte stehen im Zentrum deines Lebens und deines Business?
- Wie lebst du diese Werte im Alltag und im Kontakt mit deinen Kund:innen?

Schritt 2: Deine Präsenz reflektieren

- Welche Eigenschaften möchtest du in deinem Business ausstrahlen (z. B. Ruhe, Stärke, Kreativität, Klarheit)?
- Gibt es Momente, in denen du das Gefühl hast, dich weniger authentisch zu zeigen? Warum?

Schritt 3: Authentizität im Ausdruck

- Liste drei Dinge auf, die deine Spiritualität stärken (z. B. Rituale, Tools, innere Haltung).
- Überlege: Welche davon sind für dich privat und welche möchtest du in deinem Business spürbar machen?

Reflexion

- Wie kannst du deine Spiritualität im Business fühlbar machen, ohne dabei alles sichtbar machen zu müssen?

Denke daran: Deine Präsenz und Klarheit sprechen oft lauter als Worte oder Methoden.

...

7.

Dein Branding wird zum Visionboard

All
your
colors

Doris Schnorbach
& Nathalie Misczychowski



7. Dein Branding wird zum Visionboard

Dein Branding sollte nicht nur zeigen, wer du gerade bist, sondern auch die Version von dir widerspiegeln, die du in deiner vollen Ausdehnung und Präsenz sein kannst. Der Weg dorthin ist ein lebenslanger Wachstumsprozess bei dem dein Branding ein kraftvolles Hilfsmittel sein kann.

In unseren energetischen Prozessen verbinden wir uns genau mit dieser größeren Version von dir und gestalten für sie. Das kann herausfordernd sein: Manche Kund*innen erleben es als Schock, sich selbst in dieser Größe zu sehen. Es kann tiefe innere Prozesse auslösen, Widerstand hervorrufen oder sich anfühlen wie Wachstumsschmerzen. Dafür darf sich dann bewusst Zeit genommen werden. Ein sanftes Hineindehnen, und Hineinatmen z.B. hilft, den Körper mitwachsen lassen.

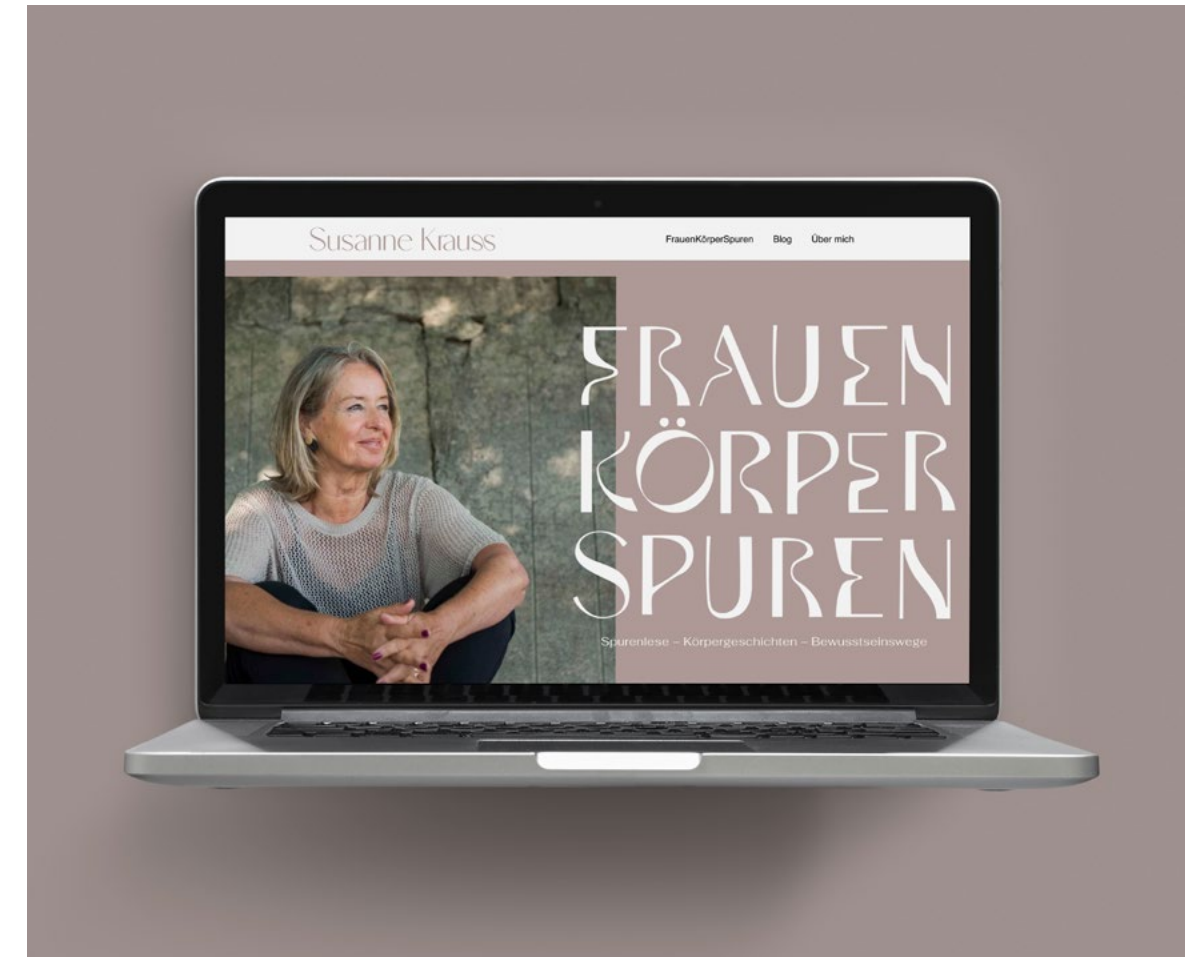
Manche unserer Kund*innen brauchen es noch direkter und kaufen sich Kleidung in ihren neuen Brandfarben. Andere streichen ihre Wände damit.

Dein Branding kann wie ein Anker sein. Es macht deine wahre Größe visuell erlebbar und damit für dich und andere real. Du kannst dich immer wieder damit verbinden und dauerhaft in diese Größe hineinwachsen.

Die Rolle der Fotografie in deinem Branding

Fotografien, die deine volle Präsenz zeigen, sind wie Energie-Tankstellen. Starke und stimmige Bilderwelten sind mehr als nur eine hübsche Dekoration deiner Webseite. Sie erinnern dich immer wieder an deine Größe und unterstützen dich darin, dich mit deiner vollen Kraft zu verbinden. Dein Branding wird durch kraftvolle Bilder lebendig – Bilder, die nicht nur zeigen, wer du bist, sondern auch, wer du sein kannst.

Eine bewusste Auswahl von Fotografien kann helfen, dein inneres Wachstum zu begleiten und deine Präsenz immer wieder zu spüren. Wenn du dich selbst in deiner strahlendsten Form siehst, wird es leichter, diese Version von dir zu verkörpern und mit der Welt zu teilen. Fotografien helfen dir, dich immer wieder mit deiner Größe zu verbinden und diese kontinuierlich zu verkörpern.



Und jetzt?

Dieses Workbook ist ein eigenständiger Prozess.
Für manche ist er genau richtig so.

Andere spüren danach den Wunsch, ihre Erkenntnisse zu vertiefen
und ins konkrete Umsetzen zu gehen.

Unser Brand-Design-Angebot verbindet innere Klärung mit Fotografie
und Gestaltung zu einem stimmigen äußeren Ausdruck.

Mehr dazu findest du hier:
allyourcolors.de/brand-design

Für Fragen, Feedback oder was dir sonst auf dem Herzen liegt schreib uns:
mail@allyourcolors.de

All
your
colors
Doris Schnorbach
& Nathalie Mischychowski

Impressum

© 2026 Nathalie Misczychowski & Doris Schnorbach

Alle Inhalte sind urheberrechtlich geschützt.

Konzept & Text: Nathalie Misczychowski & Doris Schnorbach

Gestaltung & Layout: Nathalie Misczychowski

Fotografien: Doris Schnorbach

Dieses Workbook ist ausschließlich für den persönlichen Gebrauch bestimmt.
Die Vorführung, Sendung, Bearbeitung und Vervielfältigung auch in Auszügen
ist untersagt. Wer gegen das Urheberrecht verstößt (z.B. Bilder oder Texte
unerlaubt kopiert), macht sich gem. §§ 106 ff UrhG strafbar.

All
your
colors

Doris Schnorbach
& Nathalie Misczychowski