

Personen als Marke



Foto von iStock.com

Nehmen wir an, du gründest ein (weiteres) Unternehmen. Wie nennst du es? Grundsätzlich gibt es immer drei Möglichkeiten: Fantasie-, Sach- oder Personenmarke. Ich habe alle drei selbst ausprobiert und auch alle Varianten mehrmals bei Kunden angetroffen. Welches ist die beste Variante für eine neue Marke? Fantasiemarken sind grundsätzlich am schwierigsten aufzubauen. Warum? Du musst nicht nur den Bekanntheitsgrad von null aufbauen, sondern deiner Zielgruppe auch noch erklären, was die Marke ist oder macht.

Ich habe das bei meinem ersten Unternehmen «Marketlink» erlebt. Klar deutet die Marke darauf hin, etwas mit Marketing, Märkten und Verbindungen zu tun zu haben. Selbsterklärend ist die Marke aber nicht. Im Gegensatz dazu ist, genau das ein Vorteil von Sachmarken. Bei meiner Marke «Unternehmercoaching®» muss ich nicht erklären, was ich tue: Ich coache Unternehmer. Die Problematik von Sachmarken ist, dass die entsprechenden Domains oft nicht verfügbar sind. Sie wurden entweder bereits von jemandem anderes, der im gleichen Business ist, erworben und in Betrieb genommen oder werden von einem Domainbroker blockiert, um teuer weiterverkauft zu werden.

Personenmarken hingegen müssen nie von null aufgebaut werden, weil schon viele Menschen deinen Namen kennen und viele hoffentlich auch schon wissen, was du kannst und was du machst. Oft wird als Nachteil – insbesondere von vollständigen Personenmarken mit Vor- und Nachnamen – genannt, dass sich solche nicht «gross» machen lassen. Es gibt aber viele Beispiele, die das Gegenteil beweisen – beispielsweise Julius Bär, Tommy Hilfiger und viele mehr. Meiner Meinung nach spricht vieles für eine Personenmarke und es gibt auch viele gute Beispiele dafür.

Warum werden denn (insbesondere in der Schweiz) so wenig Personenmarken neu gestartet? Es gibt sicher mehrere Gründe – zwei möchte ich beleuchten: Einerseits ist es nicht ganz einfach, Wissen einzukaufen, wie eine Personenmarke richtig aufgebaut und geführt wird. Ich musste beim Aufbau meiner Marke «Martin Aue – Experte für Sichtbarkeit» weit suchen, bis ich einen Spezialisten gefunden habe, der wirklich wusste, wie Personenmarken funktionieren. Der Aufbau der Markenstrategie hat – mit der Hilfe dieses Coaches – fast ein Jahr gedauert und einiges an Zeit, Energie und Geld gekostet.

Was unterscheidet eine Personenmarke von einem anderen Typ Marke – auch von einer Produktmarke? Einerseits basieren Personenmarken auf deinen eigenen Werten. Um diese aber deiner Marke zugrunde legen zu können, musst du sie zuerst kennen, beziehungsweise ausformulieren können. Andererseits leben Personenmarken von Geschichten – von deinen(!) Geschichten. Zudem sind beim Markenaufbau Bilder sehr wichtig, die zu deinen Botschaften, Werten und Geschichten passen. Und hiermit sind wir beim, meiner Meinung nach, entscheidenden Punkt, warum so wenig Personenmarken neu am Markt erscheinen: Es braucht Mut, sich mit seinem Namen und seinem Gesicht zu zeigen. Warum ist das so? Viele haben Angst, als «grosskotzig» wahrgenommen zu werden, wenn sie aus ihrem Personennamen eine Marke machen wollen. Oder sie haben Mühe damit, ihren eigenen Namen und Bilder von sich selbst als Marke zu sehen. Der Punkt ist aber der: Eine Personenmarke sagt Folgendes aus: Dafür stehe ich mit meinem Namen (frei nach Klaus Hipp)! Und das machst du ja sowieso: Du stehst als Unternehmer sowieso mit deinem Namen für dein Unternehmen – egal, welche Markenstrategie du wählst!



Martin Aue ist einer der führenden Experten für «Sichtbarkeit» im deutschsprachigen Raum. Der Berner Oberländer mit Jahrgang 1978 ist bekannt für seine erfolgreichen Werbestrategien für den Mittelstand – oder, wie die Schweizer sagen, für KMU. Als Businessvormacher und Unternehmermentor hält er schon seit 20 Jahren begeisternde Vorträge und ist Autor von vielen Publikationen, wie Büchern, Fachtexten, Newsletter sowie Online-Programmen.

EVENT HINWEIS Impulsvortrag «Mit Personenmarketing zum Expertenstatus» Bist du als Einzelunternehmer, StartUp, One-Man-Show oder Solopreneur auf der Suche nach (mehr) Kunden? Oder möchtest du als Therapeut, Coach oder Freischaffender von deiner Zielgruppe wahrgenommen werden? Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, wie du dich als Person verkaufst. Als Personenmarke gezielt Sichtbarkeit aufzubauen, ist kein Hexenwerk. Martin Aue zeigt dir in diesem Vortrag anschaulich, wie du es richtig machst. Dann brauchst du nur noch den Mut, deine Strategie auch sichtbar zu machen. Aber auch hierzu bekommst du an diesem Abend konkrete Tipps. Willst du dich weg von der grauen Maus hin zum angesehenen Experten bewegen? Dann melde dich jetzt zu diesem Vortrag an.

Datum: Dienstag, 24. August 2021 von 19.00 bis 21.00 Uhr
Ort: SMI Swiss Marketing Institute AG,
 Schwarzenburgstrasse 236, 3098 Köniz b. Bern
 Livestream per Zoom
Kosten: CHF 35.–
Anmeldung: www.martin-aue.com oder Telefon auf 033 650 10 10

MARTINAUE