

TEST · ANALYSE · GUIDE

Die 7



Markenherz Typen

Herzlich willkommen

Mach aus deinem Business eine echte Wohlfühlmarke!

So schön, dass du dich deinem Markenherz® widmen möchtest und diese Seiten in deinen Händen hältst. In diesem Quiz wirst du spannende Fragen beantworten, die deine Werte, Vorlieben und Herzenswünsche ins Licht rücken. Damit kommst du deinem Markenkern ganz nah und gewinnst Klarheit über dich und dein Business.

Am Ende erwartet dich dein Ergebnis. Dabei erfährst du nicht nur, welcher Markenherz®-Typ du bist, sondern bekommst auch direkt deinen passenden Mini-Fahrplan. So kannst du sofort erste Schritte gehen, auf eine Art und Weise, die sich echt und richtig anfühlt.

Du wirst durch dein Ergebnis erkennen, was deine Marke noch braucht, damit du dich von Herzen wohl damit fühlst. So stellen wir deine Personal Brand auf eine authentische Basis, mit der du weiter wachsen kannst.

Hey, ich bin übrigens Sissi!

Seit 20 Jahren erschaffe ich mit meinen Kund*innen lebhaftes Markenwelten, nachhaltige Strategien mit Herz und bringe Leichtigkeit in ihren Arbeitsalltag. Als Mindful Brand Designerin und Spiritual Business Coach weiß ich, dass eine starke Marke von innen heraus entsteht – nicht aus Templates und Trends, sondern aus dem, was dich wirklich ausmacht.

Als Mama von 3 kleinen Kindern weiß ich außerdem, wie wertvoll es ist, ein Business zu haben, das wirklich zu dir und deinem Leben passt. Ich helfe dir, eine Marke zu erschaffen, die sich anfühlt wie du – und genau die richtigen Menschen anzieht.

Meine Mission ist es, dich dabei zu unterstützen, den Traum vom eigenen erfolgreichen Wohlfühlbusiness zu verwirklichen und authentisch sichtbar zu werden.

Ich freue mich schon so sehr darauf, dich auf dieser Reise zu begleiten!

Alles Liebe,

Deine Sissi



Gut zu wissen!

Die Persönlichkeit deiner Marke ist mehr als nur ein Logo oder ein hübsches Design. Sie ist das Herzstück, welches Menschen emotional berührt und sie mit dir verbindet. In einer überfüllten Online-Welt ist Authentizität das, was dich von anderen abhebt. Vor allem durch Künstliche Intelligenz gewinnt "echt sein" einen hohen Wert.

Was ist überhaupt eine Markenpersönlichkeit?

Es ist die Kombination aus deinen Werten, deinem Stil, deiner Geschichte, deinem Antrieb und deiner Botschaft. Sie spiegelt wider, wer du bist – und zwar so, dass deine Wunschkundinnen sich angesprochen fühlen. Das Beste daran? Wenn deine Marke wirklich zu dir passt, dann strahlst du das auch aus. Du kannst dich fallen lassen, entspannt auftreten und es fällt dir leichter Perfektionismus auf die Ersatzbank zu setzen. Es fühlt sich an, als würdest du dein absolutes Wohlfühloutfit tragen und dich in eine weiche Decke einkuscheln. Alles daran ist natürlich und echt. DAS spüren auch deine Kundinnen!

Tipps für dein Ergebnis!

So können wir dein Markenherz am besten erkunden:



Nutze für den Test einen ruhigen und **ungestörten Moment**, damit du dich voll und ganz darauf konzentrieren kannst.



Folge deinem **ERSTEN Impuls** bei den Antworten. Höre auf deine Intuition, die über unglaubliches Wissen verfügt und im Sinne deines Herzens reagiert.



Du wirst dich **weiterentwickeln**. Deshalb kannst du diesen Test immer wieder machen und sehen, ob und was sich in deiner inneren Welt verändert hat.

Rechtlicher Hinweis

Dieses Material und jegliche Inhalte sind urheberrechtlich und markenrechtlich geschützt. Inhalte dürfen ohne schriftliche Zustimmung von Sissi Michaux weder ganz noch auszugsweise oder in abgeänderter Form weitergegeben oder veröffentlicht werden.

MarkenHerzQuiz

Finde jetzt heraus, welcher Markenherz-Typ du bist!

SEITE 1/6

Lies dir jede Frage mit ihren Antworten durch und kreuze spontan jeweils 1 bis maximal 3 Antworten an. Korrigiere dich nicht und höre auf dein Gefühl! Am Ende findest du die Auswertungstabelle und bekommst dein persönliches Ergebnis!

Dies ist eine interaktive PDF. Das heißt, du kannst in einem passenden Reader direkt deine Kreuzchen setzen. Ich würde dir allerdings empfehlen, dass du dir diese Seiten ausdruckst und einen schönen Stift in die Hand nimmst. Es ist viel persönlicher und wir haben durch die händische Arbeit einen besseren Zugang zu unserer inneren Welt!

Frage 1: Was ist deine größte Motivation für dein Business?

- ☐ A Einen positiven Beitrag für die Welt leisten und etwas Bedeutungsvolles schaffen.
- ☐ B Die Welt mit ungewöhnlichen, kreativen Ideen bunter und schöner machen.
- ☐ C Langfristigen Erfolg aufbauen, nachhaltig und sicher.
- ☐ D Transformative Veränderungen anstoßen und Menschen mit meiner Vision inspirieren.
- ☐ E Ich liebe es Pläne pragmatisch umzusetzen, um Ergebnisse zu erzielen und andere zu motivieren.
- ☐ F Immer neue Perspektiven und Erkenntnisse gewinnen, um zu wachsen.
- ☐ G Menschen helfen und für andere da sein, dass sie ihre Bedürfnisse erkennen und erfüllen können.

Frage 2: Wie würdest du dich selbst am ehesten beschreiben?

- ☐ A Unkonventionell, fantasievoll und immer auf der Suche nach neuen Wegen.
- ☐ B Klar strukturiert, durchdacht und zielorientiert.
- ☐ C Spirituell und mit einer tiefen Sehnsucht, Gutes zu tun.
- ☐ D Inspirierend, weitzblickend und motivierend.
- ☐ E Direkt, tatkräftig und ergebnisorientiert.
- ☐ F Einfühlsam, fürsorglich und emotional verbunden.
- ☐ G Neugierig, wissbegierig und immer bereit, Neues zu lernen.

Frage 3: Welche Aussage trifft deine Arbeitsweise am besten? Ich ...

- ☐ A ... packe direkt an und gehe pragmatisch vor.
- ☐ B ... plane alles strategisch und achte darauf, dass alles langfristig funktioniert.
- ☐ C ... lasse meiner Fantasie freien Lauf und erschaffe etwas Einzigartiges.
- ☐ D ... handle aus einer tiefen Überzeugung heraus und leiste einen nachhaltigen Beitrag.
- ☐ E ... bin von meiner Vision so überzeugt, dass ich andere mitreißer und inspirieren kann.
- ☐ F ... analysiere und forsche, bevor ich zu einer Entscheidung komme.
- ☐ G ... nehme mir Zeit, um zuzuhören und sicherzustellen, dass ich auf die Bedürfnisse meiner Kund*innen eingehe.

Frage 4: Was ist dir bei der Kommunikation deiner Marke am wichtigsten? Sie soll ...

- ☐ A ... berührend und authentisch sein, um eine emotionale Verbindung aufzubauen.
- ☐ B ... klar und überzeugend formuliert sein, mit einer klaren Struktur.
- ☐ C ... originell und einprägsam sein, um im Gedächtnis zu bleiben.
- ☐ D ... inspirierend und mitreißend sein, um Möglichkeiten sichtbar zu machen.
- ☐ E ... Werte und Nachhaltigkeit betonen und einen positiven Einfluss vermitteln.
- ☐ F ... direkt und handlungsorientiert sein, damit wir gemeinsam vorankommen.
- ☐ G ... informativ und tiefgründig sein, aber auch spannend sein und neugierig machen.

Frage 5: Welcher dieser Begriffe beschreibt dich und deine Marke am besten?

- ☐ A Sinnvoll
- ☐ B Kreativ
- ☐ C Strukturiert
- ☐ D Innovativ
- ☐ E Tatkräftig
- ☐ F Erlebnisreich
- ☐ G Herzlich

Frage 6: Welche dieser Aufgaben erfüllt dich am meisten?

- ☐ A Neue Wege gehen, Lösungen finden und mich weiterentwickeln.
- ☐ B Zukunftsorientiert mit einer durchdachten Strategie langfristige Erfolge sichern.
- ☐ C Ungewöhnliche Ideen, kreative Designs und kontroverse Konzepte entwickeln.
- ☐ D Etwas zu schaffen, das wirklich einen positiven Einfluss auf die Welt hat.
- ☐ E Ich liebe es Stillstand in Fortschritt zu verwandeln und Handlungen ins Rollen zu bringen.
- ☐ F Meinen Kund*innen dabei zu helfen sich wohler, verstanden und unterstützt zu fühlen.
- ☐ G Andere mit meiner Vision zu begeistern und sie in ihrer Entwicklung zu unterstützen.

Frage 7: Welcher Arbeitsplatz inspiriert dich am meisten?

- ☐ A Ein Ort, an dem ich direkt ins Handeln kommen kann und alles, was ich brauche, zur Verfügung steht.
- ☐ B Ein inspirierender, freier Raum, der voller kreativer Reize ist.
- ☐ C Ein gut organisierter und strukturierter Arbeitsplatz, an dem ich klar denken und arbeiten kann.
- ☐ D Ein Raum, der mich inspiriert und gemütliche Flächen für Meditation oder Yoga bietet.
- ☐ E Ein spannendes und abwechslungsreiches Umfeld, das neue Entdeckungen und Wissen fördert.
- ☐ F Ein Ort, an dem ich mich entfalten, inspirieren lassen und meine großen Ideen entwickeln kann.
- ☐ G Ein einladender Raum, für mich und andere Herzensmenschen, um gemeinsam zu wachsen.

Frage 8: Wen sprichst du mit deiner Marke an? Menschen, die ...

- ☐ A ... einen positiven Einfluss auf die Welt haben und etwas Nachhaltiges erschaffen wollen.
- ☐ B ... ihre Ziele klar definieren und langfristig strukturiert arbeiten möchten.
- ☐ C ... eine große Vision haben und bereit sind, die Welt zu verändern.
- ☐ D ... direkt ins Handeln kommen und pragmatisch ihre Ziele erreichen wollen.
- ☐ E ... neue und unkonventionelle Wege suchen und bereit sind, ihre eigene Kreativität auszuleben.
- ☐ F ... Wert auf eine emotionale Verbindung und das Wohl anderer legen.
- ☐ G ... auf der Suche nach neuen Ideen und Perspektiven sind.

Frage 9: Mit wem möchtest du überhaupt nicht arbeiten? Mit Menschen, die ...

- ☐ A ... nicht bereit sind, neue Ideen auszuprobieren.
- ☐ B ... völlig unstrukturiert und chaotisch sind.
- ☐ C ... immer wieder zögern und sich nicht für konkrete Umsetzung entscheiden können.
- ☐ D ... nur auf Profit aus sind, ohne einen positiven Beitrag zu leisten.
- ☐ E ... keine Neugierde oder Bereitschaft zur Weiterentwicklung zeigen.
- ☐ F ... sich immer klein halten und keine Chance für große Veränderungen sehen.
- ☐ G ... keine Emotionen zulassen können oder das Wohl anderer egal ist.

Frage 10: Wie möchtest du, dass sich deine Kund*innen mit deiner Marke fühlen?

- ☐ A Neugierig und offen, wie begeisterte Entdecker*innen, die sich auf neue Abenteuer freuen.
- ☐ B Begeistert und fasziniert davon, neue und unkonventionelle Wege zu gehen.
- ☐ C Klar, fokussiert und leicht, da sie genau wissen, wie sie ihren Weg mit meiner Hilfe meistern.
- ☐ D Bestärkt und erfüllt von der Bedeutung und dem positiven Einfluss ihrer Arbeit.
- ☐ E Selbstbewusst, voller Tatendrang und vorfreudig darauf Ergebnisse zu erzielen.
- ☐ F Inspiriert und motiviert, ihre eigene Vision in die Welt zu tragen.
- ☐ G Verbunden und verstanden, mit einem Gefühl von Fürsorge und Unterstützung.

Frage 11: Welches Feedback möchtest du von deinen Kund*innen bekommen?

- ☐ A „Deine Ideen haben mich inspiriert, neue Wege zu gehen!“
- ☐ B „Du hast mir geholfen, klare und umsetzbare Pläne zu entwickeln. Ich fühle mich so erleichtert!“
- ☐ C „Du hast mir neue Perspektiven eröffnet und meinen Horizont erweitert!“
- ☐ D „Deine Arbeit inspiriert mich dazu selbst etwas Positives zu bewirken.“
- ☐ E „Du hast mir geholfen, meine Ziele zu erreichen und echte Fortschritte zu machen.“
- ☐ F „Ich fühle mich bei dir wirklich verstanden und unterstützt.“
- ☐ G „Du hast mir gezeigt, wie ich meine eigene große Vision verfolgen kann.“

Frage 12: Welche Botschaft möchtest du mit deiner Marke vermitteln?

- ☐ A Du bist nicht allein! Ich bin für dich da und begleite dich auf deinem Weg, damit deine Träume wahr werden.
- ☐ B Wir können gemeinsam die Welt zu einem besseren Ort machen.
- ☐ C Klarheit und Struktur machen alles leichter – setze deine Ziele mit System um.
- ☐ D Deine Vision ist der Schlüssel, um die Welt zu verändern – folge deinem Herzen!
- ☐ E Wenn wir gemeinsam anpacken, ist alles möglich und wir können echte Ergebnisse erzielen.
- ☐ F Lerne, wachse und entdecke neue Perspektiven, um dein Potenzial zu entfalten.
- ☐ G Sei mutig und vertraue auf deine Kreativität, um etwas Neues und einzigartiges zu erschaffen.

Frage 13: Welche dieser Herausforderungen inspiriert dich am meisten, dich weiterzuentwickeln?

- ☐ A Lösungen für komplexe Probleme zu finden, die niemand bisher gelöst hat.
- ☐ B Grenzen zu sprengen und Wege zu gehen, die zuvor niemand gewagt hat.
- ☐ C Menschen in schwierigen Situationen zu unterstützen und einfühlsame Verbindungen zu schaffen.
- ☐ D Große, ehrgeizige Ziele zu erreichen und dabei alle Hindernisse zu überwinden.
- ☐ E Neue Methoden und Werkzeuge erforschen, die Wissen erweitern.
- ☐ F Anderen dabei zu helfen, einen wertvollen Beitrag zu einer besseren Welt zu leisten.
- ☐ G Große Ideen für die Zukunft zu entwickeln, die andere beflügeln.

Frage 14: Welche Werte sind bei deiner Arbeit besonders wichtig?

- ☐ A Freiheit, Originalität und Authentizität
- ☐ B Mitgefühl, Authentizität und Verbindung
- ☐ C Klarheit, Zuverlässigkeit und Effizienz
- ☐ D Mut, Pragmatismus und Effektivität
- ☐ E Innovation, Inspiration und Veränderung.
- ☐ F Sinnhaftigkeit, Leidenschaft und Nachhaltigkeit
- ☐ G Neugier, Offenheit und Abenteuer

Frage 15: Wie würdest du deine Marke in einem Satz beschreiben? Meine Marke ...

- ☐ A ... ist eine Quelle der Inspiration, die Menschen dazu motiviert, groß zu träumen und ihre Visionen zu realisieren.
- ☐ B ... steht für fundierte Strategien und durchdachte Lösungen, die langfristigen Erfolg ermöglichen.
- ☐ C ... zeigt, dass mit Mut und Tatkraft jede Herausforderung in eine Chance verwandelt werden kann.
- ☐ D ... bricht Regeln und schafft einzigartige, kreative Lösungen, die aus der Masse hervorstechen.
- ☐ E ... ist ein Ort, an dem sich Menschen gesehen und verstanden fühlen und echte Verbindungen entstehen.
- ☐ F ... weckt die Abenteuerlust und die Neugierde darauf den eigenen Horizont zu erweitern.
- ☐ G ... inspiriert Menschen, die Welt zu einem besseren Ort zu machen."

Frage 16: Auf welchem Weg trittst du am liebsten mit deinen Wunschkund*innen in Kontakt?

- ☐ A Direkt und praktisch, gerne auch in persönlichen Gesprächen oder Telefonaten.
- ☐ B Über unkonventionelle Kanäle, die den kreativen Austausch anregen.
- ☐ C Über strukturierte, gut durchdachte Kommunikationswege wie E-Mails oder Webinare.
- ☐ D Über tiefgründige und bedeutungsvolle Gespräche, die den Austausch von Werten fördern.
- ☐ E Inspirierend und motivierend, in Form von Podcasts, Videos oder Social Media Content.
- ☐ F Tiefergehend, lehrreich und unterhaltsam durch Social Media Inhalte und Workshops.
- ☐ G Persönlich und warmherzig, mit Gesprächen, die den Aufbau einer echten Beziehung fördern.

Frage 17: Welches Medium gibt dir am meisten Energie bei der Erstellung von Inhalten?

- ☐ A Auf den Punkt: E-Books, strategische Guides und strukturierte Blogbeiträge mit Statistiken und Quellen.
- ☐ B Visuelle Inhalte, die am besten gleich mehrere Sinne ansprechen oder kreative Social Media Beiträge.
- ☐ C Lange Formate, wie Blogbeiträge, Videos oder Podcasts, um tiefgehende Themen zu teilen.
- ☐ D Kurzvideos, Tutorials oder prägnante Posts, die konkrete Handlungsideen vermitteln.
- ☐ E Spannende Artikel, Videos und Posts, die neue Trends und Wissen vermitteln.
- ☐ F Motivierende Videos und inspirierende Social Media Posts, die zum Nachdenken anregen.
- ☐ G Persönliche Geschichten und emotionale Posts, die eine Bindung zu anderen aufbauen.

Frage 18: Welche Farben spiegeln dein Markenherz am besten wider?

- ☐ A Natürliche Farben, wie saftiges Grün, dezentes Gelb oder erdiges Braun.
- ☐ B Auffallende Farben, wie knalliges Pink, intensives Violett oder dunkles Türkis.
- ☐ C Zarte Farben, wie sanftes Rosa, helles Braun oder dezentes Grau.
- ☐ D Intensive Farben, wie Himmelblau, leuchtendes Grün oder sonniges Gelb.
- ☐ E Inspirierende Farben, wie edles Gold, pastelliges Lila oder helles Blau.
- ☐ F Ruhige Farben, wie gedecktes Türkis/Blau, erdiges Beige oder klassisches Grau.
- ☐ G Kraftvolle Farben, wie leuchtendes Orange, intensives Rot oder dunkles Braun.

Frage 19: Welcher Bildstil gefällt dir am besten?

- ☐ A Sanfte, emotionale Bilder, die eine beruhigende Wirkung haben.
- ☐ B Klare, strukturierte Bilder mit einem minimalistischen Design.
- ☐ C Inspiriert von Entdeckungsreisen und Entfaltungsmöglichkeiten.
- ☐ D Weite, offene Landschaften oder abstrakte Darstellungen von Visionen.
- ☐ E Unkonventionelle, bunte und kreative Darstellungen, die auffallen.
- ☐ F Actionreiche und kraftvolle Bilder, die Tatkraft und Durchsetzungsvermögen ausstrahlen.
- ☐ G Bilder, die Natur, Ruhe und positive Veränderungen symbolisieren.

Frage 20: Wenn du an deinen Onlineauftritt denkst, was ist dir da besonders wichtig?

- ☐ A Klarheit, Einfachheit und eine klare Call-to-Action.
- ☐ B Eine warme, einladende Atmosphäre, die Vertrauen und Nähe schafft.
- ☐ C Ein klarer Fokus auf Handlungsaufforderungen und Ergebnisorientierung.
- ☐ D Kreativität und Einzigartigkeit, die sofort ins Auge fällt.
- ☐ E Authentizität und der Fokus auf tiefere Werte und Bedeutungen.
- ☐ F Ein Auftritt, der meine große Vision greifbar macht und inspiriert.
- ☐ G Bildungsorientierte Inhalte, die das Interesse wecken.

Frage 21: Stell dir vor: Alle lieben deine Marke, egal was du tust. Welchen Stil würdest du wählen?

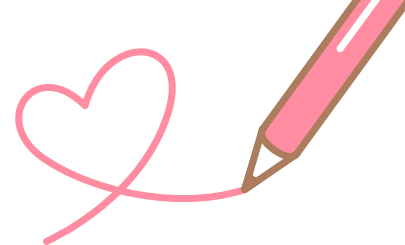
- ☐ A Ein energiegeladenes, kraftvolles Design, das Tatkraft und Durchsetzungsvermögen ausstrahlt.
- ☐ B Ein minimalistisches, modernes Design, das gleichzeitig Klarheit und Professionalität ausstrahlt.
- ☐ C Ein naturverbundenes Design, das die Werte von Achtsamkeit und Verantwortung widerspiegelt.
- ☐ D Ein sanfter, beruhigender Stil, der Wärme und Vertrauen ausstrahlt und gleichzeitig professionell ist.
- ☐ E Ein verspieltes, unkonventionelles Design, das Auffallen und Kreativität fördert.
- ☐ F Ein explorativer, vielseitiger Stil, der Entdeckung und Wissen fördert.
- ☐ G Ein futuristisches, visionäres Design, das Innovation und Veränderung in den Vordergrund stellt.

Frage 22: Was gibt dir das größte Gefühl von Erfüllung bei deiner Arbeit? Wenn ich ...

- ☐ A ... anderen zeigen darf, wie sie mit noch so kleinen aber bewussten Schritten etwas Großes bewegen können, um ihre eigenen Visionen zu verwirklichen.
- ☐ B ... Menschen Klarheit und Orientierung geben kann, damit sie ihre Wünsche zielstrebig und voller Selbstvertrauen erreichen können.
- ☐ C ... Menschen daran erinnern kann, wie stark und grenzenlos ihre Träume sind und ihnen Mut schenken darf, diese mit Leidenschaft zu verfolgen.
- ☐ D ... die Welt bunter machen, eingestaubte Strukturen sprengen und neue, originelle Wege erschaffen kann, die inspirieren und überraschen.
- ☐ E ... Menschen dazu ermutigen kann, ins Handeln zu kommen, Herausforderungen anzupacken und ihre kühnsten Ideen Wirklichkeit werden zu lassen.
- ☐ F ... Menschen dazu inspirieren kann, mutig neue Wege zu gehen, Horizonte zu erweitern und das Abenteuer in jedem Moment zu entdecken, egal wie groß oder klein.
- ☐ G ... eine Brücke bauen kann, die Herzen verbindet und einen Raum erschaffen darf, in dem sich alle wirklich gesehen und wertgeschätzt fühlen.

Auf den nächsten Seiten findest du die Auswertungstabelle und dein Ergebnis mit Link zu der PDF über deinen Markenherz-Typ mit konkreten Ideen, Tipps und Anregungen für dein Personal Branding, Design und dein Marketing.

Auswertung



Nun kannst du deine Antworten mit Hilfe dieser Tabelle auswerten und ganz genau ablesen, welcher der 7 Markenherz-Typen du bist. Im ersten Schritt nimmst du dir nun deine Testantworten zur Hand und markierst hier in der Auswertung deine 1 - 3 Antworten pro Frage. Im zweiten Schritt zählst du nun alle Markierungen pro Typ zusammen. Am Ende der Auswertung findest du 7 Kästchen, um dein Ergebnis einzutragen.

Frage 1

A: Typ A
B: Typ B
C: Typ F
D: Typ E
E: Typ G
F: Typ D
G: Typ C

Frage 5

A: Typ A
B: Typ B
C: Typ F
D: Typ E
E: Typ G
F: Typ D
G: Typ C

Frage 9

A: Typ B
B: Typ F
C: Typ G
D: Typ A
E: Typ D
F: Typ E
G: Typ C

Frage 13

A: Typ F
B: Typ B
C: Typ C
D: Typ G
E: Typ D
F: Typ A
G: Typ E

Frage 17

A: Typ F
B: Typ B
C: Typ A
D: Typ G
E: Typ D
F: Typ E
G: Typ C

Frage 21

A: Typ G
B: Typ F
C: Typ A
D: Typ C
E: Typ B
F: Typ D
G: Typ E

Frage 2

A: Typ B
B: Typ F
C: Typ A
D: Typ E
E: Typ G
F: Typ C
G: Typ D

Frage 6

A: Typ D
B: Typ F
C: Typ B
D: Typ A
E: Typ G
F: Typ C
G: Typ E

Frage 10

A: Typ D
B: Typ B
C: Typ F
D: Typ A
E: Typ G
F: Typ E
G: Typ C

Frage 14

A: Typ B
B: Typ C
C: Typ F
D: Typ G
E: Typ E
F: Typ A
G: Typ D

Frage 18

A: Typ A
B: Typ B
C: Typ C
D: Typ D
E: Typ E
F: Typ F
G: Typ G

Frage 22

A: Typ A
B: Typ F
C: Typ E
D: Typ B
E: Typ G
F: Typ D
G: Typ C

Frage 3

A: Typ G
B: Typ F
C: Typ B
D: Typ A
E: Typ E
F: Typ D
G: Typ C

Frage 7

A: Typ G
B: Typ B
C: Typ F
D: Typ A
E: Typ D
F: Typ E
G: Typ C

Frage 11

A: Typ B
B: Typ F
C: Typ D
D: Typ A
E: Typ G
F: Typ C
G: Typ E

Frage 15

A: Typ E
B: Typ F
C: Typ G
D: Typ B
E: Typ C
F: Typ D
G: Typ A

Frage 19

A: Typ C
B: Typ F
C: Typ D
D: Typ E
E: Typ B
F: Typ G
G: Typ A

Frage 4

A: Typ C
B: Typ F
C: Typ B
D: Typ E
E: Typ A
F: Typ G
G: Typ D

Frage 8

A: Typ A
B: Typ F
C: Typ E
D: Typ G
E: Typ B
F: Typ C
G: Typ D

Frage 12

A: Typ C
B: Typ A
C: Typ F
D: Typ E
E: Typ G
F: Typ D
G: Typ B

Frage 16

A: Typ G
B: Typ B
C: Typ F
D: Typ A
E: Typ E
F: Typ D
G: Typ C

Frage 20

A: Typ F
B: Typ C
C: Typ G
D: Typ B
E: Typ A
F: Typ E
G: Typ D

Typ A

Typ B

Typ C

Typ D

Typ E

Typ F

Typ G

Dein Ergebnis

Von Herzen Freude
mit deinem Ergebnis! ♡♡

Wohooo! Jetzt ist es endlich soweit. Auf dieser Seite gelangst du direkt zu deinem persönlichen Ergebnis. Dafür wählst du den Typ aus, der mit Abstand die meisten Antworten von dir bekommen hat. Sind zwei oder gar drei Ergebnisse nah beieinander? Dann bist du ein Mischtyp und kannst dir entsprechend auch weitere Ergebnisse als Ergänzung anschauen.

Erfahre, welche(r) der 7 Markenherz-Typen du bist, lies dein Ergebnis in Ruhe durch, lass dich inspirieren und bring dein Personal Branding damit zum Leuchten. Ich bin schon sooo gespannt, darauf, wie du dich damit fühlst! Deshalb freue ich mich sehr über eine Nachricht von dir. 😊

So kommst du zum Booklet deines Markenherz-Typs:

Du liest diese PDF **digital**? Dann klicke einfach auf den passenden Link unten und du gelangst ohne Umwege zum Download. Du brauchst nichts weiter zu tun. Diese Zeilen liegen **ausgedruckt** vor dir? Dann scanne einfach den QR-Code mit deinem Smartphone oder gib den gekürzten Link von Hand in deinen Browser ein.

