

md

INTERIOR | DESIGN | ARCHITECTURE

Menschen verbinden

.BÜRO

Firmenzentrale KAB, Kopenhagen
Virtuelle Arbeitsräume

.ÖFFENTLICHE BAUTEN

Zukunftsfähige Lichtplanung
Einladende Objektmöbel

.FARBE

Volkstheater, München
Markus Schlegel im Gespräch



PERSONAL BRANDING

MENSCH MACH MARKE!

38 400 Architekturbüros und 138 000 Architekten gibt es hierzulande, davon sind laut BDIA 6 600 Innenarchitekten. Der Wettbewerbsdruck steigt. Durch Spezialisierung und den Aufbau einer Personenmarke gelingt der Weg aus der Vergleichbarkeit.

Der Reiz der Nische: Die Innenarchitektur bietet viele spannende Herausforderungen. Daher befürchten Generalisten, die Spezialisierung sei eine Zäsur ihrer Kreativität oder hemme Anfragen. Das ist verständlich. Doch wie realistisch ist es, umfassende Erfahrung über die ganze Bandbreite aufzuweisen? Großen Büros mag das gelingen, kleinere Betriebe und Solopreneure stoßen schnell an ihre Grenzen. Wer sich hingegen seine Nische sucht, vertieft sein Know-how und ragt als Experte für bestimmte Aufgaben heraus. Dadurch ergeben sich neue Chancen: Wenn sich eine Tür schließt, öffnet sich eine andere.

Die spanische Architektin Paola Bagna ist Expertin für den Umbau von Micro-Appartements in Berlin. Bei den dortigen Immobilienpreisen ist das eine lukrative Lücke. Und Marcella Vermeer ist spezialisiert auf Wohnungen für Expats in Deutschland. Die aus den Niederlanden stammende Innenarchitektin lebt in Mannheim. Daher weiß sie, wie wichtig ein Wohlfühlort in der Fremde ist: Grundstein für ihre Marke, Beyond Borders Design.

Diese Beispiele haben nichts mit Ihnen zu tun? Doch: Selbst wenn Ihr Marktsegment noch nicht so zugespitzt ist, lohnt

es sich, Ihr Personal Brand aufzubauen. Innenarchitekten sind Menschen und ihren Bedürfnissen sehr nah, hier zählt das Persönliche und Authentische.

MENSCHEN SIND VERTRAUENSWÜRDIG

Als Personal Brand sind Sie das Gesicht Ihres Unternehmens. Ihre Zielgruppe nimmt Sie als Experten wahr und identifiziert sich mit Ihnen. Das erzeugt Vertrauen: Menschen kaufen von Menschen. Stimmt die Chemie nicht, wird kein Kunde sein Projekt in Ihre Hände legen. Deshalb ist der Aufbau einer Marke für kleine Betriebe und Einzelkämpfer eine Riesenchance. Sicher sind Top-Büros sichtbar, doch gibt es meist viele Ansprechpartner und Hierarchien. Das kann Interessenten ausbremsen, Kontakt aufzunehmen. Mit Ihrer Persönlichkeit und Alleinstellung differenzieren Sie sich, sind nahbar und tricksen renommierte Mitbewerber aus. Gutes Eigenmarketing verschafft Ihnen einen Vorsprung am Markt. Nur Mut! Denn spätestens beim ersten Kundengespräch gehen Sie ja auch all-in – als Experte und als Mensch. Warum also nicht schon jetzt gezielt an Ihrer Personenmarke arbeiten? ←



Die neue Serie „Aus der Praxis“ präsentiert Hintergrundwissen, das Ihnen jenseits Ihrer Fachkompetenz zum Erfolg verhelfen wird. Mehr unter: info.md-mag.com/karriere

Flurfunk
md

„Arbeiten Sie konstant an Ihrem Außenbild, dann entwickelt es sich **im Einklang mit Ihnen**“

6 TIPPS FÜR IHREN MARKENAUFBAU

1. Fokus

Aufgabe: Fragen Sie Kollegen und Ihr Netzwerk um Meinung und halten Sie schriftlich fest:

- ☐ Was macht Sie aus als Person?
- ☐ Was sind Ihre Stärken, Ziele und Werte?
- ☐ Welche Bereiche der Innenarchitektur wollen Sie bearbeiten?

2. Webpräsenz

Pflegen Sie einen ganzheitlichen Webauftritt mit passendem Branddesign. Zeigen Sie Leistung, Referenzen und Fotos von sich.

Aufgabe: Sammeln und sichten Sie Ihre Daten.

- ☐ Referenzen: kompakte Beschreibungen, hochwertige Fotos, Renderings und Impressionen aus dem Prozess.
 - ☐ Philosophie: Was treibt Sie an? Wofür stehen Sie?
 - ☐ Team: Stellen Sie sich und Ihre Kollegen mit ansprechenden Fotos, Kontaktdaten und kurzen, persönlichen Texten vor.
 - ☐ Branding: Spricht Ihre Website eine stringente visuelle Sprache?
- Aufgabe:** Aktualisieren Sie Ihre Website und unterteilen Sie sich die Aufgaben in kleine Einheiten,

indem Sie die Daten jeweils sammeln, anpassen, einpflegen.

3. Netzwerk

Treten Sie aktiv in Kontakt mit Menschen aus der Branche und ihrer Zielgruppe, also möglichen Kunden. Zeigen Sie Interesse und seien Sie hilfsbereit.

Aufgabe: Suchen Sie sich drei Veranstaltungen innerhalb des nächsten halben Jahres, auf denen Sie neue Kontakte knüpfen. Bringen Sie sich mit einer E-Mail ins Gedächtnis.

Aufgabe: Erweitern Sie Ihr Netzwerk auf LinkedIn oder Instagram. Interagieren Sie und stellen Sie Fragen: So bauen Sie sukzessive Beziehungen auf.

4. Kommunikation

Steigern Sie Ihre Sichtbarkeit als Personenmarke, indem Sie Ihre „Botschaft“ verbreiten: per Blog, Newsletter, Pressearbeit, Podcast oder Social Media. Beachten Sie den zusätzlichen Zeit- und Kostenaufwand.

Aufgabe: Informieren und entscheiden Sie sich.

- ☐ Gibt es ein Medium, das Sie

ohnein privat nutzen und das Ihnen liegt?

- ☐ Welcher Kanal lässt sich realistisch in Ihrem Kalender abbilden?

5. Storytelling

Aufgabe: Übertragen Sie Ihren Arbeitsalltag in Content.

- ☐ Was steht auf Ihrer Agenda? Welche Aspekte Ihrer Tätigkeit interessieren Ihre Zielgruppe?
- ☐ Sammeln Sie viele Ideen, so geht Ihnen nie die Luft aus.

6. Reflexion

Lassen Sie sich von erfolgreichen Mitbewerbern inspirieren, holen Sie sich Impulse aus anderen Kreativbranchen und bei Bedarf Expertenhilfe. Bleiben Sie sich dabei treu. Arbeiten Sie konstant an Ihrer Marke, dann entwickelt sie sich stetig und im Einklang mit Ihnen. Bei allem: Haben Sie Spaß!

Aufgabe: Erstellen Sie sich einen halbjährlichen Reviewtermin.

- ☐ Was haben Sie in der Zeit erreicht? Was ist eingeschlafen und wieso? Wo brauchen Sie Hilfe? Was haben Sie Positives erlebt?



Ute Latzke

ist Kommunikations-
expertin für die
Architekturbranche,
Autorin und
Bloggerin. Sie
konzipiert Texte für
Websites und
Fachmedien.
Als empathische
Komplizin hilft sie
ihren Kunden,
authentisch zu
kommunizieren und
digital sichtbar zu
werden.

www.utelatzke.com

Aus der Praxis: Bürogründung



Johanna Neves Pimenta
im Gespräch mit
Lars-Erik Prokop, 12:43 Architekten

Liveübertragung
7. Juli 2022
17:00 Uhr
Teilnahme kostenlos
info.md-mag.com/flurfunk

Sponsoren

 **ambright ege**  **Tarkett**