

09/26

YOU DO YOU BRANDING SIMPLIFIED

Oder:

*Wie mich die Arbeit an meiner eigenen
Marke wieder zu mir selbst führte.*

BRAN

DING



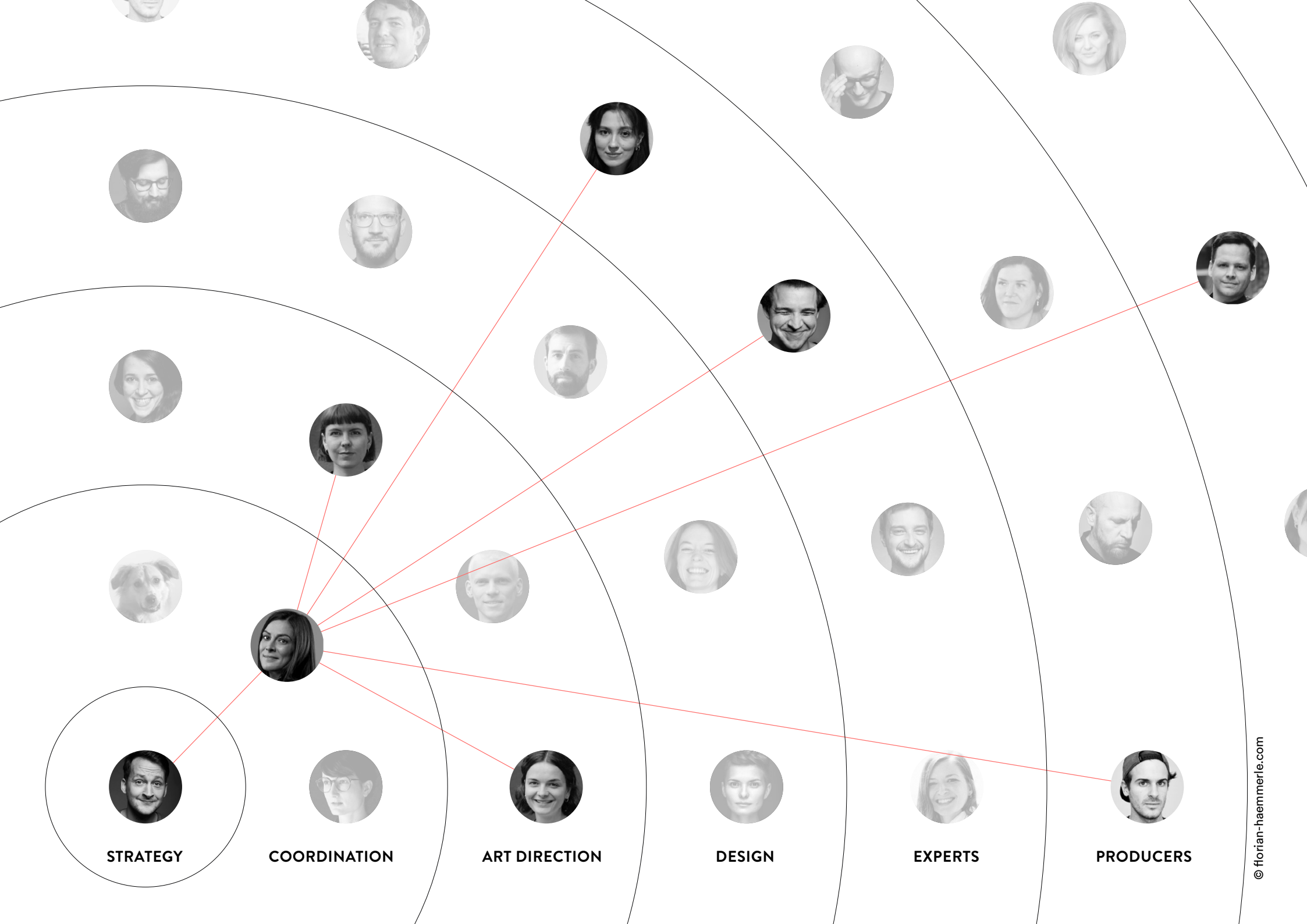
FLORIAN HÄMMERLE

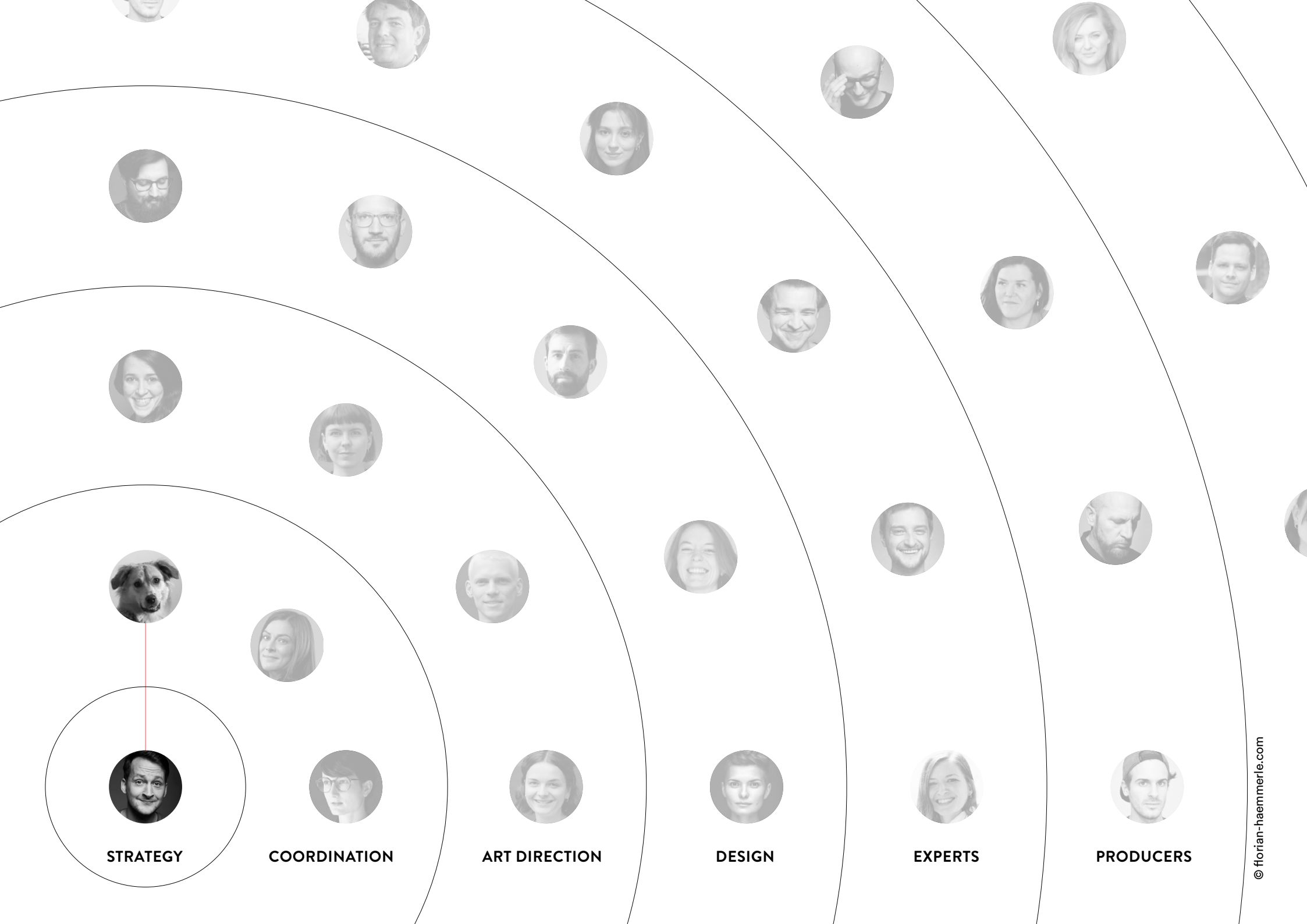
+43 650 34 30 182

hallo@florian-haemmerle.com

florian-haemmerle.com







STRATEGY



COORDINATION



ART DIRECTION



DESIGN



EXPERTS



PRODUCERS



In allem steckt etwas Echtes. *Ich mache es sichtbar.*

Branding

= Arbeit mit Startups und ethischen Unternehmen, um den Kern ihrer Ideen freizulegen – und ihn in etwas zu verwandeln, das andere sehen, begreifen und unterstützen können.

Webinars

= Solopreneure und kleine Unternehmen dabei stärken, authentische Marken von innen heraus aufzubauen – und diesen Prozess in ein Format bringen, das möglichst viele erreicht und inspiriert.

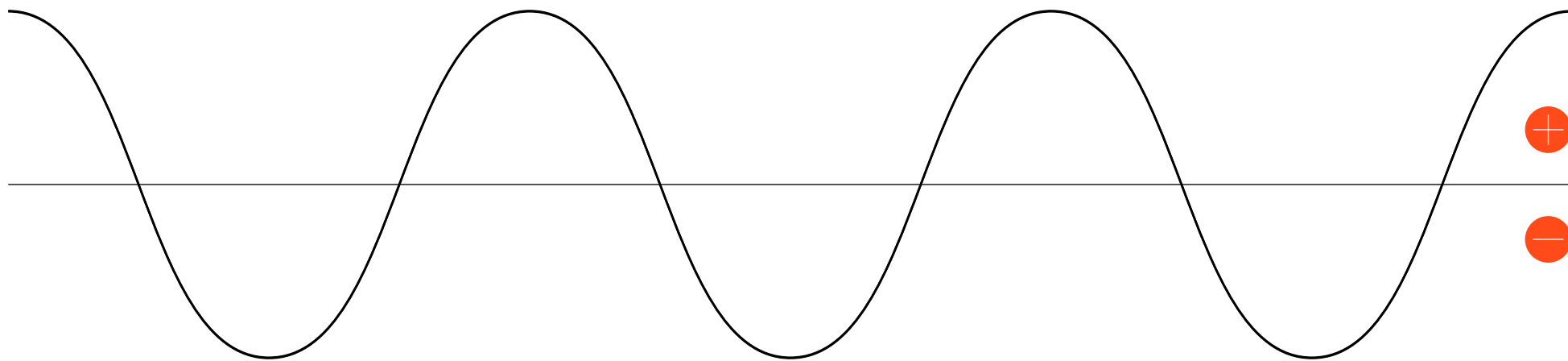
Teaching

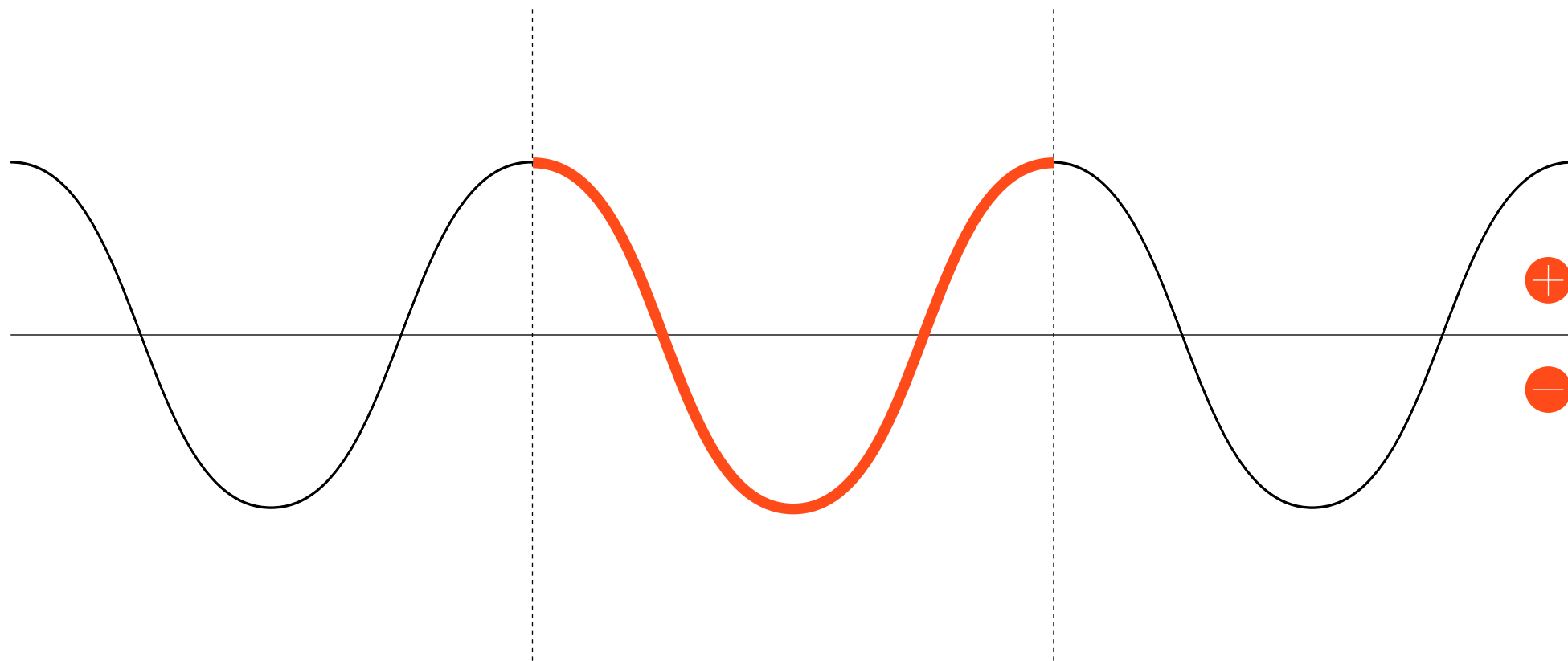
= Studierende an Hochschulen dabei begleiten, ihre Visionen und ihren inneren Antrieb in greif- und sichtbare Vorhaben zu verwandeln.

= Agenturen eine einfache Methodik vermitteln, mit der sie Marken planen und gestalten können.

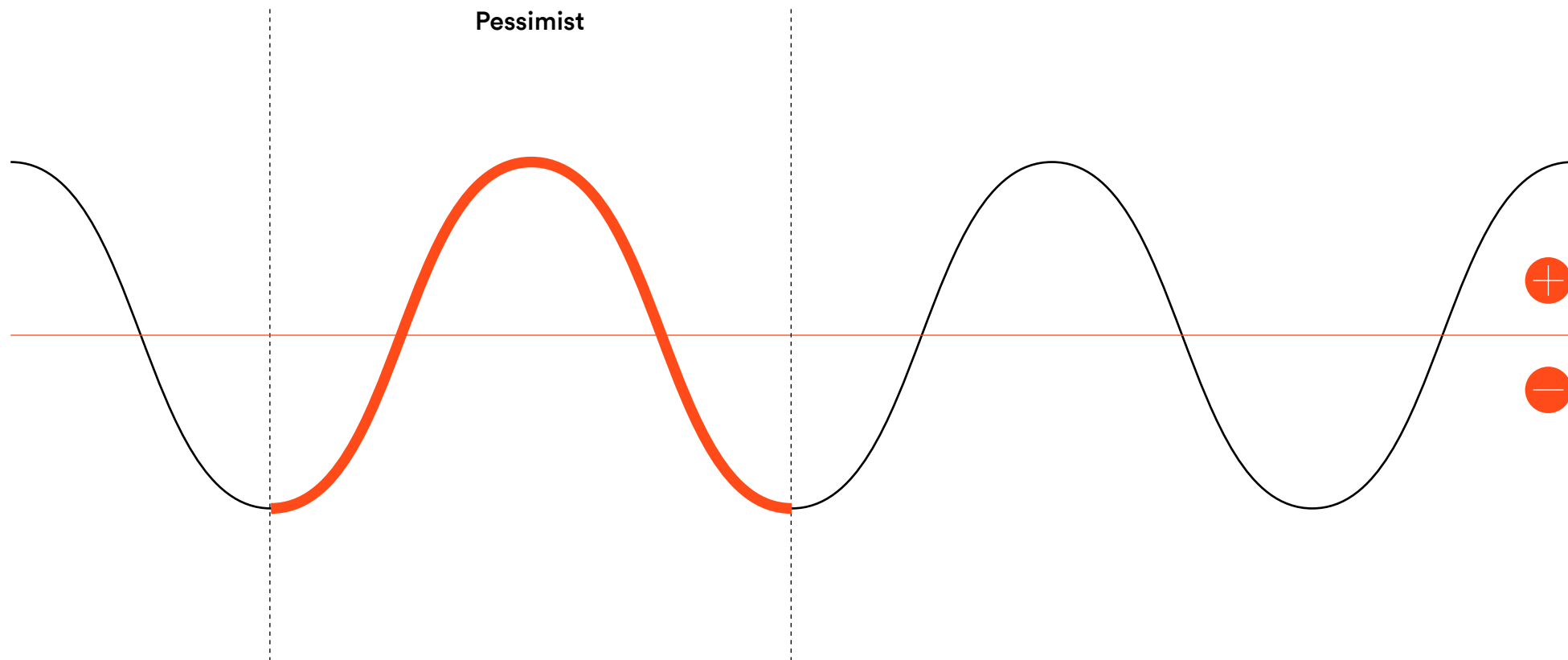
Und ...

Voice Acting
Fotografie
Schreiben

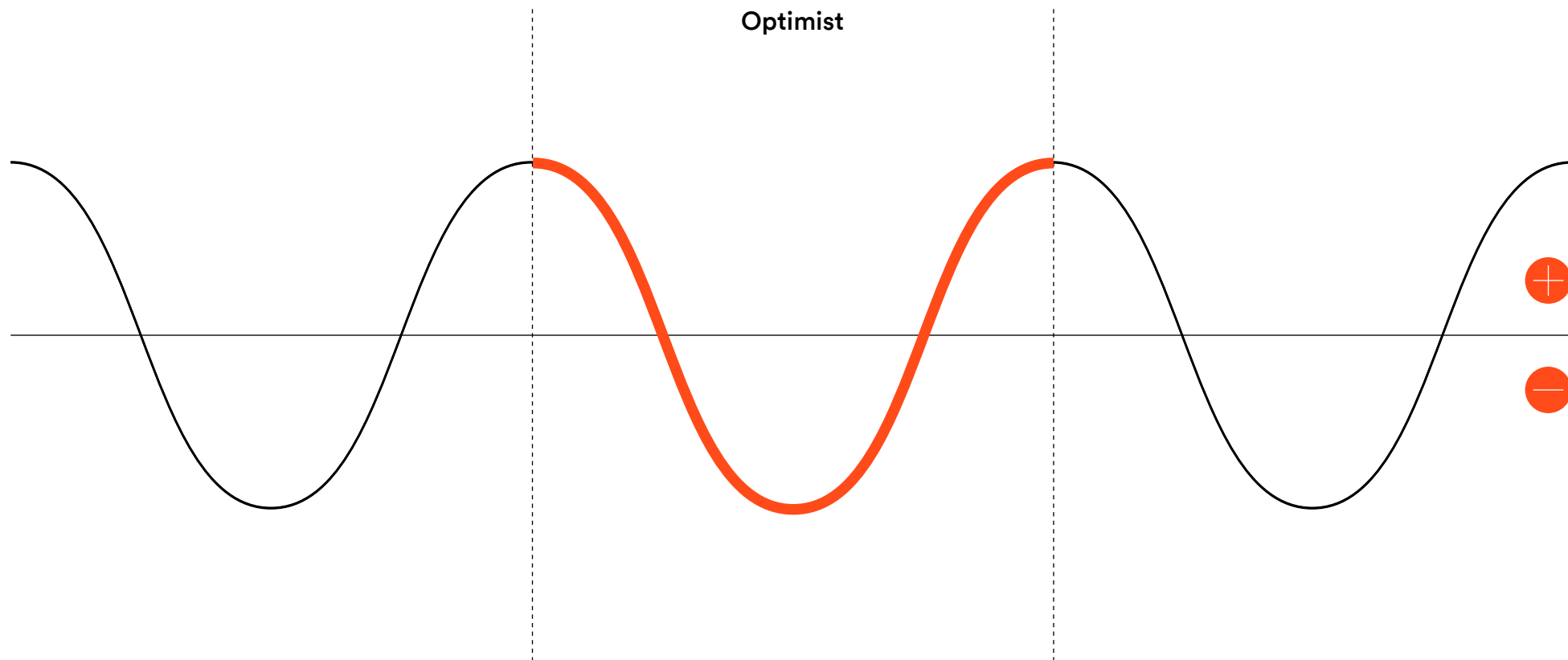




Pessimist



Optimist

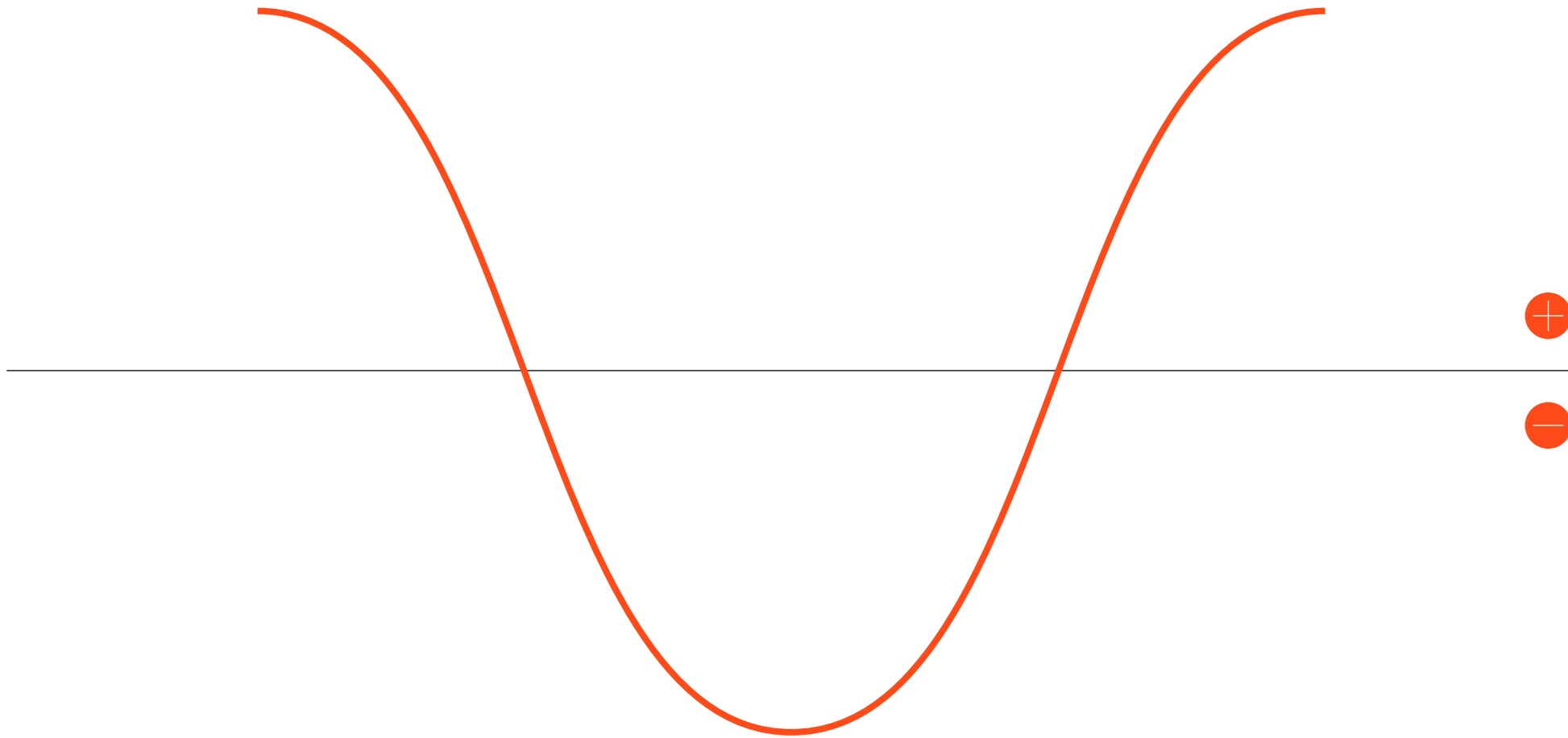


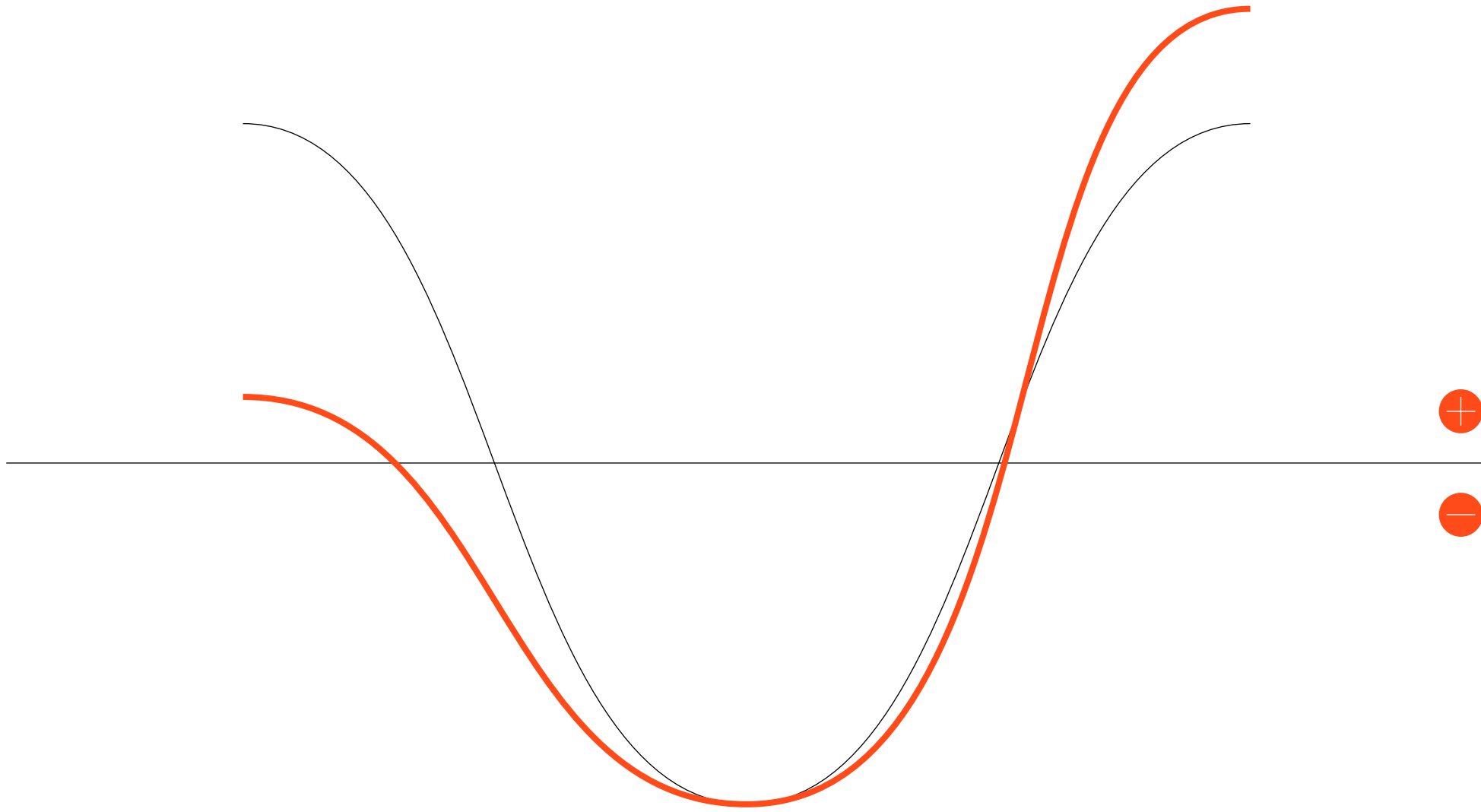
Everything will be
fine in the end.

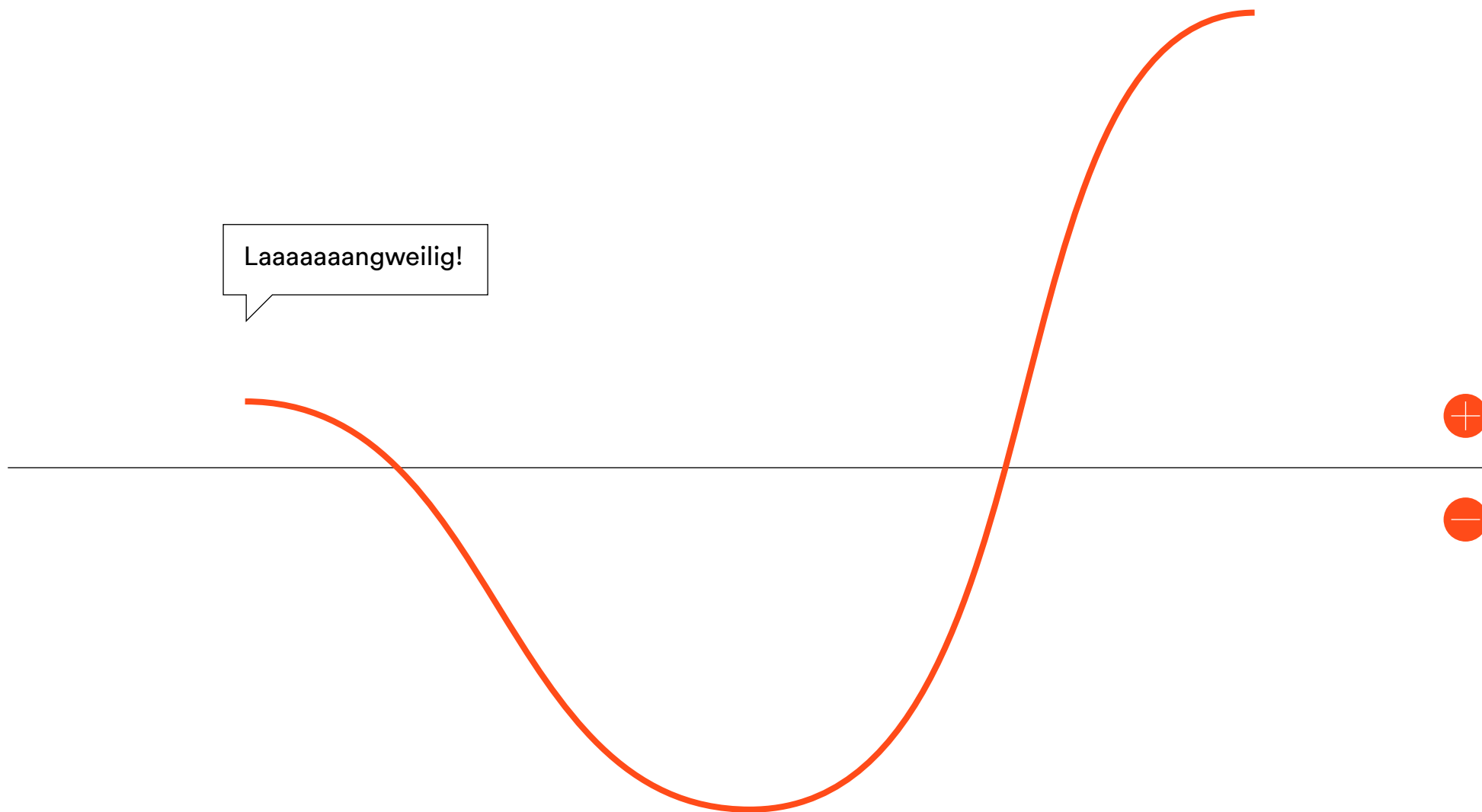
*And if it's not fine,
it's not the end.*

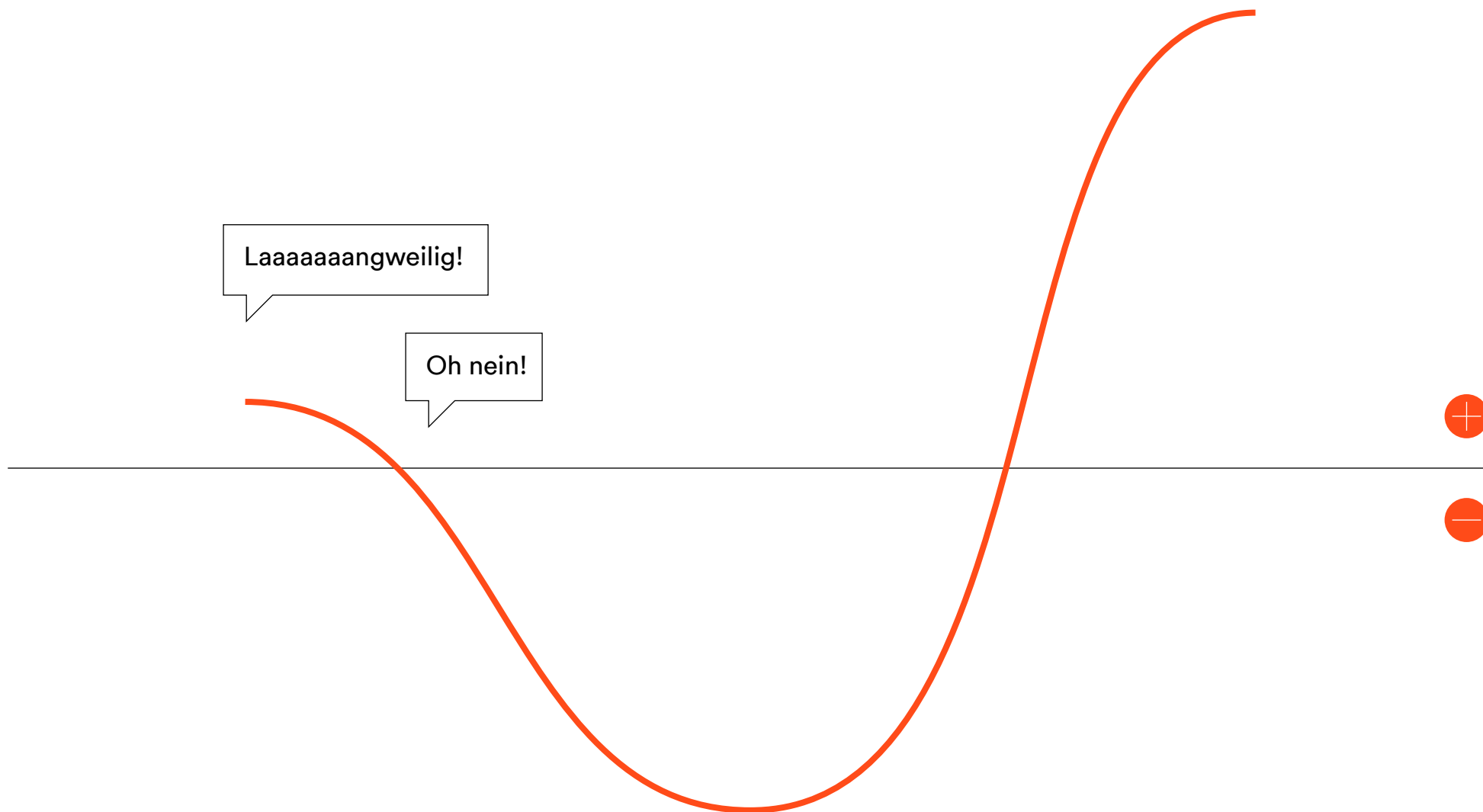


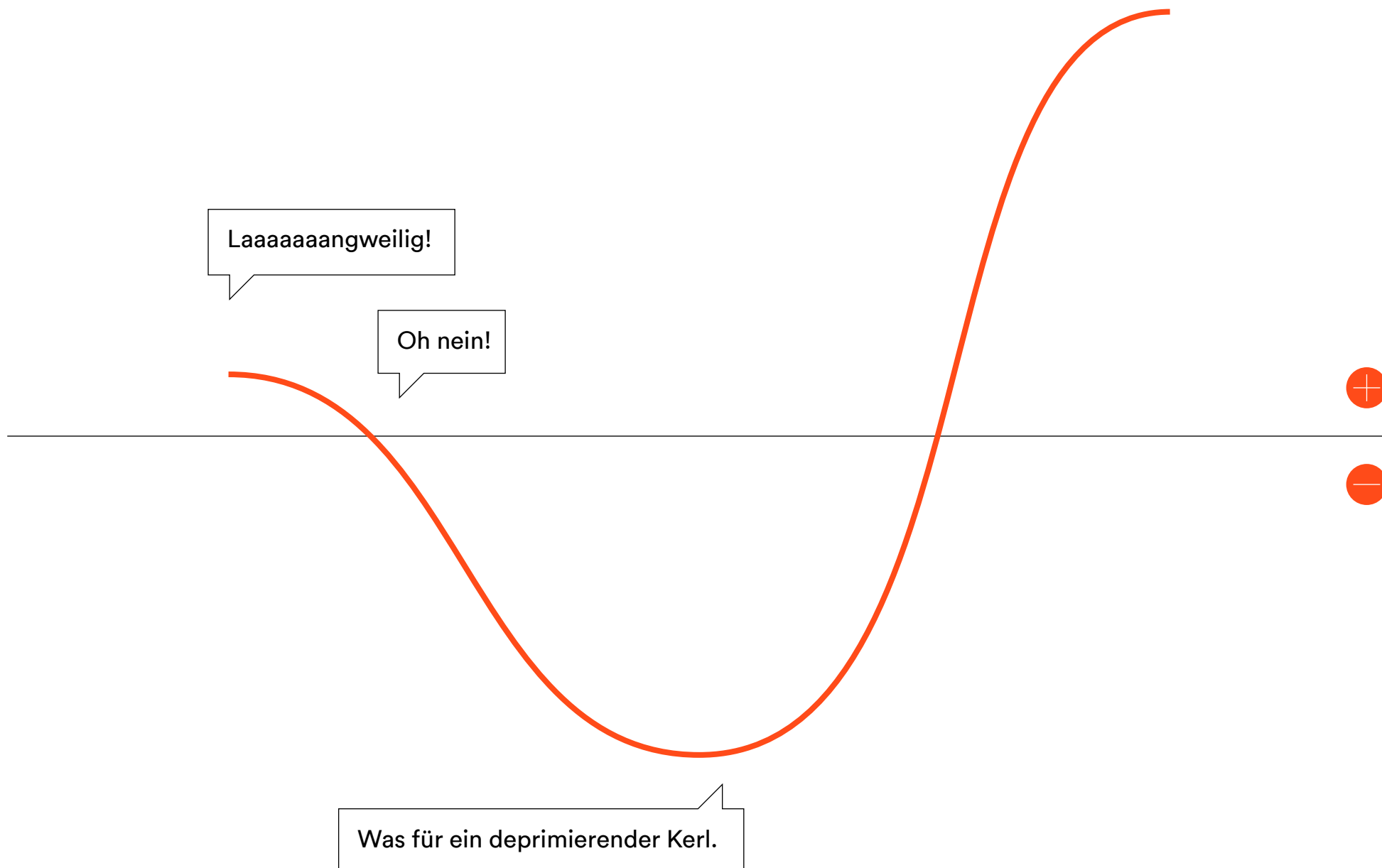
OSCAR WILDE
AUTHOR

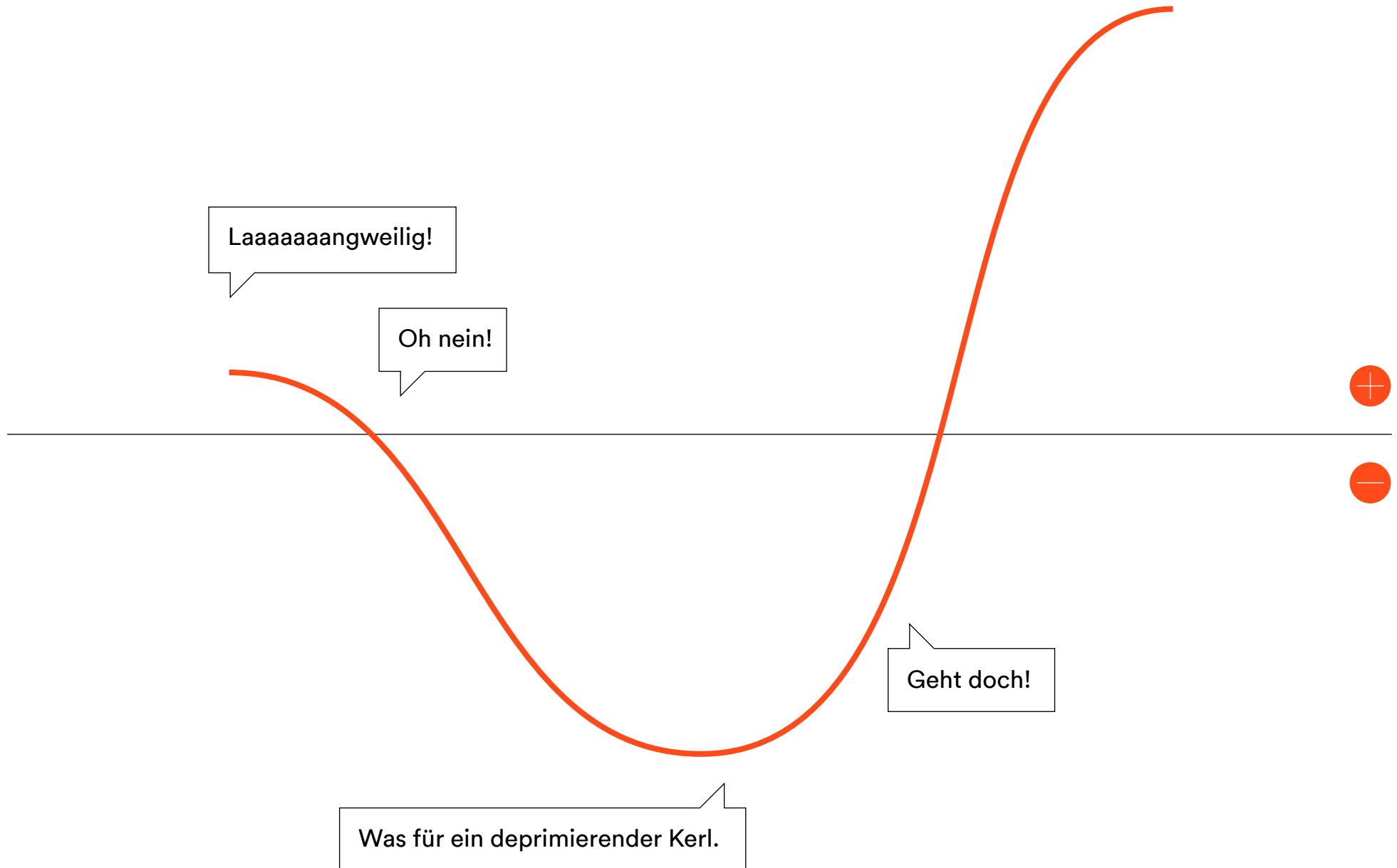


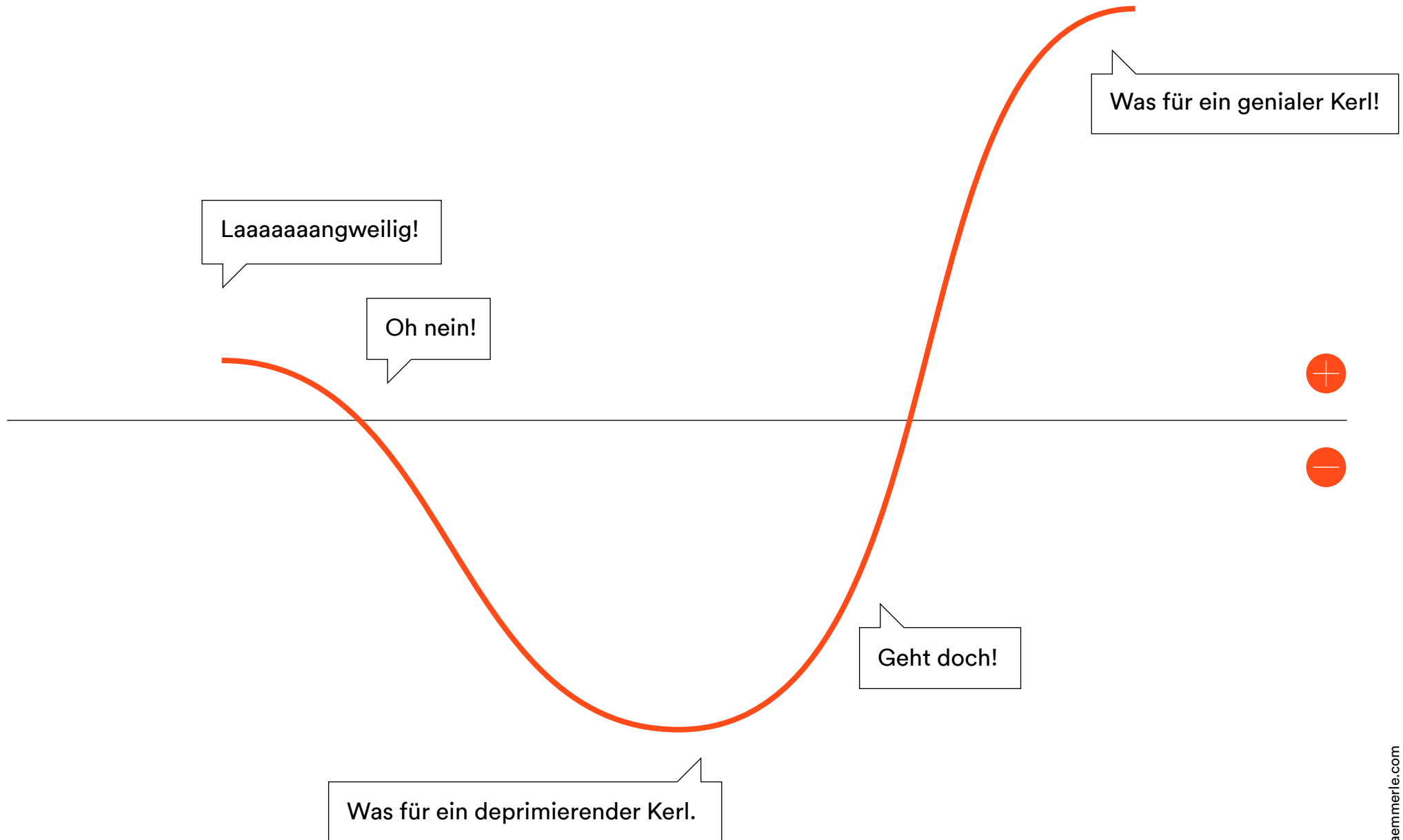


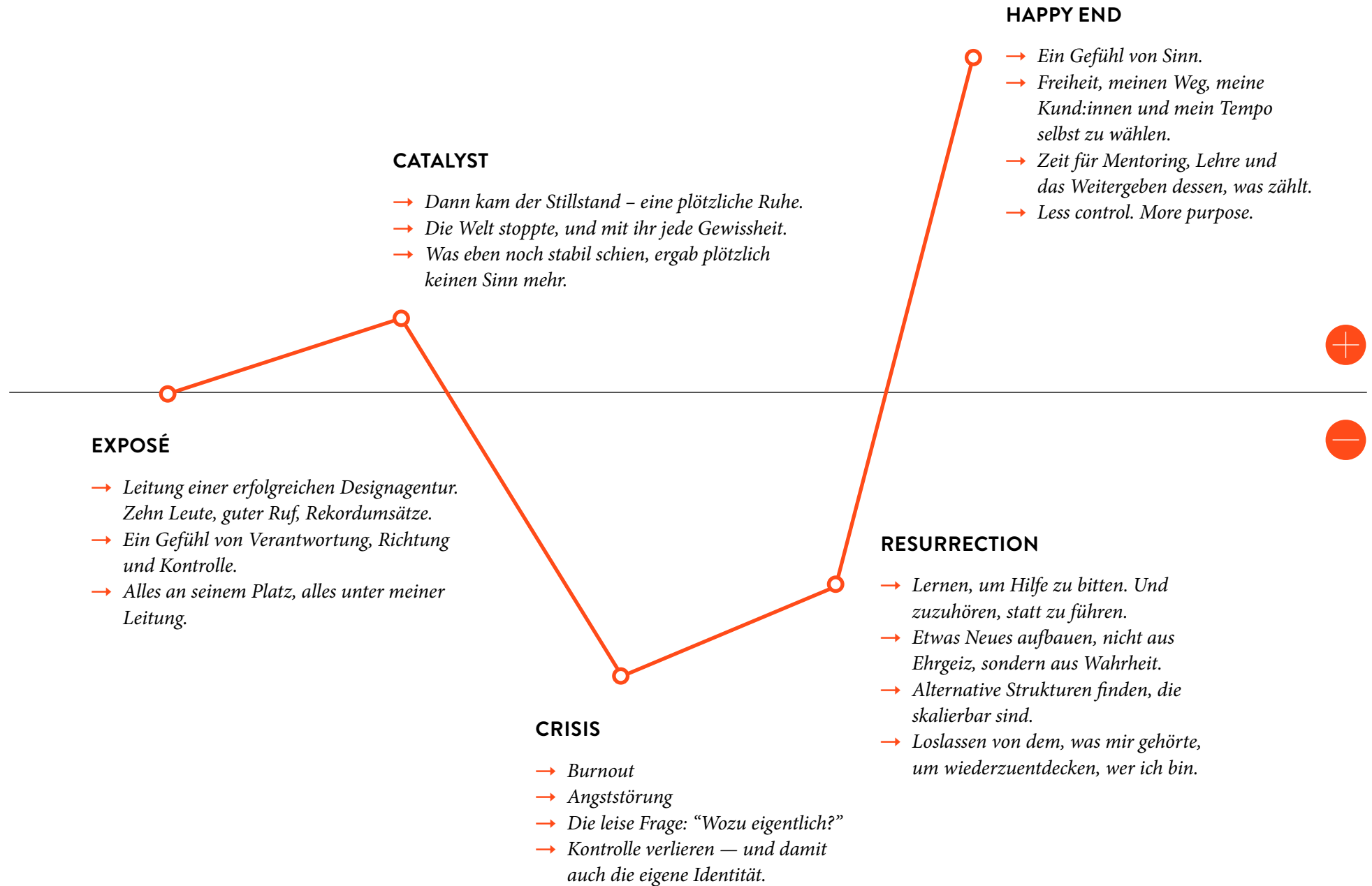








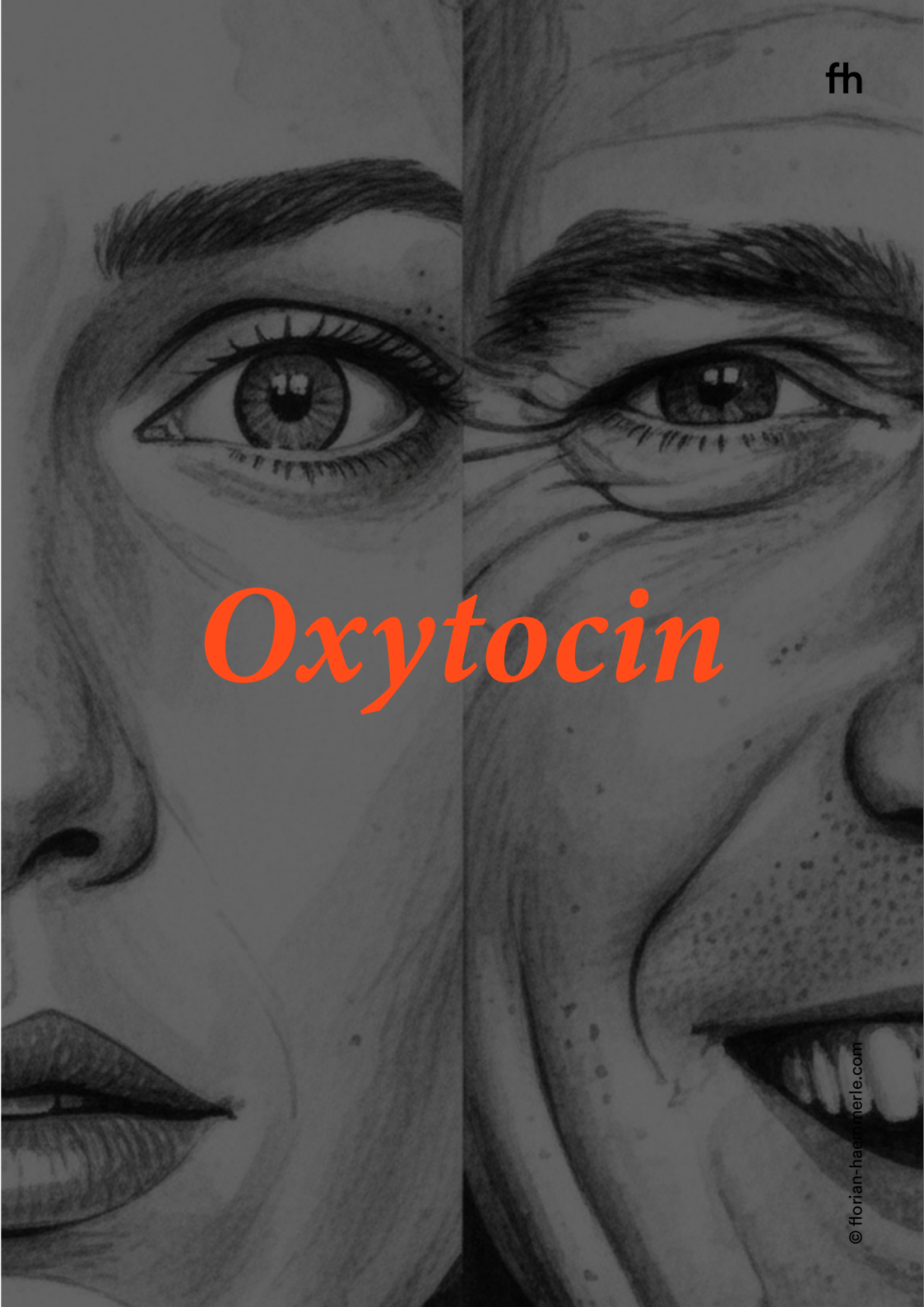








Cortisol



Oxytocin

Cortisol

Stresshormon.
Fokussiert unsere Aufmerksamkeit
auf etwas Wichtiges.

Oxytocin

Bindungshormon.
Ermöglicht Empathie,
Vertrauen, soziale Bindung.

A composite image of three faces, likely from a film or television show, shown in a grayscale, high-contrast style. The faces are partially obscured by a vertical line. The word 'Attention' is overlaid in a large, orange, serif font. A dark, ink-like splatter is visible on the face on the left.

Attention

A composite image of three faces, likely from a film or television show, shown in a grayscale, high-contrast style. The faces are partially obscured by a vertical line. The word 'Trust' is overlaid in a large, orange, serif font.

Trust

When you want to motivate,
persuade, or be remembered,
start with a story of human
struggle and eventual triumph.
*It will capture people's hearts –
by first attracting their brains.*



PAUL ZAK
NEUROECONOMIST

Negaphobie, die

Fehler

Schuld

Kritik

Verlust

Probleme

Negaphobie, die

Krise

Krankheit

Zweifel

Angst

Schwäche

LESSON N°1

OWN YOUR NARRATIVE

Willst du, dass man sich an dich erinnert,
erzähl eine Geschichte.

- Die braucht das gewisse Drama. Ohne den Konflikt bleibt sie wirkungslos.
- Sie macht Information einprägsam, indem sie lose Punkte zu einem kohärenten System verknüpft.
- Überlege dir daher, für was du erinnert werden möchtest: explizit, wie implizit.

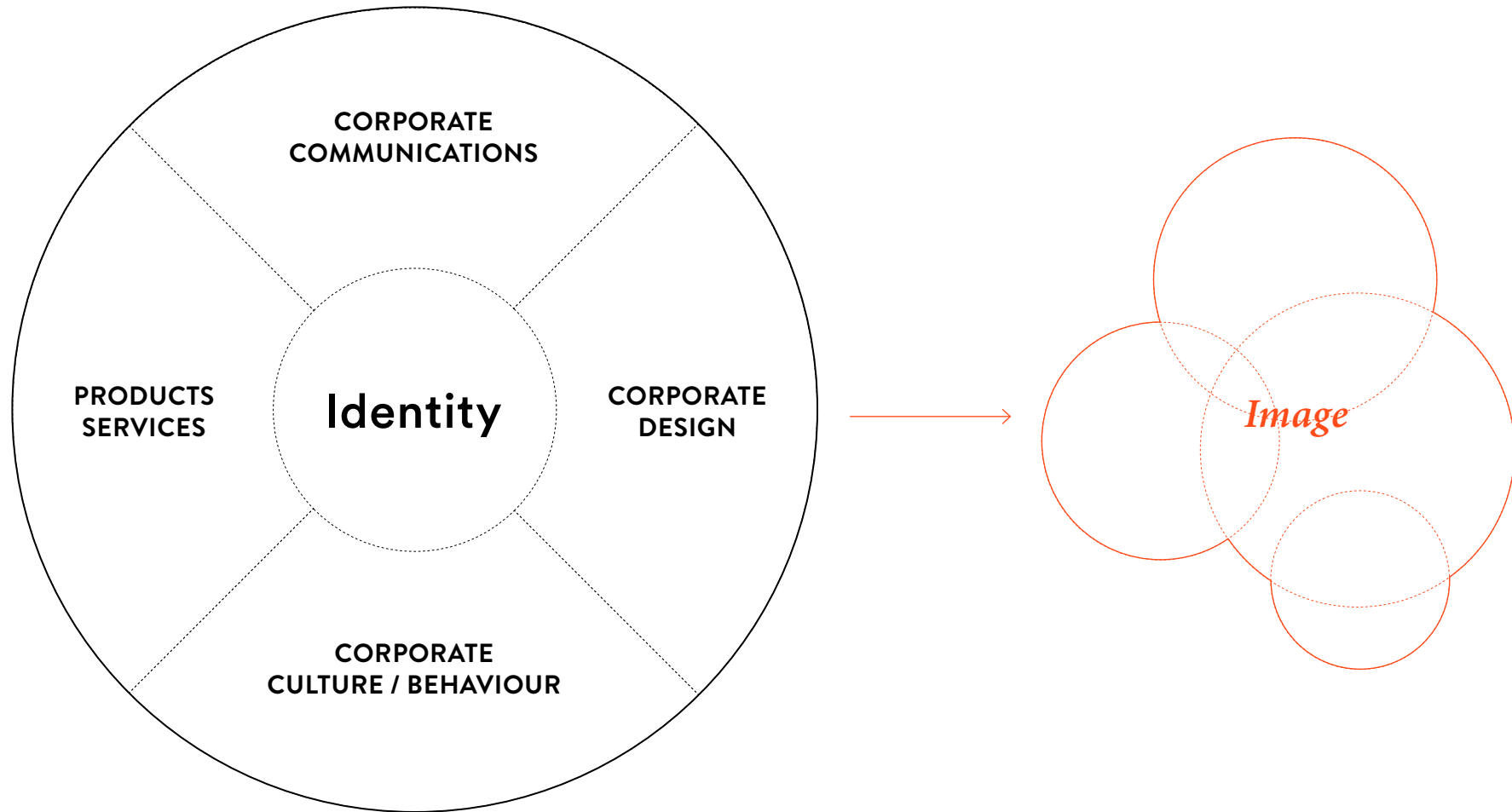
KÜRZER:

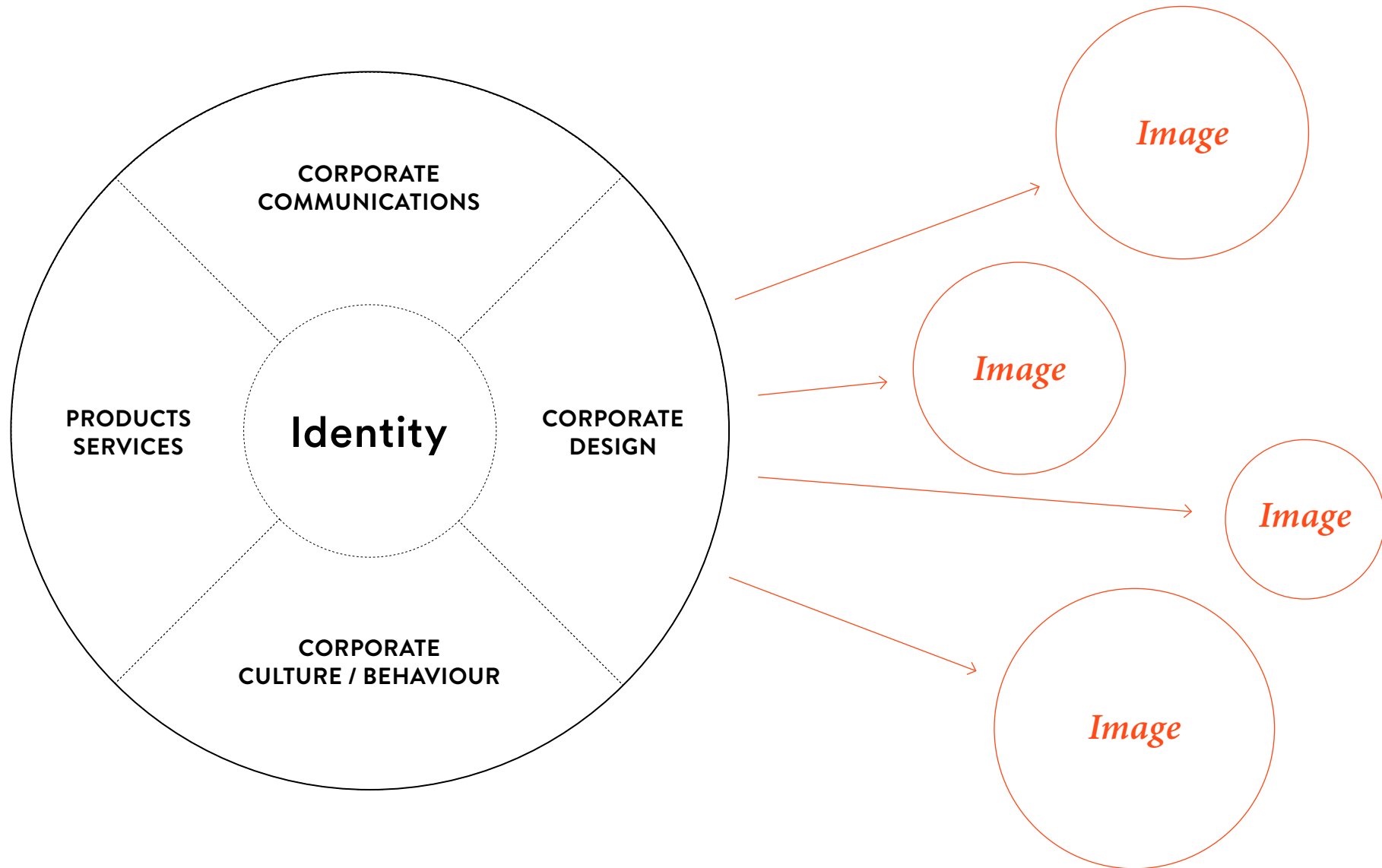
Crisis reveals Character.

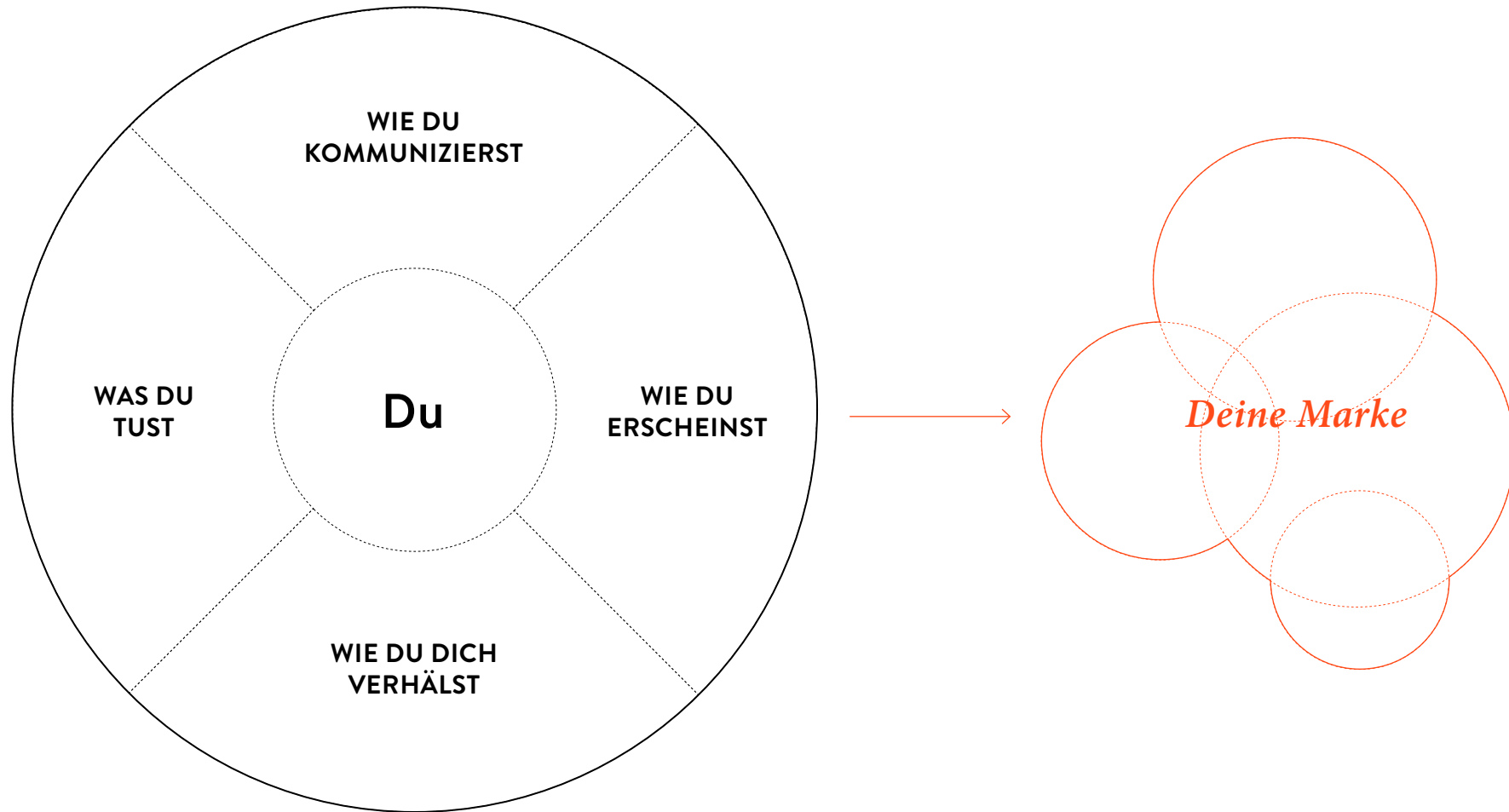
Your brand is,
*what other people
say about you, when
you leave the room.*



JEFF BEZOS
PART-TIME PHILOSOPHER









LESSON N°2

GO, BRAND YOURSELF

Es gibt keinen Schalter, um deine Marke ein- oder auszu-schalten. Sie existiert bereits.

- Du kannst eine Marke nicht "besitzen", nicht "kontrollieren", nur beeinflussen.
- Jedes deiner Signale ergänzt ein Mosaik
- Branding bedeutet, sich zu entscheiden, wie dieses Bild aussehen soll.

KÜRZER:

You are a brand. Start acting like it.

Beziehungsebene
emotional / interpretativ / implizit
einzigartig

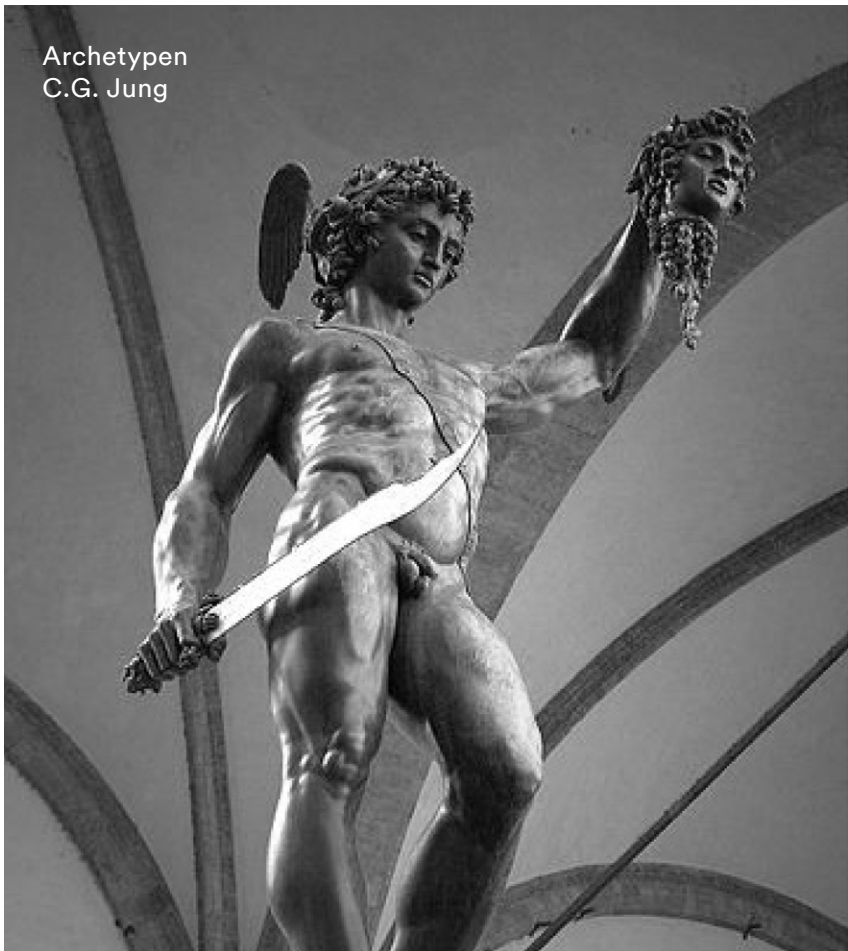
Bedeutung

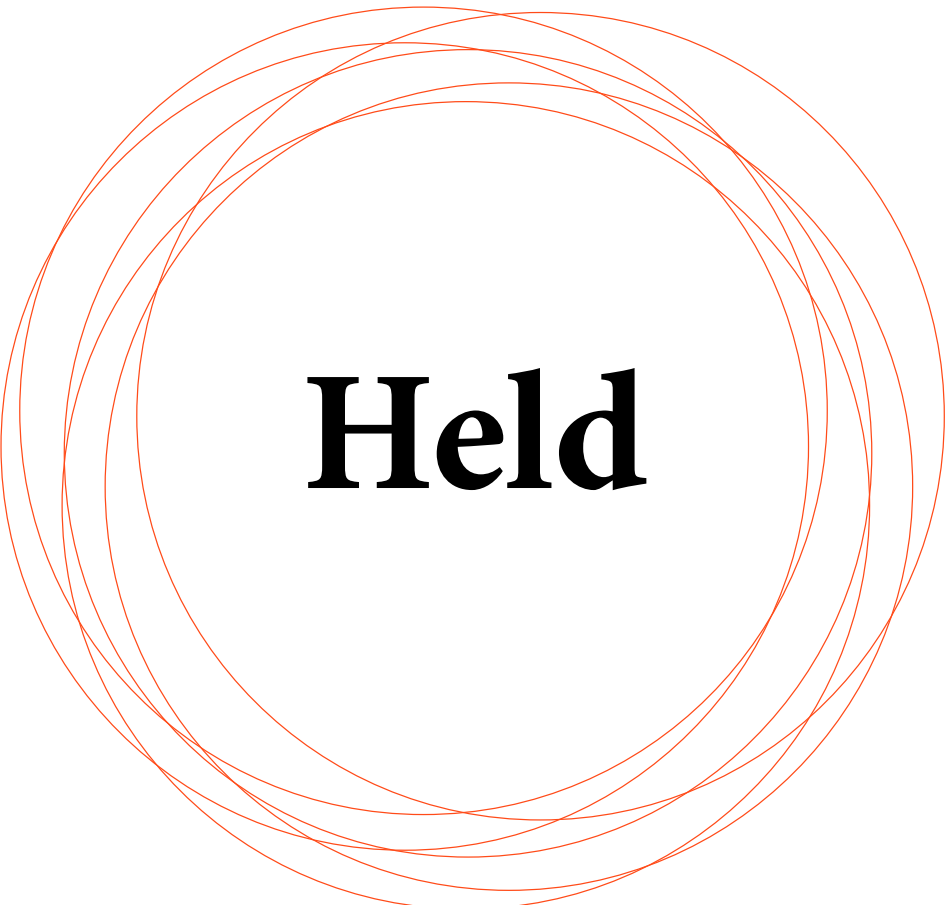


Sache

Sachebene
rational / messbar / explizit
vergleichbar

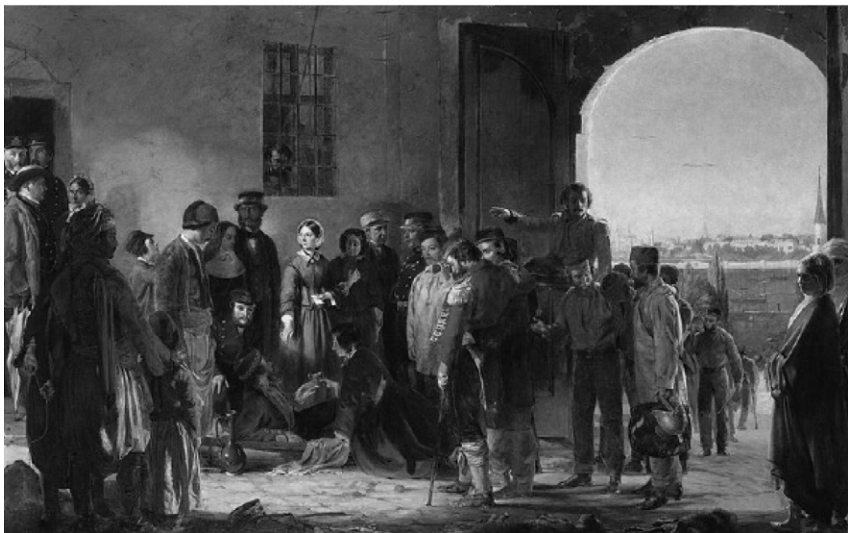
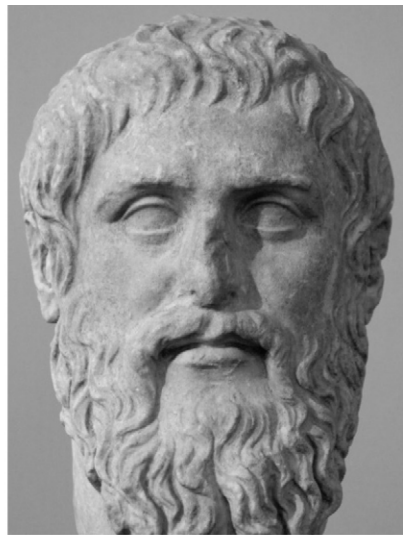
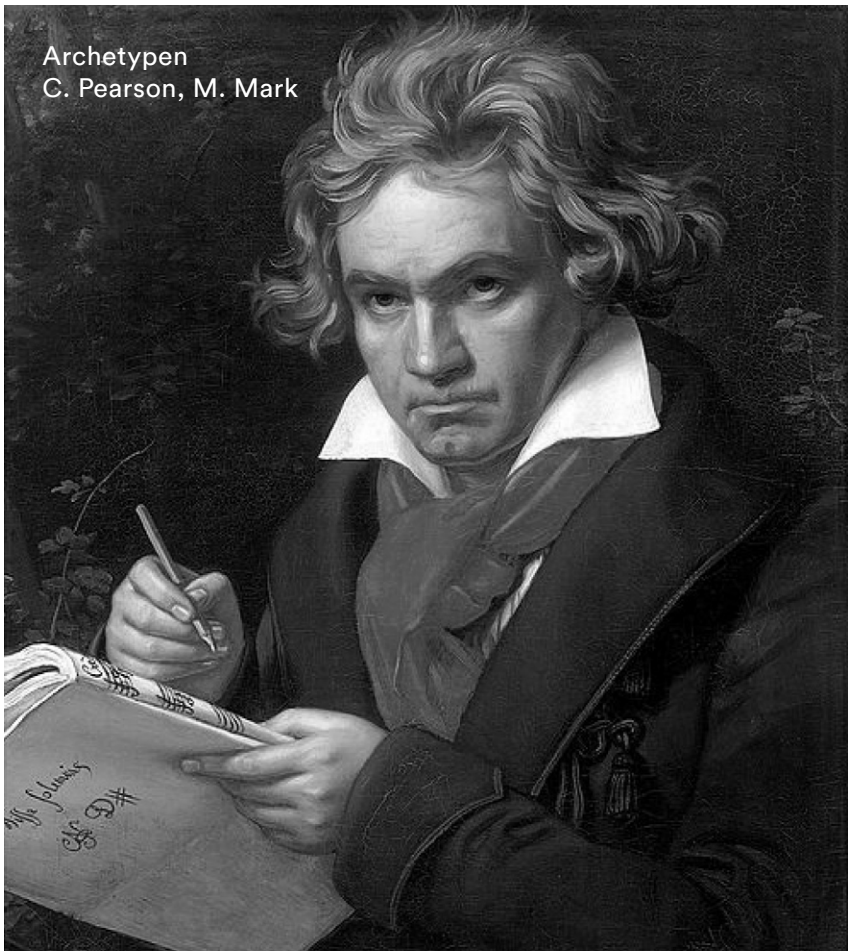
Archetypen
C.G. Jung

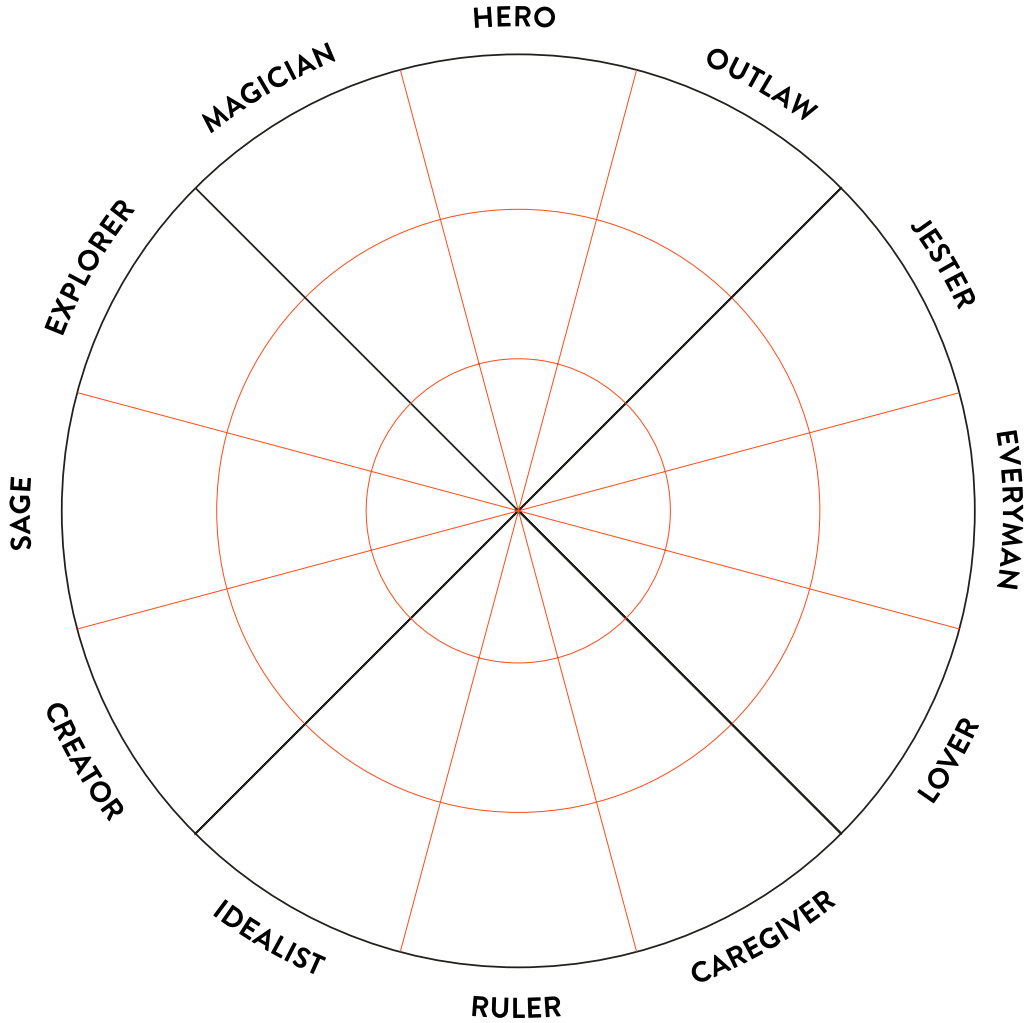


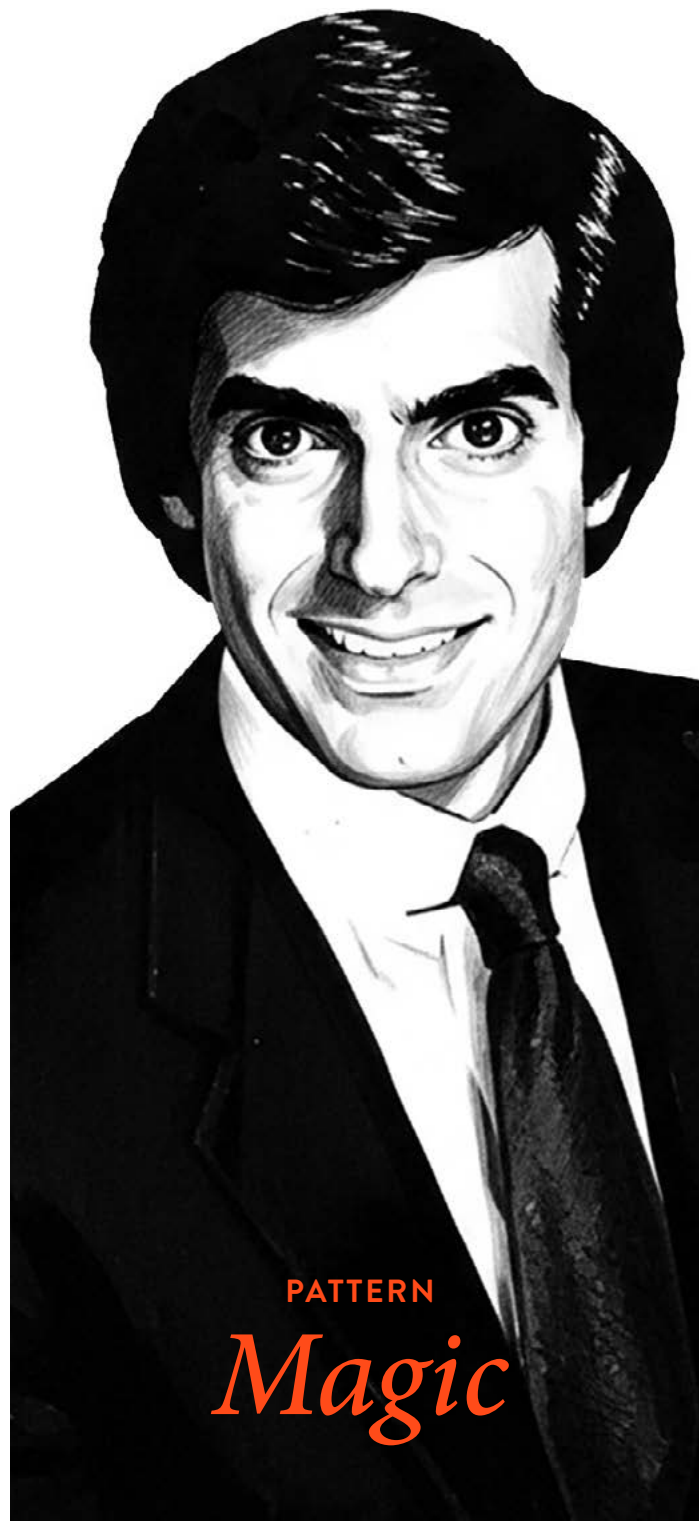
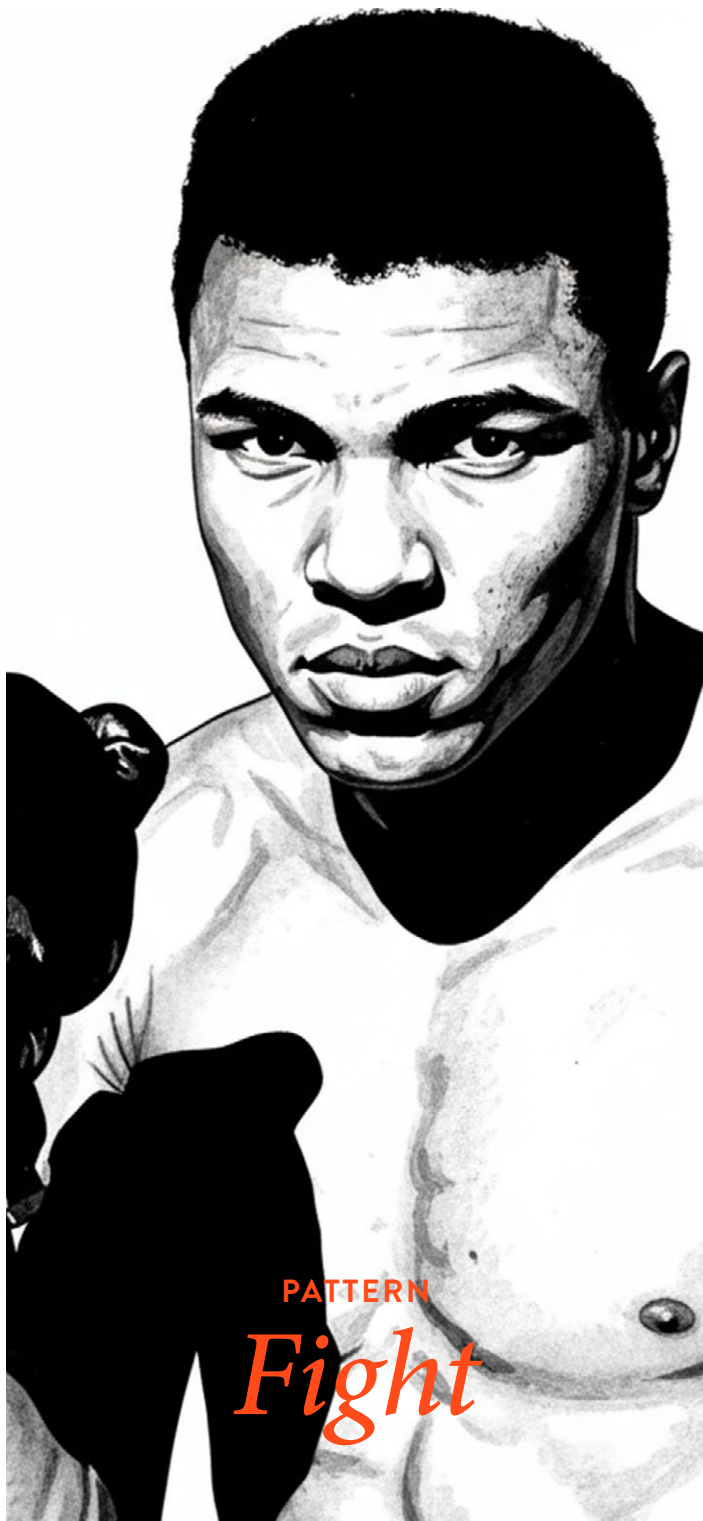


Held

Archetypen
C. Pearson, M. Mark









IF YOU HELP HER
CHOOSE THE
CLOTHES
SOMEONE ELSE
WILL TEAR,
SHE'S SEEING YOU
WITH *braids*.

A man with two long blonde braids is sitting on a purple velvet couch in a dressing room. He is wearing a light blue polo shirt and brown pants. In the background, three women in bikinis are standing near a mirror and a clothing rack. A can of Axe deodorant is visible in the bottom right corner.

STOP BEING A FRIEND
AND START BEING A MAN

fh

DON'T WANT

A man wearing a helmet and sunglasses is riding a Harley-Davidson motorcycle on a highway. The motorcycle is in the foreground, and another motorcycle is visible in the background. The scene is set on a multi-lane highway with a clear sky.

SCREW IT, LET'S RIDE
TEST RIDE A HARLEY-DAVIDSON® MOTORCYCLE AT YOUR NEAREST DEALER. SHI
GO TO H-D.COM TO START YOUR JOURNEY.

© H-D 2014. Harley, Harley-Davidson and the Bar & Shield logo are among the trademarks of H-D U.S.A., LLC.

Beziehungsebene
emotional / interpretativ / implizit
einzigartig

Marke



Produkt

Sachebene
rational / messbar / explizit
vergleichbar



A Daimler Brand

A class ahead.

The new generation C-Class. www.mercedes-benz.mpc/c-class.



125! years of innovation

 Mercedes-Benz
The best or nothing.

fh

STAY



GO



© 2007 Jeep. All rights reserved. Jeep is a registered trademark of Chrysler Group LLC.

IS IT LOVE?



MINI COOPER



Im Jahr 2000 schon bestes Importauto. Hat er die Auto Motor Sport-Leser 2001 restlos überzeugt. Fahrgefühl, Technik und Sicherheitsstandards machen ihn zum Auto des Jahres. Vielen Dank. Und Prost.

Speed records need witnesses.
Thus, the four doors.



 The Ultimate Driving Machine

© 2007 BMW of North America, LLC. The BMW logo and name are registered trademarks. All rights reserved.

© florian-haemmerle.com

Beziehungsebene
emotional / interpretativ / implizit
einzigartig

Sicherheit



Auto

Sachebene
rational / messbar / explizit
vergleichbar

Beziehungsebene
emotional / interpretativ / implizit
einzigartig

Freiheit



Auto

Sachebene
rational / messbar / explizit
vergleichbar

Beziehungsebene
emotional / interpretativ / implizit
einzigartig

Macht



Auto

Sachebene
rational / messbar / explizit
vergleichbar

Beziehungsebene
emotional / interpretativ / implizit
einzigartig

Spaß



Auto

Sachebene
rational / messbar / explizit
vergleichbar

Beziehungsebene
emotional / interpretativ / implizit
einzigartig

Liebe



Auto

Sachebene
rational / messbar / explizit
vergleichbar

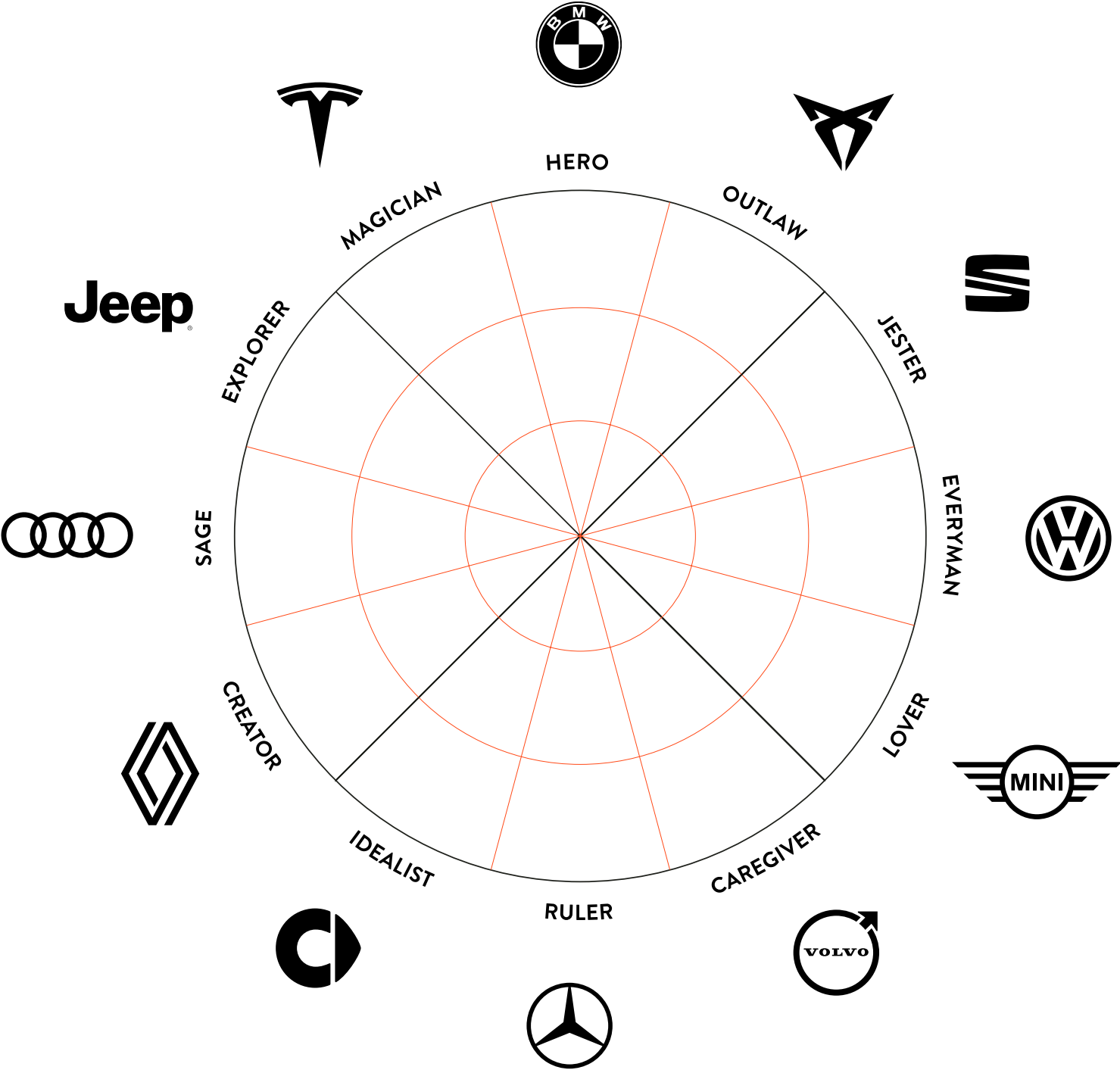
Beziehungsebene
emotional / interpretativ / implizit
einzigartig

Männlichkeit



Auto

Sachebene
rational / messbar / explizit
vergleichbar



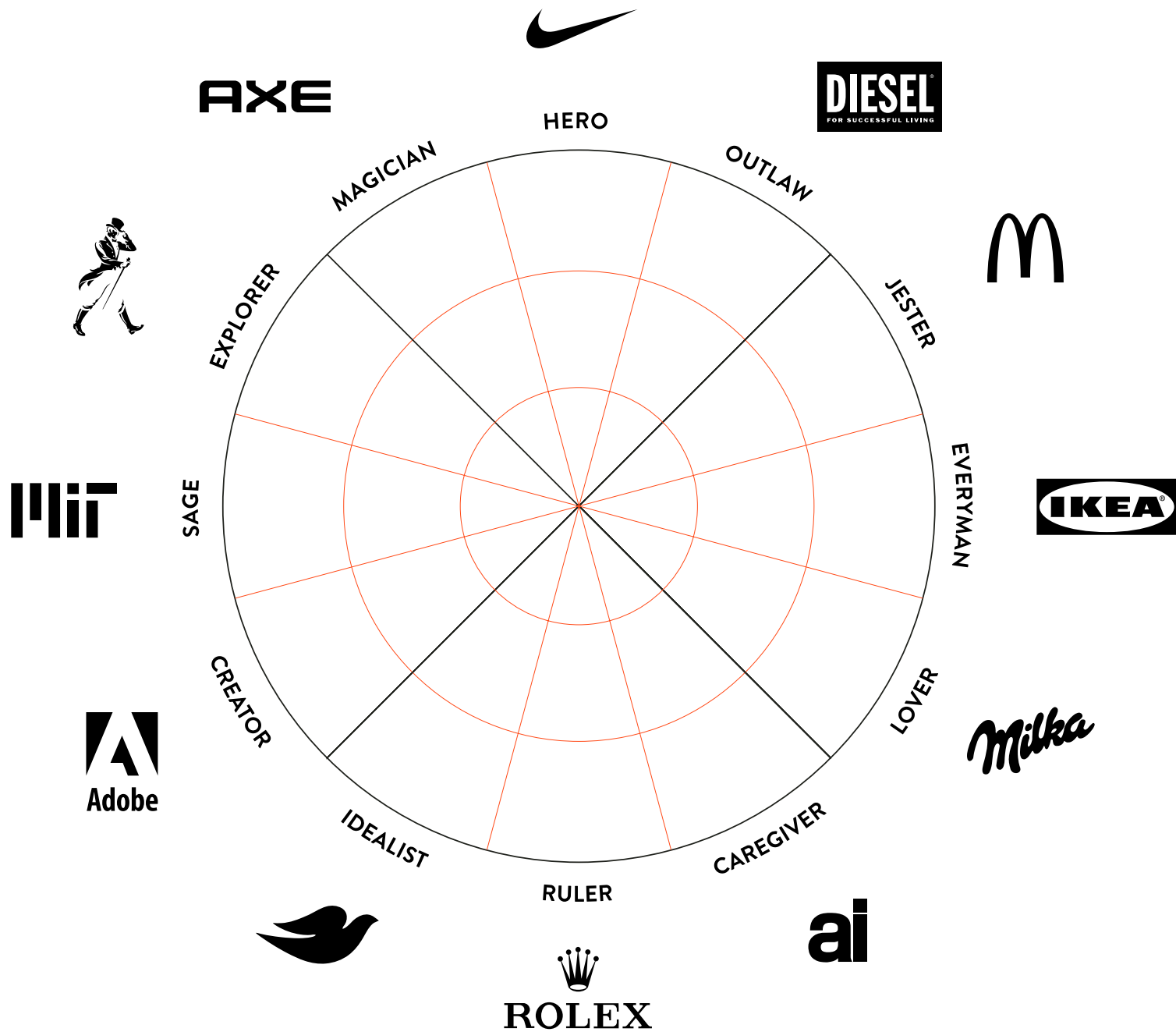
LESSON N°3

INSIDE OUT

- Archetypen sind Storytelling-Charaktere. Sie sind emotional, intuitiv erkennbar und auch ohne Marketing-Know-how leicht einzusetzen.
- Archetypen beschreiben ein menschliches Verhaltensmuster (das Wie), das eng mit dem Markenkern (dem Warum) verbunden ist.
- Archetypen bilden eine Brücke zwischen Identität und Kommunikation einer Marke.

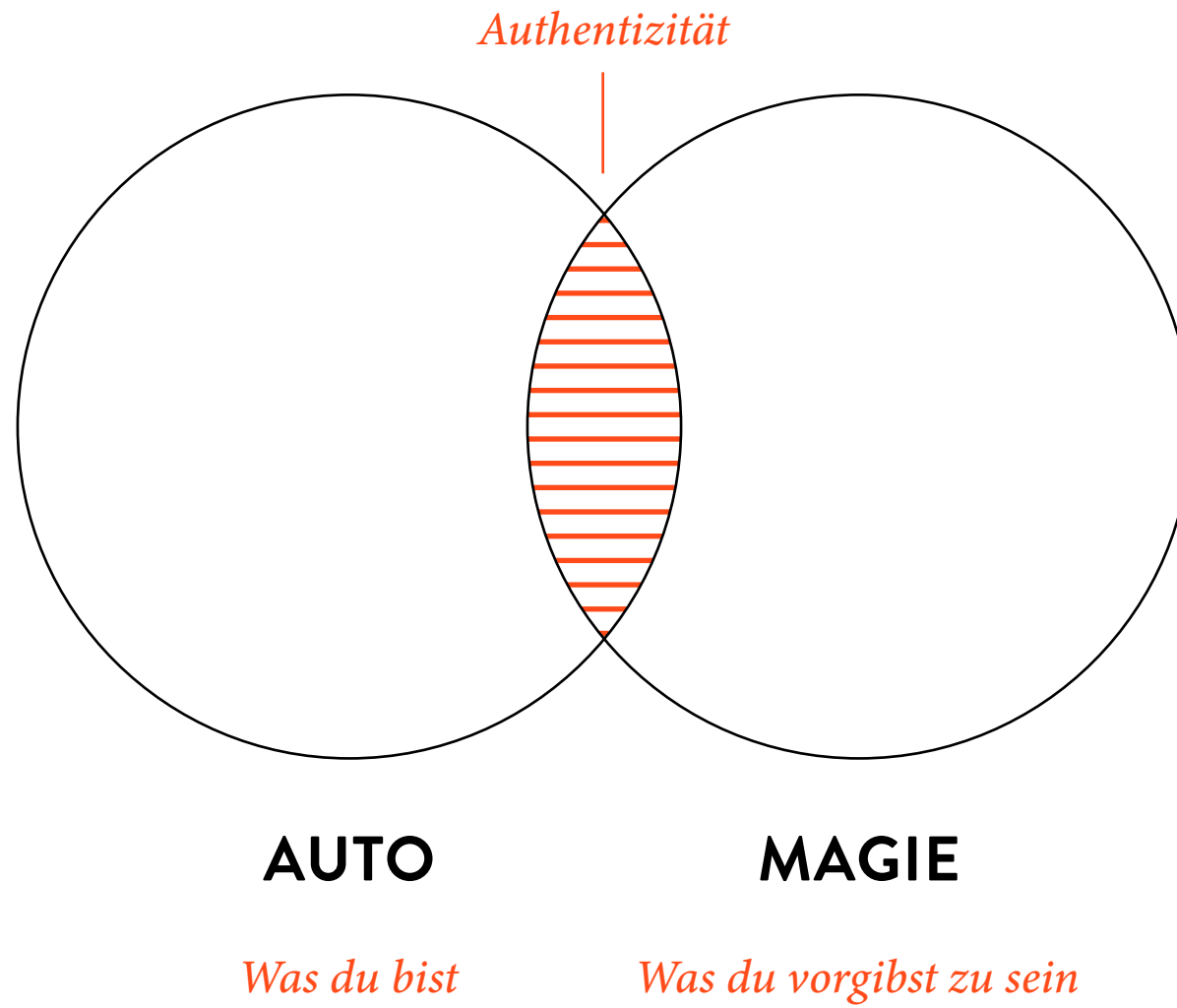
IN SHORT

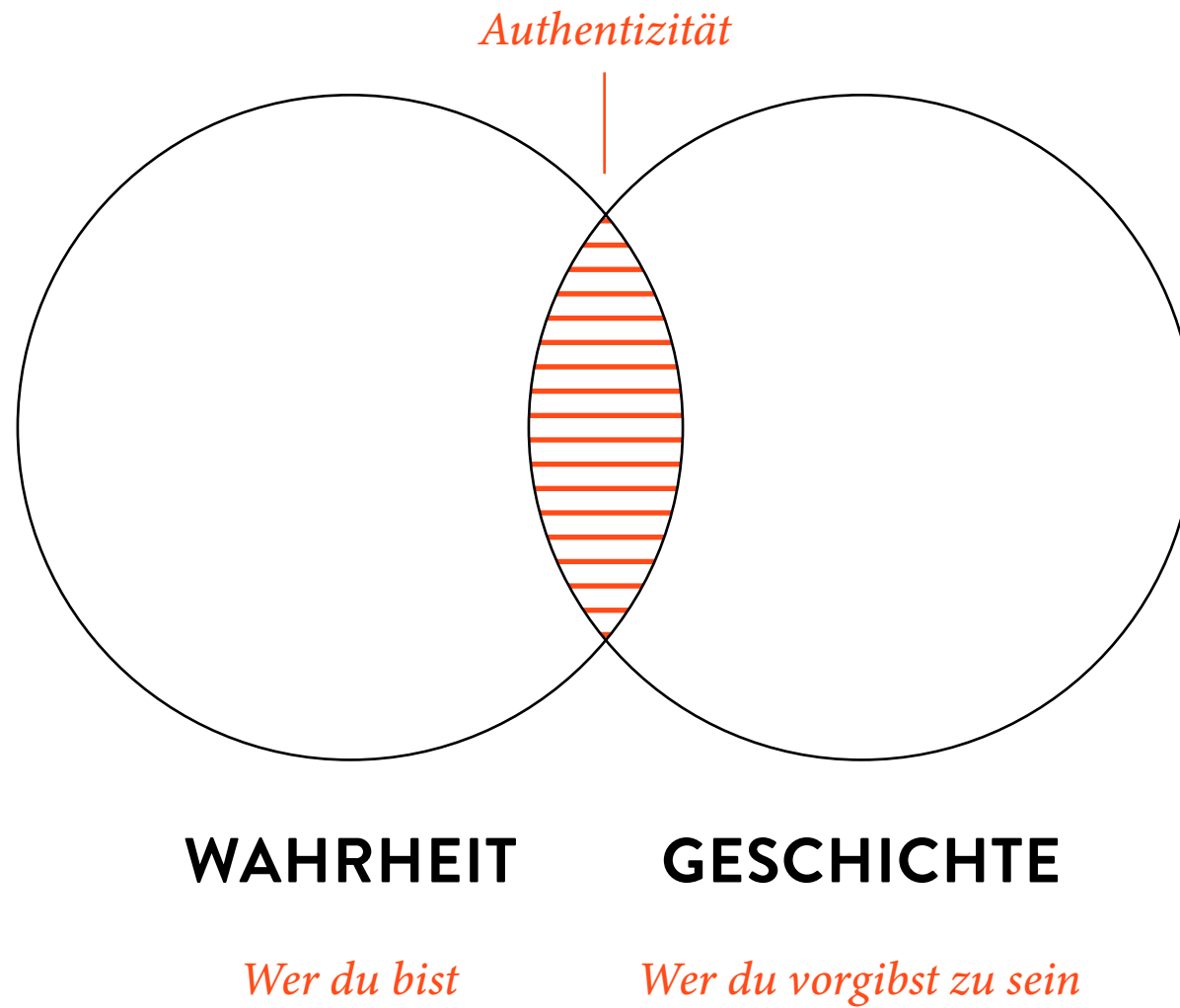
Archetypes are a Shortcut to Meaning.

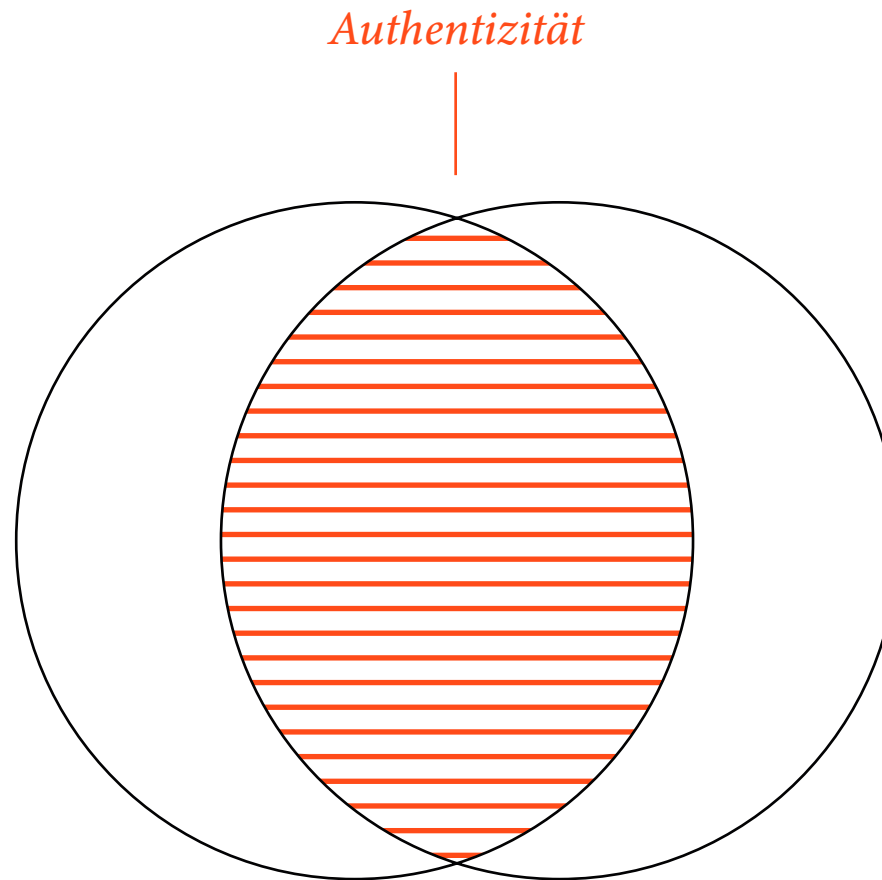


**Das ist ja überhaupt
nicht authentisch!**

No Shit, Sherlock.







WAHRE GESCHICHTE

*Identity =
Kommunikation*

LESSON N°4

YOU DO YOU

Deine "Story" braucht einen Hauptcharakter. Bleib bei dir selbst und du vereinfachst alles:

- Du unterscheidest dich ganz automatisch von anderen, die Ähnliches oder das Gleiche machen.
- Du ziehst Menschen an, die deine Werte / Ideale teilen.
- Du verschwendest weniger Energie, jemanden zu spielen, der du gar nicht bist.

KÜRZER:

The best story is a true story.

EINLADUNG

*Ich behaupte, jeder kann mit Archetypen arbeiten.
Nicht nur als Designer / Brander / Storyteller.*

- Sieh dir die folgende Auflistung von Archetypen an.
- Identifiziere jene Archetypen, die dich widerspiegeln. Finde Erklärungen für deine Wahl. Das hilft dir, direkt auf die Beziehungsebene zu springen.
- Um es zu vereinfachen, starte deine Sätze mit *“Ich bin ein*e ..., weil ...”*

sucht / erfüllt
ZUGEHÖRIGKEIT

EVERYMAN
Jedermann*frau



*Zugänglichkeit
Community
Bodenständigkeit*

sucht / erfüllt
ANERKENNUNG

OUTLAW
Rebell*in



*Rebellion
Disruption
Protest*

sucht / erfüllt
SELBSTVERWIRKLICHUNG

CREATOR
Schöpfer*in



*Vorstellung
Ausdruck
Innovation*

sucht / erfüllt
STABILITÄT

RULER
Herrscher*in



*Ordnung
Kontrolle
Autorität*

LOVER
Liebhaber*in



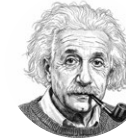
*Leidenschaftlichkeit
Connection
Sinnlichkeit*

MAGICIAN
Magier*in



*Transformation
Vision
Wunder*

SAGE
Weise



*Sachlichkeit
Wahrheit
Insight*

CAREGIVER
Beschützer*in



*Mitgefühl
Dienst
Schutz*

JESTER
Spaßvogel



*Verspieltheit
Spontanität
Freude*

HERO
Held*in



*Mut
Leistung
Resilienz*

EXPLORER
Entdecker*in



*Freiheit
Neugierde
Entdeckung*

IDEALIST
Idealist*in



*Hoffnung
Integrität
Glaube*

Ich bin ein Herrscher, weil

ich mit Stimme, Präsenz und Überzeugung führe.

ich Verantwortung übernehme, auch wenn andere zögern.

ich sichere Räume schaffe, in denen Menschen wachsen können.

ich natürliche Autorität mitbringe und weiß, sie klug einzusetzen.

ich Richtung vorgebe, wo andere die Orientierung verlieren.

ich schnell Entscheidungen treffe und Projekte voranbringe.

ich Kreativität und Handwerk in Balance bringe.

ich andere stärke, aber ihre Grenzen im Blick behalte.

ich mir meiner Fähigkeiten bewusst bin und sie ohne Scheu zeige.

ich gerne Teams leite und Ideen zu Realität forme.

ich gerne im Zentrum des Geschehens bin.

ich weit auseinanderliegende Punkte zu Systemen verbinde.

ich das Führen als etwas Natürliches empfinde.

Ich bin ein Entdecker, weil

ich lieber "nein" sage, als dem falschen Weg zu folgen.

mich Neugier mehr antreibt als Gewissheit.

ich unruhig werde, wenn sich etwas zu bequem anfühlt.

ich jedes Projekt als Reise sehe, nicht als Ziel.

*ich Modelle und Methoden aus unterschiedlichen Welten suche,
sie kombiniere und zu etwas Eigenem verbinde.*

ich am besten liebsten mit Menschen arbeite, die Neues wagen.

ich Freiheit brauche, um das Echte zu finden.

ich glaube, dass Individualität Identität schafft.

ich kein Experte, sondern Generalist bin.

ich schreibe, gestalte, spreche, fotografiere und Punkte verbinde.

Anpassungsfähigkeit mir wichtiger als Hierarchie ist.

ich neugierig bleibe, bis es Zeit wird, weiterzuziehen.

JIMMY WALES

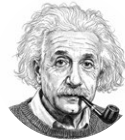
Gründer von Wikipedia



“Imagine a world in which every single person on the planet is given free access to the sum of all human knowledge. That’s what we’re doing.”

SAGE

Weise



*Zugang zu verlässlichem Wissen
Transparenz als Grundprinzip
Sammlung, Prüfung, Weitergabe*

EVERYMAN

Jedermann*frau



*Wissen für alle – jederzeit, überall
gemeinschaftlich erarbeitet
Niederschwellig und kostenlos*

IDEALIST

Idealist*in



*Bessere Welt durch geteiltes Wissen
Unabhängigkeit von Macht und Profit
Demokratisierung von Bildung*

PRODUKT

WAS

ZIELGRUPPE

WIE

VISION

WARUM

”

**Wir sind Weise, weil wir alles, was
wir machen, messbar und
bewertbar machen wollen – und
dadurch auch verbesserbar.**

”

Wir sind Entdecker, weil wir daran glauben, dass es für jeden Menschen einen Job gibt, der ihn erfüllt. Und den wollen wir gemeinsam finden.

”

**We are the Everyman, because
– if a cure for cancer exists – it
should be available to everyone
who needs it.**

TAKEAWAYS YOU™

Du musst nicht erfinden, was bereits da ist.

- Erzähl deine Geschichte. Konflikte machen erinnerbar.
- Du besitzt deine Marke nicht, du prägst sie, Signal für Signal.
- Archetypen sind ein effektiver Weg nach innen wie außen.
- Bleib die Hauptfigur: Die beste Story ist die wahre.

KÜRZER:

You are a brand already. Start acting like it.

Florian ...



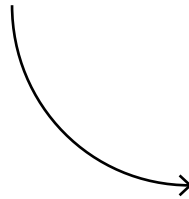
MANFRED HÄMMERLE
TEACHER (RET.)

Florian. It does not
matter what you do.
As long as you do you.

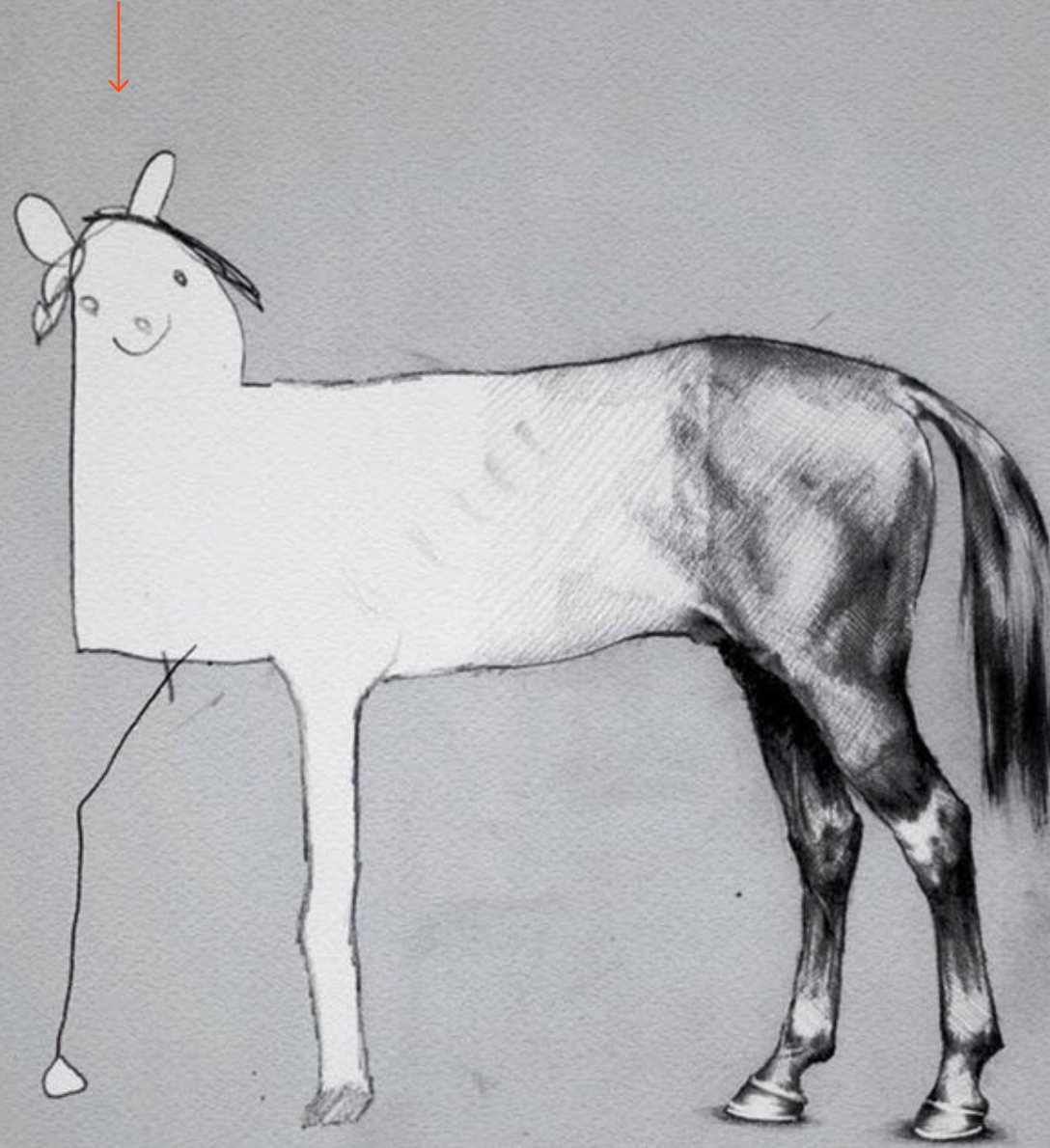


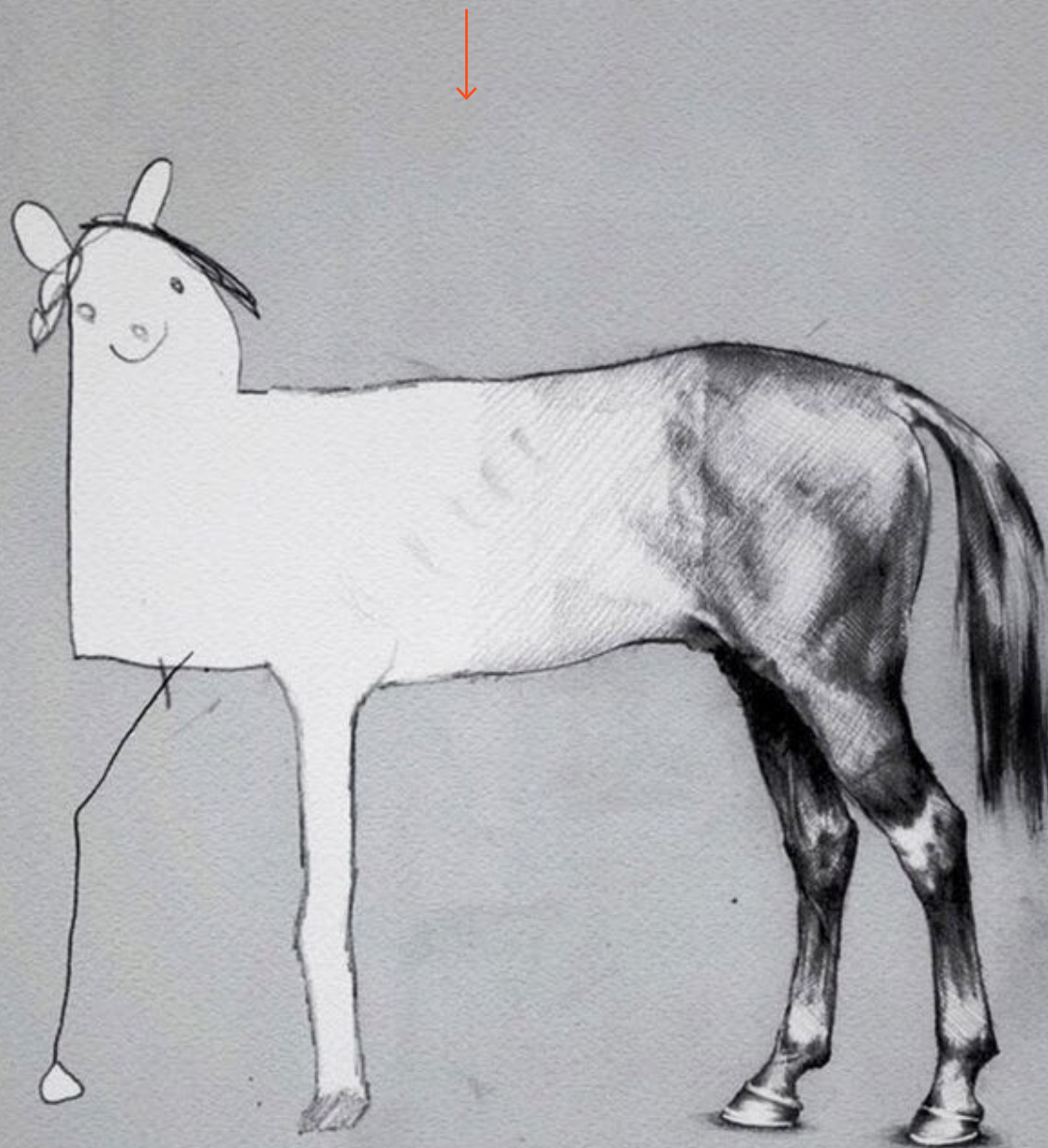
MANFRED HÄMMERLE
TEACHER (RET.)

JA, KANN MAN
DAS DENN LERNEN?!
MAN KANN.

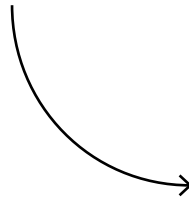


FLORIAN HÄMMERLE
+43 650 34 30 182
hallo@florian-haemmerle.com
florian-haemmerle.com





JA, KANN MAN
DAS DENN LERNEN?!
MAN KANN.



FLORIAN HÄMMERLE
+43 650 34 30 182
hallo@florian-haemmerle.com
florian-haemmerle.com

Backup

FOR EVEN MORE BLAH

IDEALIST

IDEALIST*IN

A character so full of *vision* that hope runs in their veins. They see the world not as it is, but as it could be — and refuse to settle for less. They believe in *goodness, truth*, and the quiet power of *doing what's right*, even when no one's watching. Their conviction isn't naïve; it's an act of *courage*.

They believe only by *holding on to ideals* can the world become *worth believing* in.

BRANDS LIKE

patagonia Dove.  innocent



MALALA YOUSAFZAI

HERO HELD*IN

A character so driven to prove themselves that *challenge* feels like oxygen. They *push limits*, take *responsibility*, and refuse to back down when things get hard. *Strength*, to them, is earned — not given. In a world that celebrates *success*, they measure worth through *effort*, *courage*, and *results*.

They believe only by facing struggle can *greatness* be achieved — and meaning found.

BRANDS LIKE



accenture > DURACELL



CREATOR SCHÖPFER*IN

A character so driven by *imagination* that making feels like breathing. They see what doesn't exist yet — and can't help but *bring it to life*. Rules are only raw material; structure, a canvas. They turn *visions into form* and *chaos into beauty*, guided by a quiet need to express what words can't.

They believe only by *creating* do we become *who we truly are*.

BRANDS LIKE

Adobe **LEGO** **PIXAR**



FRIDA KAHLO

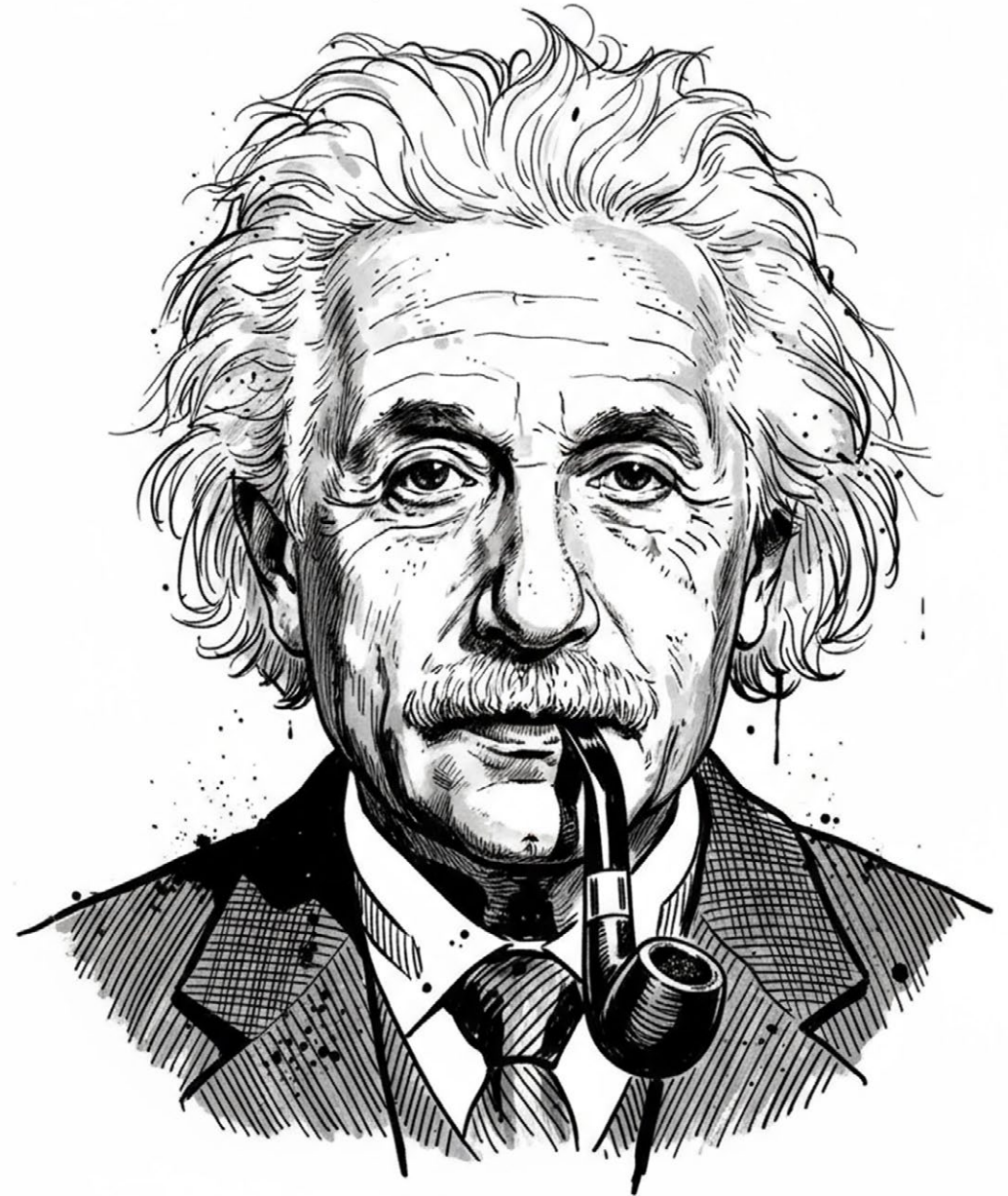
SAGE WEISE

A character so devoted to truth they can't rest until they *comprehend*. They *observe* before they speak, seek *patterns* where others see chaos, and trust *reason* over impulse. Knowledge is their compass — *curiosity* their constant companion. Their calm presence often reveals what noise conceals.

They believe only by seeking *truth* can wisdom turn into *guidance*.

BRANDS LIKE

intel  Google



ALBERT EINSTEIN

MAGICIAN MAGIER*IN

A character so attuned to change that *trans-formation* feels like play. They see connections others miss, turn *insight into impact*, and make the *impossible* seem effortless. Their power lies not in tricks, but in *perception* — in knowing how *small shifts can create great change*. They turn *vision into reality*, and reality into wonder.

They believe only by transforming what is can we *reveal what could be*.

BRANDS LIKE



EVERYMAN JEDERMANN*FRAU

A character so *grounded in humanity* that belonging feels like purpose. They seek *connection* over status, fairness over fame, and *comfort in the ordinary*. They trust what's real — the handshake, the shared meal, the honest word. In a world chasing perfection, *they remind us of what's enough*.

They believe only by *standing together* can life truly make sense.

BRANDS LIKE



CAREGIVER BESCHÜTZER*IN

A character so attuned to others that *caring* defines their being. They *sense needs* before they're spoken, offer *comfort without condition*, and *carry others* through the storm. Their strength lies in *gentleness*, their purpose in *service*. In a world obsessed with self, they choose to give — again and again.

They believe only by *caring for others* do we become fully human.

BRANDS LIKE



ELEANOR ROOSEVELT

JESTER SPASSVOGEL

A character so alive to the moment that *laughter* feels like truth. They *play* with norms, *twist* expectations, and *reveal* wisdom through humor. Nothing is too sacred to question, nothing too serious to *smile* at. Their joy disarms, their wit exposes, their presence reminds us that life isn't meant to be endured — but *enjoyed*.

They believe only *by taking life lightly* can we see it clearly.

BRANDS LIKE

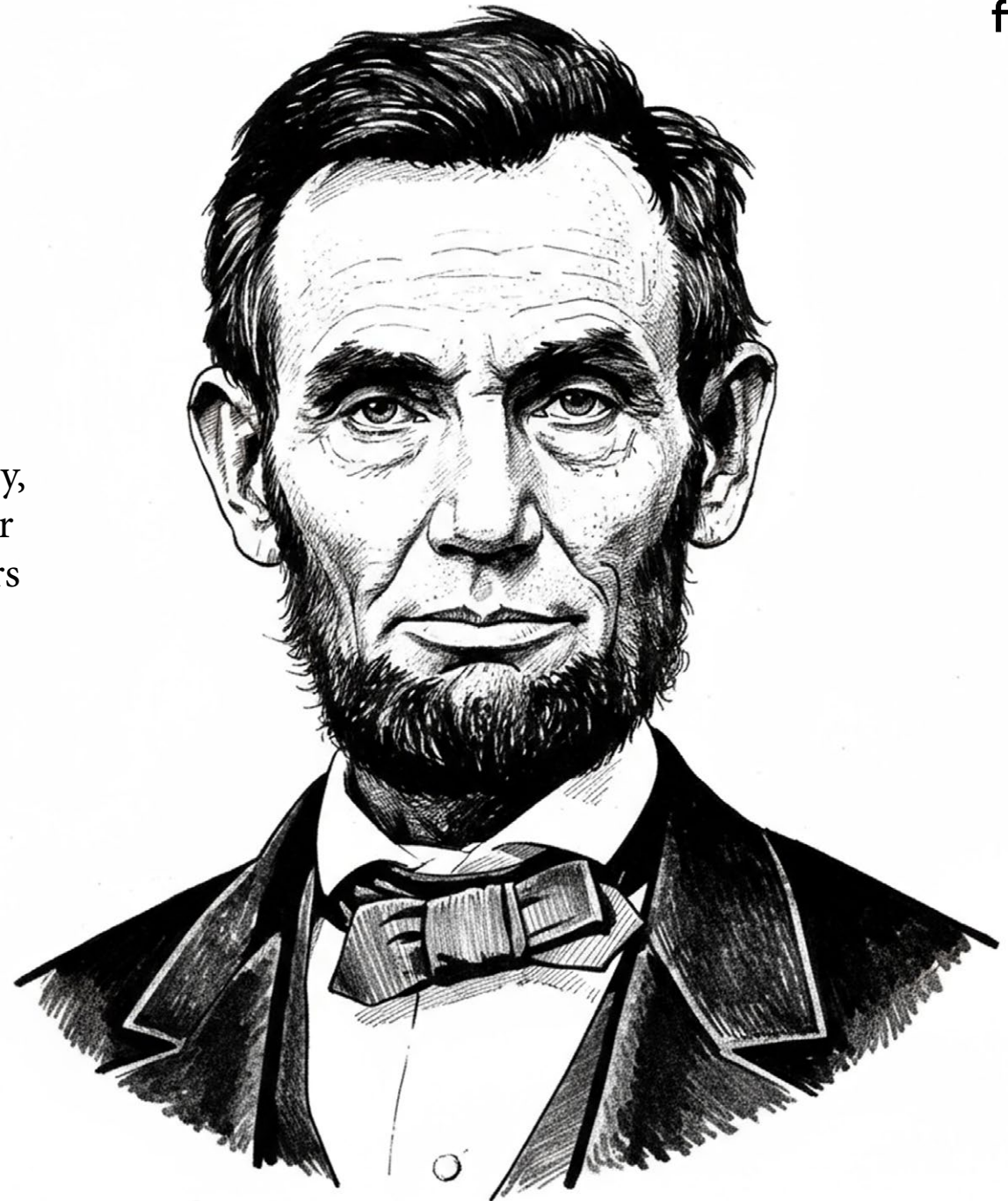


RULER HERRSCHER*IN

A character so devoted to order that *control feels like safety*. They *build* systems, set *direction*, and take *responsibility* when others hesitate. Structure is their language; authority, their duty. They believe in *stability* — not for power's sake, but to create space where others can thrive.

They believe only by *leading with vision* can chaos turn into progress.

BRANDS LIKE



ABRAHAM LINCOLN

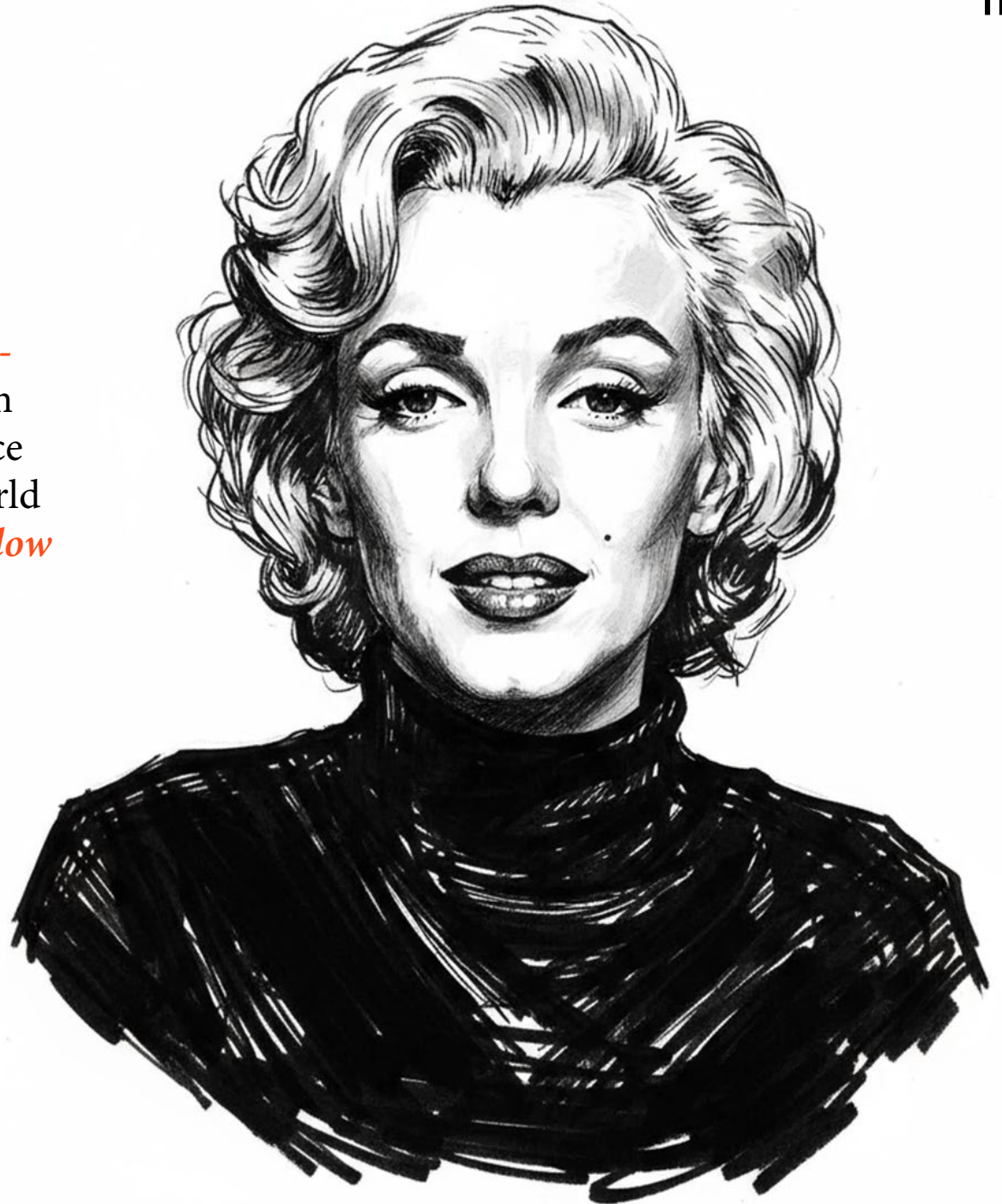
LOVER

LIEBHABER*IN

A character so devoted to *connection* that feeling feels like truth. They crave *depth, beauty*, and *presence* — in people, in places, in moments. They don't just want to experience life; *they want to feel it*, completely. In a world numbed by distraction, they remind us to *slow down, to care, to cherish*.

They believe only by *opening the heart* can life become whole.

BRANDS LIKE



MARYLIN MONROE

EXPLORER ENTDECKER*IN

A character so restless that *movement* feels like purpose. They crave the *unknown*, chase horizons, and find *freedom* in uncertainty. Rules and routines feel like cages; *discovery* is their oxygen. Their journey isn't about escape, but *expansion* — of mind, spirit, and possibility.

They believe only by *venturing beyond* the familiar can we truly find ourselves.

BRANDS LIKE



AMELIA EARHART

OUTLAW REBELL*IN

A character so anti-everything that *rebellion* feels like instinct. They *break* rules, *despise* the ordinary, and *thrive* on provocation. Their defiance isn't for shock value alone, but to *expose* hypocrisy, spark change, and carve new paths where conformity reigns.

They believe only by *disrupting* old systems can something truly *authentic* emerge.

BRANDS LIKE

**SIXT****DIESEL**
FOR SUCCESSFUL LIVING

MALALA YOUSAFZAI

Frauenrechtsaktivistin
Hero / Idealist



Malala Yousafzai wurde zur Stimme für Bildung und Gleichberechtigung. Ihre Marke symbolisiert Mut, Idealismus und den Glauben, dass selbst eine junge Stimme weltweite Veränderung bewirken kann – trotz Widerständen und persönlicher Gefahren.

ELVIS PRESLEY

Entertainer
Lover / Jester



Elvis Presley verkörperte Leidenschaft, Sinnlichkeit und Charisma. Seine Marke steht für Musik, Sexappeal und die Kraft, Menschen emotional zu berühren. Als „King of Rock ‘n’ Roll“ bleibt er eine Ikone, die Popkultur und Sehnsucht bis heute prägt.

CIXI

Kaiserin
Ruler / Magician



Kaiserin Cixi führte das chinesische Kaiserreich fast fünfzig Jahre lang de facto. Ihre Marke steht für Kontrolle, diplomatische Stärke und den Anspruch, Tradition und Moderne in einer turbulenten Epoche zu balancieren.

NELSON MANDELA

Freiheitskämpfer / Präsident
Hero / Idealist / Sage



Nelson Mandela steht für Versöhnung, Gerechtigkeit und moralische Stärke. Seine Marke verkörpert den Helden, der durch Opferbereitschaft, Mut und die Kraft zur Vergebung ganze Gesellschaften verändern und Hoffnung für Generationen schaffen konnte.

FRIDA KAHLO

Künstlerin
Creator / Outlaw



Frida Kahlo verwandelte ihr persönliches Leiden in universelle Kunst und prägte ein Bild von Authentizität und Stärke. Ihre Marke steht für Kreativität, Mut zur Verletzlichkeit und die Kraft, gesellschaftliche Normen zu hinterfragen und neu zu deuten.

GIORGIO ARMANI

Modedesigner
Ruler / Creator



Giorgio Armani gilt als Modeikone, die ein globales Label aufgebaut hat. Seine Marke steht für Eleganz, Disziplin und den Anspruch, Stil und Trends über Jahrzehnte hinweg zu bestimmen. Er verkörpert Autorität, Verlässlichkeit und zeitlose Perfektion.

MARIE CURIE

Physikerin / Chemikerin
Sage / Idealist



Marie Curie prägte die Wissenschaft durch ihre bahnbrechenden Entdeckungen und Ausdauer. Ihre Marke steht für Forschung, Emanzipation und die Überzeugung, dass Wissen die Welt zum Positiven verändern kann.

NAGUIB MAHFOUZ

Schriftsteller
Sage / Creator



Ägyptischer Nobelpreisträger für Literatur, prägte die arabische Erzählkunst. Seine Marke steht für Weisheit, kulturelle Tiefe und die Fähigkeit, gesellschaftliche Spannungen literarisch sichtbar zu machen.

ANGELA MERKEL

Politikerin
Ruler / Sage



Angela Merkel prägte die deutsche Politik durch Ruhe, Beständigkeit und Pragmatismus. Ihre Marke steht für Stabilität, Vernunft und Vertrauen – sie führte durch Krisen mit nüchterner Autorität und schuf ein Bild von verlässlicher, sachlicher Führung.

SISI

Kaiserin
Lover / Rebel



Kaiserin Elisabeth wurde zu einer Ikone von Schönheit, Freiheitsdrang und Tragik. Ihre Marke steht für Eleganz, Sehnsucht nach Selbstbestimmung und den Mut, sich gegen die starren Zwänge des höfischen Lebens aufzulehnen.

MARYLIN MONROE

Schauspielerinnen / Model
Lover / Jester



Marilyn Monroe wurde zur Ikone von Glamour, Sinnlichkeit und Verletzlichkeit. Ihre Marke steht für Sehnsucht, Selbstinszenierung und die Kraft der Muse, die nicht nur Schönheit, sondern auch die Fragilität hinter dem öffentlichen Bild verkörpert.

MALCOLM X

Bürgerrechtler
Outlaw / Hero



Malcolm X verkörperte Widerstand, Selbstbestimmung und den Kampf gegen Unterdrückung. Seine Marke steht für Mut, Rebellion und die Kraft, eine marginalisierte Gemeinschaft zu mobilisieren – ein Symbol für Identität, Würde und radikale Veränderung.

SIMON SINEK

Autor / Leadership-Speaker
Idealist



Simon Sinek wurde mit *Start with Why* weltbekannt und inspiriert Führungskräfte wie Unternehmen. Seine Marke steht für Vision, Klarheit und die Fähigkeit, Sinn und Motivation als Basis nachhaltigen Erfolgs zu vermitteln.

LEYLA ACAROGLU

Unternehmerin / Investorin
Outlaw / Creator



Leyla Acaroglu ist Designerin und Nachhaltigkeits-Vordenkerin, die Konventionen infrage stellt. Ihre Marke steht für Provokation, Kreativität und den Anspruch, Design als Werkzeug für ökologische und gesellschaftliche Transformation zu nutzen.

BEN FRANCIS

Unternehmer
Everyman / Hero



Ben Francis baute die Marke Gymshark aus dem Wohnzimmer heraus und verkörpert Bodenständigkeit, Disziplin und die Vision, durch Leidenschaft und harte Arbeit Fitness für Millionen erlebbar zu machen.

WHITNEY WOLFE HERD

Unternehmerin
Lover / Creator



Whitney Wolfe Herd gründete Bumble und positionierte die Dating-Welt neu. Ihre Marke steht für Selbstbestimmung, Empowerment und die Idee, dass Frauen im Business wie im Leben die Regeln aktiv mitgestalten und verändern können.

CHRIS DO

Designer
Sage / Creator



Chris Do lehrt Kreativen, wie sie sichtbar werden und ihre Arbeit erfolgreich vermarkten. Seine Marke steht für Kreativität, Wissensvermittlung und den Aufbau einer offenen, unterstützenden Community.

GRETA THUNBERG

Klimaaktivistin
Idealist / Outlaw



Greta Thunberg wurde zur globalen Stimme für Klimaschutz. Ihre Marke steht für Konsequenz, Authentizität und den Mut, unbequeme Wahrheiten auszusprechen. Sie verkörpert Idealismus und die Kraft junger Stimmen, Verantwortung einzufordern.

GERALD HÖRHAN

Sänger
Rebel / Ruler



Gerald Hörhan inszeniert sich als Investment Punk und provoziert mit klaren Meinungen gegen Konsum und Mittelmaß. Seine Marke steht für Rebellion im Finanzbereich, Unangepasstheit und den Anspruch, durch Andersdenken Wohlstand zu schaffen.

SHERIN MARUHN

Venture Capitalistin
Hero / Idealist



Sherin Maruhn war Profi-Athletin, inzwischen Investor & Gründerin. Ihre Marke steht für Performance, Vielfalt und Mut: für Female Founders, klare Investments und den Wandel im VC durch Empowerment und Network mit Haltung.

JATIN MODI

Markenstrategie
Creator / Sage



Jatin Modi ist Gründer und Stratege, zugleich bekannt für seine philosophischen Texte über Arbeit, Gesellschaft und Identität. Seine Marke steht für Klarheit, Tiefgang und die Verbindung von Unternehmertum mit humanistischen Ideen.

MARIAM NAFICY

Unternehmerin
Caregiver / Creator



Mariam Naficy schuf eine Plattform, die Designer:innen weltweit verbindet. Ihre Marke steht für Kreativität, Community und die Überzeugung, dass Vielfalt und Zusammenarbeit Innovation ermöglichen.

GARY VAYNERCHUK

Social Media Persönlichkeit
Hero / Jester



Bekannt als „Gary Vee“, steht Gary Vaynerchuks Marke für Energie, Direktheit und die Fähigkeit, Menschen zu inspirieren, Chancen im Unternehmertum konsequent zu nutzen und Erfolge sichtbar zu machen.

VIVIAN MAIER

Street Photographerin
Everyman / Creator



Vivian Maier wurde posthum für ihre Alltagsfotografie weltbekannt. Ihre Marke steht für Authentizität, Beobachtungsgabe und den Wert, Schönheit im Unsichtbaren und Alltäglichen zu entdecken.