

Strategie statt Zufall

So entsteht Kommunikation, die wirkt.

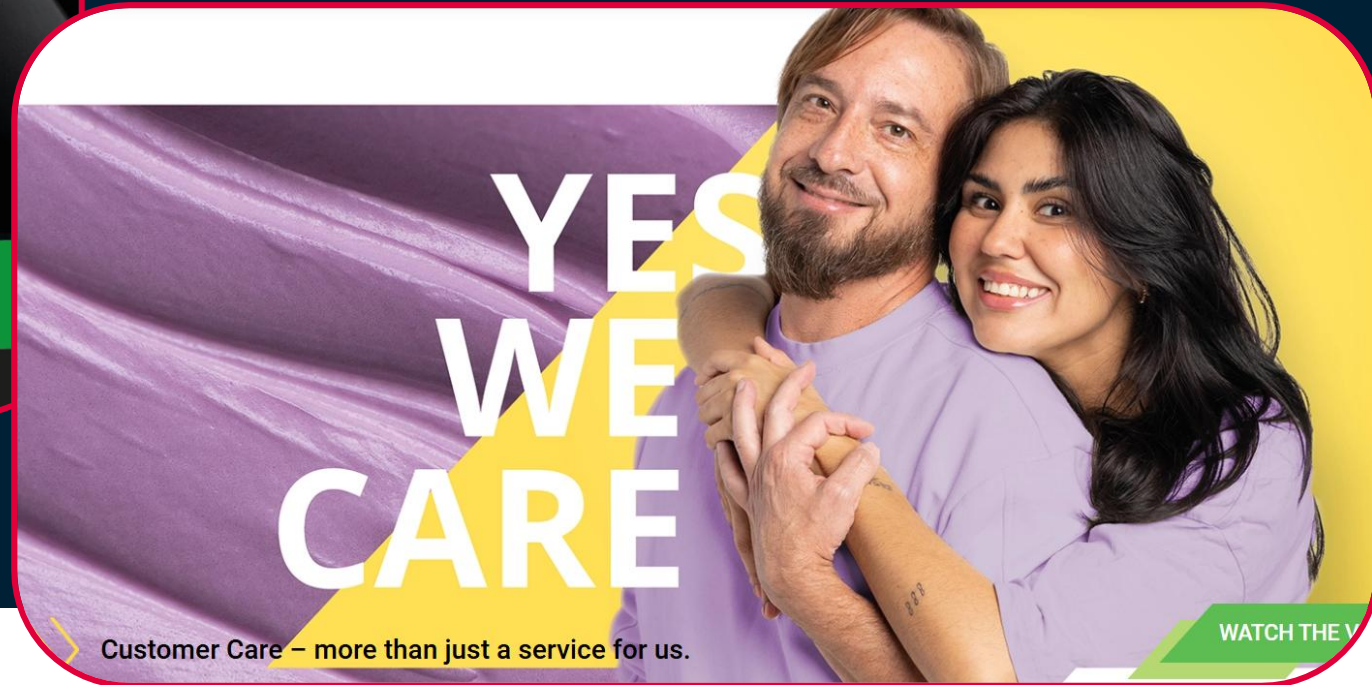
Kommunikation ohne Strategie ist wie ein
Haus ohne Bauplan –
anfangs mag es stehen, aber früher oder
später kippt es ein.



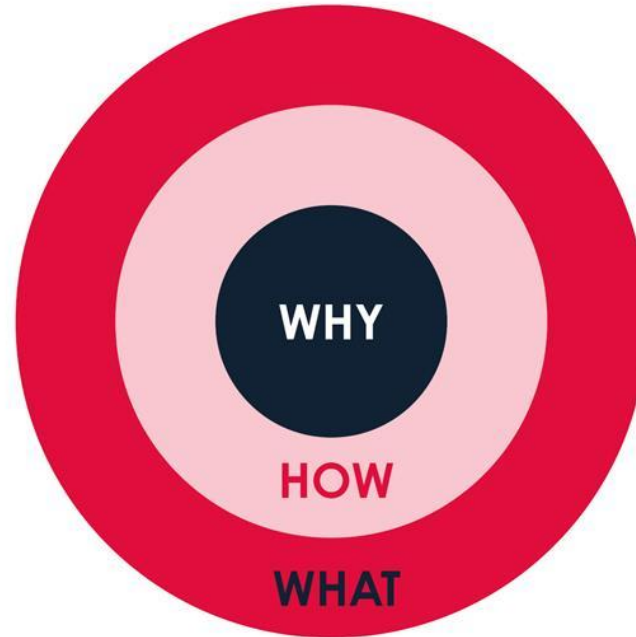
Die strategische Basis

Das „WARUM“ ist das Fundament, das emotionale Bindung schafft.

Mit wem würden Sie lieber arbeiten?

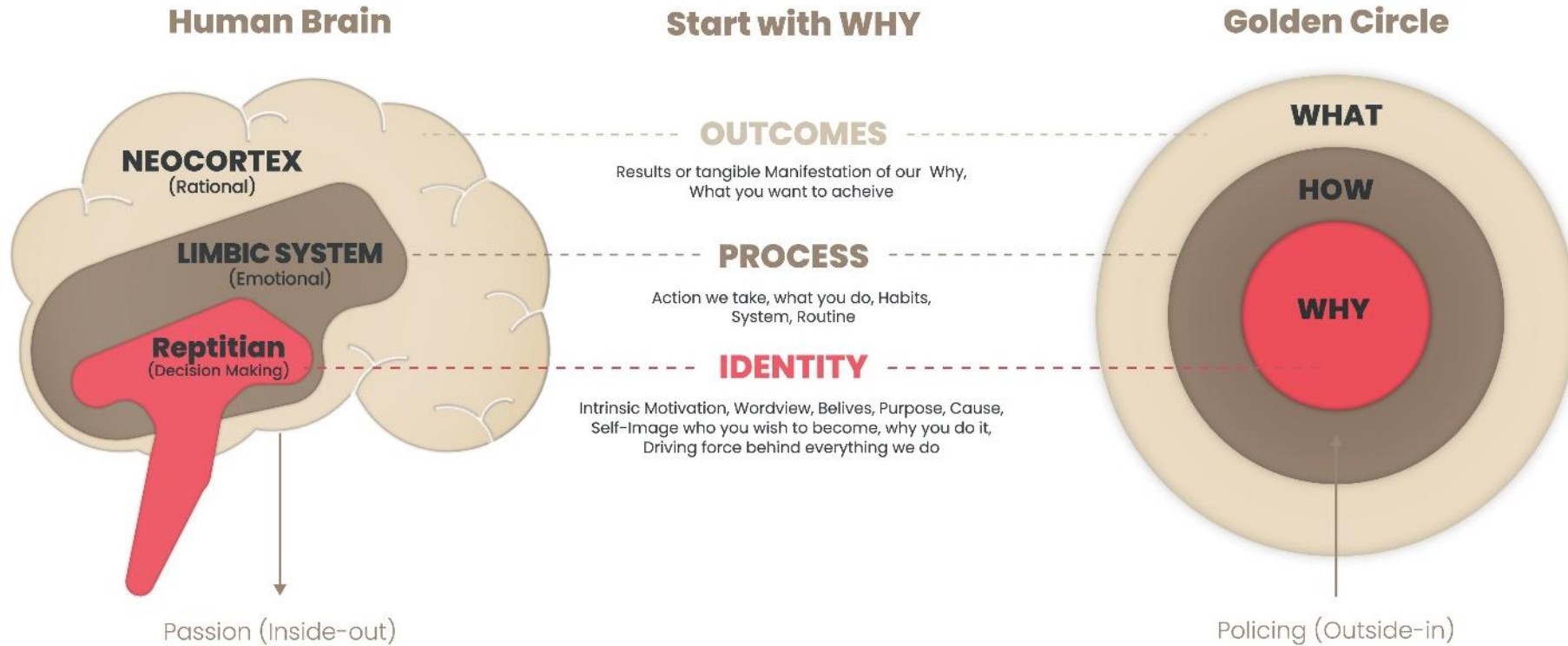


Der Golden Circle

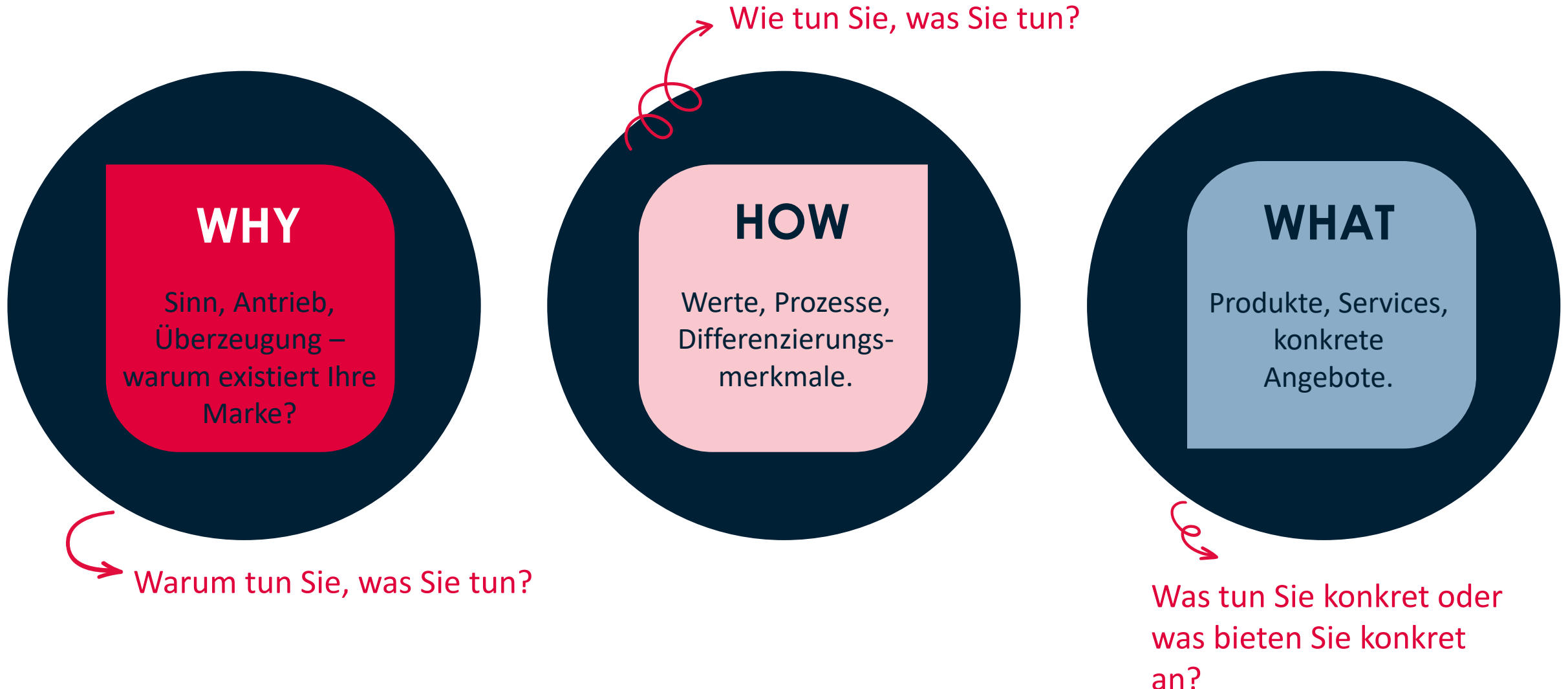


- ↪ Erfolgreiche Marken kommunizieren von innen nach außen – also vom „WARUM“ über das „WIE“ zum „WAS“.
- ↪ Die meisten Unternehmen machen es leider umgekehrt – sie starten beim Produkt und enden, wenn überhaupt, beim „WARUM“.

Neurowissenschaftliche Wirkung



Der Golden Circle



Der Golden Circle

WHY

Menschen kaufen nicht, *was* Sie tun, sondern *warum* Sie es tun. Das „WARUM“ spricht Emotionen an und schafft Identifikation und Vertrauen – es gibt der Marke eine Seele.

HOW

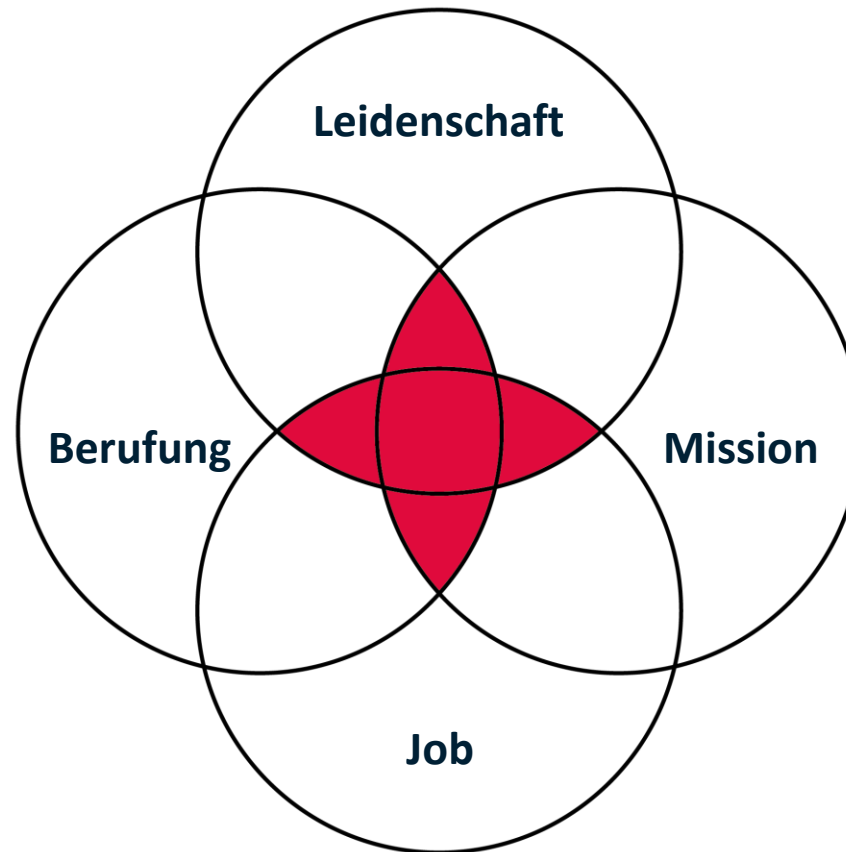
Das „WIE“ macht das „WARUM“ glaubwürdig. Es zeigt, dass die Marke authentisch handelt und ihr Versprechen lebt.

WHAT

Das „WAS“ ist sichtbar und greifbar – es liefert Beweise für das „WARUM“ und das „WIE“. Ohne ein starkes Fundament aus „WARUM“ und „WIE“ bleibt das „WAS“ jedoch austauschbar.

WARUM

Wofür brennen Sie
/ Ihre Mitarbeiter?



Worin sind Sie / Ihre
Mitarbeiter besonders
gut?

Welchen Beitrag
wollen Sie
leisten?

Wofür wären Ihre
Kunden bereit zu
bezahlen?

Wessen WHY ist das?

„We believe in challenging the status quo. We believe in thinking differently.“

WHY

*Status quo herausfordern & **anders denken** bzw. Dinge auf eigene Weise tun & damit die Welt **verändern**.*

HOW

Minimalistisches Design, intuitive Bedienung & eine nahtlose Nutzererfahrung. Emotionale Verbindung zw. Mensch & Technologie.

WHAT

Computer, Smartphones, Tablets, Software und Services. Produkte, die Technologie zugänglich machen.

→ Warum das wirkt:

Apple verkauft nicht „nur“ Technik, sondern ein **Lebensgefühl** – das Gefühl, kreativ, frei und einzigartig zu sein. Menschen kaufen nicht den *Mac* oder das *iPhone* – sie kaufen das „**Ich bin jemand, der anders denkt**“.

Wessen WHY ist das?

„To bring inspiration and innovation to every athlete in the world.“ → If you have a body, you are an athlete.

WHY

Jeder Mensch hat das Potenzial, Großes zu leisten. Es geht darum Menschen zu inspirieren & zu befähigen, ihre Grenzen zu überwinden.

HOW

Durch innovative Produkte, motivierende Kampagnen & authentische Sportler-Stories. „Just do it“ als emotionale Verdichtung des Warums.

WHAT

Schuhe, Kleidung, Ausrüstung und digitale Services für Sport und Lifestyle.

→ Warum das wirkt:

Nikes Kommunikation verkauft **keine Schuhe**, sondern **Selbstüberwindung, Mut und Identifikation**.

Das „Why“ appelliert an ein inneres Bedürfnis: *„Ich will besser werden.“*

Dadurch fühlen sich Konsumenten als Teil einer Bewegung – nicht nur als Käufer.

Beispiel: Software-Schmiede

Bisheriger Fokus:



Unternehmensweite ERP Lösung für den Mittelstand

Bisheriger Fokus: auf Funktionen, Modulen und technischen Details.

Herausforderung: Differenzierung, Austauschbarkeit

→ Der eigentliche Unterschied der Software-Schmiede liegt aber **nicht im Produkt**, sondern in ihrem **WHY und ihrem HOW**.

software
schmiede

Komplexes greifbar machen.
Zukunft beflügeln.



www.softwareschmiede.com

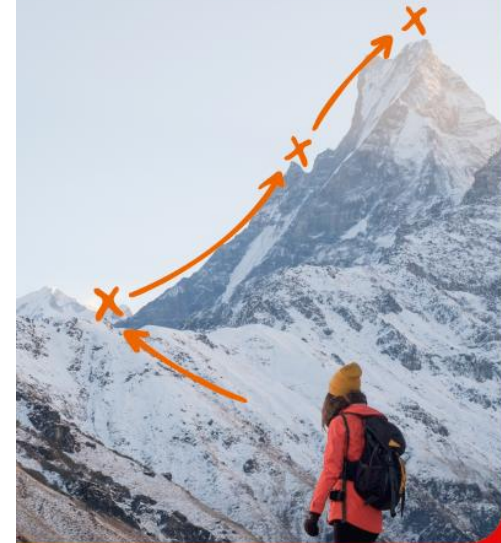
Prozesse.
Menschen.
Zukunft.



schmiede
connect

professional
erp

Software für Ihren Erfolg.
Flexibel und Effizient.



www.professionalerp.de

Die Module

Bausteine einer erfolgreichen Kommunikationsstrategie

Module



Kommunikationsstrategie

1.

Personas:

Wer sind unsere Zielgruppen? Welche Bedürfnisse haben & welche Kanäle nutzen sie?

2.

Markenanalyse:

Markenentwicklung & GAP-Analyse zwischen IST und SOLL.

3.

Nutzenversprechen (USP & Mehrwerte):

Warum sind wir relevant? Was machen wir anders?

4.

Mission, Vision, Werte:

Schärfen Sie Ihr WARUM und machen Sie dieses authentisch erlebbar.

5.

Markenpositionierung:

Wofür stehen wir? Ein klares Statement formulieren.

6.

Weitere mögliche Module:

Visionen & Trends, Herausforderungen, BCG-Matrix, SWOT ...

Operativer Prozess



Rollout Kommunikation

1.

Markensprache:
Welche Worte, welche
Emotionen
transportieren wir?

2.

Bildwelt festlegen:
Einheitliches visuelles
Erscheinungsbild.

3.

**Maßnahmenplan
(intern & extern):**
Welche Kanäle?
Welche Inhalte?
Welcher Zeitpunkt?

4.

Crossmedial denken:
Kanalübergreifende
Storyline. Konsistenz
statt „zufälliger“
Einzelmaßnahmen.

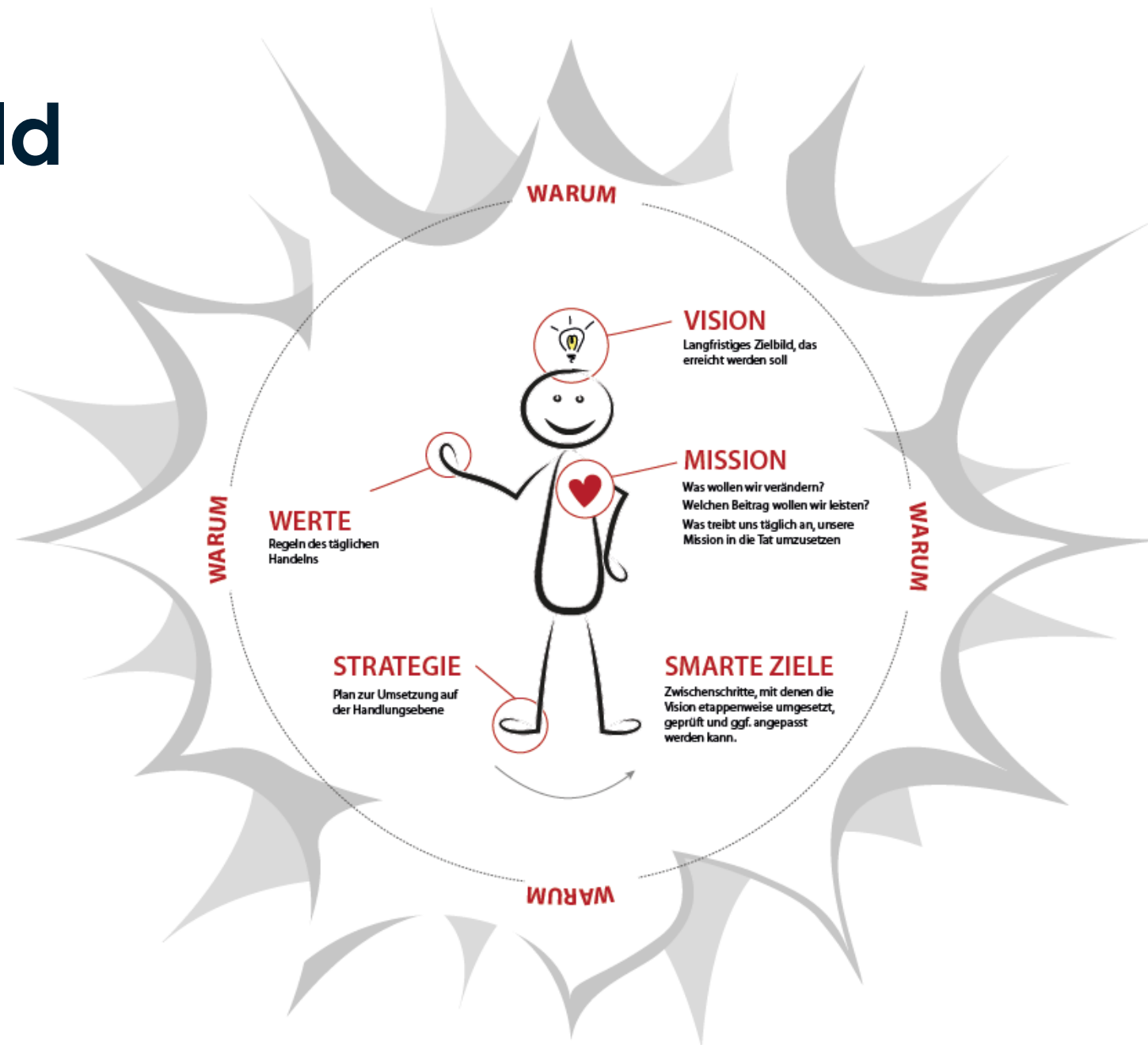
5.

Zeitplan & Umsetzung:
Realistische Rollout-
Phase: 2–4 Monate.

6.

**Monitoring &
Evaluation:**
Wie wird der Erfolg
gemessen? KPIs,
qualitative Wirkung,
Feedbackschleifen.

Wirkfeld



Employer Branding

Gelebte Kultur wirkt sich auch auf Mitarbeitende & Bewerber:innen aus.

Module

 Employer Branding Strategie

1.

Zielgruppen verstehen:

Wer sind unsere
aktuellen & Wunsch-
Mitarbeitende?
Was treibt sie an, was
erwarten sie?

2.

Arbeitgeberanalyse:

Wie werden wir aktuell
als Arbeitgeber
wahrgenommen?
Wo liegen Stärken,
Schwächen, Chancen?

3.

EVP-Entwicklung:

Was ist unser zentrales
Nutzenversprechen als
Arbeitgeber?
Warum sollte jemand
bei uns arbeiten?

4.

Mission, Vision, Werte:

Was ist unser Antrieb,
unser „WHY“ als
Arbeitgeber?
Welche Werte prägen
die Zusammenarbeit?

5.

**Arbeitgeber-
positionierung:**

Wofür stehen wir als
Arbeitgeber – kurz,
prägnant und
differenzierend
formuliert.

6.

Weitere Module:

Arbeitswelt der
Zukunft, Trends,
Wettbewerbsvergleich,
Mitarbeiterbefragung ...

Operativer Prozess

 Employer Branding

1.

Bewerber-Ansprache:
Arbeitgeber-Tonalität.
Authentisch,
glaubwürdig,
emotional?

2.

Bildwelt & Storytelling:
Wie zeigen wir unsere
Kultur visuell und in
Geschichten?

3.

Touchpoints & Kanäle:
Wo erreichen wir
unsere Zielgruppen?
(Karriereseite, SM, HR-
Kampagnen, interne
Kommunikation)

4.

Maßnahmenplan:
Welche Inhalte und
Formate transportieren
unsere EVP? Wann, wo
und wie werden sie
ausgerollt?

5.

Intern & Extern verzahnen:
EB beginnt innen: MA
als Botschafter. Erst
gelebte Kultur, dann
Kommunikation.

6.

Erfolgsmessung:
Wirkt unsere
Arbeitgebermarke?
KPIs, Bewerberqualität,
MA-Zufriedenheit ...

Positionierung und gelebter Realität: MA-Bindung & MA-Gewinnung



Eine starke Arbeitgebermarke entsteht von innen nach außen – nicht durch Kampagnen, sondern durch gelebte Kultur.

Strategie ist kein Luxus

Strategie (Denken) + Fokus (Zielrichtung) = Wirkung (Impact)

Ohne Strategie ist alles ein Experiment



Fokus statt Aktionismus

→ **Ergebnis:** Weniger Aufwand, mehr Wirkung pro Maßnahme.



Effizienz statt Streuverlust

→ **Ergebnis:** Geld fließt dahin, wo es wirklich etwas bewegt.



Wirkung durch Konsistenz

→ **Ergebnis:** Kumulierter Effekt – Kommunikation baut aufeinander auf, statt sich gegenseitig zu neutralisieren.

Next Steps

Und nun?

Strategie mit Sinn statt Schublade

Wir glauben: Strategie darf schneller, schlanker und praxisnäher sein.

- Wir kommen in kurzer Zeit zur klaren Positionierung, definieren konkrete Schritte für die Umsetzung und kommen sofort ins Handeln.

Unsere Tipps:

- Nicht warten - starten.
- Regelmäßige Fokus-Tage, kleine Teams → Fokus-Workshops: z. B. 4 Stunden, 4 Kernfragen.
- Fangen Sie an Fragen zu stellen
- Richtung vs. 50-Schritte-Plan: strategische Skizze & OnePager-Kommunikationsstrategie statt 120 Seiten Hochglanz-PDF
- Testen, Feedback holen, nachschärfen
- Externe Sparringpartner nutzen – ein neutraler Blick von außen hilft

 Wir sind da. Ohne Bullshit-Bingo, aber mit Erfahrung und Freude an klarer Kommunikation.

Was uns antreibt.

Wir sind mehr als bunte Bilder und laute Slogans.

Wir entwickeln
Kommunikation, die
Geschichten erzählt,
Menschen bewegt und
Unternehmen mit Ihrem
Warum greifbar macht.

Denn: Authentische Kommunikation macht den Unterschied.

Wir glauben an die einfache Wirksamkeit von Marketing. Deshalb sorgen wir für Klarheit in Ihrer Kommunikation. Denn wer authentisch kommuniziert, wächst mit Leichtigkeit: nachhaltig und natürlich. Ohne laut zu sein, ohne überzeugen zu müssen.

Noch Fragen?



**Let's
talk!**

