



# How to cope with ...

## ... PURPOSE

**Wie stehen Marke, Positionierung und Purpose zueinander? In einem 1-tägigen Workshop erarbeiten wir gemeinsam mit Ihnen eine nachvollziehbare Einordnung aller positionierenden Aussagen Ihres Unternehmens.**

### Die Fragestellung

Er ist seit einigen Jahren im Marketing omnipräsent: Der „Purpose“ – ein weiteres Element, um Ihr Unternehmen und Ihre Marke zu positionieren. 2014 maßgeblich durch Simon Sinek und seinen Golden Circle-Modell etabliert, sind die Chefetagen seitdem auf der Suche nach Sinn und Zweck ihres Unternehmens.

Wie passen Purpose und vorhandene Marke bzw. Markenpositionierung zusammen? Ersetzt der Purpose die Markenpositionierung? Oder ergänzt er sie – aber um welche Aspekte? Und wie bestehen beide nebeneinander? Was übernimmt welche Funktion? Diese Fragen stellen sich unweigerlich in allen Unternehmen, die sich damit beschäftigen.

### Die Antwort

Neben z.B. „Vision“, „Missionstatement“ oder „Branddrivers“ auch noch einen Purpose als weiteres Chart in die Unternehmenspräsentation einzufügen, tut vielleicht auf den ersten Blick nicht weh. Aber es kann Ihrer Marke mehr schaden als nutzen, wenn diese dadurch beliebig oder schlimmstenfalls sogar in sich widersprüchlich wird. Die strategische Einbettung in die Positionierung Ihres Unternehmens, sowie eine klare Aufgabenteilung aller positionierenden Aussagen ist essenziell für die Akzeptanz sowohl des Purpose, als auch der bestehenden Positionierung und der verantwortlichen Marketingabteilung.

#### Workshop

In einem 1-tägigen Workshop erarbeiten wir mit ihnen ein Framework zur Rollen- und Aufgabenteilung des Purpose und aller weiterer positionierenden Elemente Ihrer Marke.

- Wir verschaffen uns gemeinsam einen Überblick über die positionierenden Aussagen Ihrer Marke, ihre Herkunft und ihre aktuelle Anwendung
- Wir stellen die Funktionen verschiedener Elemente einer Positionierung vor und bestimmen, welche davon für Ihr Unternehmen sinnvoll sind
- Wir analysieren Ihre spezifischen Positionierungsaussagen und definieren die inhaltliche Trennschärfe und die Funktion für ihr Unternehmen
- Wir setzen alle Elemente in einen nachvollziehbaren und für Ihr Unternehmen angepassten Kontext und übertragen sie in ein Modell, das Sie sofort für ihre weitere Arbeit übernehmen können.

- Arbeits-  
ergebnis** Am Ende des Tages haben Sie ...
- einen Überblick über alle positionierenden Aussagen Ihres Unternehmens und welche davon wirklich relevant sind
  - die klare Rolle und Funktion der Aussagen, die Ihr Unternehmen eindeutig positionieren und differenzieren
  - ein Kontextmodell, das alle Aussagen in eine nachvollziehbare Beziehung setzt – für Geschäftsführung und Mitarbeiter
- Ziel-  
gruppe** Der Workshop richtet sich an Marken- und Kommunikationsverantwortliche und ihre Teams oder solche Ressorts und Arbeitsgruppen, die sich mit Marke, Purpose, Werten und Identität des Unternehmens beschäftigen.
- Setup**
- Die maximale Teilnehmerzahl beträgt 10 Personen.
  - Der Workshop kann on-site bei ihnen vor Ort oder deutschlandweit off-site an einer geeigneten Location durchgeführt werden. Sprechen sie uns dazu gerne an.
  - Die Kosten für die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung belaufen sich auf pauschal EUR 6.200,00.\*

### Über spry

Spry berät, konzipiert und kommuniziert rund um Ihren Markenerfolg. Als Strategieberatung und „Wegbereiter“ entwickelt spry anschauliche Markenstrategien und Kommunikationskonzepte für Organisationen und Unternehmen. Grundlage ist die Beratungsphilosophie des Confident Branding: die Entwicklung von Zielbildern für die Zukunft, die Zuversicht und Selbstbewusstsein stiften. So beflügelt spry Marken ebenso wie Menschen und macht nachhaltigen Markenerfolg möglich.

### Die Moderatoren

Markus Klingelhöfer und Janett Schwerdtfeger haben in über 30 Arbeitsjahren Projekt-, Workshop- und Trainingserfahrungen zu den unterschiedlichsten Marken- und kommunikationsstrategischen Fragestellungen über viele Unternehmensgrößen und Branchen hinweg gesammelt. Ihr wichtigstes Learning: Selbst für komplexe Fragestellungen lassen sich geeignete Lösungswege meist innerhalb eines Tages erarbeiten - mit den richtigen Leuten an einem Tisch und in einer konstruktiven Arbeitsatmosphäre.

### Interessiert?

Für mehr Informationen und konkrete Anfragen schreiben Sie uns an [brandschool@spry.works](mailto:brandschool@spry.works)

**\* Klein-  
gedrucktes**

Der Pauschalpreis gilt für die Standard-Variante des Workshops on-site und beinhaltet:

- Eine Vorabstimmung per Telefon oder Video-Call
- Die individuelle Vorbereitung auf Ihr Unternehmen
- Durchführung des 1-tägigen Workshops (ca. 8 Stunden Workshopzeit inkl. Pausen) mit zwei Moderatoren
- Die Nachbereitung in Form einer Foto-Dokumentation und Nachbesprechung per Telefon oder Video-Call

Individualisierungswünsche sowie die Übernahme von organisatorischen Aufgaben für einen off-site-Workshop werden nach Absprache und Aufwand berechnet. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer von 19%. Spesen und Reisekosten werden nach Beleg weiterberechnet.

Stand: März 2023

© 2023 spry GmbH