

A photograph of two women sitting on wooden stairs, laughing heartily. The woman on the left has curly brown hair and is wearing a black long-sleeved top, a long necklace with a large round pendant, and dark brown knee-high boots. The woman on the right has blonde hair and is wearing a black long-sleeved top, a necklace with a small pendant, grey jeans, and dark brown boots. She is holding a glass of water. A black rectangular box with white text is overlaid on the center of the image.

# WERTE & IDENTITÄT

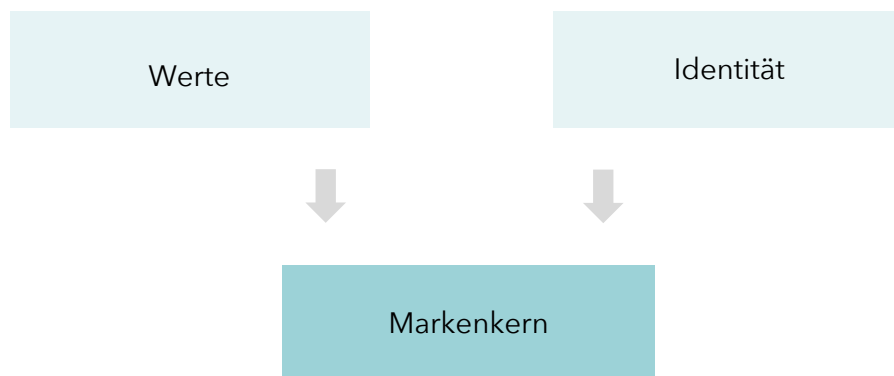
05

In der Positionierung zeigen wir unseren Kunden, wie wir ihre Probleme lösen und ihren Wunschzustand herstellen. Wir reden über die rationale Ebene.

Kundenentscheidungen im B2B Bereich finden aber niemals nur auf der rationalen Ebene statt. Solange Menschen mit Menschen arbeiten, sind immer auch Emotionen im Spiel.

Erst wenn sich dein Kunde auf der rationalen UND der emotionalen Ebene wohlfühlt, wird es zum Auftrag kommen. Kopf und Bauch gehen im Entscheidungsprozess Hand in Hand. Oder mit anderen Worten: Dienstleister, bei denen das Bauchgefühl stimmt, werden bei der Auftragsvergabe bevorzugt.

Der Aufbau einer emotionalen Bindung zu unseren Kunden erfolgt über 2 Dimensionen: Deinen Werten und deinen Identitätsmerkmalen. Gemeinsam bilden sie den Kern deiner Marke und die Grundlage für all deine Marketingmaßnahmen.



**„Kundenentscheidungen  
passieren in Kopf und Bauch.  
Auch bei Business Kunden!“**

Welche Werte möchtest du in deinem Business leben?

## Deine Werte

Als Unternehmer:in ist es essenziell wichtig die eigenen Werte zu kennen und sie im Business zu verankern. Wir sehen immer wieder, dass das Leben im Einklang mit den eigenen Werten der Schlüssel zur inneren Zufriedenheit und dem unternehmerischen Erfolg ist. Erst wenn du deine eigenen Werte kennst und darüber redest, kannst du dich mit deinen Kunden auf der Werteebene verbinden.

In der nächsten Aufgabe darfst du alle Werte erfassen, die dir als Unternehmer:in wichtig sind. Nach denen du leben und arbeiten möchtest. Und die du in deinem Business aktiv verankern möchtest.

Fragen die du dir hierbei stellen darfst:

- Welche Werte sind dir als Unternehmer:in wichtig?
- Welche Werte möchtest du in deinem Business leben?
- Für welche Werte willst du wahrgenommen werden?
- Welche Werte bringen dir Erfüllung als Unternehmer:in?

### Beispiel:

Sarah hat folgende Werte für sich definiert:

Kreativität	Professionalität	Empathie
Offenheit	Selbstbestimmtheit	Freiheit
Leidenschaft	Exzellenz	Spaß
Erfolg	Abwechslung	Ehrgeiz
Neugier	Inspiration	Transparenz

## Aufgabe

Welche Werte möchtest du als Unternehmer:in deinem Business leben? Bitte kreuze an:

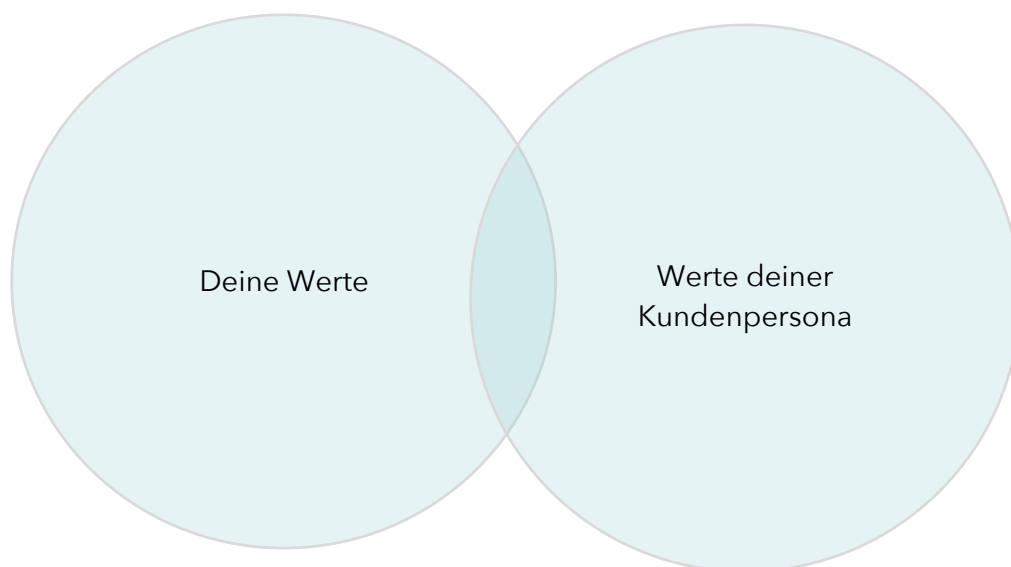
<input type="checkbox"/>	Kreativität	<input type="checkbox"/>	Ehrgeiz	<input type="checkbox"/>	Nachhaltigkeit
<input type="checkbox"/>	Begeisterung	<input type="checkbox"/>	Verantwortung	<input type="checkbox"/>	Lebensfreude
<input type="checkbox"/>	Gerechtigkeit	<input type="checkbox"/>	Disziplin	<input type="checkbox"/>	Empathie
<input type="checkbox"/>	Mut	<input type="checkbox"/>	Effizienz	<input type="checkbox"/>	Klarheit
<input type="checkbox"/>	Ehrlichkeit	<input type="checkbox"/>	Professionalität	<input type="checkbox"/>	Sorgfalt
<input type="checkbox"/>	Neugier	<input type="checkbox"/>	Achtsamkeit	<input type="checkbox"/>	Authentizität
<input type="checkbox"/>	Willenskraft	<input type="checkbox"/>	Unabhängigkeit	<input type="checkbox"/>	Erfolg
<input type="checkbox"/>	Freundlichkeit	<input type="checkbox"/>	Engagement	<input type="checkbox"/>	Tradition
<input type="checkbox"/>	Flexibilität	<input type="checkbox"/>	Perfektionismus	<input type="checkbox"/>	Agilität
<input type="checkbox"/>	Exzellenz	<input type="checkbox"/>	Fairness	<input type="checkbox"/>	Einzigartigkeit
<input type="checkbox"/>	Optimismus	<input type="checkbox"/>	Teamgeist	<input type="checkbox"/>	Zuverlässigkeit
<input type="checkbox"/>	Spontanität	<input type="checkbox"/>	Spaß	<input type="checkbox"/>	Weitsicht
<input type="checkbox"/>	Vertrauen	<input type="checkbox"/>	Inspiration	<input type="checkbox"/>	Aktivität
<input type="checkbox"/>	Leichtigkeit	<input type="checkbox"/>	Selbstbestimmtheit	<input type="checkbox"/>	Glaubwürdigkeit
<input type="checkbox"/>	Herzlichkeit	<input type="checkbox"/>	Transparenz	<input type="checkbox"/>	Gemeinschaft
<input type="checkbox"/>	Innovation	<input type="checkbox"/>	Dankbarkeit	<input type="checkbox"/>	Hilfsbereitschaft
<input type="checkbox"/>	Leidenschaft	<input type="checkbox"/>	Sinnhaftigkeit	<input type="checkbox"/>	Respekt
<input type="checkbox"/>	Zielstrebigkeit	<input type="checkbox"/>	Abwechslung	<input type="checkbox"/>	Loyalität
<input type="checkbox"/>	Zukunftsorientierung	<input type="checkbox"/>	Individualität	<input type="checkbox"/>	Integrität
<input type="checkbox"/>	Sicherheit	<input type="checkbox"/>	Offenheit	<input type="checkbox"/>	Resilienz
<input type="checkbox"/>	Idealismus	<input type="checkbox"/>	Freiheit	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

Welche Werte trägst du nach draußen?

## Deine Markenwerte

Die Markenwerte sind die Werte, die du als Unternehmer:in bewusst lebst und mit deiner Marke nach außen trägst. Erst wenn deine Werte mit den Werten deiner Kundenpersona übereinstimmen, wird sich deine Kundenpersona bei dir emotional „wohl fühlen“.

Hier geht es darum, Werte zu definieren, die dir und deinen Kunden wichtig sind:



Im nächsten Schritt darfst du nun überlegen, welche deiner Werte mit den Werten deiner Kundenpersona übereinstimmen.

**WICHTIG:** Bitte begrenze deine Auswahl auf maximal 6 Werte.

Fragen, die du dir dabei stellen darfst:

- Mit welchen von meinen Werten kann sich meine Kundenpersona identifizieren?
- Welche Werte sind der Kundenpersona ebenfalls wichtig?
- Welche Werte sind deiner Kundenpersona und dir in der Zusammenarbeit wichtig?

**Beispiel:**

Sarah hat folgende Werte definiert, die für sie und ihre Kundenpersona wichtig sind:

Kreativität	<b>Professionalität</b>	<b>Empathie</b>
<b>Offenheit</b>	Selbstbestimmtheit	Freiheit
Leidenschaft	<b>Exzellenz</b>	Spaß
Erfolg	Abwechslung	Ehrgeiz
Neugier	<b>Inspiration</b>	<b>Transparenz</b>

## Aufgabe

Welche aus deinen bereits ausgewählten Werten (S.4) sind dir UND deiner Kundenpersona wichtig? Bitte kreuze bis zu 6 Werte an:

<input type="checkbox"/>	Kreativität	<input type="checkbox"/>	Ehrgeiz	<input type="checkbox"/>	Nachhaltigkeit
<input type="checkbox"/>	Begeisterung	<input type="checkbox"/>	Verantwortung	<input type="checkbox"/>	Lebensfreude
<input type="checkbox"/>	Gerechtigkeit	<input type="checkbox"/>	Disziplin	<input type="checkbox"/>	Empathie
<input type="checkbox"/>	Mut	<input type="checkbox"/>	Effizienz	<input type="checkbox"/>	Klarheit
<input type="checkbox"/>	Ehrlichkeit	<input type="checkbox"/>	Professionalität	<input type="checkbox"/>	Sorgfalt
<input type="checkbox"/>	Neugier	<input type="checkbox"/>	Achtsamkeit	<input type="checkbox"/>	Authentizität
<input type="checkbox"/>	Willenskraft	<input type="checkbox"/>	Unabhängigkeit	<input type="checkbox"/>	Erfolg
<input type="checkbox"/>	Freundlichkeit	<input type="checkbox"/>	Engagement	<input type="checkbox"/>	Tradition
<input type="checkbox"/>	Flexibilität	<input type="checkbox"/>	Perfektionismus	<input type="checkbox"/>	Agilität
<input type="checkbox"/>	Exzellenz	<input type="checkbox"/>	Fairness	<input type="checkbox"/>	Einzigartigkeit
<input type="checkbox"/>	Optimismus	<input type="checkbox"/>	Teamgeist	<input type="checkbox"/>	Zuverlässigkeit
<input type="checkbox"/>	Spontanität	<input type="checkbox"/>	Spaß	<input type="checkbox"/>	Weitsicht
<input type="checkbox"/>	Vertrauen	<input type="checkbox"/>	Inspiration	<input type="checkbox"/>	Aktivität
<input type="checkbox"/>	Leichtigkeit	<input type="checkbox"/>	Selbstbestimmtheit	<input type="checkbox"/>	Glaubwürdigkeit
<input type="checkbox"/>	Herzlichkeit	<input type="checkbox"/>	Transparenz	<input type="checkbox"/>	Gemeinschaft
<input type="checkbox"/>	Innovation	<input type="checkbox"/>	Dankbarkeit	<input type="checkbox"/>	Hilfsbereitschaft
<input type="checkbox"/>	Leidenschaft	<input type="checkbox"/>	Sinnhaftigkeit	<input type="checkbox"/>	Respekt
<input type="checkbox"/>	Zielstrebigkeit	<input type="checkbox"/>	Abwechslung	<input type="checkbox"/>	Loyalität
<input type="checkbox"/>	Zukunftsorientierung	<input type="checkbox"/>	Individualität	<input type="checkbox"/>	Integrität
<input type="checkbox"/>	Sicherheit	<input type="checkbox"/>	Offenheit	<input type="checkbox"/>	Resilienz
<input type="checkbox"/>	Idealismus	<input type="checkbox"/>	Freiheit	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

## Deine Identitätsmerkmale

Jeder Mensch hat Identitätsmerkmale – authentisch, kreativ, wissbegierig, kommunikativ, sportlich – all das beschreibt deine Persönlichkeit, deinen Charakter. Diese Identitätsmerkmale gilt es nun zu entdecken.

Denn ähnlich zu den Werten schaffen wir über unsere Identität und unsere Persönlichkeit eine emotionale Anziehung zu unserer Kundenpersona.

Im ersten Schritt erfasst du nun deine Identitätsmerkmale.

Fragen die du dir hier stellen darfst:

- Mit welchen Persönlichkeitsmerkmalen würdest du dich beschreiben?
- Mit welchen Eigenschaften würden dich deine Kunden beschreiben?
- Warum arbeiten deine Kunden gerne mit dir?
- Welche Persönlichkeitsmerkmale mögen deine Kunden besonders gerne an dir?
- Mit welchen Eigenschaften würden dich ehemalige Kollegen beschreiben?
- Wie würden dich Freunde & Familie beschreiben?

### Beispiel:

Sarahs Identitätsmerkmale:

offen	kreativ	analytisch
extrovertiert	freundlich	ehrlich
pünktlich	leidenschaftlich	Neugierig
witzig	professionell	Partnerschaftlich
loyal	inspirierend	kommunikativ



## Aufgabe

Erfasse nachfolgend all deine Identitätsmerkmale und Charaktereigenschaften:


Welche Identitätsmerkmale wirken anziehend auf Kunden?

## Deine Markenidentität

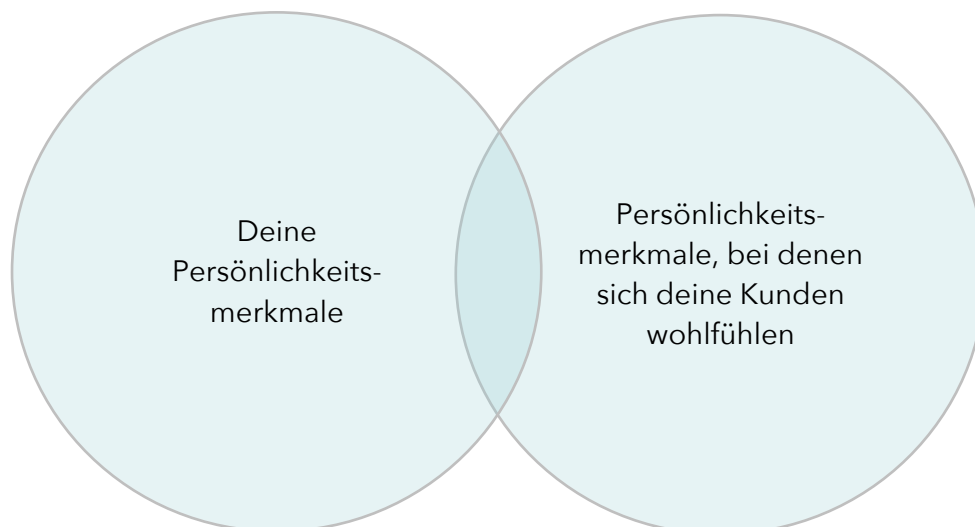
Deine Markenidentität wird bestimmt durch deine Identitätsmerkmale.

Dabei solltest du nur die Identitätsmerkmale oder Charaktereigenschaften in deinem Business oder deiner Marke verankern, die für deine Kundenpersona anziehend wirken.

Kunden werden sich erst dann zu deinem Business bzw. deiner Marke hingezogen fühlen, wenn sie sich selbst mit diesen Persönlichkeitsmerkmalen identifizieren können. Dies geschieht, wenn deine Kundenpersona mit denselben Charaktereigenschaften ausgestattet ist oder die Persönlichkeitsmerkmale für sie wünschenswert erscheinen.

### Beispiel:

Wenn du „sportlich“ als deine Markenidentität definierst und entsprechend kommunizierst, werden sich Menschen angesprochen fühlen, die entweder sportlich sind oder es gerne wären.



Nun darfst du dir also überlegen, welche deiner Persönlichkeitsmerkmale für deine Kundenpersona anziehend wirken.

**WICHTIG:** Bitte begrenze deine Auswahl auf maximal 6 Persönlichkeitsmerkmale.

Fragen, die du dir dabei stellen darfst:

- Welche deiner Persönlichkeitsmerkmale zieht deinen Kunden an?
- Mit welchen Persönlichkeitsmerkmalen kann sich deine Kundenpersona identifizieren?
- Welche deiner Persönlichkeitsmerkmale trifft ebenso auf deine Kundenpersona zu?
- Welche deine Persönlichkeitsmerkmale hätte deine Kundenpersona auch gerne?

**Beispiel:**

Sarahs Markenidentität:

offen	professionell	neugierig
partnerschaftlich	inspirierend	kommunikativ

Aufgabe

Erfasse hier all deine bereits erfassten Identitätsmerkmale (S. 9), die auch auf deine Kundenpersona anziehend wirken. Bitte begrenze die Auswahl auf 6 Merkmale:


Für welche Markenkernwerte möchtest du stehen?

## Dein Markenkern

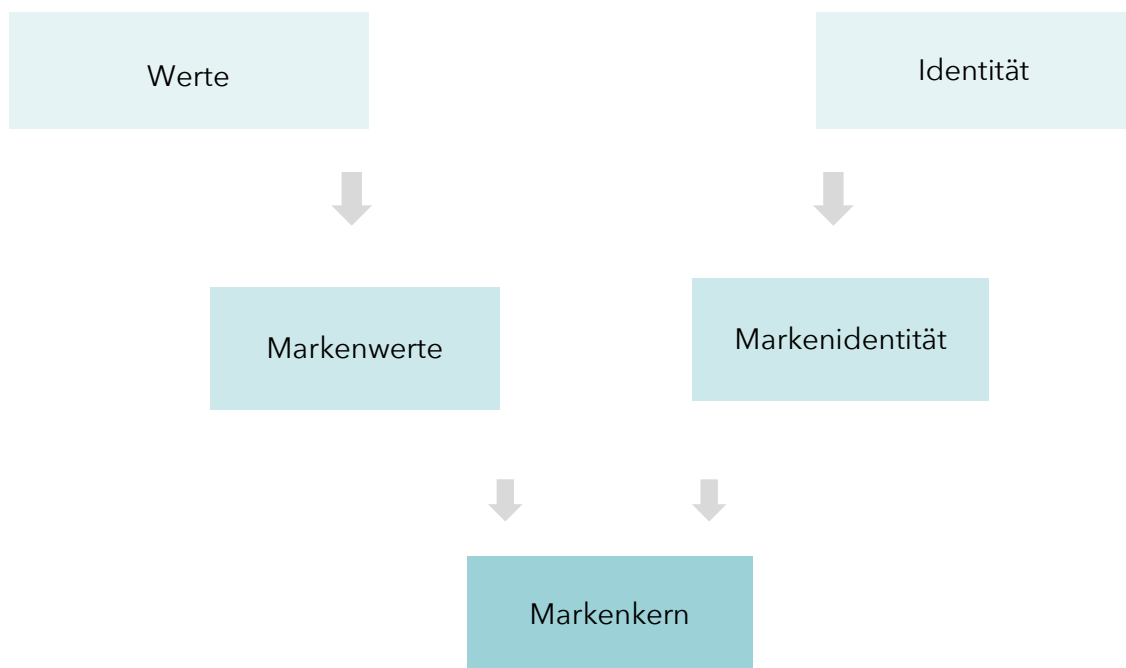
In deinem Markenkern verschmelzen deine Markenwerte und deine Markenidentität zu einer Einheit – dem Kern deiner Marke.

Der Markenkern ist dabei die Grundlage für dein Branding und all deine Marketingaktivitäten.

Anders als in der Positionierung ist der Markenkern nicht, was wir sprachlich auf der Website oder in unserem Marketing verwenden.

Der Markenkern ist etwas, was der Kunde spürt, wenn er mit uns arbeitet.

Er entscheidet darüber, ob und wie wohl sich unser Kunde bei uns fühlt.



## **Markenkernwerte**

Der Markenkern besteht aus 3 Markenkernwerten, wobei jeder Markenkernwert wiederum 3 Facetten hat.

Zuerst erarbeitest du deine Markenkernwerte. Diese leiten sich entweder aus deinen Markenwerten oder aus deiner Markenidentität her und bilden das Herzstück deiner Marke.

Fragen, die du dir dabei stellen darfst:

- Für welche 3 Markenkernwerte möchtest du von Kunden, Wettbewerbern und in deinem Netzwerk wahrgenommen werden?
- Für welche Markenkernwerte möchtest du mit deinem Business stehen?
- Welche Markenkernwerte begeistern deine Kundenpersona und machen dich in ihren Augen „besonders“?

## **Facetten**

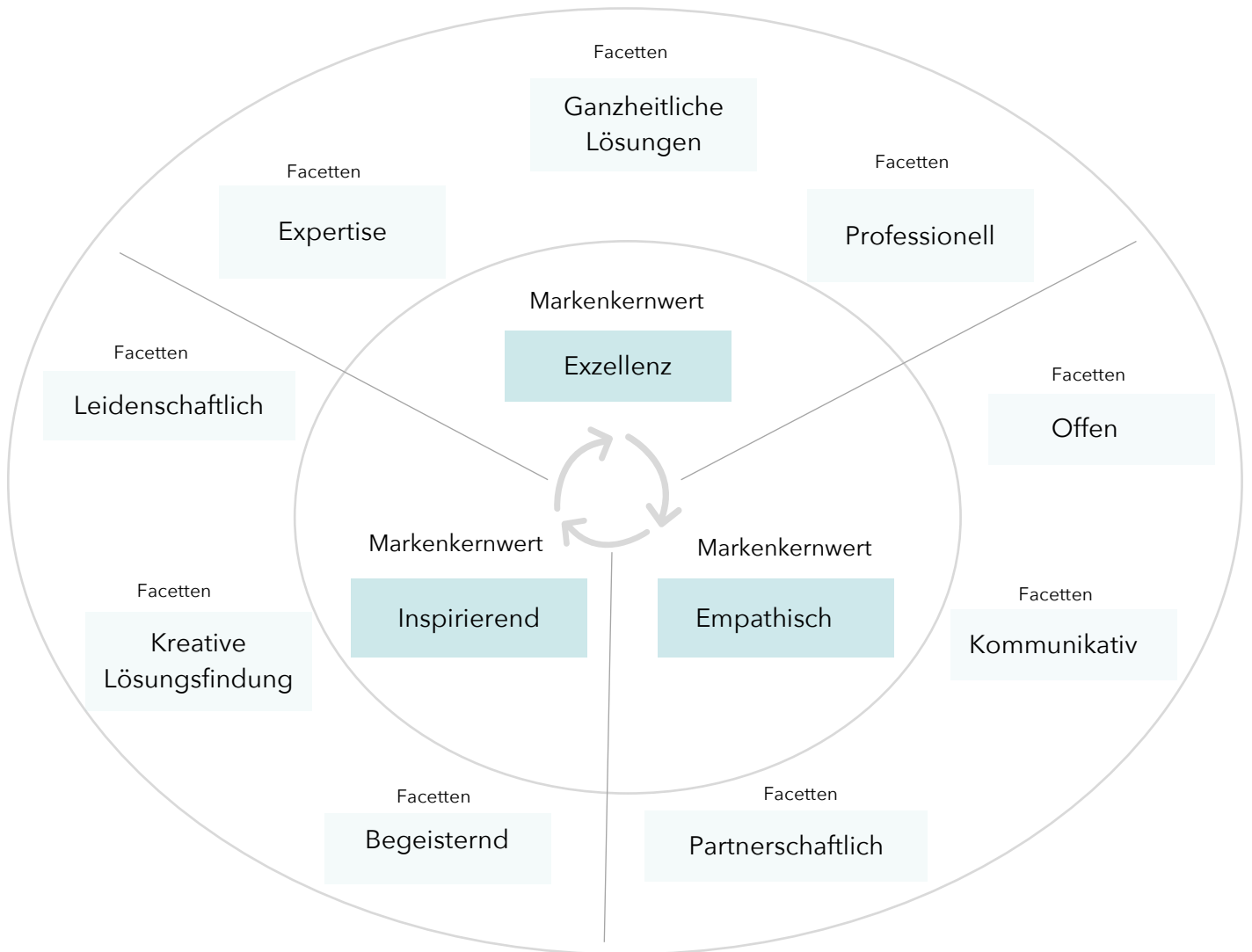
Nachdem du die Markenkernwerte definierst hast, konkretisierst du im nächsten Schritt, was sich genau hinter deinen Markenkernwerten verbirgt.

Fragen, die du dir dabei stellen darfst:

- Was bedeutet dieser Markenkernwert genau für dich?
- Wie möchtest du diesen Markenwert leben?
- Wie spürt dein Kunden diesen Markenwert?

## Beispiel

Sahas Marken Kernwerte und Facetten:



## Aufgabe

1. Definiere zuerst deine 3 Markenkernwerte.
2. Lege nun die Facetten für deine jeweiligen Markenkernwerte fest.

