

■ Problem #9

# **GENERISCHE UNTERNEHMENSWERTE**

Das Ergebnis vieler Prozesse zum Thema Markenkern sind hohe Honorare und theoretische Manifeste, auf die lediglich Marketingabteilung und Berater stolz sind.

Fragt man die wichtigsten Markenbotschafter des Unternehmens (genau: die Mitarbeiter!), was sie darunter verstehen, bekommt man höchstens ein Schulterzucken als Antwort.

Gemeinsam definieren wir Unternehmenswerte, die alle gängigen Wertefallen umgehen, die für Ihre Kunden einleuchtend sind und die vor allem von Mitarbeitern einfach in der Praxis umgesetzt werden können.