

Wird ihr Versprechen spürbar?
Ihr Unternehmen als Marke und erlebtes System.

Organizational Experience entwickeln.

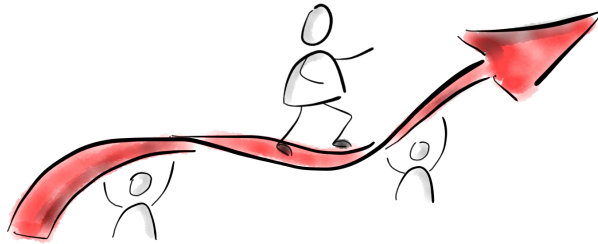
Verbindung von:

Marke & Branding
mit Organisations-
entwicklung OE



- 01 Einleitung
- 02 **Definitionen:** Was ist was?
OX Organizational Experience als vereinfachtes Gesamtbild
- 03 **Warum** ist das für Unternehmende relevant?
Typische Symptome mangelnder Verbindung
- 04 **Auswirkung:** Es rechnet sich!
Mehr als „Kulturmaßnahme“ es geht um Wirtschaftlichkeit
- 05 **Ausblick:** Selbstcheck und bewusste Entwicklung
Mit Klarheit und einer gemeinsamen Richtung
- 06 Organizational Experience entwickeln
Leistungen der andersgestalterin
- 07 Kontakt

01 Einleitung



Die Verbindung von Markenentwicklung, Branding und Organisationsentwicklung ist keine „Zusatzdisziplin“, sondern die Antwort auf eine zentrale Herausforderung vieler Unternehmenden: Nach Gründung oder Übernahme entwickeln sich viele Unternehmen wirtschaftlich gut weiter. Aber ihr Selbstbild, ihre Zusammenarbeit und ihre Außenwirkung entwickeln sich oft nicht synchron mit.

Dadurch können Spannungen für Mitarbeitende als auch Kunden entstehen wie z.B.

- innen anders als außen
- Strategie anders als Alltag
- Führungsanspruch anders als gelebte Kultur
- Marketingversprechen anders als Kundenerlebnis

Die wahrgenommene Qualität und Leistungsfähigkeit eines Unternehmens entstehen genau dort, wo Markenentwicklung, Branding und Organisationsentwicklung spürbar miteinander verbunden sind und stimmig zusammenwirken: Nämlich in einer nach innen und außen durchgängigen „Organizational Experience“.

Antje Gröning als die andersgestalterin begleitet mit einer Kombination von Design-Expertise, internationaler Erfahrung in der Produktentwicklung und einem konsequenten Blick auf Nutzererlebnis und Markt. Ergänzt wird diese Perspektive durch Know-how in Zusammenarbeit, Führung und Veränderungsdynamiken in Organisationen.

„Ob offensichtlich oder implizit: Kunden erleben immer auch die Organisation und Menschen hinter einer Marke – Die innere Realität eines Unternehmens.“



antje gröning
Prozessbegleiterin, Facilitator,
Coach, Designerin.

02 Definitionen:

Was ist was?



Die Verbindungen zwischen Markenentwicklung, Branding und Organisationsentwicklung wird oft unterschätzt, obwohl alle drei im Kern an derselben Frage arbeiten:

„Wie entwickelt sich ein Unternehmen so weiter, dass Menschen innen wie außen ein stimmiges Erlebnis haben?“



Vereinfachtes Gesamtbild der OX Organizational Experience:

Marken-entwicklung

*„Wofür stehen wir?
Wer wollen wir sein
und warum?“*

Beispiele:

- Haltung
- Werte
- Identität
- Tonalität
- Positionierung
- Zielgruppenbild
- Nutzenversprechen
- Zukunftsbild

Branding (Marke wiedererkennen)

*„Wie wird diese Marke
konsistent sichtbar und
erlebbar?“*

Beispiele:

- Website
- Corporate Design
- Sprache
- Auftreten
- Kundenerlebnis
- Employer Branding
- Präsentationen
- Verkaufs-Räume
- Social Media

Organisations-entwicklung

*„Wie funktioniert unser
Unternehmen:
Wie arbeiten wir?“*

Beispiele:

- Führung
- Zusammenarbeit
- Entscheidungswege
- Kultur
- Kommunikation
- Rollen
- Veränderungsfähigkeit

Organizational Experience verbindet Innen und Außen.

Warum die Verzahnung entscheidend ist:

- **Marke ohne Organisationsentwicklung bleibt oft Behauptung**
z.B. „kundenorientiert“ beworben, intern jedoch siloartige Zusammenarbeit
- **Branding ohne strategische Identität bleibt an der Oberfläche**
z.B. schöne Gestaltung ohne Klarheit
- **Organisationsentwicklung ohne Markenbezug bleibt oft firmenintern**
z.B. ohne klare Verbindung zur gewünschten Wirkung am Markt



Der eigentliche Mehrwert liegt darin, dass nicht isolierte Maßnahmen entstehen, sondern ein stimmigeres Gesamterlebnis.

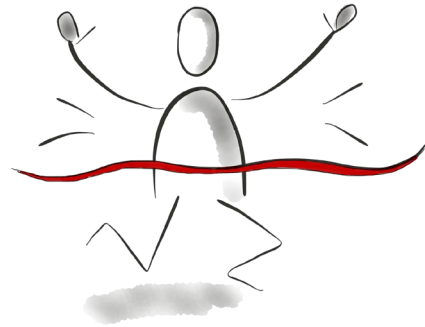


03 Warum ist das für Unternehmende relevant?



Viele Unternehmen wachsen historisch:

- Gründerperson, Geschäftsführung trägt die Identität implizit in sich
- Entscheidungen entstehen situativ
- Kommunikation entwickelt sich organisch
- Marke wird „nebenbei“ aufgebaut



Das funktioniert oft erstaunlich lange.

Irgendwann entstehen typische Symptome mangelnder Verbindung:

Außenwirkung passt nicht mehr zur Realität

- Unternehmen ist professioneller geworden als sein Auftritt
- oder umgekehrt: modernes Auftreten, aber chaotische Organisation
- starke Vision, aber keine Zusammenarbeit

Wachstum erzeugt Reibung

- mehr Mitarbeitende
- mehr Abstimmungsbedarf
- häufigere Missverständnisse & Unklarheiten
- verschiedene Führungsstile oder Richtungen

Veränderung oder Neuausrichtung läuft zäh

- Erschließen neuer Märkte misslingt
- Fusion, Kooperationen scheitern
- Innovationsvorhaben versanden
- keine passenden Mitarbeitenden finden
- Digitalisierung stockt
- Kulturwandel stößt auf Widerstand

Kundschaft erlebt Uneinheitlichkeit

- Vertrieb verspricht etwas anderes als operative Umsetzung
- Persönliche Markenbotschaft bei uneinheitlicher Kundenkommunikation

An dieser Stelle entsteht häufig eine entscheidende Herausforderung:

Marke und Organisation werden getrennt gedacht, denn in vielen Unternehmen laufen diese Themen parallel. Dadurch ergeben sich oft Brüche in thematischen Verbindungen.

Die erfolgreichsten Unternehmen wirken oft deshalb stark weil:

- ihre Haltung,
 - ihr Verhalten,
 - ihre Kommunikation,
 - ihre Führung,
 - ihre Gestaltung
- ... zusammenpassen.

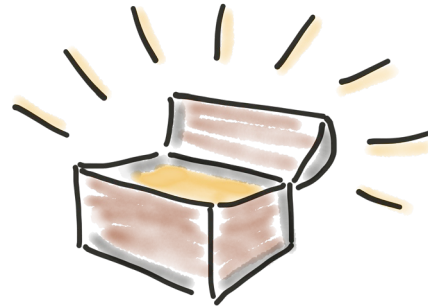
Nicht perfekt. Aber glaubwürdig, als eine „Organizational Experience“.



Die Marke wird dann zur Behauptung statt zur gelebten Realität.



04 **Auswirkung:** Es rechnet sich!



Wirtschaftlich relevante Effekte

Eine schlüssige OX Organizational Experience ist nicht bloße Dekoration, sondern **echte Wirkungsgestaltung**.

Mehr als Kulturmaßnahme und positive Beeinflussung der „Stimmung“, ist eine schlüssige OX Hebel für **zentrale wirtschaftliche Faktoren** wie:

- Vertrauensbildung
- Wiedererkennbarkeit
- Qualitäts- / Preiswahrnehmung
- Attraktivität für Kunden
- Mitarbeitendenbindung
- Geschwindigkeit in Abstimmungen und Entscheidungen
- Innovationsfähigkeit
- Klarheit in Veränderungsprozessen
- Reduktion von Reibungsverlusten
- konsistente Kommunikation
- stärkere Differenzierung im Markt

Wer Markenentwicklung, Branding und Organisationsentwicklung sinnvoll verzahnt,

- reduziert innere Reibung und äußere Inkonsistenz und somit Irritationen,
- hilft dabei, vorhandene Stärken wirksamer nach innen und außen erlebbar zu machen
- und spart dadurch an vielen Stellen gleichzeitig viel Zeit, Geld und Energie!

Wirkungsgestaltung von wirtschaftlichen Faktoren bedeutet konkret Konsistenz in der Wahrnehmung des Gesamtbildes

- von **außen durch den Kunden**
- und von **innen durch die Mitarbeitenden**.

Beides beeinflusst sich wechselseitig negativ und auch positiv!

Daher kann das Kundenerlebnis nie besser sein als das Mitarbeitendenerlebnis.
OX = CX Customer Experience + EX Employee Experience



Investitionen in ein stimmigeres Gesamterlebnis OX sind indirekte und sehr wirksame Maßnahmen für ihren Unternehmensertrag.



05 **Ausblick:** Konkrete nächste Schritte ableiten



Es braucht keinen kompletten Neustart.

Es muss auch nicht alles perfekt sein.
Denn Unternehmen sind nie
vollständig widerspruchsfrei.

Gerade bei kleineren Unternehmen ist
in der Praxis häufig zu beobachten:

- Die Geschäftsführung trägt die eigentliche Markenidentität implizit in sich,
- aber sie wurde nie gemeinsam formuliert,
- geschweige denn systematisch übersetzt.

Ansatz: Organisationsentwicklung?

Viele Prozesse in der Organisations-
entwicklung verlieren den Bezug zu:

- Markt,
- Wettbewerb,
- Kundschaft,
- Wahrnehmung im Aussen,
- strategischer Positionierung.

Ansatz: Design & Marketing?

Viele Unternehmen springen direkt ins
Branding:

- „Wir brauchen ein neues Logo.“
- „Die Website wirkt alt.“
- „Wir brauchen eine fescche Kampagne.“

Organisationsentwicklung gestaltet
zwar die innere Realität einer Marke.
Und Branding macht sie sichtbar und
erlebbar.



Erst in Verbindung als „Organizational Experience“ entsteht eine
Marke nicht nur als Kommunikation, sondern als erlebtes System.

Ausblick: Klarheit und eine gemeinsame Richtung

- bewusste Entwicklung,
- Glaubwürdigkeit,
- Klarheit,
- Anschlussfähigkeit,
- eine gemeinsame Richtung.

Der nächste Schritt: eine ehrliche Bestandsaufnahme und Selbstcheck

- was das Unternehmen bereits ausmacht, was bereits vorhanden ist und gut läuft auf der einen Seite,
- und einen ernsthaften Blick drauf, wie sich dies innen wie außen konsistenter entwickeln lässt auf der anderen Seite.

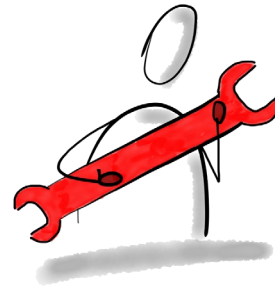


06 Leistungen der andersgestalterin



Organizational Experience entwickeln.

Ich komme aus der Praxis und weiß:
Ein starkes Unternehmenserlebnis
entsteht nicht allein durch ein Logo
oder eine neue Website.



Gerade in Phasen von Wachstum, Veränderung oder Neuausrichtung zeigt sich häufig, wie eng Marke, Unternehmenskultur und Kundenerlebnis miteinander verbunden sind. Ziel ist dann ein Unternehmen, das innen wie außen glaubwürdig, klar und anschlussfähig wirkt.

Manchmal hilft es, Diese Herausforderung nicht allein meistern zu müssen.
Wenn Sie weiter gehen wollen, begleite ich Sie gerne entlang Ihrer individuellen Themen und Entwicklungszielen.



Standortbestimmung von Markenbild, Zusammenarbeit und Außenwirkung

Gemeinsam betrachten wir, wie Ihr Unternehmen heute intern gelebt und extern wahrgenommen wird und wo Potenziale für mehr Klarheit, Konsistenz und Wirkung entstehen.



Verbindung von Customer Experience und Employee Experience

Beides beeinflusst sich gegenseitig,
Das Kundenerlebnis kann nie besser
sein als das Mitarbeitenderlebnis.
Daher entwickeln und verbinden wir
gemeinsam beide Perspektiven
sinnvoll miteinander.



Begleitung bei Rebranding, Neuausrichtung oder Integration nach Veränderungen

Ich berate Ihr Unternehmen dabei,
Veränderungen nicht nur sichtbar zu
machen, sondern auch kulturell,
kommunikativ und organisatorisch
anschlussfähig zu gestalten.



Co-kreative Entwicklung konsistenter Kommunikations- und Erlebnisräume

In dialogischen Formaten entwickeln
wir gemeinsam Leitbilder,
Kommunikationsansätze und
Erlebnisräume, die zur Identität und
Realität Ihres Unternehmens passen.

07 Kontakt



Sie möchten mehr erfahren über
„Organizational Experience entwickeln“?

Ich begleite Sie, Ihr Unternehmen und Ihre Mitarbeiter
bei der Verzahnung von Markenentwicklung, Branding und
Organisationsentwicklung
für ein überzeugendes starkes Unternehmenserlebnis.

**Nehmen Sie jetzt Kontakt auf.
Anfang ist immer.**

Ihr direkter Draht zu antje gröning:
jetzt@andersgestalterin.de
0163 5520489

oder Termin buchen über Calendly



Qualität und Kompetenz durch Vernetzung:



Gemeinsam. Entwicklung. Gestalten.



Folgen auf
linkedin oder xing

