

## Problem #8

# INSZENIERTER PURPOSE

Durch die zunehmende Wertorientierung der Kunden in den letzten Jahren haben auch Begriffe wie „Purpose“ neue Relevanz gewonnen.

Dabei wird dieser so genannte Sinn und Zweck eines Unternehmens gerne zweckentfremdet – meist mit der Absicht, das Unternehmen in ein ethisch positives Licht zu stellen. Das kann nach hinten losgehen: Ein inszenierter Purpose wird von aufgeklärten Kunden schnell durchschaut.

Statt einen Unternehmenspurpose künstlich zu inszenieren, entwickeln wir gemeinsam einen authentischen aus Ihrem Markenkern heraus – denn alle Zutaten dafür sind schon da.