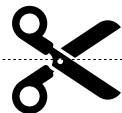
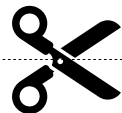


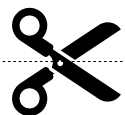
<p>QUALITATIV</p> <p>Hygienefaktor: Dass die Leistung, die man anbietet, von Qualität ist, sollte Voraussetzung sein.</p>	<p>INNOVATIV</p> <p>Ist man nicht tatsächlich Vorreiter innerhalb einer Branche oder eines Segments, wirkt Innovativ als Wert schnell generisch und unauthentisch.</p>	<p>VERTRAUENS- WÜRDIG</p> <p>Vertrauen muss man sich verdienen. Ob man vertrauenswürdig ist, bestimmen die Kund:innen, nicht die Marke selbst.</p>	<p>TRANSPARENT</p> <p>Mit Vorsicht zu genießen: Konsumierende sind besser informiert und vernetzt als je zuvor. Hat man Anspruch an Transparenz, sollte man diesen auch nachweisen können.</p>
<p>PROFES- SIONELL</p> <p>Hygienefaktor: Würde man mit einer unprofessionellen Organisation Geschäfte machen?</p>	<p>KUNDEN- ORIENTIERT</p> <p>Hygienefaktor: Alles andere wäre schlecht fürs Business.</p>	<p>ZUVERLÄSSIG</p> <p>Hygienefaktor: Zuverlässigkeit darf man voraussetzen. Würde man mit einer unzuverlässigen Organisation Geschäfte machen?</p>	<p>LEIDEN- SCHAFTLICH</p> <p>Schwierig, authentisch zu kommunizieren, wirkt deshalb schnell wie ein Lippenbekenntnis.</p>
<p>BEWEGEND</p>	<p>VORAUSSCHAUEND</p>	<p>PROVOKANT</p>	<p>MUTIG</p>



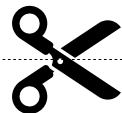
FREUNDLICH	EHRlich	GEWAGT	DOWN TO EARTH
LEBENDIG	MAßGEBEND	EDGY	GEHOBEN
HANDS-ON	VERSPIELT	KREATIV	TECHNISCH



CORPORATE	NATÜRLICH	TRADITIONELL	DELICATE
CASUAL	TOUGH	MASKULIN	FEMININ
ROBUST	JUGENDLICH	INKLUSIV	EXKLUSIV



PRAKTISCH	ETABLIERT	QUIRKY	WARM
COOL	DIREKT	NAHBAR	RUHIG
FAMILIÄR	SOPHISTI- CATED	ZURÜCK- HALTEND	EMOTIONAL



SELBST- BEWUSST	UNKONVEN- TIONELL	PROGRESSIV	FEIN
DURCHDACHT	FÜRSORGLICH	LAUT	DRIVEN
ELITÄR	AUTORITÄR	GERADLINIG	ABWECHS- LUNGSREICH

