

# BWS Branding

## Vero Neubacher & Thomas Stranig

Das Spezialisten-Duo der **BWS Branding** steht seit über 30 Jahren für werteorientierte Markenentwicklung und strategische Innovation im Tourismus.

### Markenidentität als Ergebnis eines präzisen Freilegungsprozesses

In einer von Reizüberflutung und austauschbaren Werbeversprechen gesättigten Marktlandschaft setzt die **BWS Branding** einen Gegenpol zu beliebig auswechselbaren Scheinidentitäten. Das Credo ist so radikal wie wirksam: Marken werden nicht erfunden, sie werden **freigelegt**. Seit 3 Jahrzehnten agiert das Team unter dem Motto „**wertschaffend**“ und begleitet Unternehmen und Destinationen dabei, ihre wahre DNA nicht durch künstliche Marketing-Konstrukte zu maskieren, sondern durch einen **methodisch strengen Freilegungsprozess** zu **extrahieren**. Dieser strategische Weg markiert die Abkehr von klassischen Werbeschablonen hin zu einer **werteorientierten Identitätsfindung**.

### Philosophie: „Finden statt Erfinden“: Das Ende der Marketing-Maskerade

In der modernen Markenwelt ist Authentizität kein Schlagwort, sondern die einzige überlebensfähige Währung. Wer versucht, einer Marke ein „**Hütchen zu stricken**“ - also ein künstliches Image überzustülpen, das nicht mit der gelebten Realität korrespondiert, scheitert langfristig an der **mangelnden Substanz**.

**BWS Branding** setzt hier einen kompromisslosen Kontrapunkt: Markenkraft kann nur dann nachhaltig wirken, wenn sie sich **von innen heraus** entwickelt, statt sich opportunistisch an Zielgruppenwünschen zu orientieren.

Namhafte Klienten wie Saalbach, das Allgäu, JO St. Johann in Salzburg, die Turracher Höhe oder der Hochschober bauen bereits auf diesen Prozess auf. Der radikale Fokus auf den Kern führt zu einer Identität, in der alle Beteiligten „Feuer fangen“, ohne sich verbiegen zu müssen. Dass dieses „Finden“ kein intuitives Raten, sondern das Ergebnis linguistischer Detektivarbeit ist, belegt die zugrundeliegende Methode.

## Die Methode: Semantische Präzision als Schlüssel zur Marken-DNA

Sprache ist der primäre Träger sozialer und kultureller Identität. Alles, was eine Marke ausmacht, ist in der Art und Weise kodiert, wie über sie gesprochen und geschrieben wird. Das von **BWS** entwickelte **BrandProfiling** nutzt die **semantische Struktur- und Inhaltsanalyse**, um diese Codes systematisch zu entschlüsseln.

Im Gegensatz zu herkömmlichen Lösungen, die lediglich bekannte Muster bestätigen (hypothesengeleitet), setzt **BWS** auf ein **manuelles, exploratives Verfahren**. Während Standard-Methoden am Kontext und den Nuancen zwischen den Zeilen scheitern, identifiziert die menschliche Analyse die unbewusste **DNA** einer Marke.

## Der Prozess: In vier Sprints zur begehrlichen Marke

**BWS Branding** transformiert komplexe Markenarbeit in eine handhabbare Prozessarchitektur aus vier kompakten, aufeinander abgestimmten Sprints. So bleibt jedes Etappenziel überschaubar, transparent und ergebnisorientiert.

### 01: BrandScreening: StatusQuo sichtbar machen

Mit dem digitalen Analyse-Tool **myBRAND** wird die aktuelle Wahrnehmung der Marke aus vielen unterschiedlichen Perspektiven erhoben. Die gewonnenen Erkenntnisse zeigen auf, wo Energie vorhanden ist und wo gezielt nachjustiert werden kann.

### 02: BrandExploration: Eintauchen, beobachten, verstehen

In diesem Schritt taucht das Team der **BWS Branding** vor Ort in die **reale Markenwelt** ein. Durch Beobachtung, Gespräche und die Analyse sämtlicher Markenkontaktpunkte entsteht ein authentisches Bild davon, wie die Marke tatsächlich gelebt wird. Auf diese Weise werden Stärken, Brüche und Chancen im Markenerlebnis sichtbar - eine entscheidende Grundlage für das anschließende **BrandProfiling**.

### 03: BrandProfiling: Freilegung der Marken-DNA

Nun beginnt der eigentliche Freilegungsprozess. Im **BrandProfiling** verdichtet sich alles bisher Erarbeitete zu einem zentralen Analyseverfahren. Sämtliche Erkenntnisse aus Screening, Exploration, Recherchen und persönlichen Gesprächen fließen hier zusammen und bilden die Grundlage für die Freilegung der wahren Markenidentität.

Die Methode des **BrandProfiling** ist sprachbasiert und beruht auf der Überzeugung, dass sich kulturelle, soziale und persönliche Aspekte einer Identität stets in der Sprache widerspiegeln. Alle Begriffe und Aussagen, die im Projektverlauf gesammelt wurden - aus der **myBRAND**-Umfrage, Interviews, Beobachtungen und Dokumentenanalysen - werden systematisch zusammengeführt.

Anschließend erfolgt eine semantische Struktur- und Inhaltsanalyse, ein Verfahren, das **BWS Branding** über viele Jahre kontinuierlich weiterentwickelt und verfeinert hat. Diese Herangehensweise erlaubt es, frei von gängigen Marketingmodellen oder vorgegebenen Zuordnungssystemen, die authentische **DNA** der Marke zu erkennen und sichtbar zu machen.

Auf dieser Basis entsteht ein **präzises Markenprofil**: ein emotional fundiertes, sprachlich verankertes Selbstverständnis, das klar definiert, wofür die Marke steht, was sie einzigartig macht und wofür sie in Zukunft konsequent eintreten möchte.

#### **04: Markenimplementierung: Vom Erkennen zum Erleben**

Auf Basis der erarbeiteten Markenstrategie werden maßgeschneiderte Kommunikations- und Umsetzungsmaßnahmen entwickelt. Gemeinsam mit dem künftigen Kreativpartner entsteht daraus eine stimmige, praxisnahe Implementierung - mit dem Ziel, die Marke dauerhaft erlebbar zu machen und ihre Position im Markt nachhaltig zu stärken.

#### **Resultat und Impact: Der Wandel zur wertvollen Marke**

Eine werteorientierte Markenführung ist der **Motor für nachhaltige Wertschöpfung**. Klienten erhalten ein felsenfestes **emotionales Fundament**, ein **konsistentes Markenversprechen** und eine **klare Vision**. In einer Welt des ständigen Wandels beweisen authentische Marken ihre Zukunftsfähigkeit dadurch, dass sie sich nicht ständig neu erfinden müssen - weil sie ihren Kern gefunden haben und einfach **ECHT** sind.

## **myBRAND: "Measure what matters"**

Das Umfragetool **myBRAND** wurde speziell als Instrument zur fundierten Standortbestimmung in Markenprozessen entwickelt. Es bündelt alle relevanten Perspektiven, um ein radikal klares, holistisches Bild der Markenidentität zu liefern - jenseits von Wunschbildern und Marketingfassaden.

**myBRAND** ist eine **fundierte Markenevaluation** auf Basis der 5 Säulen **Exzellenz, Innovation, Passion Werte und Design**. Sie liefert tiefgreifende Einblicke und wertvolle Anhaltspunkte, um die Anziehungs- und Strahlkraft von Marken zu stärken und diese Schritt für Schritt ins Wachstum zu führen.

Markenführung wird oft fälschlicherweise auf rein monetäre Kennzahlen reduziert. Der **myBRAND**-Ansatz hingegen folgt dem Prinzip „**Measure What Matters**“: Er erkennt, dass Marke auf emotionalen Zugängen basiert, die Bindung und Vertrauen schaffen.

### **Der StatusQuo der Marke wird anhand der 5 tragenden Säulen gemessen:**

- **Exzellenz:** Die Definition und Erbringung einer eindeutigen, unverwechselbaren Spitzenleistung.
- **Innovation:** Die Fähigkeit zur kontinuierlichen Weiterentwicklung und aktiven Zukunftsgestaltung.
- **Passion:** Die authentische Leidenschaft, die das Angebot beseelt und Menschen emotional bindet.
- **Werte:** Das Fundament einer glaubwürdigen Marke und Basis für Positionierung und Identifikation.
- **Design:** Das visuelle Erscheinungsbild als konsequenter Ausdruck der inneren Identität.

Durch die Messung dieser Parameter setzt **myBRAND** dort an, wo Markenkraft entsteht, anstatt lediglich die „Symptome“ zu betrachten. Ziel ist es, aus vielfältigen Perspektiven ein vertieftes Verständnis für die Marke zu erlangen - für die tragenden Säulen und die Zusammenhänge, die sie stützen. Die Ergebnisse tragen dazu bei, ein klares, gemeinsames Verständnis der eigenen Marke zu entwickeln und zu festigen.

## PARTNERSCHAFTEN

Mit den größten Branchenverbänden in Deutschland, Österreich und der Schweiz hat die **BWS Branding** starke Partner an der Seite, die Sichtbarkeit und Vertrauen bei der Kernzielgruppe fördern:

ÖHV - Österreichische Hotelvereinigung | DEHOGA Bayern | Hotellerie Suisse

## ANSPRECHPARTNER & KONTAKT

### CEO Thomas Stranig

LinkedIn > <https://www.linkedin.com/in/thomas-stranig/>

BWS Branding GmbH

Lessingstr. 6

5020 Salzburg, AUSTRIA

Tel.: +43 662 202011200

Email: [office@bws-branding.com](mailto:office@bws-branding.com)

Web: [www.bws-branding.com](http://www.bws-branding.com)

LinkedIn > <https://www.linkedin.com/company/bws-branding/>

Firmenbuchnr.: FN 376810 h

UID: ATU67062019