



Aus der Praxis: Was wirklich entsteht

Unternehmen wächst – Website bleibt stehen

Ein Freizeit- und Sportanbieter mit 50 Jahren Marktpräsenz hatte seine Website über viele Jahre immer wieder erweitert. Irgendwann wussten weder die Inhaberin noch die Mitarbeitenden, welche Informationen wo zu finden waren. Potenzielle Kunden riefen an, weil sie auf der Website nicht die Antworten fanden, die sie suchten.

Das eigentliche Problem war nicht die Website, sondern die fehlende Klarheit über Angebotsstruktur und Kundenbedürfnisse.

Gemeinsam haben wir die Kundenreise analysiert, die Angebotslogik neu strukturiert und darauf aufbauend die Website komplett neu konzipiert.

Ergebnis: eine verständliche Angebotsstruktur, deutlich weniger Rückfragen und eine Website, die auch im Verkaufsgespräch Orientierung gibt.

Fachkräftemangel trotz guter Unternehmenskultur

Ein technisches Unternehmen mit 20 Mitarbeitenden suchte seit längerer Zeit erfolglos nach einem Projektleiter.

Die Analyse zeigte: Nach außen wirkte das Unternehmen noch wie ein kleines Startup. Die Website spiegelte weder die Entwicklung des Unternehmens noch die Arbeitgeberqualitäten wider.

In einem Workshop mit den Schlüsselpersonen haben wir die Arbeitgebermarke geschärft, die Unternehmensentwicklung sichtbar gemacht und die Kommunikation überarbeitet.

Ergebnis: eine neue Karrieredarstellung, passgenauere Stellenanzeigen und kurze Zeit später die erfolgreiche Besetzung der Position.

KI wird genutzt – aber jeder macht sein eigenes Ding

Viele Unternehmen experimentieren bereits mit KI. Häufig entstehen dabei jedoch uneinheitliche Ergebnisse: Texte wirken austauschbar, Datenschutzfragen bleiben offen und Mitarbeitende arbeiten mit unterschiedlichen Tools und Vorgehensweisen.

Die eigentliche Herausforderung liegt in fehlenden Grundlagen: fehlende Markenidentität, unklare Botschaften und nicht definierte Prozesse.

In Workshops entwickeln wir zunächst die strategische Basis und übertragen diese anschließend in ein markenkonformes KI-System. Was die Teilnehmer am Ende immer sagen: Sich einen Prompt irgendwo abzuschauen reicht nicht. Erst wenn das Fachwissen und die Unternehmensidentität dahinterstecken, entsteht etwas, das wirklich nützt.

Ergebnis: konsistentere Kommunikation, hohe Effizienz und KI-Ergebnisse, die tatsächlich zum Unternehmen passen.