



BiRTE THuRow

Creation & Inspiration

Brand Sprint



Wer bin ich?

Birte Thurow, ich bin internationale Künstlerin, Designerin und Inspiratorin, mit über 20 Jahren Berufserfahrung im Bereich Branding für FMCG und CI Kunden. Neben meiner Tätigkeit als Designdirektorin und Designerin, entwickelte ich meinen eigenen künstlerischen Stil, der den „Intuitive Arts“ zugerechnet werden kann.

In Nürnberg geboren und in Johannesburg (Südafrika) aufgewachsen, lebe und arbeite ich heute in Hamburg. In Workshops und Seminaren inspiriere ich zahlreiche Menschen überall auf der Welt, mit Intuition und Authentizität gestalterisch tätig zu werden.

„Die Kunst lehrt mich offen und neugierig zu bleiben und Bewertungen loszulassen, somit lerne ich mich beim gestalten auf meine Intuition zu verlassen. Der Intuitive Prozess ist eines der Grundprinzipien meiner Arbeit, ob beim Malen für mich selbst oder in der Markenkonzepion- oder Gestaltung für meine Kunden.“





Meine Mission

Mein Ziel ist es, Menschen, Unternehmen und Marken zu inspirieren und dabei zu unterstützen, relevante Lösungen zu entwickeln, dabei Teamgeist zu stärken und Geschäftsprobleme zu lösen. Ich tue dies auf wirksame und effiziente Weise mit Hilfe von strategischen und kreativen Werkzeugen und Methoden z.B. Design Sprints für Produktentwicklung, Markenkonzeption oder Corporate Design.

„Ich liebe es neue Wege zu finden um Probleme zu lösen und Menschen zu inspirieren“



Der Brand Sprint...

...beinhaltet 3 halbtägige Workshops im Zeitraum von max. 4-6 Wochen zur schnellen Entwicklung einer neuen oder „re-fresh“ einer bestehenden Markenpositionierung. Es schafft einen effektiven und kreativen Rahmen in der sich eine Visuelle und Verbale Strategie für das Unternehmen / die Marke entfalten kann.

Ziel des Brand Sprints

Markenstrategie
für alle greifbar &
erlebbar zu machen





Warum Brand Sprints?

Der Brand Sprint ist eine Kombination von Kreativmethoden zur Erarbeitung von Unternehmens- / Markenpositionierung inkl. Markenwerte, Markenkern, Vision und / oder Mission, Naming.

- Legt den Schwerpunkt auf das gemeinsame Erarbeiten und das Verstehen einer Markenpositionierung
- Bietet viele kreative Methoden in kurzer Zeit um möglichst verschiedene Blickwinkel zu betrachten (Wort + Bild)
- Ermöglicht die gemeinsame Erstellung von Konzepten (Co-creation)
- Schafft bereichs- und fachübergreifende Übereinstimmung im Team (Zusammenhalt)
- Ist fortschrittsorientiert -
Anfangen ist wichtiger als 100% richtig zu sein

Welche Ergebnisse liefert ein Brand Sprint?



Die Ergebnisse ergeben sich aus den gesetzten Zielen:

- Erkenntnisse zur Zielgruppe und zum Marktumfeld
- Markenwerte (visuell und verbal)
- Markenkern
- Vision / Mission
- Evtl. Naming
- Evtl. Produktstrategie
- Evtl. Geschäftsstrategie und / oder Empfehlungen
- Next Steps
- Leitfaden für weitere Marketingmaßnahmen

Wer kann an einem Brand Sprint teilnehmen?



Möglichst viele unterschiedliche Perspektiven - jede/r betroffene Bereich wird beteiligt:

- Projekt-, Produkt- und Programm-Manager
- Strategen
- Designer (Grafik, Motion, Produkt)
- Texter
- (Top)-Management
- Geschäftspartner
(Vermarkter, Vertrieb, Analysten, Rechtsberater)



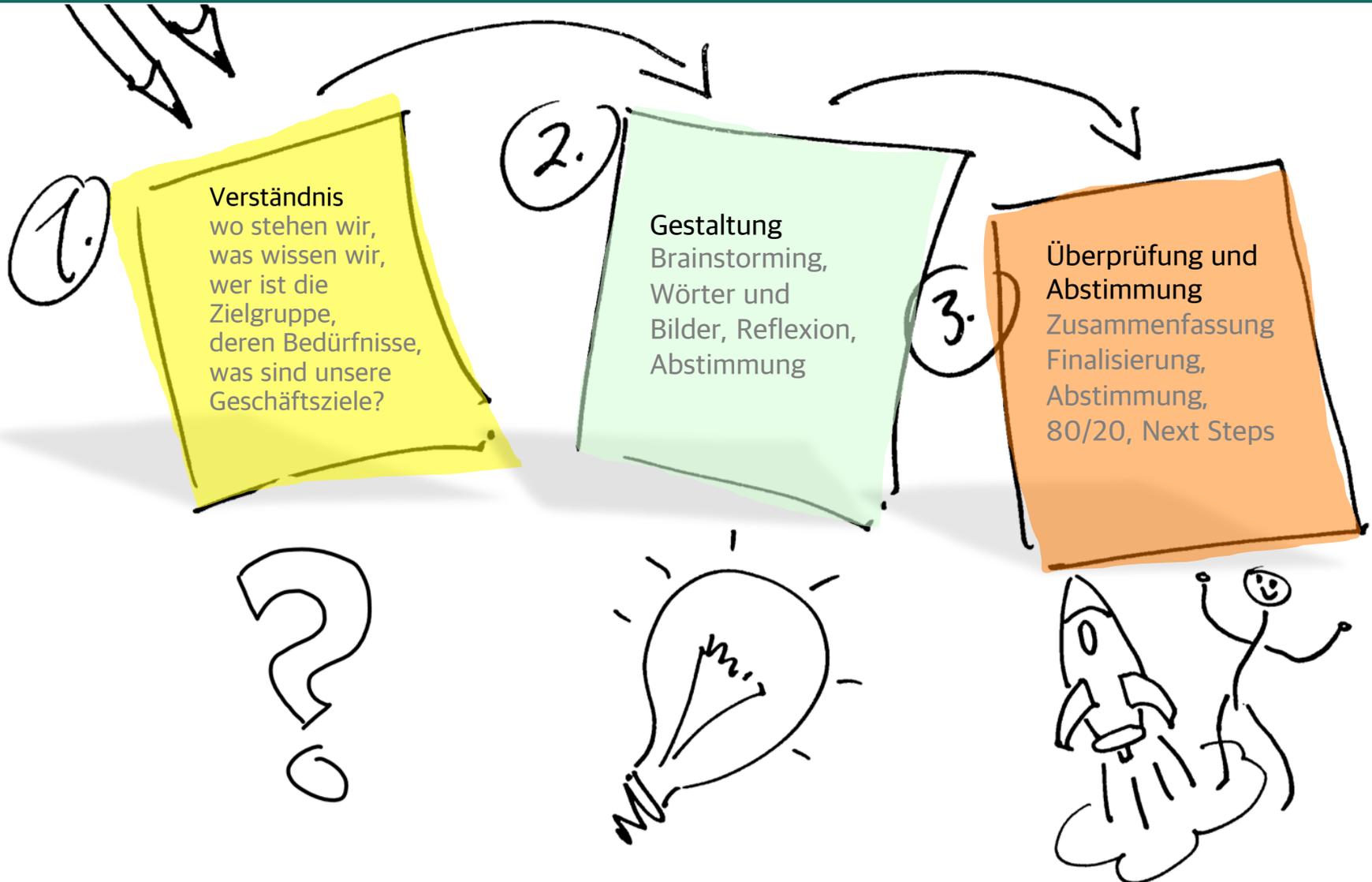
Was passiert in einem Brand Sprint?

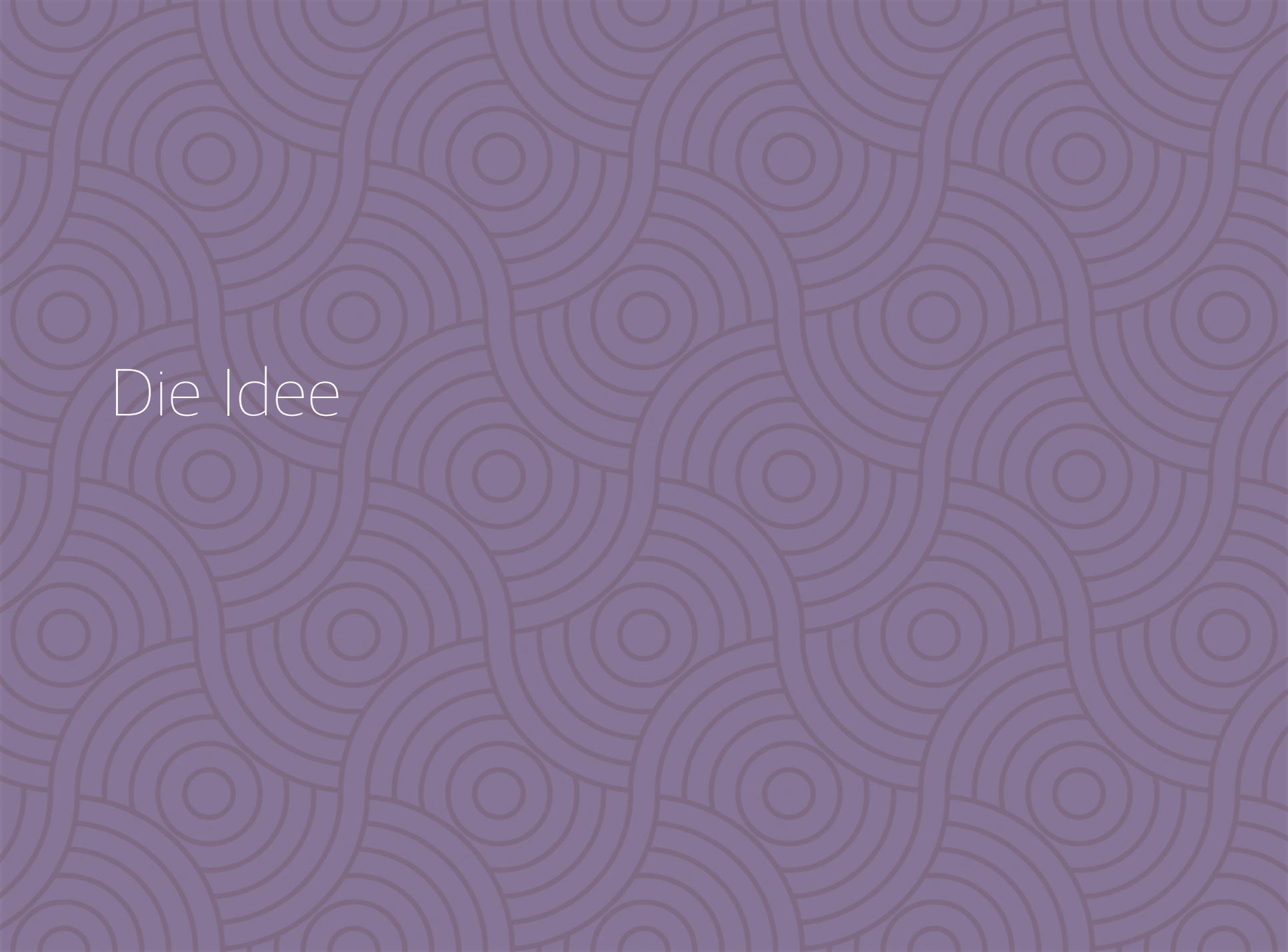
Im Sprint werden eine Vielzahl von Tools und Methoden verwendet:

- Brainstorming und Ideenfindung u.a. mit dem erfolgreichen Tool zur visuellen Markenpositionierung* (VMP)
- Entwicklung von Szenarien und Story Telling
- Erarbeitung von Skizzen, Collagen und visuelle Gestaltung
- schreiben, reflektieren
- Bewerten, Einstufen, Abstimmen und Priorisierung
- flankierende Durchführung von Übungen zur Teambildung

**(Erklärung auf Folgeseiten)*

Die 3 Etappen des Brand Sprints



The background of the slide is a repeating pattern of overlapping circles. Each circle contains several concentric lines, creating a ripple effect. The circles are arranged in a staggered grid, and the overall color palette is a range of purple and lavender tones.

Die Idee

Wörter...

haben viel Kraft, z. B.

MOND

... und Bilder

Sprechen 1000 Worte...



Eine Markenpersönlichkeit braucht...



Wörter und Bilder

Die Visuelle Markenpositionierung (VMP)



Das VMP-Tool hilft dabei die Persönlichkeit bzw. den Charakter einer Marke visuell und verbal darzustellen.

Das Erarbeiten der Bilder und der dazugehörigen Wörter (Attribute) stärken das gemeinsame Verständnis und vermitteln ein Gefühl für die Marke.

Das Ergebnis dient als Leitfaden für die Weiterentwicklung der Marke.



Der Brand Sprint im Kern...

Geschäftsziele und Zielgruppenbedürfnisse erkennen

+

Intuitive und effiziente Prozesse

=

Gemeinsames Verständnis der
Markenpersönlichkeit definieren
(Wörter + Bilder)

Vielen Dank!

Birte Thurow
+49 179 731 3649
hello@birtethurow.de
www.birtethurow.de

