

# Creative Transformation Health & Social Business

K  
—  
A  
T

Innovations Scoping

Female ScaleUp 2026

Kick-off, Austausch, Einblicke und nächste Schritte

Kreativwirtschaft

Austria  WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

Kreativwirtschaft

Austria **WKO**  
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

# CREATIVE TRANSFORMATION

Health & Social Business



# Wir positionieren Kunden durch Storytelling. Wir schaffen emotionale Anschlussfähigkeit.

aka @Brienchen

38 Jahre Marketingberatung

Inhaberin Futura GmbH

7 Jahre Lektorin an 2 FH's & der Werbeakademie

Vorständin der Österr. Marketing Gesellschaft

Mitglied im Spartenpräsidium Information &

Consulting WKW

Laienrichterin am Wr. Oberlandesgericht

Vorsitzende des Creative Industries Rats des

Bundesministeriums für Wirtschaft, Energie und

Tourismus

Always on [oswalds@futura-comm.at](mailto:oswalds@futura-comm.at)



K  
I  
A  
T

#FEMPOWERMENT

CREATIVE  
TRANSFORMATION

Kreativwirtschaft  
Austria 

# Welches Problem lösen wir heute?

## Nutzen & Bedeutung

Die meisten von euch haben kein Angebotsproblem.

Ihr habt ein Übersetzungsproblem.

Ihr erklärt, was ihr tut, aber nicht, warum es jemand fühlen soll. Und genau das kostet Zeit, Sichtbarkeit und Umsatz.

Welchen (emotionalen) Nutzen bringt die Arbeit mit Euch für eure ZIELGRUPPE? Warum hat das für die Zielgruppe Bedeutung?



**Sabrina Oswald**  
Positionierung & Storytelling:  
Worksheet

**STATUS QUO**  
Was macht mich und mein Business aus? Welche Probleme kann ich lösen, welche nicht?

**MEINE WERTE, MEINE RÖLLE.**  
Meine Werte und meine "brand shaperin": Wer ist die/der Heldin? Wen begleitet ich? Was ist die Mission und welche Wirkungen kann ich auslösen?  
Bin ich / Sind wir Guide, Helferin, Expertin, Mentorin...?  
Was verändert sich durch mein / unser Angebot? Vorher vs. Nachher?

**MEIN WHY?**  
Warum tue ich, was ich tue?  
Was treibt mich wirklich an?  
Was macht Sinn – für mich als Anbietende(n) und für meine Kundinnen?

**DAS GEFÜHL DER ...?**  
Welche Gefühle will ich auslösen?  
Sicherheit? Hoffnung? Stärke? Neustart? Linderung? Recreation...  
"Du verkaufst nicht, was du tust. Du verkaufst, was es für andere bedeutet."

**DIE PROBLEMSTELLUNG(EN), DIE MEIN ANGEBOT LÖST?**  
Welches Problem hat meine Zielgruppe emotional?  
Was steht zwischen ihr und Veränderung?  
Was davon kann ich in meiner Kommunikation ansprechen/ nutzen (und was nicht)?  
Was biete ich konkret an, um die Needs meiner Zielgruppen zu adressieren?

**CREATIVE TRANSFORMATION**  
Kreativwirtschaft Austria WKO

K  
I  
A  
T

#FEMPOWERMENT

# Euer Marketing & Euer Storytelling

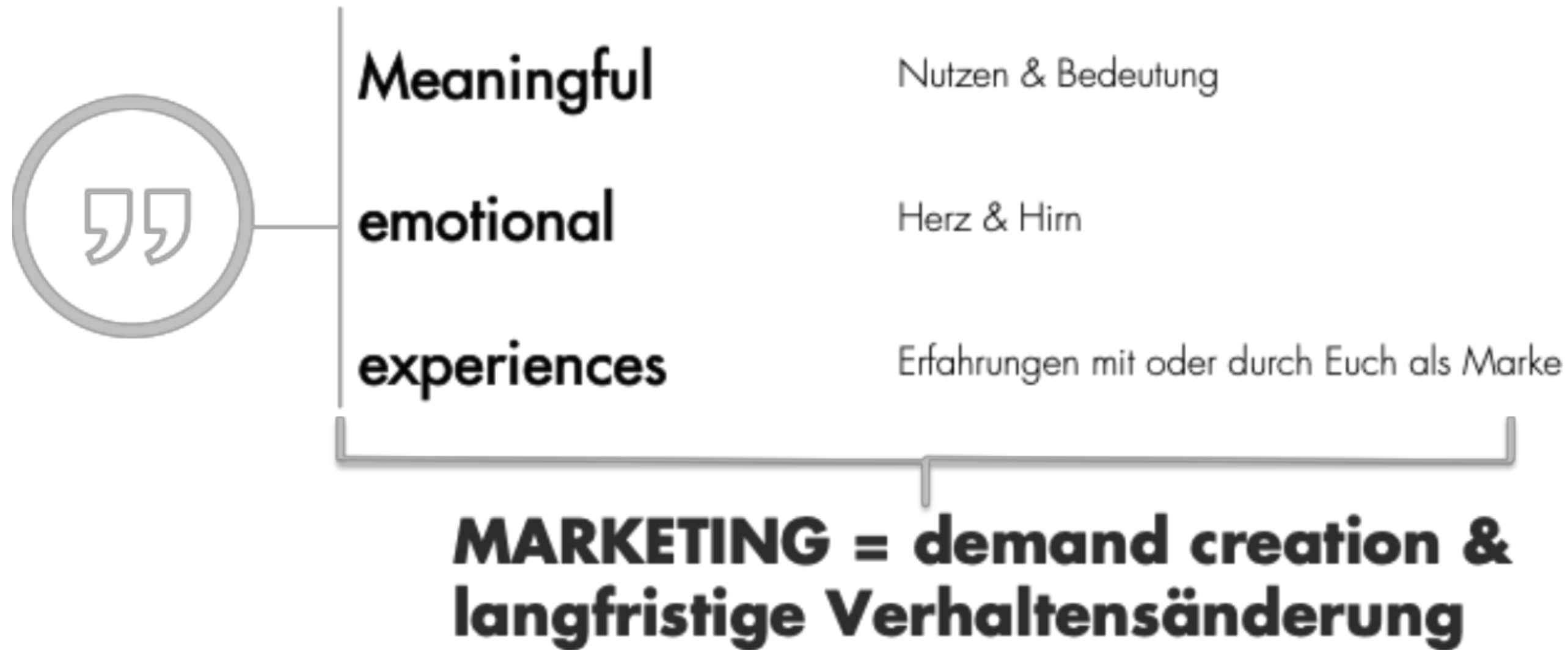
Meaningful

Nutzen & Bedeutung

„Wenn ich heute auf eure Website oder LinkedIn gehe – verstehe ich in 10 Sekunden, warum ich euch brauche?  
Oder nur, was ihr macht?“

**MARKETING = demand creation & langfristige Verhaltensänderung**

# Euer Marketing & Euer Storytelling



**EURE MARKE:  
STORYTELLING =  
SINNSTIFTEND=  
VERBINDEND=  
IDENTITÄTSSTIFTEND  
WEIL  
EMOTIONAL RICHTIG.**

**K  
I  
A  
T**

**#FEMPOWERMENT**

**CREATIVE  
TRANSFORMATION**

Kreativwirtschaft  
Austria **WKO**  
WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT WIEN

# Strategisches Storytelling für Eure Markenführung

# Welches Problem lost ihr?

Warum & wozu  
Machen wir das = Sinn?

Welche Werte machen  
uns einzigartig?

Welche Produkte oder  
Dienstleistungen?



Sinn /  
Strategie

Werte &  
Story

Euer Handeln

Sabrina Oswald  
Positionierung & Storytelling:  
Worksheet

**STATUS QUO**  
Was macht mich und mein Business aus? Welche Probleme kann ich lösen, welche nicht?

**MEINE WERTE, MEINE ROLLE.**  
Meine Werte und meine "brand shoperin": Wer ist die/der Heldin? Wen begleitet ich? Was ist die Mission und welche Wirkungen kann ich auslösen? Bin ich / Sind wir Guide, Helferin, Expertin, Mentorin...? Was verändert sich durch mein / unser Angebot? Vorher vs. Nachher?

**MEIN WHY?**  
Warum tue ich, was ich tue?  
Was treibt mich wirklich an?  
Was macht Sinn – für mich als Anbieter(in) und für meine Kundinnen?

**DAS GEFÜHL DER ...?**  
Welche Gefühle will ich auslösen?  
Sicherheit? Hoffnung? Stärke? Neustart? Linderung? Recreation? ...  
"Du verkaufst nicht, was du tust. Du verkaufst, was es für andere bedeutet."

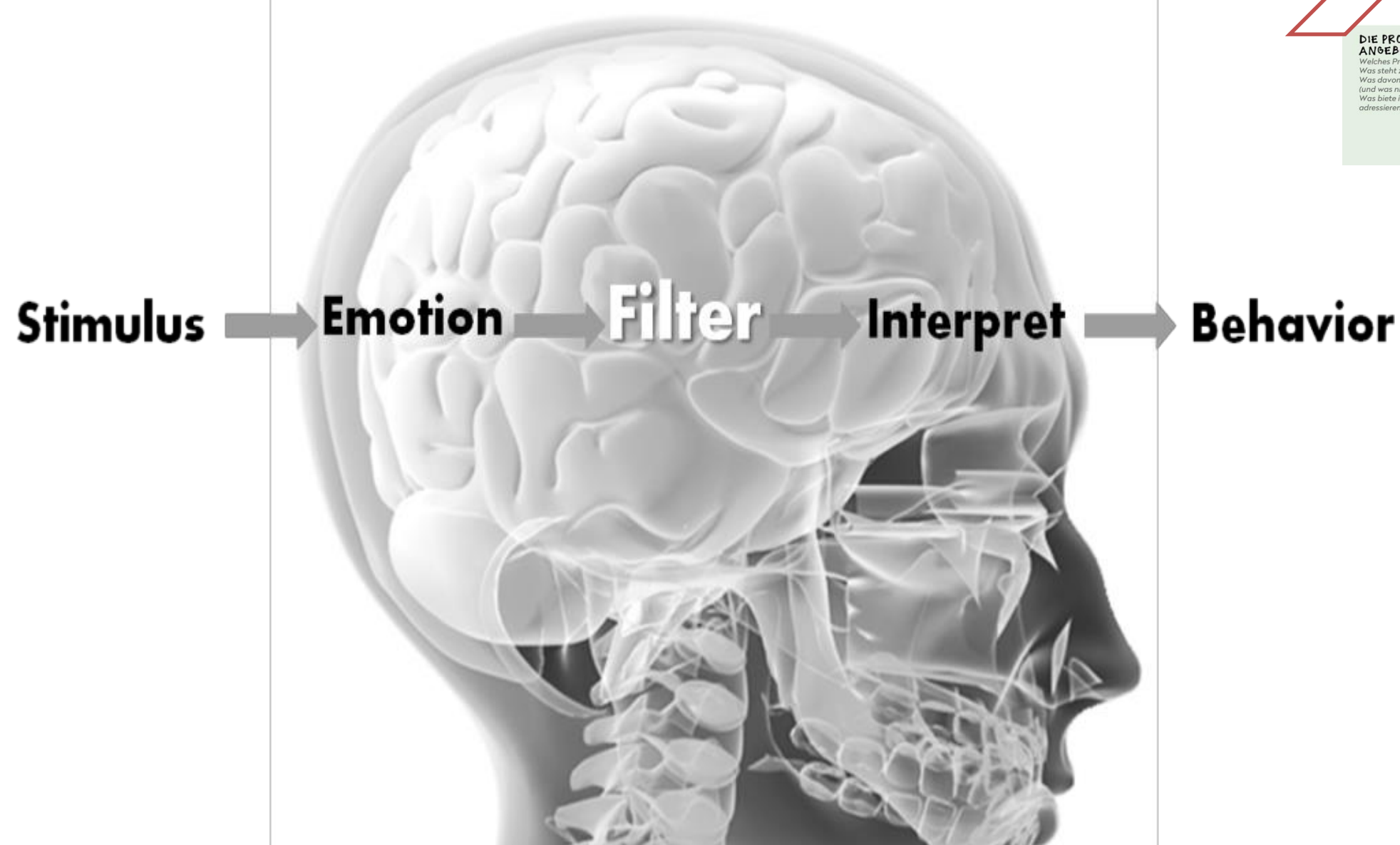
**DIE PROBLEMSTELLUNG(EN), DIE MEIN ANGEBOT LÖST?**  
Welches Problem hat meine Zielgruppe emotional?  
Was steht zwischen ihr und Veränderung?  
Was davon kann ich in meiner Kommunikation ansprechen/ nutzen (und was nicht)?  
Was biete ich konkret an, um die Needs meiner Zielgruppen zu adressieren?

CREATIVE TRANSFORMATION  
K. Kreativwirtschaft | Bundesministerium  
A. Austria | Wirtschaft, Energie  
T. | und Tourismus

K  
I  
A  
T

#FEMPOWERMENT

# Welches Problem lösen wir heute?



Emotionen sind die Pforte zum Bewusstsein

**Sabrina Oswald**  
Positionierung & Storytelling:  
Worksheet

**STATUS QUO**  
Was macht mich und mein Business aus? Welche Probleme kann ich lösen, welche nicht?

**MEINE WERTE, MEINE ROLLE.**  
Meine Werte und meine "brand shoperin": Wer ist die/der Heldin? Wen begleite ich? Was ist die Mission und welche Wirkungen kann ich auslösen? Bin ich / Sind wir Guide, Helferin, Expertin, Mentorin...? Was verändert sich durch mein / unser Angebot? Vorher vs. Nachher?

**MEIN WHY?**  
Warum tue ich, was ich tue?  
Was treibt mich wirklich an?  
Was macht Sinn – für mich als Anbietende(n) und für meine Kundinnen?

**DIE PROBLEMSTELLUNG(EN), DIE MEIN ANGEBOT LÖST?**  
Welches Problem hat meine Zielgruppe emotional?  
Was steht zwischen ihr und Veränderung?  
Was davon kann ich in meiner Kommunikation ansprechen/ nutzen (und was nicht)?  
Was biete ich konkret an, um die Needs meiner Zielgruppen zu adressieren?

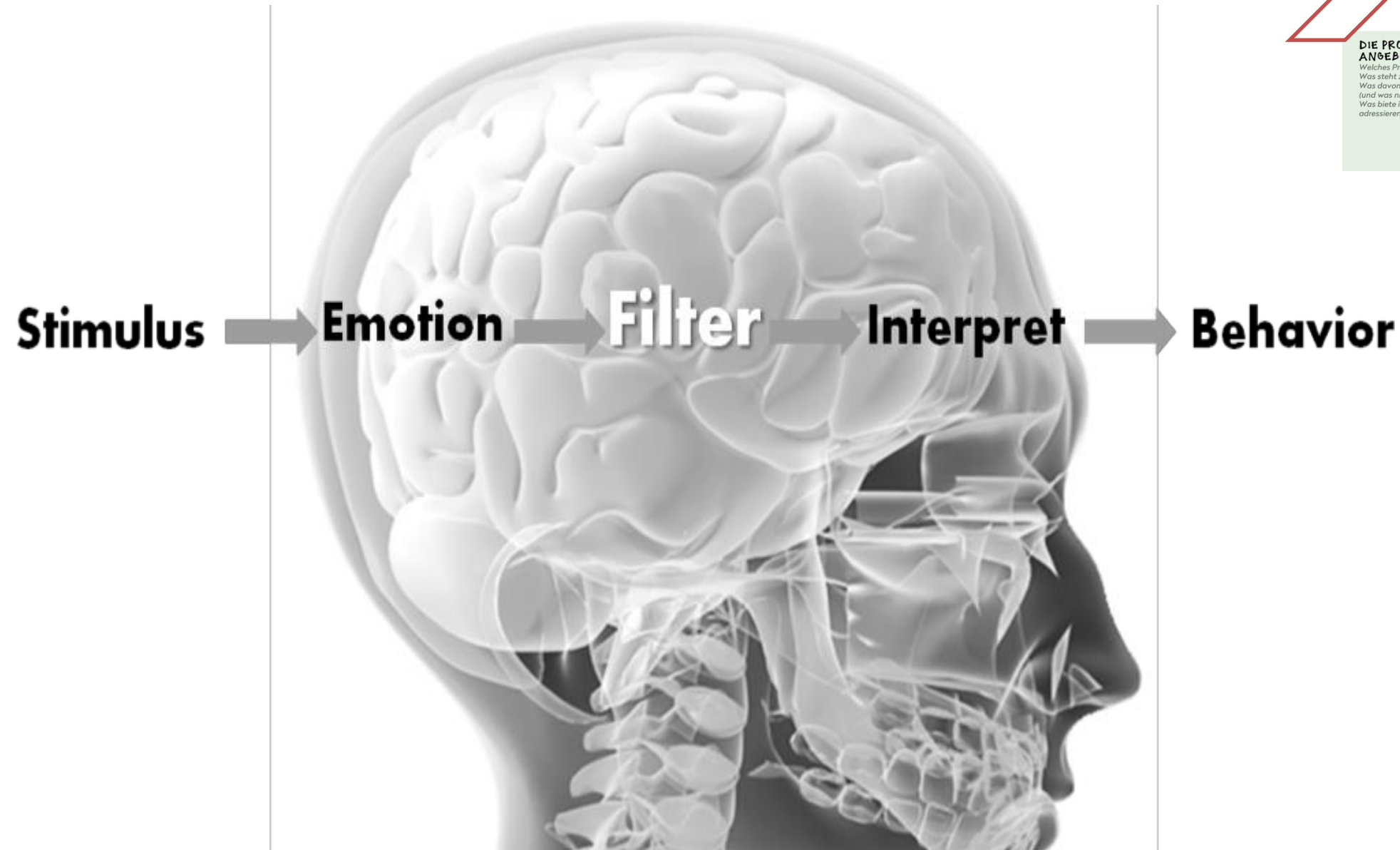
**DAS GEFÜHL DER ...?**  
Welche Gefühle will ich auslösen?  
Sicherheit? Hoffnung? Stärke? Neustart? Linderung? Recreation? ...  
"Du verkaufst nicht, was du tust. Du verkaufst, was es für andere bedeutet."

**CREATIVE TRANSFORMATION**  
Kreativwirtschaft Austria | Bundesministerium Wirtschaft, Energie und Tourismus

K  
I  
A  
T

#FEMPOWERMENT

# Welches Problem lösen wir heute?



**Sabrina Oswald**  
Positionierung & Storytelling:  
Worksheet

**STATUS QUO**  
Was macht mich und mein Business aus? Welche Probleme kann ich lösen, welche nicht?

**MEINE WERTE, MEINE ROLLE.**  
Meine Werte und meine "brand shoperin": Wer ist die/der Heldin? Wen begleite ich? Was ist die Mission und welche Wirkungen kann ich auslösen? Bin ich / Sind wir Guide, Helferin, Expertin, Mentorin...? Was verändert sich durch mein / unser Angebot? Vorher vs. Nachher?

**MEIN WHY?**  
Warum tue ich, was ich tue?  
Was treibt mich wirklich an?  
Was macht Sinn – für mich als Anbietende(n) und für meine Kundinnen?

**DAS GEFÜHL DER ...?**  
Welche Gefühle will ich auslösen?  
Sicherheit? Hoffnung? Stärke? Neustart? Linderung? Recreation? ...  
"Du verkaufst nicht, was du tust. Du verkaufst, was es für andere bedeutet."

**DIE PROBLEMSTELLUNG(EN), DIE MEIN ANGEBOT LÖST?**  
Welches Problem hat meine Zielgruppe emotional?  
Was steht zwischen ihr und Veränderung?  
Was davon kann ich in meiner Kommunikation ansprechen/ nutzen (und was nicht)?  
Was biete ich konkret an, um die Needs meiner Zielgruppen zu adressieren?

**CREATIVE TRANSFORMATION**  
Kreativwirtschaft Austria | Bundesministerium Wirtschaft, Energie und Tourismus

K  
I  
A  
T

#FEMPOWERMENT

**WÜNSCHE & PRÄFERENZEN GENERIEREN  
AUFMERKSAMKEIT. NICHT UMGEKEHRT.**

**CREATIVE  
TRANSFORMATION**

Kreativwirtschaft  
Austria **WKO**  
WIRTSCHAFTS-ANBETER DER  
ÖSTERREICH

# Euer wichtigster Merksatz

Ich glaube, was Du sagst, weil ich sehe, was Du tust.

Eure Marke =

klares Sinn-Versprechen + Beweise + Erlebnis



K  
I  
A  
T

#FEMPOWERMENT

# Euer wichtigster Merksatz

Strategisches Storytelling fragt:

- Warum tue ich, was ich tue?
- Welche Rolle wollt / könnt dadurch ihr im Leben eurer Zielgruppe einnehmen?

Eure Marke =

klares Sinn-Versprechen + Beweise + Erlebnis



K  
I  
A  
T

#FEMPOWERMENT

# Die Suche nach dem Character eurer Marke

Archetypen sind universelle, unbewusste Urbilder menschlicher Erfahrung - also wiederkehrende emotionale und symbolische Muster, die in allen Kulturen vorkommen. Sie zeigen sich in Mythen, Träumen, Religion, Kunst und Geschichten und spiegeln grundlegende Motive wie Weisheit, Heldentum, Liebe oder Macht wider.

Freedom	REBELL 	ABENTEUERER 	SCHELM 
Ego	SCHÖPFER 	KÄMPFER 	MACHER 
Social	LIEBENDER 	FÜRSORGER 	EINFACHER MANN 
Order	WEISER 	HERSCHER 	UNSCHULDIGER 

K  
I  
A  
T

#FEMPOWERMENT

