

**Marketing zum Selbermachen, Folge 1**

## Ein Workshop mit Praxisfahrplan für den Fachhandel

**Sicherlich erinnern sich viele von Ihnen an unseren Fachbeitrag 15 Jahre SGE – Strategische Geschäftseinheiten in der Unternehmensführung. Für viele ganzheitlich oder in Teilbereichen längst der Unternehmensfahrplan. In den nächsten Wochen und Monaten will Ihnen unser Autor Hans Hiermer (Foto) aufzeigen, daß auch für den Fachhandel darin der Schlüssel zu erfolgreichem Agieren liegen kann.**

### Marketing mit guten Noten.

Was haben Marketing und Klavierspielen gemeinsam? -

Diese Frage stellt ein Nicht-Klavierspieler, der sich dafür aber seit über 2 Jahrzehnten mit Marketing und den dazugehörigen Themen beschäftigt. Marketing - ein Klavier, auf dem man spielen können muß. Mit hohen und tiefen, richtigen, harmonisch aufeinander abgestimmten Tönen. Marketing ist genauso ein Spiel nach Noten, diese heißen dann z.B. Analyse, Strategie oder operative Planung, Controlling, Deckungsbeitrag, aber auch Gewinn und Verlust.

Wir werden in den nächsten Ausgaben alle „Notenblätter“ zu einem erfolgreichen strategischen Marketing für Handel und Dienstleister auflegen und leicht nachvollziehbar aus der Praxis für die Praxis berichten.

Nach dem Motto: „An jedem Tag, an dem wir nichts dazulernen, werden wir dümmer“ wollen wir ähnlich wie in einem Workshop miteinander arbeiten, miteinander sprechen, aktuelle Themen lesbar und verständlich rüberbringen. Sie bieten Grundlagen für die Marketingarbeit, um besser, gezielter mit neuem oder abgeprüften Wissen agieren zu können.



Workshop auch deshalb, weil wir erreichen möchten, daß Sie mit Ihren aktuellen Fragen und Anregungen zu den jeweiligen Themen aus der Reihe von insgesamt 12 Fachbeiträgen mit uns - am besten per Brief oder Fax - korrespondieren sollten.

Marketing ist bestimmt genauso spannend, macht genausoviel Spaß, wie das Musizieren, wie Freizeit und Sport, wie die Lieblingsthemen, die Menschen mit ihren individuellen Veranlagungen beschäftigen.

Was ist eigentlich Marketing? Haben unsere Väter so etwas auch schon gekannt? Wie bzw. warum waren sie erfolgreich oder auch nicht? Bei kurzer Betrachtung läßt sich mit Sicherheit sagen, daß früher auch schon Marketing gemacht wurde, Produkte und Programme sich im Wettbewerb auf den Märkten behaupten mußten, von Organisationen betreut wurden. Doch hat sich in den letzten 100 Jahren vieles verändert. Im PC-Zeitalter, mit enger gewordenen Märkten und vergleichbareren Produkten, bei wachsendem Wettbewerbsdruck, mit

Einkaufsmöglichkeiten rund um den Globus ist die Zeit längst zum Konkurrenzfaktor Nr. 1 geworden.

Wer schneller kapiert, planvoll umstellt, anpaßt, innoviert, der überlebt. Betrachtet man den PC- bzw. Multimediemarkt, so sind Zeitsprünge von einem Jahr schon lang. Der Käufermarkt löste den Verkäufermarkt ab, mehr und mehr wurde vom

Markt/Kunden her gedacht, um „ihm“ ein attraktives Angebot machen zu können. Solche Beispiele sind der Walkman, aber genauso durch Zeituhr gesteuerte Rolläden, Bewegungsmelder oder auch die vielen Materialien, die ständig erneuert, neu erdacht im Ausstattungs- und Sicherheitsmarkt angeboten werden.

Marketing als ganzheitlicher Auftritt eines Unternehmens, das vom Markt und seinen Kunden dauerhaft akzeptiert wird. Mit Produkten, Warenpräsentationen und Verkaufsmannschaften, die der Kunde „lieben“ lernt, an die er sich gerne gewöhnt. Dann kommt er wieder, empfiehlt weiter, sagt, wo man gut oder schlecht bedient wird oder wen man wegen eigener, schlechter Erfahrungen ablehnt.

Marketing ist ein gut aufeinander abgestimmtes, harmonisierendes „Orchester“ mit unendlichen Möglichkeiten, kreativ zu sein. Dabei sind falsche Töne, Strategien und Maßnahmen ohne die ausreichende Kenntnis der Ausgangssituation, ohne Visionen bzw. Vorstellungen über die Zukunft von Unternehmen, Produkten und Märkten heute kaum noch denkbar.

**„Wer weiß, was er will, der wird es auch bekommen!“**

Für innovative Produkte und Dienstleistungen in sich immer schneller verändernden Märkten sind angepaßte Marktbearbeitungsstrategien not-