

Vortrag am 25.1.2017 um 19 Uhr im Landhaus De Bur

Von Günter Holst

Thema: Feuer und Flamme für Deine Kunden

Begrüßung

Guten Abend, ich begrüße Sie ganz herzlich zu dem heutigen kleinen Vortrag, der dazu beitragen möchte, die Zukunft Sittensens aktiv zu begleiten.

Ich denke die meisten Zuhörer hier im Saal kennen mich, für die andern möchte ich mich kurz vorstellen:

Mein Name ist Günter Holst, und habe mit meiner Frau Marlies 36 Jahre die Firma moden HOLST erfolgreich geführt, diese dann an Torsten und Petra Wichern abgegeben und bin noch hin und wieder im Geschäft tätig.

Feuer und Flamme für Deine Kunden:

Das soll mein kurzer Vortrag heute Abend sein und dieses Thema hat mich jahrelang begleitet und ist ein Schlüssel für den langfristigen Erfolg. Ich möchte Sie heute für einige Anregungen und Gedanken zum Thema Marketing interessieren.

Im zweiten Teil möchte ich noch zum Thema Ortsmanager und Wirtschaftsförderung einige Gedanken vortragen und über dieses Thema eine Diskussion anregen.

Zum Thema Marketing

Es gibt kein Patentrezept für einen Werbeerfolg. Das wäre zu einfach und auch zu langweilig

Jede Branche und Dienstleitung muss sich anders in Szene setzen, aber im Punkto Marketing haben eins alle gemeinsam:

Zu einem guten Marketing brauchen Sie:

Zeit , Ausdauer, Langstreckenläufer



Kreativität





Geld



Ein Herz für Ihre Kunden

Entwicklung eines Werbekonzeptes

Das hört sich so schön nach Planungswirtschaft an, aber ohne einen mittelfristigen Plan kommen Sie nicht zum Erfolg.

Damit sie nicht kurz vor Redaktionsschluss einer Zeitung oder einer Werbezeitschrift in Gestaltungsnot kommen und unvernünftig viel Geld ausgeben, ist es besser ein Konzept zu entwickeln.

Sie kennen das alle: es muß noch schnell eine Anzeige für ein Event oder für eine Vereinszeitschrift entworfen werden und da bleibt die Kreativität auf der Strecke. Ausklinken will man sich auch nicht, also, wie haben wir es letztes Jahr noch gemacht, na klar, wie im Vorvorjahr.

Die Notwendigkeit, ein Werbekonzept zu entwickeln ist betriebsnotwendig.

Wer das vielleicht nicht so gut kann, für den gibt es in der Branche **Super Fachleute**, die einem dabei helfen.

Kurz ein paar Gedanken zum Werbekonzept:

Sie müssen sich die Fragen beantworten, **zu welchem Produkt und zu welchem Geschäft passt welches Medium**

(Internet, Facebook, Instagram, Zeitung, Prospekt, Direktwerbung, Eventmarketing)

Die Reihenfolge der Werbemittel ist rein zufällig von mir gewählt. Da schaut bitte jeder, welches Medium zu seinem Geschäft oder Produkt paßt.

und dann legen Sie fest in welchen **Intervallen** Sie werben möchten

Verteufeln Sie nicht das Internet, sondern nutzen Sie die Chancen der Verknüpfung von stationärem Handel und Online. Auch die Installierung einer gemeinsamen handelsplattform für die Börde Sittensen ist ein Schritt in eine erfolgreiche Zukunft.

Zurück zum Werbekonzept:

Es gibt die Möglichkeit der Permanenten Werbung und das auf allen Kanälen oder Sie gehen in eine zeitlich begrenzte Abstinenz, die danach mit richtiger Power wieder auf sich aufmerksam macht – Beides ist o.k. kann erfolgreich sein.

Leider müssen Sie Geld ausgeben

und zwar **immer**, ob der Laden läuft und zum Laufen gebracht werden soll. (Das Beispiel Coca Cola ist sicher allen bekannt)

Diese Marke hat weltweit den höchsten Bekanntheitsgrad. Die Werbemaschine läuft seit Jahrzehnten auf Hochtouren. Damit der Umsatz nicht zurückgeht und es keinen Zweifel an der Marktführerschaft von Coca Cola gibt, wird permanent geworben.

Um Geld zu sparen könnte man sicherlich das Werbebudget mal ein Jahr halbieren, der Umsatzrückgang würde sich erst mit zeitlicher Verzögerung einstellen. Aber dann wieder die Kurve kriegen, das kostet wahrscheinlich mehr als das zuvor eingesparte Geld.

Aber dieses Geld ausgeben ist eine Investition in die Zukunft.

Nehmen Sie Ihr Produkt oder Dienstleistung: In der Kalkulation Ihres Produktes ist ein gewisser Prozentsatz für Werbung enthalten. Geben Sie es aus, aber bitte sinnvoll, geplant und viel Kreativität.

Welche Zielgruppe hat Ihr Geschäft und Ihr Produkt und Ihre Dienstleistung?

oder welche Zielgruppe **möchten** Sie haben. Das ist eine spannende Frage und hier kann auch der Rat von Fachleuten aus Ihre Branche hilfreich sein. Es muß nicht gleich eine aufwendige Strukturanalyse sein. Da gibt es gute und preiswerte Literatur oder der Blick in Ihre Fachzeitschriften

Für diese Aufgabe bedarf es **eines Marketingmixes** aus verschiedenen Medien und der Ausdauer eines Langstreckenläufers.

Jetzt lege ich mal die Hürde besonders hoch,

aber Ich will Sie mit der Aufgabe konfrontieren Ihren Betrieb, Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung in die Marktführerschaft bringen.

Und Marktführerschaft heißt nicht, ich möchte so groß werden, wie der Weserpark. Nein, nehmen Sie Ihren Betrieb, Ihr Produkt und Ihre Dienstleistung unter die Lupe und stellen Sie sich die folgende Frage:

Bin ich oder möchte ich Marktführer sein im Bereich Preis(dann müssen Sie sich mit KIK und Aldi und dem nächsten Sonderpostenmarkt messen),

oder möchte ich Marktführer Im Bereich Service, im Bereich Qualität oder Produkteinzigkeit sein?

Loten Sie hier Ihre Möglichkeiten aus.

Der Angesprochene Markt kann lokal begrenzt sein (Ich möchte den besten und frischesten Obststand auf dem Wochenmarkt in Sittensen haben, ich möchte die beste Pizza am schnellsten ausliefern können,

oder **großräumig, vielleicht für ganz Deutschland** (Ich habe die größte Auswahl an handgefertigten Ledertaschen)

oder ich möchte **Marktführer in punkto meiner Mitarbeiter sein**: Dann ist mein Ziel klar vor Augen: Mein Team hat die beste Laune, das freundlichste Lächeln und die kompetenteste Fachberatung. Dann müssen Sie sehr viel in fachkompetente Schulung und Mitarbeitermotivation stecken.

Wenn Sie diese Fragen nach der Marktführerschaft konkret beantworten können, ist der Schlüssel für ein erfolgreiches Werbekonzept in Ihren Händen.

Zuviel gefordert?

Nein

Es ist wie im Sport: wenn Sie nicht mit Siegeswillen auf den Platz gehen und Tore schießen, dann können Sie auch nicht Tabellen- bzw. Marktführer werden

Kommen wir zu einem Thema, was in vielen Betrieben mit

Cooperate Identity beschrieben wird

Wer mich kennt, weiß, dass ich nicht so viel von Anglizismen und Merchandising Floskeln der angesagten Business Universitäten halte. Ich nenne es daher

Dein Gesicht ist Dein Geschäft

Der erste visuelle Eindruck Ihres Geschäftes ist die beste Visitenkarte Ihres Unternehmens

Dazu gehört in erster Linie Ihre Immobilie:

Überprüfen Sie, oder lassen Sie extern überprüfen, wie ansprechend ist mein Geschäft

in Punkto Attraktivität der Fassade,

der Schaufenstergestaltung,

Der Beleuchtung,

Der Außenwerbung.

Der Dekoration

Wie gepflegt ist mein Fuhrpark?

Ist mein Unternehmen sauber und ansprechend, gibt es Modernisierungsrückstände?

So, wie Sie wöchentlich Ihre Kontoauszüge kontrollieren so sollten Sie auch wöchentlich Ihre Visitenkarte, also den ersten Eindruck Ihres Geschäftes kontrollieren.

Bitte seien Sie da kritisch

Der erste visuelle Eindruck kann auch Ihr Auftritt im Internet oder anderen Netzen sein.

Auch hier gilt :Dein Gesicht ist Dein Geschäft Und das sollte sympathisch daherkommen.

Eine gute Kontrolle sind auch die Internetauftritte Ihrer Kollegen in anderen Standorten.

Wenn Ihnen eine Seite gut gefällt, rufen Sie einfach Ihren Kollegen an und fragen Sie ihn nach seinen Erfahrungen

Und dann kommen Sie und Ihre Mitarbeiter:

Ein freundliches Lächeln kostet nichts und wirkt sympathisch.

Zeigen Sie Ihrem Kunden Ihre Willkommenskultur. Freuen Sie sich auf Ihre Kunden, Wertschätzen Sie Ihre Kunden.

Es gibt auch keine schwierigen Kunden, sondern nur Gäste Ihres Unternehmens.

Ich sage Ihnen aus Erfahrung:

Begeistern Sie Ihre Kunden durch Ihre fachliche Kompetenz, denn vieles in Ihrem Sortiment erklärt sich nicht von selbst.

Was macht Ihr Unternehmen austauschbar?

und was macht Ihr Unternehmen einzigartig?

Stellen Sie sich diese Frage, dann fällt es Ihnen leichter den richtigen Werbe Mix zu finden.

Finden Sie Ihren Werbestil und bleiben Sie diesem bitte mittelfristig treu.

Achten Sie bitte darauf, daß Ihre Anzeigen, Ihr Internet-Auftritt, Ihre Direktmails, Prospekte und die benutzte Typographie so durchgängig konstant sind, dass man sofort weiß, dass es Ihr Unternehmen, Ihr Produkt und Ihre Dienstleistung ist. Das braucht wieder, wie uns die Uhr symbolisiert: Ausdauer

Sie können aber auch auf das **Überraschungskonzept** setzen, dann aber bitte geplant und permanent.

Das erfordert viel Kreativität und unverbrauchte Werbereize.

Es gibt zu viel Werbung:

Das ist richtig und unbestritten.

In gewissen Zeitungen und Wochenblätter werden **bis zu 10 Prospekte zu transportiert.**

Ob Sie nun die 11. Beilage noch dazu legen müssen, erscheint doch fragwürdig.

Da sollten Sie wieder die Karte mit der Kreativität ziehen und sich Zeit nehmen, etwas Neues zu machen. Das geht aber nur, wenn Sie dies, losgelöst vom Tagesgeschäft, in einer Kreativphase machen.

Eventmarketing

Hier gibt es noch viel Verbesserungsbedarf:

Es kann nicht sein, dass zum Late Night Shopping oder zum verkaufsoffenen Sonntag einige Läden nicht aufmachen oder die Inhaber mit hängenden Köpfen hinter ihrem Tresen stehen.

Es gibt viele gute Ideen, wie Sie Ihre Kunden überraschen und begeistern können, wie Sie Ihre Kunden mit **attraktiven Sortiment, Produkten und Preisen verwöhnen** können.

An diesen Tagen sind viele Kunden und Bummler unterwegs. In Ihren Laden kommen sie nur, wenn es **etwas Besonderes** gibt und Sie mit einer ehrlichen Willkommenskultur empfangen werden.

Wenn ihr Geschäftsstandort etwas abseits liegt, dann mieten Sie sich einen Verkaufstand in einer Auflage oder kooperieren Sie mit einem Kollegen. Stellen Sie etwas gemeinsam auf die Beine. Oder

Bewerben Sie Ihre Dienstleistung mit einer Sondervorführung vor dem Geschäft.

Gehen Sie auf Ihre Kunden zu.

Heißen Sie Ihre Kunden willkommen und zeigen Sie es auch nach außen.

Kommen die Kunden nicht zu Ihnen, dann gehen Sie zu den Kunden: **Besuchen Sie die vielen anderen Veranstaltungen in der Börde Sittensen und kommen Sie mit Ihren zukünftigen ins Gespräch.**

Ein Thema möchte ich noch ansprechen, denn es erscheint mir sehr wichtig:

Einzelhändler sind manchmal auch Einzelkämpfer, aber in einer Gruppe von gleichgesinnten bekommt man sehr viel wertvolle Tipps und Anregungen.

Das Thema sind **Erfa Gruppen**. Erfa Gruppen sind, wie der Name es erahnen lässt: Erfahrungsaustausch Gruppen. Diese gibt es fast in jeder Branche. Wahrscheinlich sind viele der hier Anwesenden schon in so einer Gruppe.

Das Prinzip ist denkbar einfach:

Man trifft sich unter fachkundiger Führung zum Erfahrungsaustausch und jeder bringt seine Ideen oder Probleme auf den Tisch.

Es wird viel diskutiert, um sich gegenseitig nach vorne zu bringen. Üblicher Weise sind die Kollegen räumlich so weit auseinander, das keine Wettbewerbssituation entsteht. Man profitiert hier sehr stark von den Ideen und Werbestrategien der Kollegen und kann sich auch gut gegenseitig unterstützen.

Nutzen Sie diese Möglichkeiten, es bringt Sie nach Vorne und ein Besuch bei Kollegen ist immer lohnenswert.

(Altes Zitat, aber so aktuell wie früher: **Reisen bildet**)

Kommen wir zum Thema

Thema Ortsmarketing und Wirtschaftsförderung

Wir brauchen einen hauptamtlichen Ortsmanager, einen Wirtschaftsförderer, mindestens als Halbtagsjob.

Die Aufgabe, die vor uns in Sittensen liegt, kann **nicht neben der beruflichen Tätigkeit** des Gemeinderates und der Verwaltung erfolgen

Auch die Arbeitszeit unseres neuen Bürgermeisters reicht da nicht aus.

Wir müssen Jemanden beauftragen, sich permanent, täglich um die Wirtschaftsförderung, um das Leerstandmanagement und um unsere Ortsgestaltung zu kümmern.

Dieser Ortsmanager muß die Aufgabe haben, die Planungen und Rahmenbedingen für eine Revitalisierung unseres Ortes mit zu entwickeln und durchzusetzen.

Er muß mit Immobilienbesitzern und Investoren Kontakt aufnehmen und sich kümmern.

Wir brauchen eine oder einen Profi, der diese Tätigkeit schon in anderen Orten mit Erfolg durchgeführt hat.

Dieser Job muß finanziell gut dotiert sein, es muß mit Kompetenzen ausgestattet sein, damit sich die fähigsten Leute um diesen Job bewerben.

Und wir brauchen dafür Geld,

Geld ist da, es gibt auf bundes- und auf europäischer Ebene einige Förderungstöpfе, die dafür geeignet und gut gefüllt sind. Wir müssen sie nur professionell anzapfen

Aber auch unsere Gemeinde hat Geld

Es wird von den Firmen viel Steuern bezahlt, es verbleibt zwar nur ein geringer Teil im Ort, aber die Gewerbesteuer ist auch dazu da, unsere Gewerbebetriebe zu fördern und zu unterstützen.

Wir haben in den letzten Jahren sehr viel in Schulen und schulischer Infrastruktur investiert.

Das ist richtig investiert und gut für Sittensen, denn ein gutes schulisches Angebot ist ein Standortvorteil.

Nun sind diese Dinge zum großen Teil erfolgreich durchgeführt und wir können uns der Belebung unseres Ortskerns widmen und dort investieren

Leerstandmanagement:

Viele Jungunternehmer haben Angst, ein Geschäftslokal anzumieten, weil der Mietvertrag doch eine erhebliche langfristige Bindung bedeutet.

Eine Idee von mir, die mal im diskutiert werden sollte:

Wie wäre folgender Vorschlag: an einem **Beispiel** mal grob überschlagen,

Ortsübliche Miete für ein Sittenser Ladenlokal:

9 Euro pro Quadratmeter, bei einer Fläche von 100 Quadratmeter sind das 900,-

Der Immobilieninhaber verzichtete auf ein Drittel, also 3,- Euro

Die Gemeinde bezuschusst den Mieter ebenfalls mit 3,- Euro

Dann bleiben für den Mieter 3,-, also 300 im Monat

Der erste Mietvertrag sollte eine Laufzeit von 3 Jahren haben. Somit ist das Risiko für die oder den Neugründer 10.000,- Das sollte doch zu machen sein

Profitieren würden alle:

Der Immobilienbesitzer, denn eine vermietete Immobilie ist wesentlich mehr wert, als ein Leerstand

Die Gemeinde, denn betriebene Läden zahlen Steuern und stellen Arbeitskräfte ein.

Und unser Ort, denn wo attraktive Läden sind, finden auch schneller Investoren, die diesen Standort auch besetzen möchten. Und die Kaufkraft bleibt im Ort.

ich möchte meinen kleinen Vortrag **schließen** und Sie noch einmal ermutigen zum

Investieren

Zum Investieren

In Zeit und Ausdauer

In Kreativität

Mit Geld

Und mit Herz zu Ihren Kunden und Mitarbeitern

Seien Sie Feuer und Flamme für Ihre Kunden

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit