

KARRIERE

KLARTEXT: BRITTA MARBS

"Mehr Beziehungen aufbauen"

VON ANDREA PAWLIK

11. November 2006, 00:00 Uhr

Die Zukunft des Marketings: Kooperation statt Konkurrenz.

ABENDBLATT: *Was ist das Geheimnis guten Marketings?*

MARBS: Seine Firma zu vermarkten heißt nichts anderes, als seine Persönlichkeit überzubringen. Das funktioniert mit Natürlichkeit und Menschlichkeit. Je einfacher, desto besser. Um erfolgreich Kunden zu gewinnen, braucht es keine komplizierten betriebswirtschaftlichen Kenntnisse oder aufdringliche Werbung. Je einfacher, persönlicher und menschlicher die Kundenansprache ist, umso mehr spürt das Gegenüber, dass ihm Wertschätzung entgegengebracht wird und ihm ein Nutzen vermittelt werden soll. Beziehung zueinander aufbauen ist die Devise.

ABENDBLATT: *Wie gut sind Hamburger Unternehmen aufgestellt, wenn es um die Gewinnung neuer Kunden geht?*

MARBS: Es hapert überall. Bei Kleinunternehmern, die ihre Akquise selbst betreiben, vor allem daran, dass es ihnen unangenehm ist, ihre Firma "anbieten" zu müssen. Darum haben sie oft Angst vor dem Telefonieren. Bei großen Firmen wiederum besteht häufig das Problem, dass die Mitarbeiter in Marketing oder Sales gar nicht genau wissen, wo die Kunden zu finden sind und welche Firmenphilosophie sie eigentlich vermitteln wollen. Den Mitarbeitern fehlt oft das Gefühl des Unternehmers.

ABENDBLATT: *Was bringt Werbung?*

MARBS: Schriftliche Werbung bringt gar nichts mehr. Die Empfänger werden mit Mailings überflutet. Keiner hat mehr Zeit, das alles zu lesen, und niemand will es.

ABENDBLATT: *Der bessere Weg?*

MARBS: Die persönliche Ansprache - ob im Geschäft oder per Telefon. Die Telefonakquise, richtig gemacht, ist ein großartiges Mittel, um ein Unternehmen zu fördern. Aber man muss auch die passende Person ansprechen. Wenn ich ein anderes Unternehmen als Kunden gewinnen will, ist es wichtig, dass ich nicht jemanden anspreche, der mehrere Positionen unter dem Entscheider sitzt. Privatkunden dürfen natürlich nicht einfach so per Telefon angesprochen werden. Die würde ich zum Beispiel über Verbände besser erreichen.

ABENDBLATT: *Welche Entwicklung erwarten Sie für die nächsten fünf bis zehn Jahre?*

MARBS: Unternehmen werden lernen, dass es wichtig ist, mit anderen zu kooperieren. Die größten Geschäfte werden unter "Freunden" abgeschlossen. Man kennt das Klischee, dass Business auf dem Golfplatz gemacht wird - da ist was dran. Unternehmen, die pures Konkurrenzdenken pflegen, werden Schwierigkeiten bekommen. Unternehmen, die mit anderen Firmen kooperieren und sich ergänzen, werden diejenigen sein, die auf dem Markt Stärke entwickeln.

ABENDBLATT: *Wie sieht das konkret aus?*

MARBS: Wir sehen das an der Attraktivität von Einkaufszentren. Die Menschen haben immer weniger Zeit und wollen möglichst nur eine Anlaufstelle für viele Anliegen haben. Rundum-Service ist angesagt - und wenn man etwas selbst nicht leisten kann, verweist man auf jemanden aus seinem Netzwerk. Aber das machen nicht viele. Sie sind zu sehr auf Konkurrenz bedacht, gerade junge Unternehmen. Dabei geht es doch darum, das Kundenbedürfnis zu befriedigen, nicht darum, Kunden etwas zu versprechen, was man nicht halten kann. Sondern ehrlich zu sagen: Das kann ich Ihnen anbieten, wenn Sie mehr brauchen, gehen Sie besser zu dem und dem. Aber zu viele haben Angst, ehrlich zu sein, weil sie meinen, damit Kunden zu verlieren. Dabei ist das nicht so. Kunden erkennen die Ehrlichkeit einer Firma an. Auf lange Sicht verbessert das den Leumund und vergrößert die Kundschaft.