



„Wer nicht wirbt, der stirbt!“

Investitionen in Werbe- und Kommunikationsmittel sind für jeden Unternehmer, ob Existenzgründer oder bestehendes Unternehmen, von existenzieller Bedeutung. Leider wird dies allzu oft vergessen, nach dem Motto „uns kennt ja jeder“ oder „das bringt sowieso nix“.

Natürlich geht nicht darum, einfach irgendwelche Werbung zu machen, nach dem Prinzip, Hauptsache wir werben, egal wo und egal wie. Wenn man so seine Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen durchführt, dann kann man auch, umgangssprachlich gesprochen, sein Geld zum Fenster rauswerfen.

Damit das nicht passiert, sollte man folgende Punkte beachten:

- 1.) Welches Image will ich vermitteln?
- 2.) Wofür stehe ich
- 3.) Was will ich bewerben?
- 4.) Wer ist meine Zielgruppe
- 5.) Wie hoch ist mein Etat?
- 6.) Welche Werbe- und Kommunikationsmittel nutzt meine Zielgruppe?
- 7.) Wie ist meine Werbestrategie?

Die Frage nach dem Image, welches ich vermitteln will bzw. wofür mein Unternehmen steht ist das **CI – die Corporate Identity**. Die CI ist eine zentrale Frage für eine wirksame Werbung. Denn wenn die Werbung mit dem Image nicht übereinstimmt, dann funktioniert die beste Werbung nicht. So ist es nicht zielführend, wenn zum Beispiel KFZ Werkstätten oder Handwerker im Anzug oder Pflegedienste und Friseure in Werkstattsachen werben.

Sebastian Turner, Gründer der Agentur „Scholz & Friends“ hat Regeln für erfolgreiche Werbung aufgestellt und wenn man diese beherzigt, dann klappt es auch mit den Kunden:

- 1.) Werden Sie unzufrieden mit allem, was Sie machen. Hinterfragen Sie alles!
- 2.) Keine Schnellschüsse, entspannen Sie.
- 3.) Machen Sie keine „Werbung“, sondern etwas Interessantes, Innovatives.
- 4.) Seien Sie einfach. Eine gute Kampagne passt auf einen Bierdeckel.
(Die Steuererklärung leider noch nicht)
- 5.) Beobachten Sie Ihre Kunden oder allgemein die Menschen.
- 7.) Die Marke, Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung beinhaltet bereits die Idee.
- 8.) Lassen Sie das Produkt erzählen.
- 9.) Zeigen Sie, wie das Produkt wirkt oder was ohne Produkt passiert.
- 10.) Seien Sie echt und aktuell.
- 11.) Integrieren Sie alle Kanäle, verbinden Sie klassisches Offline –Marketing mit Online-Marketing
- 12.) Probieren Sie Humor oder provozieren Sie

Ihre Werbung, Ihr Marketing ist Profisache und nicht mal schnell nach Feierabend gemacht!



Welche Werbemöglichkeiten gibt es in der Region und wie kann ich sie nutzen?

Printanzeigen

Alle Tageszeitungen und auch die kostenlosen Wochenblätter bieten die Möglichkeiten Anzeigen zu schalten.

Wenn ich breite Schichten erreichen möchte, bieten sich Anzeigen in den Printmedien an. Aufgrund des breitgefächerten Konsumentenspektrums ist diese Werbeform besonders gut geeignet, um möglichst viele Kundenkontakte zu erzielen, aber es gibt auch relativ große Streuverluste, da ich die Zielgruppe meist nicht selektieren kann.

Bei einer Anzeigenschaltung sollte darauf geachtet werden, dass die Anzeige im redaktionellen Teil erscheint und nicht im Anzeigenteil, dem sogenannten Anzeigenfriedhof.

Neben den klassischen Anzeigen gibt es auch die Möglichkeit, Artikel als Anzeigen zu buchen und selber zu schreiben, dies sind dann redaktionelle Beiträge. Diese Werbeform funktioniert aber meistens bei Anzeigenblättern und Wochenzeitschriften, die dann kostenlos und flächendeckend an alle Haushalte verteilt werden. Im Gegensatz zu den Tageszeitungen sind die Anzeigepreise hier auch niedriger, aber die Streuverluste sind identisch.

Bei Tageszeitungen ist es generell möglich Anzeigen im redaktionellen Teil zu schalten, wobei es sogar möglich ist, die Seite festzulegen. Aufgrund des Leseverhaltens sollte man seine Anzeigen immer auf ungeraden Seiten platzieren, da dann die Anzeige besser wahrgenommen werden. Gegen einen kleinen Aufpreis ist auch eine Platzierung auf der ersten Seite der Regionalausgabe möglich.

Egal für welche Tageszeitung man sich entscheidet, Anzeigen in den Tageszeiten wirken nur an dem Tag, an welchem sie geschaltet werden. Nicht umsonst gilt der Spruch: „Nix ist älter als die Zeitung von gestern,“. Des Weiteren sollte man bei der Anzeigenschaltung in Tageszeitungen bedenken, dass immer weniger Haushalte Tageszeitungen abonniert haben.

Radio/Fernsehwerbung

Neben der klassischen Werbung in den Printmedien gibt es aber auch die Möglichkeit im Radio oder auch Fernsehen auf sich und sein Unternehmen mit seinem Leistungsspektrum aufmerksam zu machen. Der Vorteil bei diesen Medien ist der, dass ich meine Kunden auf einer ganz anderen Ebene erreiche und durch die Wiederholung speichert sich die Werbebotschaft im Unterbewusstsein des potenziellen Kunden ein.

Für die Radio/Fernsehwerbung gibt es verschiedene Möglichkeiten. Z. B.:

- 1.) Wetterwerbung (erscheint vor und nach dem Wetterbericht) im Regionalfernsehen.
- 2.) Grafiktafeln laufen im Werbeblock des Regionalfernsehens.
- 3.) Werbung im Vorfeld des Verkehrsdienstes oder Wetterberichtes
- 4.) Werbespot im Rahmen der Werbeblöcke
- 5.) Werbespot als Veranstaltungshinweis

Bei der Radiowerbung wird ein regionaler Sender mit sehr guten Einschaltquoten empfohlen.



Andere klassische Werbemittel (Offline Marketing)

Visitenkarten

Es gehört zum guten Ton, seinem Geschäftspartner im ersten Gespräch seine Visitenkarte zu übergeben. Da diese Karte auch ein Teil der Unternehmensidentität ist, ist es wichtig, ihr auch eine gewisse Aufmerksamkeit zu schenken.

Kostengünstige Online-Angebote für Visitenkarten haben oft das Problem der eingeschränkten Gestaltungsmöglichkeiten und einer oft geringeren.

Da die Visitenkarte im Sinne von CI ein Teil der Unternehmensidentität ist, empfehlen wir einen professionellen Grafiker oder auch Druckerei mit Erstellung seiner Visitenkarte zu beauftragen.

Was die Gestaltung betrifft, so ist darauf zu achten, dass die Karte nicht überladen wirkt. Wir empfehlen, auf der einen Seite Name und Kontaktdaten und wenn notwendig auf der Rückseite das Leistungs- oder Angebotsspektrum darstellen.

Geschäftspapiere/Briefbögen

Es war vor nicht allzu langer Zeit normal, dass sich Firmen Briefpapier, Rechnungsbögen usw. drucken ließen, in den heutigen Zeiten kann auf diese Ausgabe verzichten, da Rechnung Briefe überwiegend am PC erstellt werden.

Wenn auf den Druck der Geschäftspapiere verzichtet wird, heißt das aber im Umkehrschluss nicht, dass keine professionellen Papiere benötigt werden.

Durch einen Grafiker oder eine Werbeagentur sollte sich der Unternehmer seine Geschäftspapiere in digitaler Form anfertigen lassen und so die Möglichkeit haben, die Daten wie Kontonummer, Adresse, Telefon usw. im Falle einer Veränderung selber zu ändern. Somit müssen nicht die teuer bezahlten alten Papiere vernichten oder jedes Mal von Hand geändert werden.

Give Aways

Jeder Unternehmer stellt sich immer die Frage, brauche ich Give Aways, also Werbegeschenke wie Kugelschreiber, Bleistifte, Feuerzeuge usw. oder kann ich mir das Geld sparen. Hier ist leider keine generelle Aussage möglich, da dies von der Branche abhängt. Bei der Entscheidungsfindung hilft oft ein Blick zum Marktbegleiter. Benutzt er solche Streuartikel und wenn ja welche.



Moderne Online-Werbemittel (Online Marketing)

Online Marketing spielt, bedingt durch die Entwicklung des Internet, eine immer wichtigeren Rolle im Marketingkonzept eines Unternehmens. Dem Internetnutzer ist es möglich, sich aktiv zu betätigen. Damit bieten sich neue Möglichkeiten zur Kommunikation und Zusammenarbeit.

Diese Netzwerke und die „kollektive Intelligenz“ der Nutzer gilt es zu nutzen!

Homepage

Eine Internetpräsenz, also eine Homepage, ist für Unternehmen wichtig, da viele Kunden sich meistens erst im Internet über das Unternehmen informieren wollen.

Damit aber mit der Homepage nicht genau das Gegenteil von der Kundenwerbung erreicht wird, nämlich das die potenziellen Kunden sagen, mit diesem Unternehmen kann keine Geschäftsbeziehung eingehen, sind ein paar Fakten zu beachten:

- 1.) Die Homepage ist wie die Visitenkarten ein Spiegelbild des Unternehmens und Teil der Unternehmensidentität
- 2.) Die Homepage ist kein Spielplatz sondern eine Firmenrepräsentanz
- 3.) Eine Homepage muss regelmäßig aktualisiert werden
- 4.) Besonders wichtig ist SEO (Search Engine Optimization – Suchmaschinenoptimierung)
- 5.) Für eine Unternehmens-Homepage gelten Rechtsvorschriften, die strikt einzuhalten sind.

Bei der Fotoauswahl ist unbedingt Zeit einzuplanen und man sollte die Kosten für einen professionellen Fotografen nicht scheuen, denn es geht hier nicht um Fotos fürs Familienalbum sondern um Aushängeschilder der Firma.

Eigene Online-Werbung

Auch bei sozialen Netzwerken (social media), wie zum Beispiel „facebook“ oder „google plus“ kann man sein Unternehmen mit einer Seite bewerben und dies ohne Kosten, da diese kostenlos sind.

Des Weiteren bieten sich an:

- 1.) E-Mail Marketing
- 2.) Grafische Werbung (Banner, Tarketing - zielgruppenorientierte Einblenden von Werbung auf Webseiten)
- 3.) Search Engine Marketing – Suchmaschinen-Marketing

Wir hoffen, Ihnen mit dieser kleinen Übersicht das Thema Werbung und deren Komplexität etwas näher gebracht zu haben.

***Nur gut gemachte Werbung ist auch gute Werbung für Sie!
Deshalb überlassen Sie nichts dem Zufall!***