



DAS GROSSE INTERVIEW ZUM THEMA „MARKETING UND WERBUNG“

IM GESPRÄCH: HANS-MARTIN PFEIFER

Marketing & Werbung – zu Besuch bei pfeifer marketing in Memmingen

Wir wollen uns auf den Weg machen, um die Frage nach dem Unterschied zwischen Marketing und Werbung und die Wahl der richtigen Agentur mit einem Experten zu klären. Wir besuchen pfeifer marketing in Memmingen und sehen uns vorher die Homepage an, um die Adresse herauszufinden – ein Klick und schon sind wir mit dem Routenplaner am Ziel – wirklich gut gemacht! Als wir ankommen werden wir herzlich von Hans-Martin Pfeifer begrüßt und erhalten erst einmal einen Kaffee – „Nein, einen Nespresso – what else!“ schmunzelt er, „denn schließlich zählt der Schweizer Hersteller der Aluminiumkapseln zu unseren langjährigen Kunden.“

BS exklusiv: „Was genau machen Sie für diesen Kunden?“ wollen wir wissen und fragen weiter: „Machen Sie das Marketing oder die Werbung?“

Und dann sind wir schon mitten drin in der Frage nach dem Unterschied zwischen Werbung und Marketing:

„Nun, wir machen hier von beidem etwas! Nach außen ist meist nur die Werbung oder Kommunikation ersichtlich doch sie ist in der Regel das Ergebnis vorangegangener strategischer Marketingüberlegungen. Die klassische Werbung, wie man sie weitläufig kennt, ist eigentlich nur ein Teil des Ganzen, sie ist sozusagen Instrument zum Versenden von Werbe-, Image- oder Informationsbotschaften. In diesem Falle sind wir als Agentur in Teilprojekte des Unternehmens-Marketing eingebunden und entwickeln auch Strategien, die sich mit Produkt, Preis, Vertriebswegen und der Kommunikation beschäftigen.“

BS exklusiv: „Was genau bedeutet Marketing denn eigentlich, bzw. wie gehen Sie vor?“ wollen wir wissen.

„Marketing kommt ja aus dem englischen und heißt eigentlich Vermarktung. Das Prinzip bei einem Vermarktungs-Projekt ist dabei eigentlich ganz einfach: Wir beschäftigen uns zuerst kurz mit den bestehenden Rahmenbedingungen, also der Ist-Situation des Unternehmens, den Produkten, Kunden, Wettbewerbern und den Marktbedingungen. Danach bündeln wir die Ziele, die der Kunde mit dem Projekt verfolgt – wirtschaftliche sowie alle anderen Ziele. Je nach Aufgabenstellung werden weitere Recherchen und Analysen rund um das Projekt erstellt. Aus den gewonnenen Erkenntnissen entwickeln wir nun Strategien zur Vermarktung. Das heißt wir geben Empfehlungen hinsichtlich der Positionierung unter Berücksichtigung der Produkt-Qualität und -Entwicklung sowie des Preisniveaus. Die weitere Arbeit besteht in der Erstellung eines Kommunikationskonzeptes unter Berücksichtigung der Vertriebskanäle und Distribution. Hier sprechen wir oft vom Marketing-Mix. In einem Satz könnte man Marketing also als die Gesamtheit aller Maßnahmen zum Ab-



EXPERTENSICHT



Der beste Weg, die Zukunft vorauszusagen, ist sie zu gestalten!

Hans-Martin Pfeifer, Inhaber von pfeifer marketing

satz von Produkten und Leistungen am Markt bezeichnen.“

Pfeifer macht eine Pause und zieht die Augenbrauen fragend nach oben. „Das klingt jetzt am Ende doch wieder ganz schön komplex – oder? Aber so ist es nicht unbedingt, es kommt ganz darauf an, wo und wie tief man einsteigt! Es zeigt sich jedoch klar, dass meist die abgestimmtesten und augenscheinlich einfachsten Strategien oft die erfolgreichsten sind! – what else!“ Wir stehen kurz auf und sehen uns einen Kalender an, der künstlerisch gestaltete Bildretuschen von Aluminiumdosen und -kapseln zeigt. „Hier durften wir für unseren Kunden nicht mit den Nespressokapseln werben, doch ein Kunstkalender hat eine andere Botschaft und transportierte dennoch Kompetenz und Image für den Hersteller. Sie sehen – Marketing kann auch ganz einfach sein.“

BS exklusiv: Der eindrucksvoll gestaltete Kalender zeigt uns nun aber ein Endergebnis, doch wir wollen noch mehr wissen über

den Unterschied und fragen konkret:

„Was kauft ein Kunde bei Ihnen als Agentur wenn er sozusagen eine ‚Portion Marketing‘ bestellt?“

„Am Stück oder geschnitten? – Nein, hier sind die Leistungen klar definiert. Marketingleistungen beziehen sich auf Recherchen, Analysen, Konzepte und Planungen. Wir erstellen beispielsweise für unsere Kunden projektbezogene Maßnahmenplanungen als Kommunikations-, Media-, Budget- oder Durchführungsplan sowie die konkrete Formulierung der Botschaft und deren Gestaltung. Selbstverständlich erarbeiten wir auch Strategien und Positionierungen im Workshop mit dem Kunden, wie beispielsweise für das Ski-gebiet Warth-Schröcken am Arlberg, das Ski-gebiet mit den derzeit modernsten Anlagen in der Alpenregion. Die ‚Portionen Marketing‘ können dabei sehr unterschiedlich ausfallen.“

BS exklusiv: „Werbung ist also nur ein Teil des Marketings?“

„Nur ein Teil des Marketings ist auch schon eine ganze Menge, denn es ist ein sehr wichtiger Teil des Marketings, der nach außen hin wirksam ist. Henry Ford hatte seiner Zeit bereits gesagt: ‚Wenn Sie einen Dollar in Ihr Unternehmen stecken wollen, so müssen Sie einen weiteren bereithalten, um es bekannt zu machen.‘ Werbung ist das Ergebnis vorangegangener strategischer Mar-



ketingüberlegungen, daraus ist ersichtlich, wie wichtig die Rolle der Werbung innerhalb des Marketings ist. Wenn wir uns vorher keine Gedanken über das Produkt und die Zielgruppe machen, würde die Werbung schlicht ihr Ziel verfehlen.“

BS exklusiv: Jetzt wird uns bewusst, warum pfeifer marketing nicht nur eine Werbeagentur ist und wir fragen weiter nach: „Wenn sich nun ein Unternehmen dazu entscheidet eine Agentur zu engagieren, welche Kriterien sind dann bei der Auswahl relevant?“

„Für die Auswahl der richtigen Agentur spielt die Aufgabenstellung und die damit verbundenen Erwartungen eine wichtige Rolle. Denn es gibt die verschiedensten Agenturen, von der One-Man-Show bis zur alles könnenden Mega-Agentur. Oder es gibt Agenturen wie uns, die sich auf einzelne Bereiche spezialisiert haben. Aber vielleicht wünscht sich ein Unternehmer ja auch

ein junges Agentur-Team oder eine Agentur mit internationaler Präsenz. Die Anforderungen sind hier sehr vielschichtig. Grundsätzlich ist es aber wichtig, dass eine Agentur Experte auf ihrem Gebiet ist und gemeinsame Lösungen anstrebt. Außerdem sollte eine Agentur transparente Konditionen vorlegen können und eine nachhaltige Leistung sicherstellen.



BS exklusiv: „Und was sind Ihrer Meinung nach nun die grundlegenden Qualitätsmerkmale, die eine gute Agentur auszeichnen?“

„Nach meiner Erfahrung ist eine fundierte, zielgerichtete und realistische Beratung sehr wichtig, die neben der kreativen Idee die Machbarkeit und den Budgetrahmen berücksichtigt und vor allem ergebnisorientiert ausgerichtet ist. Weiter muss für die erfolgreiche Umsetzung eines Marketingkonzepts die Kommunikation zwischen Unternehmen und Agentur stimmen. Wer mit seiner neuen Agentur erfolgreich sein möchte – und wer will das nicht – sollte auch prüfen, ob sie über genügend kreatives Potential verfügt, sowie ein hohes Maß an Flexibilität und ein qualifiziertes Agentur-Team besitzt. Eine richtig gute Agentur verfügt darüber hinaus über eine verlässliche, zeitgemäße und effiziente Organisation und Administration. Wir selbst arbeiten jeden Tag daran, diesen Qualitätsanforderungen näher zu kommen und sie zu perfektionieren.“

BS exklusiv: „Doch warum ist die Auswahl der richtigen Agentur Ihrer Meinung nach so entscheidend?“

„Der Wechsel einer Agentur ist gleichzusetzen mit dem Wechsel eines Geschäftsführers oder einer Top-Führungskraft eines Unternehmens. Dieser bindet erhebliche Ressourcen und verändert das Klima im Marketing und Unternehmen weitreichend, deshalb ist die richtige Entscheidung in diesem Fall super wichtig, da die Agentur die Kommunikationsziele des Unternehmens vertreten muss. Das Unternehmen muss der Agentur vertrauen und

sich auf ihre fachliche Kompetenz verlassen können.“

BS exklusiv: „Was macht Sie Ihrer Meinung nach zur richtigen Agentur, bzw. wie unterscheiden Sie sich von Ihren Wettbewerbern?“

„Wir würden uns nicht als die Alleskönner bezeichnen, aber wir sind Experten in drei Bereichen: Mit Konzeption und Beratung legen wir die Grundlage für erfolgreiche Markenentwicklung. Die visuelle Kommunikation der Marke gestalten wir dann sowohl im Print- als auch im Online-Bereich konsequent und ideenreich. Speziell im Webbereich haben unsere Informatiker ein eigenes Content-Management-System entwickelt, das neben der Suchmaschinenoptimierung und intuitiven Administration über eine ausgefeilte Tracking-Statistik für Print- und Online-Kampagnen verfügt. Daneben ermöglichen uns hauseigene Fotoproduktionen eine effiziente und stilsichere Umsetzung von Kundenaufträgen. Für andere qualifizierte Leistungen arbeiten wir auch gerne mit weiteren Experten zusammen.“

BS exklusiv: „Bleibt nur noch die Frage nach der weiteren Entwicklung von Marketing und Werbung?“

„Die zukünftige Entwicklung geht aus unserer Sicht klar in Richtung Markenbildung und -stärkung. Aufgrund der allgemeinen Entwicklung werden sich in Zukunft nur Unternehmen durchsetzen, die es schaffen, Ihre eigene Marke zu positionieren. Das wird aber nicht nur auf der Verfolgung neuer Trends basieren, denn damit erzielt man nur kurzfristige Erfolge. Nur eine erfolgreiche Marke überdauert Generationen.“ Pfeifer macht eine kurze Pause ... „Der beste Weg, die Zukunft vorauszusagen, ist sie zu gestalten!“

ZUR PERSON UND AGENTUR

Hans-Martin Pfeifer (40), Inhaber von pfeifer marketing mit Sitz in Memmingen. Die Werbe- und Marketing-Agentur bietet seit 1998 Leistungen in den Bereichen: Marketing-Beratung & -Planung, Corporate Design, Print- und Online-Medien (CMS) sowie Photographie. Zum Kundenstamm zählen namhafte mittelständische Unternehmen in der Region.

Mehr Informationen finden Sie unter:
www.pfeifer-marketing.de