



## Die grösste Marketingfalle.

Artikel von Rolf P. Gruber

**Die meisten Unternehmen stecken in der «QSK-Falle» fest. Die Qualität-, Service-, Kompetenz-Falle. Mehr als neunzig Prozent der Unternehmen stellen diese Attribute als Positionierungsmerkmale in den Vordergrund. Nur: Was jeder sagt, kann bei Zielpersonen nicht haften bleiben. Diese Schublade ist im Gedächtnis der Angesprochenen bereits besetzt. Doch wie erreicht man Einzigartigkeit? Hier sind einige Tipps.**

Die Devise lautet: Versuchen Sie nicht in erster Linie nur besser zu sein, bemühen Sie sich vielmehr anders zu sein. Die meisten Führungskräfte studieren den Benchmark. An dem ist natürlich nichts falsch. Im Gegenteil - man muss wissen, wo die Stärken der Konkurrenz liegen. Der fatale Fehler vieler ist jedoch, dass sie sich am Benchmark orientieren. Doch denken Sie daran: Wer anderen nachläuft, der sieht nur deren Hinterteil.

Die Lösung ist: Kommen Sie den Merkmalen Ihrer Mitbewerber auf die Schliche und bieten Sie dann ein Kontrastprogramm. Wenn Sie sich als Gegenpol zum Wettbewerb positionieren, dann graben Sie sämtlichen Alternativen Ihrer Konkurrenz das Wasser ab.

Bei einer von uns durchgeführten Marktanalyse im Auftrag eines Klienten zeigte sich, dass nur eine fokussierte Markenstrategie neue Märkte öffnen kann. Wir suchten so lange, bis wir ein Alleinstellungsmerkmal gefunden hatten, von dem niemand sprach. Dann verstärkten wir das gesamte Leistungssortiment, bis dieses dem Alleinstellungsmerkmal entsprach.

Im Wissen darüber, dass eine neue Zielgruppe, welche unserem Kunden bis anhin völlig entging, auf diese Einzigartigkeit positiv reagieren würde, setzten wir auf Begeisterungseffekte, welche diese Zielgruppe überzeugete. Das Resultat: Eine markante Gewinnsteigerung.

Ein anderes Klientenunternehmen wünschte sich neue Werbemassnahmen. Wir sollten die Wege für eine Strategie ebnen. Wir erkannten schnell, dass hier das Geld aus dem Fenster hinausgeworfen sein würde. Stattdessen überzeugten wir den Kunden von der Idee, eine neue Vertriebsstrategie mit dem bestehenden Team zu lancieren. Wir suchten nach den einzigartigen Merkmalen in dieser Unternehmung und schulten das Team darauf, mit diesen Attributen die Kunden zu überraschen. Der Erfolg: Überwältigend. Keine Werbung hätte dies auch nur im Ansatz geschafft.

**Fazit:** Wenn Sie die Kunden verblüffen wollen, dann sollten Sie an der Tatsache ansetzen, dass Markenkraft aus Aufmerksamkeit entsteht. Und die grösste Aufmerksamkeit erlangen Sie, wenn Sie das Gegenteil von dem tun, was alle tun.

Und wie entdeckt man seine einzigartigen Alleinstellungsmerkmale? Rufen Sie uns an. Wir zeigen es Ihnen gerne.

**Richards & Gold GmbH**  
Brand Coaching  
Dörflistrasse 50, CH-8050 Zürich  
Tel.: + 41 44 421 41 41  
Mail: [info@richards-gold.ch](mailto:info@richards-gold.ch)  
Web: [www.richards-gold.ch](http://www.richards-gold.ch)