

IoT - Das Internet der Dinge - Was erwartet uns in Zukunft?

DE 5,80€ - AT 6,70€ - CH 8,90 SFr.



Startup

02/2017

WE THINK GLOBAL

The Founder Magazine

Valley .news

Startup
Valley
news

Deutschland € 5,80
Österreich € 6,70
Schweiz CHF 8,90
Luxemburg € 6,90

Christian Lindner

FDP die Partei für Gründer?

Dagmar Wöhrl

Aus dem Bundestag in
"DIE HÖHLE DER LÖWEN"

Pressearbeit für Gründer und Startups

Social Media Marketing für Startups

DER WEG
ZUM EIGENEN
UNTERNEHMEN

Die 7 besten Image-Tipps für erfolgreiche Startups



Crashkurs Guerilla Marketing

*Was man von
Gründerinnen
lernen kann*

Bist du noch
beschäftigt oder
schon produktiv

STARTUP AUTOBAHN

Innovationsplattform
für Future Mobility

Start-ups sind die besseren Rockbands

Text: Roger Rankel

Mein erstes Unternehmen gründete ich mit 17. Zusammen mit einem Freund. Eine Blind-Date-Agentur. Warum? Naja, für den Eigenbedarf. Doch das ganze lief besser als erwartet – auch wirtschaftlich und so hatte ich das erste Mal Blut geleckt. Am Gelingen, am Erfolg, am Marketing. Vor allem an gut funktionierendem Marketing.

Seitdem habe ich immer mit Begeisterung den Besten unter den Besten auf die Finger geschaut. Viele sagen, ich gehöre selber dazu. Stets wollte ich wissen: Was machen die Umsatzstärksten anders? Warum läuft bei den einen der Laden super und andere werden vom Kunden kaum bemerkt? Die Antwort hat sich für mich seitdem nicht verändert: Denke anders! Sei mutig und schlage deinen eigenen Pfad in den Markt! Denn nur, wer neu denkt, hebt sich ab. Alles andere ist ein Abklatsch und kann nie wirklich punkten. Besonders Start-ups haben die besten Voraussetzungen, im Marketing „frechmutig“ zu sein.

„Frechmutig“ – alter Begriff, neue Definition

Ich wage zu behaupten: Start-up-Unternehmen sind heute das, was die Rockbands in den 90er-Jahren waren. Mutig, frechmutig! Denn schau dich um, sind es oft die Neugründer, die sich trauen, unbekannte Wege zu bestreiten, anders zu denken und die Großen herauszufordern – ohne viel Mühe und Trara. Ein Paradies für Marketing-Fans.

Mach wenig, aber mach's richtig!

Seien wir ehrlich. Wir wissen nicht immer, was eine Neugründung mit Sicherheit erfolgreich macht. Aber wir wissen oft-

Seinen Umsatz zu verdoppeln, ist nicht zwingend mit mehr Aufwand verbunden.



Wir wissen nicht immer, was eine Neugründung mit Sicherheit erfolgreich macht.

mals ziemlich genau, was unseren Erfolg zerstört. Die Konsequenz daraus: Lass genau das weg. Voraussetzungen sind natürlich eine geniale Idee, Nischenwissen und Instinkt. Die große Kunst ist, „etwas etwas anders zu machen“ und im positiven Sinne Regeln zu brechen. Kurzum: Wenig machen, anders machen, besser machen.

„Etwas etwas anders machen“ – jetzt!

Ein kleiner Buchhändler hatte folgendes Problem. Sein Laden lag genau zwischen zwei großen Buchhandlungen umsatzstarker Ketten. Noch schlimmer: Der erste Laden lockte mit den Worten „Alles zum halben Preis“. Der andere proklamierte mit Schildern à la „Alles muss raus“. Doch



der kleine Buchhändler reagierte clever: Er dachte alternativ wie eine rebellierende Rockband: „Jetzt erst recht!“ und schrieb über sein Geschäft: Haupteingang. Du siehst: Mit der kleinsten Dreh-schraube hat er die Lücke im System – in diesem Fall in seiner Straße – erkannt und besetzt. Schlaues Marketing muss nicht teuer sein.

Der große Bluff – er gehört dazu!

Doch schon bevor dein Unternehmen steht und du den ersten Kunden an der Angel hast, kannst du punkten. Ein Beispiel, von dem man nur lernen kann, war Apple-Mitbegründer Steve Jobs. Neben vielen Marketingkniffen nutzte er den Überraschungseffekt, um alle vom Hocker zu hauen. Bei der Präsentation des ersten iPhone verkündete er dem Fachpublikum drei neue Geräte – ein iPod mit Touch-Display, ein innovatives Handy sowie einen Mini-Internet-Computer to go. Die Leute waren elektrisiert. Doch dann kam der Hammer: Jobs enthüllte, dass es sich nicht wirklich um drei Produkte handelt, sondern um ein einziges! Die Reaktion der Zuschauer bleibt legendär. Apple hat mit seinem Marketingkonzept Geschichte geschrieben. So etwa wie die Grunge-Band Nirvana für die Rockmusik. Und beide haben klein angefangen und sich durch ihre quer-denkende Haltung einen großen Namen gemacht.

Was geht bei dir, wenn schon bei einem Eisverkäufer 500.000 Euro mehr gehen?

Dieser Eisverkäufer hat nicht 28 verschiedene Eissorten im Angebot. Er hat den Urlauber nicht mit italienischem Charme angesprochen und er hat dem Kunden nicht die Wahl gelassen zwischen „Mit Sahne oder ohne?“.

Ich wage zu behaupten: Start-up-Unternehmen sind heute das, was die Rockbands in den 90er-Jahren waren.

Seine Taktik war viel genialer, frechmutiger: Sagte der Kunde „ich hätte gerne eine Kugel Kirscheis“, ergänzte er: „... dazu empfehle ich Ihnen unser hausgemachtes Joghurts!“ Er hatte immer ein Komplementärprodukt dazu. Neun von zehn Kunden folgten seiner Empfehlung und so machte er stets aus 3 Euro Umsatz das Doppelte, also 6 Euro. Zweimal die Minute. Von morgens bis abends. Von März bis Oktober. Auf's Jahr gerechnet kam er damit auf einen Mehrumsatz von 500.000 Euro.

Also: Wenn man weiß, wie's geht, geht's!

Seinen Umsatz zu verdoppeln, ist nicht zwingend mit mehr Aufwand verbunden. Du spielst vielleicht das gleiche Lied wie deine Konkurrenten, aber du spielst es anders. Besonders Start-ups sollten daher ihre Chance nutzen, nicht in eingefahrenen Systemen stecken zu bleiben – gedanklich sowie faktisch. Mit einer zündenden Idee fängt es an. Lieber einmal mehr und mutiger denken, als hinterher länger nacharbeiten. Anders gedacht und besser gemacht! Ein hochwertiges cleveres Marketingkonzept arbeitet am Ende von alleine – und in deinen Umsatzbeutel.



Roger Rankel

Bestseller-Autor Roger Rankel hat Marketing im Blut! Jährlich hält er 150 Vorträge und Seminare vor über 30.000 Zuhörern. Schon mehr als 200 freie Vertriebe, Banken und Versicherungen arbeiten nach seiner Methode der Kundengewinnung. Seine Ideen in der Beratung haben eine außerordentlich hohe Umsetzungsquote. <http://roger-rankel.de>