



» **Expertentipps**

i-Club Forum 2011

Marketing im Handwerk

Die Zeiten, in denen das Handwerk lediglich gerufen wurde, sind definitiv vorbei. Klaus Steinseifer erläutert, wie der Fachbetrieb von heute sich auch richtig verkauft.

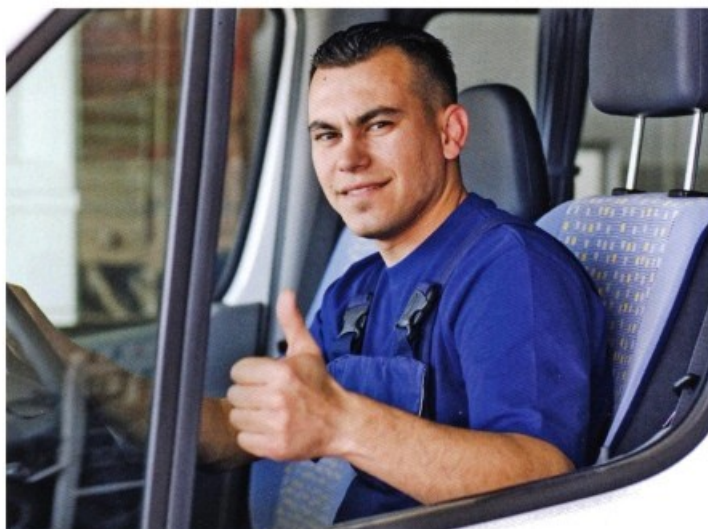
Marketing hieß im früheren Sprachgebrauch „Absatzwirtschaft“. Heute werden die Aufgaben des Marketings in größeren Unternehmen in einem eigenständigen Unternehmensbereich wahrgenommen. Dort werden die Leistungen des Unternehmens vermarktet. Marketing im Handwerk soll und muss anders dargestellt werden, da im Handwerk kleinere und mittlere Unternehmen das Marketing in den täglichen Unternehmensprozess des Chefs und der Chefin mit einbinden müssen. Marketing beginnt bereits beim Auftreten, bei der Außenwirkung des Unternehmens, zu dem immer auch die Mitarbeiter gehören. Wie ist der Chef oder die Chefin des Unternehmens aufgestellt? Ist in der Unternehmensführung ein hoher Grad an Management- und Fachwissen gebündelt? Wird diese Kompetenz auch ausreichend nach außen kommuniziert? Hat sich das Unternehmen erfolgreich in einem Geschäftsbereich spezialisiert und verfügen die Mitarbeiter über die notwendigen Kompetenzen – fachlich und persönlich? Marketing im Handwerk ist daher eine umfassende Konzeption, die alle Unternehmensbereiche, wie die

Unternehmensleitung, das Personal und die Verwaltung, mit einbeziehen. Damit alle Prozesse reibungslos funktionieren, wird ein effektives Unternehmensmanagement (Planung, Zielsetzung, Organisation und Führung) vorausgesetzt. Marketing besteht aus dem unternehmensinternen Marketing (Voraussetzungen) und dem unternehmensexternen Marketing (Konzeption und Durchführung).

Richtiges Verkaufen
Marketing ist gleichbedeutend mit Verkaufen! In Deutschland kommt der Beruf des Verkäufers in der Negativrangliste unmittelbar hinter dem Taschendieb! Verkaufen heißt aber auch, dem Kunden zu helfen, in die richtige Lösung zu investieren. Verkaufen Sie nur das, was Ihr Kunde tatsächlich braucht! Jetzt schrillen alle Alarmlampen: „Das Handwerk verkauft

doch nicht, das Handwerk wird gerufen!“ Das mag im 19. und zum Teil noch im 20. Jahrhundert gegolten haben. Die Zeiten haben sich auf jeden Fall geändert.

Trotzdem ist für viele Verkäufen noch ein zwielichtiges Tun. Man versucht, Menschen zu „beeinflussen“, irgendetwas zu erwerben, das viel zu teuer ist oder man nicht braucht. Verkaufen, das ist doch Betrug, sagen einige. Und ganz drinnen steckt das Ego-Teufelchen, das sagt: „Verkaufen, das heißt, auf fremde Menschen zugehen und sie anzuquatschen – wie ein Bettler. Nein, das ist nichts für mich.“ Ein Urteil vor Gericht bringt Sie im schlimmsten Falls ins Gefängnis. Ein gepflegtes „Vorurteil“ gegen das Verkaufen bringt Sie um Ihre Existenz! Meine Überzeugung: Kein Verkäufer? Kein Geschäft!



➔ **Ihr Experte**



Klaus Steinseifer ist Bankkaufmann, Maler- und Lackierermeister, Unternehmer und Inhaber des Qualifizierungsunternehmens „Die Steinseifer-Seminare“. Im nächsten Jahr leitet er an mindestens drei Terminen das i-Club Forum zum Thema „Marketing im Handwerk“. Mehr Informationen unter www.i-club.de und www.steinseifer.com

Fotos: iStock, Fotolia; Klaus Steinseifer