

**netzwerk  
südbaden**

**Sinn  
stiften!**

Mit Herz und Hirn: was Stiftungen hier leisten.

Dezember 2019 | Preis: 5,50 Euro | E 2014 [www.netzwerk-suedbaden.de](http://www.netzwerk-suedbaden.de)



Das regionale Wirtschaftsmagazin

SUSANNE SCHULZ

## WARUM EIN GUTES IMAGE ZUM UMSATZ BEITRÄGT

Kennen Sie diesen einen Bäcker, zu dem jeden Sonntag alle Hungrigen aus dem ganzen Landkreis pilgern, um Brötchen zu kaufen? Ohne es überprüft zu haben, kann ich Ihnen versichern: Den gibt es auch in Ihrer Gegend.



Susanne Schulz,  
Expertin für Positionierung, Image und Marke

Der einzig wahre Bäcker ist ein bundesweites Phänomen. Was vereint nun all diese Brothandwerker, die so eine loyale und begeisterte Stammkundschaft anziehen? Sie backen gute Brötchen, klar. Aber genauso wichtig ist: Sie haben einen guten Ruf.

Während die Qualität eines Produkts meistens objektiv überprüfbar ist, ist es mit dem guten Ruf nicht ganz so einfach. Kommt er ausschließlich über das Produkt zustande, im Beispiel des Bäckers also den Brötchen? Oder spielen auch der freundliche Service und die stolze Familientradition der Bäckersfamilie eine Rolle? Ich behaupte: Beides ist richtig.

Natürlich geht es nicht ohne ein tolles Produkt oder eine solide Dienstleistung. Nun ist es aber so, dass selbst hervorragende Arbeit sich herumsprechen muss – hier sind zufriedene Kunden und auch Mitarbeiter ein wichtiger Hebel. Und besonders gern empfiehlt man ein Unternehmen weiter, wenn es neben der tollen Leistung auch eine interessante Geschichte hat. Präsentiert sich ein Unternehmen identitätslos und unnahbar, kann es noch so viel zu bieten haben – es wird immer hinter seinem Potenzial zurückbleiben.

Große Marken haben erkannt, dass wir Menschen über Geschichten und Emotionen am besten ansprechbar sind. Jede erfolgreiche Marke konstruiert ihr Image gezielt über

die Art und Weise, wie sie über sich selbst spricht und ihre Persönlichkeit nach außen darstellt. Kleine und mittlere Unternehmen scheuen sich oft noch davor, in Image und Markenentwicklung zu investieren.

### Wie kommt das Image zustande?

Und was versteht man überhaupt unter einem Image? Kurz gesagt: Das Image ist der Gesamteindruck, den die Öffentlichkeit von einem Unternehmen hat. Der setzt sich aus vielen einzelnen Wahrnehmungsmomenten zusammen: Erfahrungen, Gefühle, Meinungen. Um einen Eindruck von einer Marke zu gewinnen, muss man irgendwie mit ihr in Kontakt getreten sein. Entweder als Kunde, als Mitarbeiter, im Gespräch mit anderen oder einfach als User in den Sozialen Medien. Auch ein TV-Spot oder der Besuch einer Website kann Gefühle und Ansichten beim Verbraucher generieren, selbst wenn er noch nie eine direkte Interaktion mit dem Unternehmen hatte.

Steht ein potenzieller Kunde nun vor einer Kaufentscheidung oder einer Auftragsvergabe, wird er nicht nur die reine Leistung oder das Produkt Ihres Unternehmens bewerten, sondern auch unbewusst das Image miteinbeziehen, das er von Ihnen hat. So beeinflusst das Image einer Marke auf direktem Weg den Umsatz, indem es Kaufentscheidungen auslösen oder verhindern kann.

Darüber hinaus spielt das Image auch eine Rolle für die Meinungen und Handlungen von anderen Stakeholdern. Das sind natürlich die eigenen Mitarbeiter, aber auch Investoren und Anteilseigner, auf deren finanzielle Beteiligung gerade Start-Ups häufig angewiesen sind.

### Imagepflege für Anfänger

Aber wie kommen Sie denn jetzt zu einem positiven Image? Betrachten Sie das am besten als Prozess, nicht als Einzelprojekt. Am Anfang steht die Auseinandersetzung mit den eigenen Leistungen und Werten im Unternehmen. Denn jede Marke braucht eine klar erkennbare Kernpersönlichkeit, die sie vom Wettbewerb unterscheidbar macht. Was macht das Produkt besonders, wo stecken die spannenden Storys in der Historie, der Herstellung, der Firmenkultur?

Ist die Positionierung definiert, entwerfen Sie eine Strategie für alle weiteren Kommunikationsmaßnahmen. Alle einzelnen Werbemittel, die Sie einsetzen, sollten dieser Strategie folgen – die wiederum auf dem Image basiert. So schaffen sie einen orchestrierten und eng verzahnten Markenauftritt auf allen Ebenen. Zentrale Instrumente wie Ihre Website spielen dabei natürlich eine wichtige Rolle, aber auch die Kommunikation auf Facebook & Co. oder das

Employer Branding. Und nicht zuletzt wächst das positive Image auch von innen, indem ein Unternehmen eine starke Arbeitskultur nicht nur auf dem Papier entwirft, sondern täglich lebt und weiterentwickelt.

Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, an einem authentischen Image zu arbeiten und es zu erhalten. Der Bäcker von nebenan hat es da vielleicht ein bisschen einfacher als ein mittelständischer Betrieb, denn gutes Essen lieben wir schließlich alle. Aber ich bin der Meinung, dass es jedem Unternehmen möglich ist, seinen Umsatz mit gezielter Imagepflege zu steigern. Haben Sie zu diesem Thema noch Fragen oder Beratungsbedarf? Unter mail@marke-schulz.de freue ich mich über Ihre Nachrichten.



**AG TAX & ADVISORY**  
Steuerberatungsgesellschaft mbH

*...mit uns  
an Ihrer Seite*



Unsere Kernkompetenz:

- Individuelle Lösungen für den Mittelstand
- Persönliche Bindung
- Steuerliche und betriebswirtschaftliche Beratung

Unter anderem:

- Steuererklärung
- Jahresabschluss
- Finanz- u. Lohnbuchhaltung
- Unternehmensnachfolge

AG TAX & ADVISORY Steuerberatungsgesellschaft mbH  
Reutackerstr. 42 • 79591 Eimeldingen • Telefon: 07621 91492-0 • E-Mail: info@steuerberatung-ag.de