



Unternehmercoach Martin Aue veranschaulicht sein Referatsthema mit zahlreichen konkreten Beispielen.



Social Media Expertin Dr. Nadine Stutz mit Moderator Noël Graber.

Mit Wurmprinzip zum Werbeerfolg

«Schlossgeflüster» ist eine von der Raiffeisenbank organisierte Gesprächsrunde für Firmenkunden, dieses Mal zum Thema «Werbung».

BÖTTSTEIN (sf) – Am Dienstagabend versammelten sich im Schloss zahlreiche Unternehmer aus der Region. Daniel Schläpfer, Vorsitzender der Bankleitung Raiffeisenbank Böttstein, erklärte in seiner Begrüssung: «Wer nicht wirbt, der stirbt.» Wer langfristig und nachhaltig erfolgreich sein will, muss Werbung für sich machen. Doch wie werben KMUs am besten? Dieser Frage gingen der Referent und die Podiumsteilnehmenden auf den Grund.

Aufschlussreiche Inputs

Das Impulsreferat von Unternehmercoach Martin Aue stand unter dem Motto «Vergiss herkömmliche Werbung – nutze deinen Kunden». Seine Hauptaktivität ist das Beraten von Unternehmen und Führungspersonen in KMUs. Werbung beein-

flusst unser Kaufverhalten. Aue nannte zwei wesentliche Aspekte für den Erfolg eines Unternehmens; einerseits ein Alleinstellungsmerkmal und andererseits ein klarer Kundenfokus. Wer gehört zu meiner Zielgruppe, wen will ich ansprechen? Dessen sollten sich Unternehmer bewusst sein. Aue propagierte zudem die «aaaa-Methode» – anders als alle anderen.

Er führte auch das «Wurmprinzip» ein. Der Name resultiert aus einem einfachen Gedanken: Was kann man tun, um möglichst viele Vögel im Garten zu haben? Man muss schauen, dass es den Würmern möglichst gut geht und sie zahlreich vorhanden sind. Denn dies lockt die Vögel unweigerlich an. Eines ist wichtig: «Mach nie ungefragt ein Angebot.» Über einen herkömmlichen Kanal, eine Publiereportage in der Zeitung, könne man die Kund-

schaft beispielsweise an eine kostenlose Informationsveranstaltung einladen. An dieser wird das Produkt erläutert und auf Karten können Kunden ihr Interesse angeben. Spezifisch kann nun Interessierten ein passendes Angebot gemacht werden.

Praktische Hinweise

Aues konkrete Umsetzungstipps sind, Kontakte zu aktivieren, eine Wurmliste zu erstellen, Einstiegsformate zu bieten und mit den Kunden zu kommunizieren. Mit einer speziellen Idee kann man auf herkömmlichem Weg sehr effiziente Werbung machen. Auf der ersten Stufe geht es um das Vermitteln von Informationen, auf der zweiten steht das Schnuppern im Vordergrund, der Kunde soll das Produkt kennenlernen und auf der dritten Stufe soll er es erleben und selber mitmachen können.

Durch die anschliessende Podiumsdiskussion führte Moderator Noël Graber. Der gebürtige Zurzibietler war langjähriger Radiojournalist und Redaktionsleiter bei Radio Argovia. Heute ist er Mediensprecher der Elektrizitätswerke des

Kantons Zürich. René Utiger, einer der Podiumsgäste, ist Inhaber und Geschäftsführer der Megura AG Werbeagentur ASW und seit 2012 Präsident des Gewerbevereins Aaretal-Kirchspiel. Seine Werbekampagnen sind vielfältig. Wichtig für gute Werbung seien vor allem Authentizität, Kreativität und Kontinuität.

Digitale Ergänzung

Dr. Nadine Stutz hat Medien- und Kommunikationswissenschaften, Journalistik und Englisch studiert und zum Thema «Social Media und Brand Management» an der Universität Zürich promoviert. Sie ist bei Raiffeisen Schweiz mit ihrem Team für die digitale Kommunikation verantwortlich. Stutz betonte, dass digitale Medien eine Zugabe zu den analogen seien: «Digital ist immer nur eine Ergänzung zu analog – das eine bedarf des anderen.» Sie empfahl, Social Media nur dann für Werbezwecke zu verwenden, wenn es keine Qual sei und man sich gerne damit auseinandersetze. Wer nicht dann aktiv sei, solle trotzdem im Auge behalten, was über ihn geschrieben

werde. Sie betonte auch: «Technologie ist nie der Hinderungsfaktor, es ist immer die Angst des Menschen.» Jeder könne den Umgang mit Social Media lernen. Es ist jedoch sehr schnelllebig, daher sollten Unternehmer – wenn sie sich zur Nutzung entschliessen – auf diesen Kanälen immer aktiv sein.

Peter Andres ist unter anderem Geschäftsführer des Wirtschaftsforums Zurzibiet (WFZ) und Präsident des Verwaltungsrats der Bad Zurzach Tourismus AG. Er betonte, dass schlaue Werbung am richtigen Ort einen Ball ins Rollen bringen kann. Nach einem Werbespot im Schweizer Fernsehen, der das Budget eigentlich bei Weitem sprengte, haben plötzlich viele Zeitungen angerufen, die vorher kein Interesse zeigten. Auch im Radio und auf Plakaten wird das Thermalbad beworben.

Gestartet hatte das Gespräch mit der Frage nach schlechter Werbung, beendet wurde es mit derjenigen nach besonders guten und überzeugenden Beispielen. Im Anschluss bestand die Möglichkeit, Fragen zu stellen. Dabei erklärte Stutz unter anderem, dass der beste Kanal, um ganz junge Menschen zu erreichen, Instagram sei. Nach der Gesprächsrunde waren alle Anwesenden zu einem Apéro rufe eingeladen und es blieb Zeit, um sich auszutauschen und neue Ideen auszuarbeiten.