

## 1. Tipps für Marketing in rezessiven Zeiten

In Zeiten der Rezession wird häufig im Bereich Marketing eingespart und das Budget auf ein Minimum gekürzt. Dabei ist es doch genau das Marketing, welches es vermag, den kaufunlustigeren Kunden ein paar Euro mehr zu entlocken. Durch den Einsatz bewährter – und oft nicht teurer (!) – Marketingmaßnahmen, lassen sich auch in schwierigeren Zeiten stetige oder sogar mehr Umsätze realisieren. Im Folgenden möchten wir Ihnen gerne 7 dieser Maßnahmen vorstellen:

- Reduzieren Sie die Preise: Preisreduktion ist nach wie vor die einfachste und effektivste Marketingmaßnahme, um selbst zurückhaltende Kunden für sich zu gewinnen. Setzen Sie diese Maßnahmen allerdings nur behutsam ein und vor allem nur dann, wenn Sie tatsächlich Kapazitäten frei haben oder Ihr Lager räumen müssen. Denn jede Preisreduzierung geht auf Kosten des Gewinns. Das müssen Sie sich erst einmal leisten können!
- Grenzen Sie sich noch mehr vom Wettbewerb ab, um sich hervorzuheben: Differenzieren Sie sich noch deutlicher als bisher von Ihrer Konkurrenz. Arbeiten Sie in Ihrer Werbung ganz klar heraus, warum die Menschen gerade von Ihnen – und nicht von all den anderen Anbietern – kaufen sollen.
- Luxus ist Tabu: In Zeiten der Rezession ist es ratsam, hochwertige und luxuriöse Artikel und Waren als „Notwendigkeit“ darzustellen. Denn Luxus ist etwas, was sich selbst sehr wohlhabende Kunden in wirtschaftlich schlechteren Zeiten nicht oder nur sehr selten gönnen wollen.
- Qualität, Langlebigkeit und Hochwertigkeit in den Vordergrund rücken: Wenn potenzielle Kunden weniger Geld zur Verfügung haben, sollten Sie besonders darauf achten, dass ein Produkt auch lange seinen Dienst erledigen wird. Zum einen kann man hier einfach die Haltbarkeitszeit des Produkts erhöhen und dafür andere Merkmale weglassen, die zur Zeit weniger gefragt sind. Eine zweite Möglichkeit ist es, die Garantie-Leistung zu erhöhen oder zu verbessern: Eine Geld-zurück-Garantie erhöht in der Wahrnehmung potenzieller Käufer die Qualität und die Langlebigkeit Ihrer Produkte immens. Auch eine Zufriedenheits-Garantie ist eine effektive Möglichkeit, Käufer in schwierigen Zeiten auf Sie aufmerksam zu machen und an Ihr Angebot zu binden.
- Boni anbieten und den Wert eines Produktes erhöhen: Je mehr ein Produkt in den Augen des Verbrauchers wert ist, desto größer die Chance, dass er bereit ist, den Preis zu zahlen – vor allem in schlechteren Zeiten. Zum einen kann man dem Produkt oder der Dienstleistung einen Bonus oder ein Geschenk hinzufügen. Wenn Sie Produkt X kaufen, erhalten Sie noch Produkt Y obendrauf. Also: Zum Fernseher noch einen DVBT-Receiver gratis dazu. Oder zum Neuwagen eine Kfz-Versicherung für 1 bis 2 Jahre. Der Vorteil: Durch Ihre Großeinkaufsmöglichkeiten kaufen Sie Bonusangebote preiswert ein, offerieren dem Kunden aber einen mindestens doppelt so hohen Wert! Achten Sie aber darauf, dass Sie eine zum Produkt passende Bonusidee wählen. Zum anderen kann man aber auch dem Produkt mehr Nutzen hinzufügen. Das funktioniert natürlich wieder am besten durch eine ausgeklügelte Werbestrategie: Kleidung hält nicht nur warm, beeindruckt auch das jeweils andere Geschlecht.

- Geben Sie Kunden die Möglichkeit, Zahlungen aufzusplitten: Egal, ob Leasing oder Ratenzahlung - bei knappen Kassen ist es besser, in Häppchen bezahlen zu lassen, als große Summen auf einmal zu fordern. Sowohl im privaten Bereich als auch im gewerblichen macht dieses Angebot Sinn, um trotz knapper Kassen im Geschäft zu bleiben.
- Gewährleisten Sie Rabatte: Besser als eine einfache Preisreduzierung ist es, wenn Sie einen Rabatt an den Kauf einer bestimmten Menge koppeln. Das bringt Vorteile für beide Seiten – ohne dass Sie an Gewinn verlieren. Manche Anbieter haben Ihr ganzes Unternehmen nach diesem Prinzip des Mengenrabatts aufgebaut und sind damit sehr erfolgreich geworden.