

Langjährige Erfahrung und Kompetenz

Marketingberatung für Unternehmen der Betonsteinindustrie

Mehr als 20 Jahre leitete Simone Messing die Marketingabteilung eines mittelständischen Unternehmens der Betonsteinindustrie. Nun startet sie als freie Beraterin für Marketingkommunikation und stellt ihre langjährige Erfahrung und Kompetenz den Herstellern von Betonprodukten für den Straßen-, Garten- und Landschaftsbau zur Verfügung.

Mit ihrem Angebot richtet sie sich vornehmlich an kleine und mittelgroße Unternehmen. „Gerade in kleineren Unternehmen der Betonsteinindustrie erfordert das Managen des Alltagsgeschäfts die ganze Aufmerksamkeit. Eine kontinuierliche Marketingkompetenz steht nicht überall durchgehend zur Verfügung. Ich biete den Betonwerken an, Marketing-Know-how bedarfsgerecht bei mir abzurufen, wenn die Ressourcen nicht vorhanden sind, spezifische Markt- und Produktkenntnisse gefragt sind oder komplexe Projekte anstehen. Von einem ganz individuellen Bedarf ausgehend, unterstütze ich überall dort, wo beratende oder begleitende Fachkompetenz benötigt wird oder personelle Engpässe schnell und flexibel kompensiert werden sollen“, so die Beraterin.

Verschenktes Potenzial

Als langjährige Marketingverantwortliche und als Beobachterin der Branche, u. a. während ihrer Marketing-Gremienarbeit im Betonverband SLG, resümiert sie, dass einige Unternehmen den Schwerpunkt ihrer marktorientierten Aktivitäten eher in der Vertriebsstärke sehen als im Marketing, das wiederum unter wirtschaftlichem Druck auch mal heruntergefahren wird und als Schlüsselfaktor neben dem Vertrieb mitunter völlig verkannt wird.

Zudem würden sich etliche KMU zu sehr an den Strategien der größeren Wettbewerber orientieren und ihr eigenes Potenzial nicht oder nicht gänzlich ausschöpfen. „Das Produktportfolio hat sich vielfach aus dem jeweils aktuellen Bedarf für Kundenprojekte entwickelt. Das Angebot erscheint heute quer durch die Branche annähernd vergleichbar – und auch bei kleineren Betonwerken kaum noch überschaubar. Diese Angebotsbreite hat vielerorts ineffiziente Prozesse in Vertrieb, Produktion und Serviceabwicklung zur Folge und für die KMU wird es immer schwerer, mit den Großen Schritt zu halten“.

Klarer positionieren

Gerade wegen der branchentypischen Austauschbarkeit der Produkte plädiert Messing für eine klare Positionierung und



Simone Messing entwickelt Marketing- und Kommunikationskonzepte für Unternehmen der Betonsteinindustrie.

Profilierung: „Statt mit der Masse zu schwimmen, können kleine und mittelständische Betonwerke Nischen besetzen, diese permanent mit Inhalten, Aktionen und Services füllen und sich dort als Spezialisten einen Namen machen.“ Und weiter: „Die Identifizierung eigener Alleinstellungsmerkmale und eine klare Positionierung im Markt erfordert branchenspezifisches Marketing-Know-how, Erfahrung und Kontinuität.“ Messing ergänzt: „Dabei bedeuten ausgefeilte, perspektivisch angelegte Marketing- und Kommunikationskonzepte, die das Betonwerk mit dem Leistungsportfolio effektiv kommunizieren und wahrnehmbar platzieren, nicht zwangsläufig hohe Kosten.“

Hoher Wettbewerbsdruck

Der Bedarf an externem Expertenwissen und fachlicher Unterstützung ist in den vergangenen Jahren stark gewachsen, so auch in den KMU. Gründe sind unter anderem steigender Wettbewerbsdruck und komplexer werdende Prozessketten. Simone Messing: „De facto finden Veränderungen und Innovationen immer schneller statt. Darüber hinaus müssen die Informations- und Kommunikationstechnologien in die Arbeitswelt integriert werden. Dies ist heute vielerorts personell oder wegen fehlender Fachkenntnisse nicht leistbar. Dennoch, für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen sind die aktuellen Herausforderungen von hoher wirtschaftlicher Relevanz. Für die Bewältigung braucht es vor allem auch neue Impulse und Strategien für das Marketing“.



■ In ihrer Position als Marketingleiterin entwickelte Simone Messing unter anderem Marketing- und Kommunikationskonzepte für die Neuausrichtung des Unternehmens mit der Aufwertung des Produktfolios sowie für die Markteinführung neuer Produkte und Technologien. Zudem verantwortete sie die Erschließung neuer Kundenzielgruppen und das Referenzmarketing für die Kundengewinnung im B2B-Bereich. Ihr Beratungsangebot reicht von der Analyse und Bewertung vorhandener Tools und Prozesse über Empfehlungen zur Optimierung bis zu der Entwicklung unternehmensgerecht konfigurierter Strategien auf der Basis konkreter Ziele. Des Weiteren Begleitung, Kontrolle und Umsetzung von Marken- und Kommunikationskampagnen vom Briefing bis zur Realisierung. Für diesen Zweck kann die Beraterin zudem auf ein breites Netzwerk von Experten u. a. für Public Relations, Kommunikationsdesign, digitales Marketing und Fotografie zurückgreifen. info@simone-messing.de

Wertvoller Schulterblick

Können branchenfremde Kommunikations- und Werbeagenturen die Betonwerke auf Kurs bringen und halten? Messings Erfahrung: „Ich kenne die Einwände und Bedenken der Entscheider, externe Beratungsleistungen in Anspruch zu nehmen, da sie sowohl den Markt und die Branche als auch die Produkte und deren Anwendung für Externe als zu speziell und erklärungsbedürftig einschätzen. Gleichwohl brauche die Branche unbedingt frische, gern auch unorthodoxe Ideen von externen Querdenkern. Im Idealfall bringen klassische Agenturen die beste Außenansicht mit“, ist sie überzeugt.

Marken und Unternehmen müssen sich ständig weiterentwickeln. Doch Messing relativiert: „Wie weit ist man bereit für Kursänderungen, die womöglich auf Kosten der Wiedererkennbarkeit und Marktposition gehen? Die Gefahr besteht, dass die Unternehmen sich auf kurzlebige Kampagnen fokussieren und den Weitblick verlieren. Darüber muss vor dem Beginn einer Zusammenarbeit mit Agenturen Klarheit herrschen. Am Ende sollte nicht die Einsicht stehen, dass die Werber das Ziel verfehlt haben oder überfordert sind oder dass ein Kompromiss besser ist als nichts“, sagt Messing. Umso wichtiger sei die kompetente Begleitung eines Marketingexperten auf Kundenseite und damit ein exaktes Briefing mit kontinuierlichem Schulterblick und Austausch unverzichtbar. ■

WEITERE INFORMATIONEN

Simone Messing – Marketingberatung für die Betonsteinindustrie
 Wiedauer Weg 43
 48653 Coesfeld
 T +49 2541 846778
 M +49 162 9049106
info@simone-messing.de
www.simone-messing.de



DER ALLESKÖNNER DIE NEUE KBH ALTERUNGSANLAGE II

- „IN LINE“ IM FERTIGUNGSTAKT ODER „OFF LINE“
- PFLASTER UND PLATTEN
- TROCKENMAUERSTEINE IN ALLEN VARIATIONEN
- ALTERN NACH NUR 24 STUNDEN ABBINDEZEIT
- PRODUKTHÖHEN VON 50 MM BIS 400 MM
- SUPERKOMPAKTE KONSTRUKTION
- TAKTZEIT FÜR PFLASTER 10 BIS 15 SEKUNDEN
- WÄHLBARE ALTERUNGSINTENSITÄT
- HOHER OUTPUT DURCH HOHE VERFÜGBARKEIT
- GERINGE WARTUNGSINTENSITÄT
- MINIMALSTE RÜSTZEITEN (1 BIS 5 MINUTEN)

Baustoffwerke
Gebhart & Söhne GmbH & Co. KG
 >> KBH Maschinenbau
 Einöde 2, D-87760 Lachen
 Telefon +49 (0) 83 31-95 03-0
 Telefax +49 (0) 83 31-95 03-40
[maschinen@k-b-h.de](mailto:mashinen@k-b-h.de)
www.k-b-h.de