

## Marketing – was heißt das heute eigentlich?

28.01.2010, 17:26 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *KOKON - Marketing mit Konzept!*

---



Marketing ? was steckt heutzutage hinter dem Begriff?

Information statt Reklame, PR statt Werbefloskeln...

Werbung muss mitreißen, provozieren, den Leser in den Bann ziehen. Wenn aber der Kunde rund um die Uhr einem wahren Bombardement an Werbung ausgeliefert ist, mündet die Reaktion – verständlicherweise – in Abwehr. Also lautet die Marketing-Devise: Mehr Lautstärke, mehr Kreativität, mehr Provokation, mehr Sensation – höher, schneller, weiter. Ist das noch zeitgemäß?

Werbung im Wandel

Der Kunde ist mündig. Entsprechend sollte man ihn behandeln. Zudem kann er sich in Sekundenschnelle im Internet Vergleichsangebote einholen. Mit einem einzigen Klick kann er Werbung ausblenden oder Produkte kaufen. Er kann sich genauso schnell durchs Radio zappen wie durch die Fernseh-Kanäle. Und der erfahrene Verbraucher stellt den Papierkorb bereits am Briefkasten auf.

„Die Zeit der Werbefloskeln ist vorbei. Die Zeit des Hochglanzbroschüren ebenso. Wir leben in einer Welt der Information und Public Relations. Wenn man es nicht schafft, dem Kunden exakt die Informationen bereit zu stellen, die er sucht oder die ein Unternehmen für den Kunden profilieren - auch über den Aufbau einer Marke -, dann wird die Marketing-Bemühung schnell unwirtschaftlich“ so Marion Oberparleiter, Marketingberaterin der Agentur KOKON.

Wer einmal lügt ...

„Das Marketing von heute ist präzise, es ist direkt und auf den Kunden zugeschnitten. Es ist transparent, interaktiv und wenn es erfolgreich sein will, dann arbeitet es langfristig am Markeninhalt und es ist ehrlich! Denn verspricht ein Produkt, was es nicht hält, kann man in Kürze im Internet weltweit davon lesen“ erläutert Marion Oberparleiter.

Für Unternehmen ist es wichtiger denn je, sich ein klares Profil zu schaffen. Verwässerte Angebote und Bauchladen-Konzepte werden mit Nicht-Beachtung bestraft. Um vor allem kleine und mittelständische Unternehmen in ihrer Vermarktung zu unterstützen, bietet die Agentur KOKON daher ein besonderes Angebot: mit Hilfe eines speziellen Audits werden die Inhalte und Vorteile des Angebots, das es zu vermarkten gilt, auf den Punkt gebracht. Damit wird das

Profil geschärft und die Vorteile können noch klarer dargestellt werden. Mehr unter [www.kokon-marketing.de](http://www.kokon-marketing.de).

„Unternehmen, die sich ein verständliches Positioning und damit einen Markeninhalt geben und im ersten Schritt mittels Public Relations ihre Informationspforten öffnen, werden sich einen wertvollen Zugang zur Zielgruppe ebnen“, ist Marion Oberparleiter überzeugt. „Das ist es, was Marketing heute ausmacht!“

## **Portrait**

**KOKON – Marketing mit Konzept!**

Die Marketingagentur in Ettlingen unterstützt Unternehmen dabei, die Schlagkraft des Marketing über gezieltes Positioning und Public Relations zu verstärken. Ziel der Arbeit von KOKON ist es, die Wirtschaftlichkeit und Effizienz im Marketing zu erhöhen. Dabei bietet KOKON nicht nur konkrete Dienstleistungen im Bereich der Public Relations oder in der Erarbeitung eines klaren Positionings; über Seminare und Vorträge wird spezielles Fachwissen vermittelt, das den Unternehmen Unterstützung in der Steigerung der Effektivität ihrer Marketing-Bemühungen bietet.

---

News-ID: 392036 • Views: 193 (Stand: 26.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/392036/Marketing-was-heisst-das-heute-eigentlich.html>