

Mittelstand positioniert sich neu

01.12.2010, 14:17 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *uphoff pr & marketing*

Presseagentur: *uphoff pr & marketing GmbH*



Foto: Dr. Karin Uphoff

Marburg. Aufbruchsstimmung im Mittelstand: „Immer mehr Unternehmer wollen sich jetzt neu positionieren“, stellt Marketingexpertin Dr. Karin Uphoff anhand der steigenden Anfragen fest. Viele überdenken derzeit ihren Außenauftritt, planen Aktionen und suchen nach Wegen, stärker in den so genannten „Sozialen Netzwerken“ präsent zu sein. Das Nachdenken lohnt sich, denn bei Xing und LinkedIn warten zahlreiche Aufträge, wie eine Studie herausfand.

„Neben Xing werden Twitter, Facebook und Co. immer mehr ein Thema, mit dem sich kleinere und mittelständische Betriebe auseinandersetzen“, berichtet Uphoff. Experten prognostizieren in diesem Zusammenhang sogar eine „Vierte Welt“, in der die Nicht-Vernetzten landen werden. Die Gewinner sind dagegen diejenigen, denen es gelingt, sich als Netzwerkknoten zu installieren und die Zugriffe auf ihre Internetseite dauerhaft hochzuhalten.

PR und Marketing werden noch komplexer

Die konventionellen Bereiche wie Anzeigen, Veranstaltungen und Aktionen gehören dabei weiterhin zur Öffentlichkeitsarbeit dazu, denn auch über diese Wege lassen sich nach wie vor viele Kunden erreichen. PR- und Marketingarbeit wird somit noch komplexer, als sie es ohnehin schon ist. „Die obersten Regeln haben weiterhin Bestand: Dran bleiben, konsequent sein und eine stimmige Linie fahren“, erklärt Uphoff. Nur systematische PR- und Marketingarbeit ist dauerhaft erfolgreich.

Ideen professionell analysieren

Genau hier liegt sehr viel Geld vergraben: Einzelne Elemente stehen lose nebeneinander, vieles passt nicht richtig zusammen oder wird nur halbherzig umgesetzt. „Die meisten Unternehmer kennen das: Die Aktion klingt super, hat dann in der Praxis aber ihre Tücken“, weiß Uphoff, deren „Ideenworkshops“ für viele ein wichtiger Schritt hin zu einem schlüssigen Konzept sind. Vor allem die Einbindung Sozialer Netzwerke bereitet den Betrieben Kopfzerbrechen: Die meisten fürchten, mehr Zeit zu investieren als hinterher Aufträge eingehen.

Gewinner ist, wer Infos zuerst erhält

„Netzwerken ist natürlich kein Selbstläufer. Gerade weil es arbeitsintensiv ist, muss schon am Anfang klar sein, was überhaupt das Ziel ist“, empfiehlt Uphoff. Wer planvoll und strategisch vorgehen will, klärt zunächst, wer er ist, was er will und was er bietet, um für andere interessant zu sein. Dieses Wissen ist der erste Baustein auf dem Weg zur erfolgreichen Netzwerkpräsenz, daraus lassen sich Aktionsplätze und Kompetenzthemen festlegen. Durch kontinuierliches Einbringen wächst der Netzwerker schließlich zum wichtigen Ansprechpartner, der vor anderen an die entscheidende Ware „Information“ gelangt. „Gewinner sind diejenigen, die Informationen zuerst für sich einsetzen können, denn diesen Vorsprung können Mitbewerber kaum noch aufholen“, so Uphoff.

Hintergrundinfos

Tipps vom Profi sparen Zeit und Geld

„Lieber eine Stunde über Geld nachdenken, als eine Stunde dafür zu arbeiten.“ Das Rockefeller-Prinzip passt auch auf die PR- und Marketingarbeit: Wer seine Strategien strukturiert prüft und durchdenkt, spart hinterher viel Zeit und Geld. Uphoff rät den Unternehmen, sich dabei professionell begleiten zu lassen. Auch eine punktuelle Unterstützung ist möglich, etwa mit den Ideenworkshops bei [uphoff pr & marketing](http://uphoff-pr-&-marketing.com). Stundenweise oder ganztägig moderiert die Marketingexpertin Besprechungen, analysiert Ideen auf Chancen, Kosten und mögliche Risiken. Sie gibt selbst Anregungen, prüft Veranstaltungsplanungen auf Knackpunkte und spiegelt manche Überlegungen aus Sicht der Zielgruppe wider: „Die Teilnehmer sind hinterher häufig erstaunt, welche Vielzahl praktikabler Möglichkeiten sie haben, ihre Zielgruppe wirksam anzusprechen“, resümiert Uphoff.

Mehr zu den Ideenworkshops gibt es unter www.uphoff-pr.de/beratung/ideenworkshop

Portrait

Firmenportrait

Die uphoff pr & marketing GmbH aus Marburg (Hessen) ist spezialisiert auf die Betreuung von Verbänden und mittelständischen Unternehmen – ganz besonders rund um die Themen Gesundheit und Medizin.

Als Full-Service-Agentur bietet uphoff pr & marketing ihren Kunden alles, was sie noch erfolgreicher macht. Von individuellen PR- und Marketingkonzepten über Materialien wie Folder, Plakate, Postkarten bis hin zu Pressemeldungen, Website-Gestaltung und -Programmierung sowie Eventorganisation. Dem Experten-Team gehören neben erfahrenen Marketing- und PR-Profis auch Grafiker und Webdesigner an. Zudem bildet uphoff pr & marketing Nachwuchskräfte in Volontariaten aus und bietet Praktikanten einen Einblick in die Arbeit einer PR- und Marketing-Agentur.

uphoff pr & marketing betreut mittelständische Unternehmen aus sämtlichen Spektren. Dennoch hat sich ein Kundenschwerpunkt in der Gesundheitsbranche herauskristallisiert. Dadurch verfügt uphoff pr & marketing über ein Spezialwissen in der Gesundheits-, Verbands- und Praxis-PR. Die Agentur arbeitet seit langem für Dentallabore, Ärzte, Zahnärzte, Orthopäden, Hörgeräteakustiker sowie für Praxisverbände, Verbände und Innungen.

2009 wurde die uphoff pr & marketing GmbH für Innovationskraft und mitarbeiterorientiertes Denken als Hauptpreisträger des Mittelstandsprogramms ausgezeichnet und zählt 2010 erneut zu den Preisträgern. Im Oktober 2009 wurde Geschäftsführerin Dr. Karin Uphoff zur Botschafterin des European Network of Female Entrepreneurship Ambassadors ernannt, einem europäischen Netzwerk, das Frauen durch positive Rollenvorbilder dazu ermutigen will, sich selbstständig zu machen.

News-ID: 491097 • Views: 968 (Stand: 10.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/491097/Mittelstand-positioniert-sich-neu.html>