

„Praxisbuch Trendmarketing – Innovationskreislauf und Marketing-Mix für KMU“

Ein anregender Leitfaden zur Trendsensibilisierung und wirksamen Umsetzung für kleine und mittlere Unternehmen

Über 99 Prozent der Firmen im deutschsprachigen Raum sind kleine und mittlere Unternehmen (KMU), sie bilden das Rückgrat der Wirtschaft. Die sich ständig beschleunigenden wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und technologischen Veränderungen betreffen sie ebenso wie große Konzerne. Die damit verbundenen Herausforderungen sind enorm. Dazu gehören Megatrends wie die Digitalisierung, die das Marktumfeld gravierend beeinflussen. Umso mehr kommt es darauf an, deren mögliche Auswirkungen auf das eigene Unternehmen rechtzeitig zu prognostizieren, Innovationspotenziale zu erkennen und diese ebenso zielgerichtet wie ganzheitlich umzusetzen. Genau hier setzt das neue „Praxisbuch Trendmarketing – Innovationskreislauf und Marketing-Mix für KMU“ von Prof. Veronika Bellone (CH) und Thomas Matla (D) an.

Die Autoren bieten Unternehmenden aus KMU vielfältige Inspirationen, um Trends frühzeitig als Marktchancen zu erkennen, und erhellende Einblicke erfolgreich zu nutzen. Einerseits mit einem neuen Werkzeug, dem „13-P-Marketing-Mix“, andererseits mit einer detaillierten Wegleitung durch den Innovationskreislauf sowie konkreten Vorlagen für diverse Branchen (Blueprints).

Für ein einheitliches Verständnis und einen besseren Einstieg in den von Veronika Bellone und Thomas Matla entwickelten Innovationskreislauf, erläutern sie vorab ausführlich die wichtigsten Megatrends: Digitalisierung, Individualisierung, Globalisierung, Demografischer Wandel, Nachhaltigkeit, Gesundheitslebensstil und Verstädterung.

Neue Marketing-Dimensionen erkennen und erfolgreich nutzen

Im Zentrum des gesamten Trendmarketing-Prozesses, vom schnellen Erkennen der Innovationspotenziale über deren erfolgreiche Realisierung bis zur Marktlanierung, steht der neue 13-P-Marketing-Mix. Dafür erweiterten die Autoren den bereits aus den 1960er Jahren stammenden Kriterienkatalog für einen wirksamen Marketing-Mix (Product, Price, Place, Promotion) um neun weitere Aspekte. So ergänzten sie das Portfolio um die drei P's People (Menschen), Process (Prozesse) und Physical Evidence (Materialien) aus dem Dienstleistungsmarketing. Gänzlich neu fügten Bellone/Matla zum Beispiel die Dimensionen Purpose (für den Unternehmenszweck), Performance (für Leistungskennzahlen) und Propulsion (für Technologien) hinzu. Großen Wert legen die Autoren dabei auf acht Kundenbedürfnisse, denen KMU konzentrierte Aufmerksamkeit widmen sollten, um erfolgreich



zu sein. Hier werden neben Sicherheits- und Sozialbedürfnissen auch kognitive, ästhetische und expressive Bedürfnisse fokussiert. Kombiniert mit spezifischen Arbeitsschritten, haben Bellone/Matla mit dem 13-P-Marketing-Mix ein agiles „Werkzeug“ geschaffen, das KMU ermöglicht, inspirierend und in die Zukunft gerichtet zu arbeiten.

Trends einfach ins Marketing übertragen – mit Blueprints

Blueprints (Blaupausen) für verschiedene Branchen veranschaulichen und vereinfachen die Marketing-Arbeit mit dem Marketing-Mix. Sie eröffnen einen kreativen Entwicklungsprozess, regen an und zeigen auf, welchen Beitrag

jeder einzelne P-Bereich zur Trendumsetzung liefern kann. Die Autoren bieten auch hier anregende Beispiele, wie vom Landwirt, der den Megatrend Digitalisierung nutzt, oder vom Handwerker, der sich dem Megatrend Urbanisierung zuwendet. Weitere Blueprints gehen auf die Bereiche Hotels, Gastronomie, auf den Handel und die Herstellung ein.

Aus der Praxis für die Praxis

Vielfältige Einblicke in das Themenfeld Trends und Innovation bieten darüber hinaus Interviews mit acht KMU-Verantwortlichen und Experten. Dazu gehören Philipp Hofmann, Leiter Global Marketing Services der V-ZUG AG; René Gurka, Co-Gründer und CEO der Berliner BigRep GmbH; Peter Kaeser, Co-Founder VIU Ventures AG; Friedemann Findeis, Co-Gründer der L'Osteria und Roland Focken, Geschäftsführer Serviceplan (innovative Kommunikation).

Insgesamt bietet das Praxisbuch Trendmarketing auf 367 Seiten inspirierende Anregungen, plastische Praxisbeispiele und nutzenorientierte Tipps, wie KMU Trends frühzeitig erkennen und erfolgversprechend nutzen können. ■

Veronika Bellone, Thomas Matla

Praxisbuch Trendmarketing – Innovationskreislauf und Marketing-Mix für KMU

Campus Verlag Frankfurt/ New York

Erschienen: 16. Februar 2017

367 Seiten, gebunden

49,95 € (D) / 51,40 € (A) / 65,00 CHF (CH)

Print ISBN 978-3-593-50662-3

E-Book (PDF) ISBN 978-3-593-43567-1

E-Book (EPUB) ISBN 978-3-593-43590-9