

brandtrust

# Pressespiegel

19. Oktober 2009

1 Schlagzeile



**CLIP Mediaservice GmbH**

Taubstummengasse 4 A-1040 Wien  
Tel +43(1) 503 25 35 Fax +43(1) 503 25 35-20  
[www.clip.at](http://www.clip.at) [kundencenter@clip.at](mailto:kundencenter@clip.at)

# Inhaltsverzeichnis

**keine Ausreden**

Quelle: Wirtschaftsblatt 19.10.2009 Seite 23  
**Klaus-Dieter Koch**

Seite 3

Thema: Klaus-Dieter Koch

Autor: Koch

## MARKEN

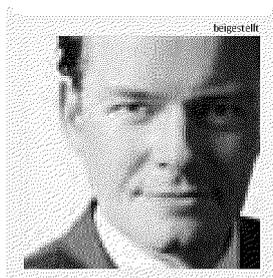


## PRAXIS

### Keine Ausreden

Für viele Unternehmer sind stagnierende Märkte nichts Neues. Sie bewegen sich seit Jahren in einem Marktsegment, das nicht wächst oder sogar schrumpft. Trotzdem geht es einigen Unternehmen hervorragend und sie wachsen. Woran liegt das? Diese Unternehmen nutzen L-Märkte, um ihre Hausaufgaben zu machen. Wenn die ganze Konzentration nicht auf das Management von Wachstum gerichtet sein muss, kann man Grundsätzliches wieder angehen, wie das Geschäftsmodell zu hinterfragen. L-Märkte eignen sich dazu, nach „blauen Ozeanen“ zu suchen. Also aus dem Wettbewerb ausscheren und die Konkurrenz mit überlegenen Lösungen irrelevant machen. Könnerschaft zählt wieder in L-Märk-

ten. Echte Spezialisten werden Mitläufer verdrängen und Marktanteile gewinnen. In einem L-Markt bringt es aber gar nichts, Preise panikartig zu senken, um doch etwas (Volumen-)Wachstum aus dem Markt zu kitzen. Das hält kein Unternehmen so lange durch. Jetzt ist die Zeit gekommen, um sich Gedanken zu seinem Mehrwert zu machen. Denn selbst wenn der Markt nicht wächst, kann ein Unternehmer seine Wertschöpfung steigern, indem er den Veredelungsgrad seiner Leistungen erhöht und die Markenenergie, die in den Köpfen der Kunden gespeichert ist, konsequent nutzt.



**Klaus-Dieter Koch**

Der Autor ist Markenstrategieberater und Gründer von Brand:Trust