

# Kundenbindung in Krisenzeiten

Interview mit Ralf Hesse, Geschäftsführer der Werbemittel Agentur m.e.s. Marketingservices GmbH, Solingen und Münster.

**Redaktion:** *Herr Hesse die Wirtschafts- und Finanzkrise hat Deutschland voll im Griff und auch Ihre Branche leidet darunter. Wie erklären Sie sich das?*

**Ralf Hesse:** In vielen Unternehmen ist der Fokus momentan darauf gerichtet, die Unternehmen überlebensfähig zu halten. Das kann Kurzarbeit sein, sicherlich leider auch Entlassungen vorzunehmen, neue Absatzmöglichkeiten oder Produkte zu finden. Darüber denkt man selten an das Grundsätzliche, nämlich die Kundenbindung nach, auch wenn Kunden jetzt nicht bestellen können.

**Redaktion:** *Wie meinen Sie das mit Kundenbindung?*

**Ralf Hesse:** Lassen Sie mich das an einem Beispiel festhalten, was ich momentan bei einer Gaststätte beobachte. Bislang hatte man nur am Abend geöffnet. Man war mit den Einnahmen zufrieden. Seit letztem Jahr hat gegenüber dieser Gaststätte ein Italiener eröffnet. Damals erzeichnete die Gaststätte schon einen kleinen Rückgang der durch die Krise zu einem größeren Rückgang wurde. Mittlerweile hat man auch am Mittag geöffnet, nun bekommt der Gast auch einen Gruß des Hauses serviert, man fährt Aktionen wie 6 Gang Schlemmermenü für 2 Personen zu einen Sonderpreis und man übergibt kleine Werbepäsenten. Das ist Marketing im Kleinen. Und siehe da, die Kunden kommen wieder, es spricht sich herum.

**Redaktion:** *Aber das kann doch nicht alles sein, warum die Unternehmen auch in Ihrem Bereich zurückhaltend sind.*

**Ralf Hesse:** Nein auch fehlt sicherlich das Wissen um den richtigen Einsatz des Werbemittels, weil in vielen Unternehmen kein richtiges Marketing betrieben wird. Gerade in schlechten Zeiten sollte man antizyklisch werben.

**Redaktion:** *Bedeutet im Klartext, dass die Unternehmen Agenturen wie das Ihre zu Rate ziehen sollten.*

**Ralf Hesse:** Ja genau so, den wir als Werbemittel Agentur verfügen über großes Fachwissen, Kreativität und ein Netzwerk von Texter, Werbern und Werbe-Agenturen und somit hat der Industriekunde nur einen Ansprechpartner.

**Redaktion:** *Gilt das auch für Handwerksbetrieb, Kleingewerbetreibende, Fachhandel und Firmen Neugründer?*

**Ralf Hesse:** Wissen Sie, interessant ist doch, dass 52 % der Kleinstunternehmen sowie 33 % der Kleinunternehmen in Deutschland keine Werbeartikel in ihrer Unternehmenskommunikation einsetzen? Wussten Sie, dass die Gründe für den Nicht-Einsatz des Werbeartikels die Unklarheit des Nutzens des einzusetzenden Artikels sind und dies nicht nur bei diesen Unternehmen? Wussten Sie, dass 72 % aller Befragten sich ohne Unterstützung an die Werber (die Werbeanbringung) auf den Werbeartikel erinnern konnten?

**Redaktion:** *Und da kann m.e.s. Marketingservices helfen?*

**Ralf Hesse:** Genau. Wir möchten ihnen sagen, wie und welche Werbeartikel sie zu Ihrem Nutzen einsetzen können. Dafür haben wir z.B. auch unseren Internet-Shop [www.mes-werbeartikel.de](http://www.mes-werbeartikel.de) installiert. Unsere kompetente Beratung wird vielen helfen können. Wir können ihnen nicht versprechen, mit unserer Dienstleistung mehr Umsatz zu generieren. Aber wir können Ihnen Wege zur Kundenbindung und Mitarbeiter-motivation zeigen.

**Redaktion:** *Herr Hesse wir danken für das aufschlussreiche Gespräch.*