

«Frutigländer», 25.01.2019

Wie man Kunden gewinnt

WIRTSCHAFT Seit Jahren schon berät Martin Aue erfolgreich KMUs. Am Dienstag präsentierte er sein neues Buch über zielführendes Marketing. Das Vorwort dazu schrieb Marc Allenbach, Chef der Allenbach Holzbau und Solartechnik AG aus Wengi.

MICHAEL SCHINNERLING

Wenige Minuten, bevor Martin Aue sein Buch vorstellte, ist an derselben Stelle noch Holz zugeschnitten worden. Der Autor erklärt den ungewöhnlichen Präsentationsort so: «Wir wollten die Vernissage mitten in der Produktionshalle durchführen.» Hier, bei Allenbach, würden seine Konzepte seit vier Jahren konsequent umgesetzt. Dabei gab es ursprünglich durchaus Zweifler: «Am Anfang dachten unsere Mitarbeiter: «Wieder einer, der dem Chef mit komischen Ideen Kohle aus dem Sack zieht», erzählt Marc Allenbach. «Heute muss ich sagen, dass es sich gelohnt und ausgezahlt hat. Es braucht allerdings seine Zeit.»

«Vom Marketing habe ich keine Ahnung»

Zuerst brauchte es die berühmte Initialzündung, ehe der Weg eingeschlagen wurde, den die Firma Allenbach Holzbau und Solartechnik AG nun geht. «Ein paar Jahre, nachdem ich die Firma von meinem Vater übernommen habe, wusste ich nur: So geht es nicht weiter», meint Allenbach. Durch Geschäftspartner habe er dann Martin Aue kennengelernt. «Wir gingen einen Tag auf den Niesen und entwickelten eine Strategie, die wir anschliessend unseren Mitarbeitern erklärten.» Das Team wird bei allen Marketingschritten vom Chef mitgenommen. Das gemeinsame Ziel ist es, dem Kunden kein Produkt zu verkaufen, sondern Vertrauen aufzubauen und die eigenen Kompetenzen am Markt aufzuzeigen. Ist der Kunde dann überzeugt, dass die Firma sein Anliegen gut umsetzen kann, kommt eine Geschäftsbeziehung zustande. «Ein Weg, der funktioniert. Ich bin Handwerker, denke analytisch und bin technisch veranlagt. Vom Mar-



Marc Allenbach (l.) setzt in seiner Firma um, was Autor Martin Aue in seinem neuen Buch beschreibt.

BILD MICHAEL SCHINNERLING

keting habe ich keine Ahnung. Ich bin froh, mit Martin Aue zusammenarbeiten zu können», so Allenbach.

Werbung machen, die den Empfängern wirklich hilft

«Wer nun denkt, hier sei wieder ein Buch auf dem Markt, das die Materie trocken beschreibt, liegt falsch», kommentierte Susanne Huber, Geschäftsführerin von Volkswirtschaft Berner Oberland. Sie moderierte durch die Buchvorstellung. «Ich habe das Buch fast vollständig gelesen und muss sagen: Es liest sich flüssig.» Genau das wollte Aue damit erreichen. Eine fiktive Geschichte rund um den Jakobsweg beschreibt das Vorgehen, wie es der Unternehmenscoach seit 15 Jahren vermittelt. «Strategien, die für grosse Firmen funktionieren, kann man nicht auf ein KMU runterbrechen», meint er. Gemeinsam mit den Unternehmen entwickle er eine Strategie, die heisst: «Werbung machen, die

den Empfängern wirklich weiterhilft.» Das Buch soll nun auf zugängliche Weise Informationen über Marketing vermitteln.

Der Firmenname war eine Team-Kreation

Humorvoll führte Susanne Huber durch den Abend, die 70 Gäste fühlten sich gut unterhalten. Und weil es eben authentisch und logisch rüberkam, stand man gerne Schlange, um ein Buch zu kaufen. Das Vorwort dazu lieferte übrigens Marc Allenbach. «Wir gehen einmal im Jahr mit allen 25 Mitarbeitern in ein Seminar und entwickeln gemeinsam Zukunftsstrategien. So ist zum Beispiel an einem Anlass der Firmenname Solarholzbauer von allen im Team kreiert worden», meint Allenbach.

Mehr Infos zum Autoren und zur Allenbach Holzbau und Solartechnik AG finden Sie in unserer Web-Link-Übersicht unter www.frutiglaender.ch/web-links.html