

## **PRESSEMITTEILUNG**

# **KMU/Mittelstand sieht jetzt Handlungsbedarf im Marketing und bei Innovationen.**

**Krisenende: nach Kostensenkung und Effizienzsteigerung werden die Stellhebel für den zukünftigen Unternehmenserfolg neu definiert.**

*Hamburg, 19. August 2010* – Vor dem Hintergrund positiver Konjunkturdaten und einem nahen Ende der Krise haben im Mittelstand jetzt Maßnahmen im Bereich Markenaufbau/ Markenkommunikation und die Entwicklung von Produktinnovationen Vorrang bei der Sicherung und Steigerung des Unternehmenserfolges. Dies ist das Ergebnis einer aktuellen Studie der Hamburger Markenberatung Görg Consulting. Bundesweit wurden dazu branchenübergreifend 164 Geschäftsführer und Führungskräfte von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) befragt. Während in der Krise vor allem Maßnahmen zur Kostensenkung und Prozessoptimierung angesagt waren, setzen die Manager jetzt auf Marketing und Innovation. 2/3 aller Befragten sehen hier die besten Erfolgschancen, mehr als die Hälfte votieren für eine stärkere Differenzierung vom Wettbewerb. Dementsprechend würden die Manager auch die Prioritäten festlegen, wenn es um die konkrete Entwicklung und Umsetzung der Maßnahmen geht. „Dieses Ergebnis verwundert nicht, denn die meisten Unternehmen haben in der Krise ihre Hausaufgaben in Richtung Lean Management gemacht und müssen jetzt im Marketing Gas geben, um fit für die Zukunft zu sein“, sagt Ulrich Görg, Geschäftsführer von Görg Consulting.

### **Umsetzungsstärke und Erfahrung gefragt**

Gefragt wurde auch nach den Erfahrungen mit externen Beratern. Hier werden Spezialisten deutlich besser beurteilt als Werbeagenturen und Unternehmensberater. Aufschlussreiche Ergebnisse liefert die Untersuchung auch in Bezug auf die Anforderungen, die der Mittelstand an externe Berater stellt: hier kommt es insbesondere auf Umsetzungsstärke und Erfahrung sowie Einsatzbereitschaft und Fachkompetenz an, während Empfehlungen sowie Größe bzw. Internationalität des externen Partners vergleichsweise unbedeutend sind.

### **Hohe Skepsis bei der Frage erfolgsabhängige Honorierung ja oder nein**

Eher konservativ begegnet der Mittelstand dem Reizthema erfolgsabhängige Vergütung. Mehrheitlich sieht man die Gefahr möglicher Kontroversen bei Messung und Nachweis. Insgesamt überwiegt die Meinung, dass gute Qualität auch ein gutes Honorar rechtfertigt.

2015 Zeichen, v.i.S.d.P.: Ulrich Görg

Für weitere Fragen, Presseinformationen und Studiendetails wenden Sie sich bitte an Görg Consulting

ULRICH GÖRG  
Geschäftsführer  
GÖRG CONSULTING  
Barcastraße 8  
D-22087 Hamburg  
TEL +49 40 32908-440  
FAX +49 40 32908-441  
[www.goerg-consulting.de](http://www.goerg-consulting.de)  
[info@goerg-consulting.de](mailto:info@goerg-consulting.de)