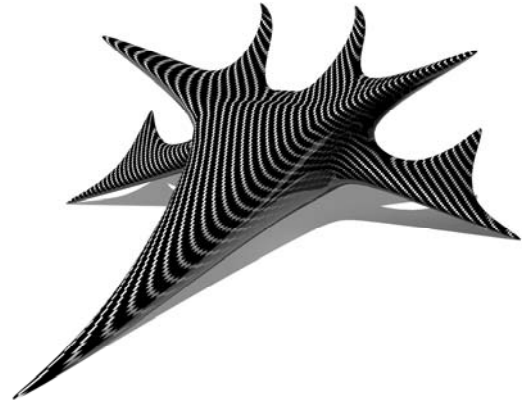


Dieser Beitrag dient allen Marketinginteressierten als kostenlose Ressource. Die unveränderte Datei darf beliebig in Intranets verwendet, auf Homepages zum Download angeboten, per E-Mail versendet und weitergegeben werden. Der Inhalt gibt die persönliche Meinung des Autors wieder, jede Haftung ist ausgeschlossen. Hinweise, die den praktischen Nutzen des Beitrags weiter erhöhen können, sind unter erwin@matys.at jederzeit willkommen.

Was sind erklärungsbedürftige Produkte?

Dazu eines vorweg – ein „Produkt mit hohem Erklärungsbedarf“ *per se* gibt es nicht. Denn was einer Person unbekannt ist, kann einer anderen längst vertraut sein. Ein spezielles Technologieprodukt kann für Insider leicht zu verstehen sein und mit relativ geringem Aufwand nachvollziehbar gemacht werden. Ein- und dasselbe Produkt wird bei einer anderen Zielgruppe, etwa bei Vorstandsmitgliedern, einen sehr hohen Erklärungsbedarf aufweisen. Ob ein Produkt



nun einen hohen Erklärungsbedarf hat oder nicht, hängt also immer von der Zielgruppe ab. Die Beschreibung dieser Produkte lautet daher vollständig: „Produkte mit bei der angesprochenen Zielgruppe hohem Erklärungsbedarf“. Die Zielgruppe für Ihr Produkt und deren Informationsstand spielt also eine zentrale Rolle, ob ein Produkt als erklärungsbedürftig zu bezeichnen ist.

Definition erklärungsbedürftiger Produkte

Aus der oben angeführten Überlegung lässt sich eine grundlegende Definition für erklärungsbedürftige Produkte ableiten:

Erklärungsbedürftig sind alle Produkte (und natürlich auch Dienstleistungen), bei denen es potenziellen Kunden nicht oder nur sehr schwer möglich ist, die Funktion, die Anwendungen oder den Nutzen des Produkts selbstständig zu erkennen.

Quelle: E. Matys, e-Book „Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen“

Daraus ergibt sich, dass Anbieter von erklärungsbedürftigen Produkten ihren Kunden dabei helfen müssen, die entsprechenden Bedeutungen für deren Welt, für deren Unternehmen, oder für deren Leben abzuleiten. Mit anderen Worten, die Käufer müssen aktiv bei einem Lernprozess begleitet werden. Das erklärt auch, warum es in der Praxis oft so langwierig ist, Produkte mit hohem Erklärungsbedarf erfolgreich abzusetzen. Besonders im B2B-Bereich sind lange Sales-Zyklen nicht untypisch – es dauert einfach seine Zeit, bis der Interessent seinen Lernprozess abgeschlossen hat.

Kennzeichen erklärungsbedürftiger Produkte

Wenn Sie sich die Frage stellen, ob Ihre Produkte erklärungsbedürftig sind, dann stehen die Chancen bereits sehr gut, dass die Antwort „Ja“ lautet. Denn die meisten Anbieter von komplexen Produkten und hochwertigen Dienstleistungen verspüren eine Unsicherheit über den Erklärungsbedarf bei ihren Kunden. Zur ersten Orientierung bedienen Sie sich einfach dieser allgemeinen Kennzeichen:

- 1.** Ihre Produkte oder Dienstleistungen **werden nicht sofort gekauft**, sondern erst als Resultat eines (längeren) Dialogs mit Ihren Kunden.
- 2.** Ihre Kunden können die Funktion und den Nutzen Ihrer Produkte oder Dienstleistungen **nicht auf den ersten Blick** selbst erkennen.
- 3.** In Ihrem Unternehmen arbeiten **hochqualifizierte Mitarbeiter** – für die Erbringung von Dienstleistungen oder im Vertrieb Ihrer Produkte.

Wenn eines oder mehrere dieser Kennzeichen auf Ihr Unternehmen zutreffen, dann vertreiben Sie höchstwahrscheinlich erklärungsbedürftige Produkte oder Dienstleistungen. Marketing und Kommunikation für diese Angebote unterliegen speziellen Gesetzmäßigkeiten.

Vermarktung erklärungsbedürftiger Produkte

Bei der Bewerbung von erklärungsbedürftigen Produkten geht es darum, bei der Zielgruppe einen Lernprozess in Gang zu bringen. Aufgrund verschiedener Widerstände ist es meistens notwendig, den Lernprozess in einem persönlichen Dialog unterzubringen und mit verschiedenen Mitteln zu unterstützen. Und, der Lernprozess muss natürlich so gestaltet werden, dass er in möglichst vielen Fällen zum gewünschten Ergebnis führt, nämlich dem Kauf Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung. Mit welchen Mitteln und Wegen dieser Lernprozess aktiv gestaltet werden kann – kurz, wie Sie Neukunden informieren und überzeugen – erfahren Sie in dem 70-seitigen e-Book „Erklärungsbedürftige Produkte bewerben und verkaufen“. Das e-Book enthält ein komplettes Vorgehensmodell, zahlreiche direkte Anleitungen und viele Beispiele aus der Praxis von Anbietern erklärungsbedürftiger Produkte und Dienstleistungen. Das beliebte e-Book liegt mittlerweile in der stark erweiterten und aktualisierten Version 4 vor. Es steht auf www.matys.at zum **kostenlosen Download** bereit.



Typische Problemkreise in der Vermarktung

Anbieter von erklärungsbedürftigen Produkten sind mit einer Reihe von typischen Problemkreisen konfrontiert, von denen die Vermarktung ihrer Angebote betroffen ist. Drei der wichtigsten dieser Problemkreise sind hier skizziert:

Unverständlichkeit bei der Zielgruppe: Unternehmen, die erklärungsbedürftige Produkte oder Dienstleistungen anbieten, haben oft eine sehr starke Orientierung an bestimmten Technologien oder Verfahren. Sowohl Führung als auch Mitarbeiter dieser Unternehmen verfügen meistens über hohes Fachwissen bezüglich dieser Technologien oder Verfahren. Mit anderen Worten, es ist oft der Fall, dass das gesamte Unternehmen hauptsächlich aus Experten besteht. Und Experten neigen dazu, in ihrer Kommunikation zuviel vorauszusetzen. Das führt dazu, dass Präsentationen, Produktunterlagen, Websites und andere Kommunikationsmittel für die potenziellen Kunden des Unternehmens nicht gut verständlich sind.

Zu wenig Marktorientierung: In vielen Fällen findet man bei Anbietern erklärungsbedürftiger Produkte oder Dienstleistungen einen stiefmütterlichen Umgang mit den Themen Marketing und Marktkommunikation. Diese Ressentiments gehen so weit, dass es in diesen Unternehmen oft keinen klaren Verantwortlichen für die überlebenswichtigen Funktionen Marketing und Werbung gibt. Oft verbessert sich der Erfolg eines spezialisierten Anbieters rasch, sobald im Unternehmen eine Funktion eingerichtet wird, die sich mit der Positionierung, der Gestaltung des Marketing-Mix und der Umsetzung einer angemessenen Marktkommunikation beschäftigt.

Unprofessionelle Marktkommunikation: Viele Anbieter spezialisierter und erklärungsbedürftiger Produkte unterschätzen die Negativwirkung einer unprofessionellen Marktkommunikation. Selbstgebastelte Prospekte, Websites, Präsentationen und Produktunterlagen vermitteln den potenziellen Kunden ein unerwünschtes Bild: Von der schlechten oder durchschnittlichen Qualität der Unterlagen wird sofort auf eine schlechte oder durchschnittliche Qualität der Produkte geschlossen. Anbieter ohne professionelle Unterlagen leiden nachweislich unter geringer Glaubwürdigkeit, schlechtem Neukundenzuwachs und Preisdruck.

Die hier angerissenen Problemkreise sind natürlich nicht bei allen Anbietern erklärungsbedürftiger Produkte gleich stark ausgeprägt. Es gibt viele hoch spezialisierte Unternehmen, die auch in Marketing und Kommunikation professionell vorgehen und sich einer hervorragenden Stammkundensituation sowie eines stetigen Neukundenzuwachs erfreuen. Dennoch sind alle Anbieter erklärungsbedürftiger Produkte immer wieder gefordert, ihre naturgemäße Technik- und Verfahrenorientierung zu überwinden und sich und ihre Angebote so klar zu präsentieren, dass sie ihre Zielgruppe erreichen und verstanden werden.

Strategie, Konzept & Text

Dipl.Ing. Erwin Matys ist langjähriger Spezialist für Bewerbung und Vermarktung von erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen. Er lebt und arbeitet als Kommunikationsberater in Wien und ist Autor der sehr erfolgreichen Marketingtitel *Praxishandbuch Produktmanagement*, *Dienstleistungsmarketing* und *SUBCOM*. In Erwin Matys vereint sich professionelles Marketing Know-how mit überzeugender werblicher Kreativität. Seine Leistungen für die Marktkommunikation spezialisierter B2B-Anbieter sind: Beratung, Analysen, Werbekonzeption und Textredaktion.



dipl.ing. erwin matys, marketing & communications
austria, 1200 wien, wasnergasse 21 top 5
mitglied der wirtschaftskammer wien
tel & fax +43-1-374 86 50
e-mail: erwin@matys.at
XING: www.xing.com/profile/Erwin_Matys
web: www.matys.at
web: www.subcom.at
web: www.project-nightflight.net

Publikationen von Erwin Matys



Praxishandbuch Produktmanagement

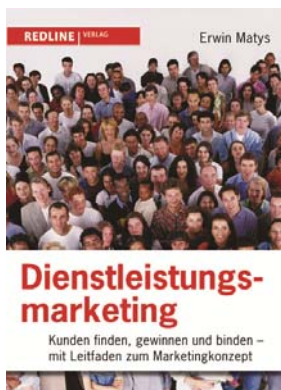
Erschienen 2001-2011 im Campus Verlag. Das Buch bedient sowohl das Informationsbedürfnis von Berufseinsteigern als auch von Profis. Es gibt einen vollständigen Leitfaden für die praktische Arbeit im Produktmanagement. Unzählige Checklisten, Übungen, Tests und Fallbeispiele ergänzen die geradlinige Struktur. Die Publikation erfreut sich unter Produktmanagern größter Beliebtheit und wird selbst von der Financial Times als Standardwerk behandelt. Eine [detaillierte Beschreibung](#) der 5. Auflage ist als PDF verfügbar, hier ist die [Bestellung](#) online möglich.



Insidertechniken der Marktkommunikation

Das SUBCOM Skript ist für das Selbststudium konzipiert. Mit dem Trainingskript unternehmen Sie eine Reise in die Köpfe Ihrer Zielgruppen und entdecken hochwirksame Insidertechniken, die von Profis in Marketing und

Produktmanagement eingesetzt werden. Alle Übungen integrieren sich nahtlos in Ihre Arbeitspraxis, das Trainingskript ist sowohl einzeln als auch als Masterlizenz für Unternehmen erhältlich. Für detaillierte Informationen besuchen Sie die [SUBCOM Website](#), dort ist auch die [Bestellung des Skripts zum Selbststudium](#) möglich.



Dienstleistungsmarketing

Das Buch behandelt die zentralen Aufgaben jedes Anbieters von Dienstleistungsprodukten: Kunden finden, gewinnen und binden. Im Rahmen von leicht nachvollziehbaren Marketinggesetzen sind die Erfahrungen erfolgreicher Anbieter zusammengestellt. Der enthaltene Leitfaden ermöglicht es selbst Einsteigern, rasch zu einem fundierten Marketingkonzept für ihre Dienstleistungsprodukte zu kommen. Der Titel ist 2004-2011 im Redline Verlag erschienen. Eine [detaillierte Beschreibung](#) der 3. Auflage ist als PDF verfügbar, hier ist die [Bestellung](#) online möglich.



Kommunikation für komplexe Produkte und hochwertige Dienstleistungen

Ein [kostenloses e-Book](#) mit 70 Seiten, einfach als PDF zum Download. Die Publikation bietet ein bewährtes Vorgehensmodell, wie für Produkte und Dienstleistungen mit hohem Erklärungsbedarf eine erfolgreiche Kommunikation aufgebaut wird. Sie erfahren hier, welche Ansätze Sie wählen können, welche Reihenfolge der Kommunikationsmittel und -wege sinnvoll ist und wie Sie potenzielle Kunden sanft aber bestimmt an einen Kauf heranführen.