

NOVEMBER/DEZEMBER 2014

4,50 €



Unternehmertum Südwestfalen

inkl.
Dossier
**WELTMARKT-
FÜHRER**

BRANCHENREPORT

**Druckereien in
Südwestfalen**

ZULIEFERER

**Automotive-Industrie
in Südwestfalen**

SÜDWESTFALEN WELTWEIT

**ECO Schulte – Mendener
Systemtechnik für die Tür**

TITELPORTRÄT

**PSV Marketing –
Starke Haltung im B2B**

TITELTHEMA

**Vereinbarkeit von
Familie und Beruf**

Frank Hüttemann
von PSV Marketing

Das regionale Fachmagazin für Unternehmertum, Wirtschaft & Wissenschaft

Gratis für Unternehmen in Südwestfalen ab 5 Mitarbeiter

Der Mittelstand braucht Mut für seinen Erfolg

Der Blick wandert konzentriert den Hügel hinab. Kein erkennbarer Pfad, nur Stöcke, Steine, Kuhlen, Matsch. Unpassierbar. Und doch sieht Frank Hüttemann in den Unebenheiten eine Linie, einen Weg, der ihn sicher durch das Terrain führt. Nicht geradewegs zum Ziel. Sondern über kaum berechenbare Hindernisse, deren Überwindung sich lohnen wird. Genau das ist es, was der Unternehmer an seinem Hobby, dem Freeride-Mountainbiken, liebt.



Sich auf neues, unbetretenes Terrain zu begeben, um das Ziel zu erreichen. Dabei wach zu sein, agil, schnell, vorausschauend. Und mutig genug, um nicht nur die Unwägbarkeiten der Landschaft, sondern auch die eigenen Grenzen zu überwinden. Wenn Hüttemann über seinen Sport spricht, weiß man, warum es den Kommunikationsstrategen immer wieder mit dem Rad in die Wälder und Berge zieht. Die Parallelen zur Branche sind unverkennbar. Die Mountainbike-Disziplin ist anspruchsvoll, verlangt ständiges Training und ist vor allem eines: niemals langweilig. Genau so, wie Marketing und Markenführung eigentlich sein sollten. Und für Hüttemann schon seit 1994 sind. „Wenn man einen neuen Abhang vor sich hat, kostet das einiges an Überwindung, da runter zu fahren. Man weiß ja nicht, wie holprig die Strecke wird. Aber man muss sich auf das Risiko einlassen, wenn man sein Ziel erreichen will. Am Ende ist alles eine Frage von Mut und Technik.“ Für Hüttemann, der als Kopf von 31 Mitarbeitern die Geschicke der im Herzen Siegens gelegenen Agentur lenkt, ist Mut ein wesentlicher Treiber seiner Unternehmensgeschichte. Schließlich gab es für PSV Marketing von Anfang an Hürden auf dem Weg zum Erfolg. „1994 das erste Büro in Attendorn zu eröffnen, war extrem mutig. Zu der Zeit war strategische Kommunikation ja nur was für große Konzerne. Im Mittelstand brauchte man nur Visitenkarten oder ein Logo an der

„Für den Erfolg in dynamischen Märkten brauchen Unternehmen mehr Mut, sich mit einer klaren Haltung zu behaupten“, Frank Hüttemann, PSV-Geschäftsführer

Kommunikationsexperten und Unternehmen sind gemeinsam gefordert, wenn es um den guten Ruf des Standorts Südwestfalen geht.

Außenfassade, wenn man von Kommunikation sprach. Ich wollte das aufbrechen, wollte den Unternehmen hier zeigen, dass das Spannende nicht unbedingt das Produkt, sondern die Haltung ist. Dass man das in die Kommunikation tragen muss. Das war sicherlich die größte Herausforderung. Es war ja eine Zeit, wo man in der Industrie noch Zertifikate in Anzeigen platzierte, um zu zeigen, wie sauber man arbeitet. Aber die Zertifikate haben ja alle, das ist ja nichts Besonderes. Zum Glück sind die meisten Unternehmen da heute ein gutes Stück weiter!“

Du bist als Unternehmen nur so spannend wie die Haltung, die du vertrittst

Dass der mutige Schritt in neues Terrain sich für PSV Marketing und nicht zuletzt auch für Hüttemann gelohnt hat, beweist die Geschichte. In kürzester Zeit entwickelte sich aus dem ursprünglichen 2-Mann-Büro eine der profiliertesten Agenturen der Region. Die Mitarbeiter sind keine Generalisten, sondern ausgewiesene Profis in ihren jeweiligen Verantwortungsbereichen. PSV Marketing ist nicht nur in der Kreation und in der digitalen Kommunikation breit aufgestellt. Sie bietet als Agentur auch eine starke PR-Abteilung und ein eigenes Team für den Bereich Animation und Film. Die Vernetzung der selbstbewussten Abteilungen sorgt für einen spürbaren Mehrwert im Ergebnis. Vor allem Kunden aus der mittelständischen Industrie vertrauen der Expertise von Hüttemann und seinem Team. Das war nicht immer so. „Für unsere Kunden war das seinerzeit genauso ein Abenteuer wie für uns. Das ist vergleichbar mit dem Moment, wo du die Strecke zum ersten Mal vor dir siehst und eben nicht genau weißt, ob du da mit deinem Mountainbike überhaupt heil drüber kommst. Wir wussten damals als Agentur nicht, ob das alles so funktioniert, weil es einfach keine Fallbeispiele gab, in denen mittelständische B2B-Unternehmen Er-



folg mit der Kommunikation ihrer Werte hatten.“ Hüttemann wagte den Schritt dennoch, diskutierte hitzig mit Unternehmern und Geschäftsführern, überzeugte mit Inbrunst davon, dass die Seele eines Unternehmens gezeigt werden müsse – und hatte Erfolg. Das belegen die zahlreichen Kunden, die sich mit Mut zum Erfolg auf den Ritt eingelassen haben und auch 20 Jahre später noch der Expertise von PSV Marketing vertrauen. „Für uns ist das nach wie vor logisch, dass du als Unternehmen nur so anziehend bist wie die Haltung, die du vertrittst. Das wirklich Spannende an einem Unternehmen voller technikverliebter Ingenieure ist nicht die Technik, sondern die Verliebtheit. Die Haltung, die die Arbeit antreibt – das macht begehrllich. Das ist das, was letztlich auch den Markenerfolg bestimmter Unternehmen im B2B erklärt. Die Kukas, die Hiltis, die Stihls dieser Welt sind sich dieser Werte bewusst und treiben sie mit aller Kraft über alle Kontaktpunkte in den Markt. Diesen Stolz gilt es auch im Mittelstand stärker zu nutzen.“

Marketing muss mehr können als nur Marketing

Diese Fokussierung auf Haltung und Werte eines Unternehmens ist das, was PSV Marketing von anderen Agenturen und Anbietern unterscheidet. Auch

wenn die Arbeit von heute nur bedingt mit der von damals vergleichbar ist. Denn die Branche, die Kunden und der Markt haben sich in den letzten 20 Jahren verändert. Wo man damals noch in Broschüren und Mailings dachte, bestimmen heute komplexe Themen wie cross-mediales Branding, Lead Management, Employer Branding und interne Markenführung den Arbeitsalltag der Kommunikationsexperten. Man ist weiter. „Heute reicht nicht mehr die Imagebroschüre und der mit austauschbaren Adjektiven überladene ‚Unsere Philosophie‘-Text auf der Homepage. Wenn ich als Unternehmen mit meiner Haltung und meinen Werten etwas erreichen will, muss ich das überall zeigen, vom Empfang bis zur Führungsetage. Und dann muss ich dafür Wissen und Zeit investieren. Das wird im Mittelstand gerne vergessen – da delegiert man dann das Thema Kommunikation ins Marketing oder in den Vertrieb und überfordert eine einzelne Abteilung mit einer Aufgabe, die das gesamte Unternehmen beeinflussen soll. Wenn ich mit Markenführung einen Wertbeitrag haben will, muss ich mehr können als Marketing. Ich muss dazulernen, muss mich auskennen, muss verstehen, welche Faktoren aufeinander Einfluss haben. Ich komm' ja beim Mountainbiken auch nicht heil ans Ziel, wenn ich einfach nur rollen lasse. Da ist



Mit seinem starken Team von Spezialisten gibt Frank Hüttemann (links hinten) den Stärken des Mittelstands Profil.

taten sie das über den Vertrieb, vor Ort. Wenn der Vertriebsmann gut war, brauchte man sich keine Gedanken ums Marketing zu machen. Aber wenn ich heute Spitzenleistung suche, schaue ich zuerst im Netz und entscheide dann, ob es sich lohnt, Geschäfte zu machen. Das gilt genauso für die Arbeitgeberkommunikation. Unternehmen müssen umdenken. Potenzielle Kunden und Fachkräfte informieren sich heute lieber selbst, anstatt sich informieren zu lassen. Sie suchen im ersten Moment nach der Leistung, stellen dann fest, dass die vergleichbar ist, und entscheiden dann nach ganz anderen Kriterien.“

Südwestfalen hat keine Schuld am Fachkräftemangel

das Scheitern vorprogrammiert, wenn ich nicht den Mut besitze, mich entgegen meiner gelernten Gewohnheiten zu bewegen und zum Beispiel auch mal über ein Hindernis zu springen.“

Kunden informieren sich lieber selbst

Der Lerneffekt aus 20 Jahren PSV Marketing ist für Hüttemann, dass das Thema Mut für die Existenz von mittelständischen Industrieunternehmen heute wichtiger ist denn je. Insbesondere in der Region Südwestfalen. Globalisierung und Fachkräftemangel sind die Schlüsselwörter. „Wir sehen zum einen die Entwicklung, dass durch das Internet Grenzen und lokale Besonderheiten keine Rolle mehr spielen. Wenn Unternehmen früher Botschaften kommunizieren wollten,

Hüttemann bemängelt, dass es gerade im Mittelstand an Bewusstsein für das Kommunikationsverhalten von Kunden und Fachkräften mangelt. Und noch mehr, dass vielen Unternehmen gar nicht bewusst ist, wie wichtig Werte und Haltung heute für die Kommunikation sind. „Insbesondere was den Fachkräftemangel angeht, sehe ich eine große Gefahr für unseren Mittelstand. Natürlich muss die ganze Region an ihrem Selbstbewusstsein und ihrer Identität arbeiten. Aber ich kann ja nicht Südwestfalen die Schuld dafür geben, dass sich keiner bei mir bewirbt!“ Er sieht vor allem die Unternehmen in der Pflicht, mutiger zu kommunizieren. „Es reicht ja nicht, wenn ich auf der Landkarte meine Landmarke abbilde – das interessiert ja keinen. Die muss auch spannend sein, da müssen andere drüber erzählen, dass

es sich lohnt, das mal anzuschauen. Und das geht nur, wenn ich etwas Besonderes an mir habe. Das kann nicht meine Innovation sein, die ist vergänglich. Viel wichtiger sind doch die Geschichten, die ich erzählen kann, die Haltung, die ich vertrete. Wenn ich als Unternehmen zeige, dass ich mit meinen Produkten die Welt verändere, weil ich zum Beispiel ein wichtiger Teil des Automobils oder der Elektrizitätsversorgung bin, ist das weitaus anziehender, als wenn ich mich im technischen Detail oder in Austauschbarkeiten verliere. Dafür fehlt es aber oft an Selbstbewusstsein. An Mut.“

Mehr Mut, mehr Haltung, mehr Lust auf Herausforderungen: Frank Hüttemann sieht darin die wichtigsten Eigenschaften, an denen der Mittelstand heute arbeiten muss. Aber wie steht es um ihn selbst? Zufriedene Kunden, ein prägnanter Standort, ein erfolgreiches Unternehmen – man könnte meinen, dass Hüttemann nach 20 Jahren nicht mehr so stark in die Pedale treten müsse. Ausrollen? Weit gefehlt! Denn gerade ein passionierter Mountainbiker sucht immer wieder nach neuen Herausforderungen. „So wie es hier in der Region noch einige nicht befahrene Strecken gibt, die ich gerne bezwingen möchte, gibt es auch noch viele Themen, die wir hier vor Ort angehen müssen. Eines ist der Aufbau der Identität Südwestfalens. Doch da sind nicht nur wir Kommunikationsakteure gefordert, sondern vor allem die Unternehmen, die das Potenzial der Marke Südwestfalen noch zu wenig für sich nutzen. Da sind unschätzbare Synergien. Das ist halt neues Terrain mit Hindernissen. Aber das kann man mit ein bisschen mehr Mut meistern!“



PSV
MARKETING GMBH

PSV MARKETING GMBH
Schlachthausstr. 10 • 57072 Siegen
Telefon 0271 / 770016-0
TeleFax 0271 / 770016-29
siegen@psv-marketing.de
www.psv-marketing.de