

Roswitha Eck: Bitte ein Pfund Mut

Finanzkrise hin oder her, wir wollten unser neues Produkt „entdecke München“ auf dem Markt einführen. Das ist unser Job, schließlich sind wir Unternehmerinnen und keine Unterlasserinnen. Wir wollten uns ein weiteres Standbein schaffen mit hochwertigen Stadtrundgängen, unser Unternehmen weiterentwickeln und unsere Arbeitsplätze sichern. So gingen wir in das Jahr 2009. Weil wir mit einer völlig neuen Problemstellung konfrontiert waren, nämlich Marketing und uns die Kompetenz dafür fehlte, suchten wir frisch und froh nach einer Agentur.

Wir informierten uns, wählten sorgfältig aus und waren sicher, der Durchbruch war zum Greifen nah. Dann kam die Praxis. Ein Stadtrundgang mit dem Thema „Unternehmer mit Weitblick - Münchner Wirtschaft neu präsentiert“ hatte eine Veröffentlichung in der Presse zur Folge. Nur leider trotzdem keine Kundenresonanz.

Geholfen hat ein Thema, dass im Unternehmertraining von Ulrike Bergmann auf der Tagesordnung steht: Wie halte ich meine Energie über einen langen Zeitraum? Sonst kann es schon mal passieren, dass man vor Wut in die Tastatur beißt oder, noch schlimmer, das Marketingkonzept in den Papierkorb wirft.

Wir hatten eine weitere Veranstaltung zum Thema Literatur, und hier war sogar der Rundfunk dabei. Es war eine junge Dame, die – wären wir nicht sowieso schon von unseren Programmen begeistert gewesen – uns mitgerissen hätte mit der ihren. Sie wollte einen regelmäßigen Podcast zu unseren Entdeckernachmittagen produzieren. Leider war sie dann nicht mehr erreichbar. Wir vermuten Überlastung.

Gestützt von dem Gedanken, dass wir schon viel Geld in die Sache investiert hatten, legten wir noch ein bisschen was drauf und versuchten Pressemitteilungen zu platzieren. Aber irgendwie war das Thema Finanzkrise nicht zu toppen und die Redaktionen seit der letzten Umstrukturierung sowieso chronisch unterbesetzt.

Wenn uns zwischendurch der Mut verließ, dann hatten wir eine Mutmacherin an der Seite. Das war gut so, denn zum Ende des Jahres feierten wir dank unserer Marketingagentur dann einen schönen Erfolg. Wir wurden Teil einer Imagekampagne und durften für die Münchener Bäckerinnung vier Entdeckertouren zum Thema „Backhandwerk und Stollenkunst“ durchführen. Alle vier ausgebucht.

So gehen wir gestärkt ins neue Jahr mit dem Wissen, ganz so einfach wird es nicht werden. Aber auch mit der Erfahrung: Wenn uns der Mut ausgeht, kennen wir jemanden, wo wir uns wieder ein Pfund davon holen.

Kontaktdaten:

Roswitha Eck, Extratours GmbH

<http://www.entdecke-muenchen.de>