

DOMINANZ

DURCH FOKUS

DREI PRAXISBEISPIELE
AUS DER DRUCKBRANCHE

VIELE DRUCKEREIEN HABEN KEIN QUALITÄTSPROBLEM SONDERN EIN KLARHEITSPROBLEM.

Die meisten Druckereien leisten hervorragende Arbeit.
Und trotzdem entsteht im Markt oft derselbe Eindruck:

Austauschbar.

Ähnliche Leistungen.

Ähnliche Aussagen.

Ähnliche Wirkung.

Die folgenden Beispiele zeigen,
wie sich Wahrnehmung verändert,
wenn Unternehmen klarer werden.

DIE DRUCKEREI MIT KLARER SPEZIALISIERUNG

WIE AUS VIELFALT PLÖTZLICH KLARHEIT ENTSTAND.

Viele Druckereien versuchen,
möglichst viele Leistungen anzubieten.

Die Folge:

Viel Aufwand.
Viele unterschiedliche Anfragen.
Wenig Wiedererkennung.

Auch diese mittelständische Druckerei
war lange sehr breit aufgestellt.
Bis eine strategische Entscheidung alles veränderte.

Nicht mehr alles kommunizieren.
Sondern für etwas klar stehen.

DIE ENTSCHEIDENDE VERÄNDERUNG

WIE AUS VIELFALT PLÖTZLICH KLARHEIT ENTSTAND.

Die Druckerei begann, nicht mehr
die gesamte Vielfalt zu kommunizieren.

Sondern gezielt den Bereich,
in dem bereits echte Stärke,
Erfahrung und Nachfrage vorhanden waren.

Dadurch veränderte sich Schritt für Schritt
die Wahrnehmung im Markt.

Aus einem Anbieter mit vielen Möglichkeiten
wurde ein klar wahrnehmbarer Experte.

Mehr gezielte Anfragen und lukrative Aufträge.
Weniger Vergleichbarkeit.
Mehr Augenhöhe.

Klarheit verändert,
wie ein Unternehmen wahrgenommen wird.



KLARHEIT VERÄNDERT,
WIE DRUCKEREIEN
WAHRGENOMMEN WERDEN.

DIE BESONDERHEIT WAR BEREITS DA

SIE WURDE NUR KAUM WAHRGENOMMEN.

Jede Druckerei besitzt Fähigkeiten,
Produkte, Know-how, oder Erfahrungen,
die im Markt kaum sichtbar sind.

Nicht weil sie unwichtig wären.

Sondern weil niemand erkennt,
wie besonders sie eigentlich sind.

Auch diese kleine Druckerei hatte längst
eine echte Besonderheit.

Nach innen wie nach außen
wurde dieser Besonderheit
lange kaum Bedeutung gegeben.

Was nicht sichtbar ist,
kann auch nicht klar wahrgenommen werden.

DIE SICHTBARKEIT VERÄNDERTE ALLES

NICHT DAS PRODUKT. SONDERN SEINE BEDEUTUNG.

Die Besonderheit der Druckerei
wurde Schritt für Schritt
zum sichtbaren Mittelpunkt der Außenwirkung.

Plötzlich entstanden Anfragen,
die vorher kaum denkbar waren.

Aus ganz Deutschland.
Aus Österreich.
Aus der Schweiz.

Und schließlich sogar ein Einzelauftrag
mit einem Volumen von über 35.000 €.

Nicht trotz der Spezialisierung.
Sondern wegen ihr.

Was besonders ist,
braucht Sichtbarkeit.



WER KLAR WAHRGENOMMEN WIRD,
WIRD NICHT VERGLICHEN.

VIELE GESPRÄCHE. WENIG WIRKUNG.

WIE KLARHEIT DEN VERTRIEB VERÄNDERTE.

Der Außendienst war permanent unterwegs.

Viele Gespräche.
Viele Angebote.
Viele Möglichkeiten.

Und trotzdem blieb oft dasselbe Gefühl:

Viel Aufwand.
Wenig Richtung.
Wenig Klarheit.

Nicht weil Kompetenz fehlte.
Sondern weil Klarheit fehlte.

Wer alles anbietet,
bleibt oft austauschbar.

DIE RICHTUNG WURDE KLARER UND DAMIT AUCH DIE ERGEBNISSE.

Der Vertrieb begann,
nicht mehr jede Möglichkeit gleich stark zu verfolgen.

Sondern gezielt den Geschäftsbereich auszubauen,
in dem bereits echte Stärke,
Nachfrage und Potenzial vorhanden waren.

Schritt für Schritt entstanden:

Klarere Zielgruppen.
Klarere Angebote.
Klarere Ziele.

Dadurch veränderte sich Schritt für Schritt
auch die Wirkung im Markt.

Innerhalb von zwei Jahren stieg der betreute Umsatzbereich
von rund 600.000 € auf über 1,5 Millionen €.

Nicht durch mehr Druck.
Sondern durch mehr Fokus.

Fokus verändert,
wohin Unternehmen wachsen.

DIE MEISTEN DRUCKEREIEN HABEN KEIN LEISTUNGSPROBLEM.

SONDERN EIN KLARHEITSPROBLEM.

Nicht fehlende Qualität
verhindert Wachstum.

Sondern fehlende Wahrnehmung.

Klarheit entscheidet,
was im Markt hängen bleibt.

WARUM DIESES THEMA SO ENTSCHEIDEND IST

WIE AUS ORIENTIERUNG WIRKUNG ENTSTEHT.



Seit Jahren begleite ich Unternehmen aus der Druckbranche.

Dabei zeigt sich immer wieder dieselbe Beobachtung:

Nicht die größte Druckerei gewinnt Aufmerksamkeit.
Sondern die klarste.

Die stärksten Veränderungen entstehen oft nicht durch neue Maschinen, mehr Werbung oder zusätzliche Leistungen.

Sondern durch Klarheit.

Klarheit darüber,
wofür ein Unternehmen stehen soll.

Dominanz entsteht
nicht durch Größe.
Sondern durch Fokus.

DOMINANZ

DURCH FOKUS

Hans Oswald
Strategische Positionierung
für Druckereien im DACH-Raum

Rabenweg 5
D-89547 Gerstetten

+49 (0) 178 / 29 25 38 5
info@hansoswald.de
hansoswald.de

Strategiegespräch auf Anfrage.