

# START-UP MARKETING UMFRAGE

## Einblicke & Vermutungen

**16**  
Start-ups

1 Gründer  
1 Zukünftiger Start-up  
Mitarbeiter  
1 Gelangweilter Mitbürger

aus den Bereichen

Dienstleistungen	8
E-Commerce	7
IT	4

meinen Marketing sei

**Ein ganzheitlicher Ansatz, der einen ans Ziel führt 84%**

Werbung 11%

Öffentliche Kommunikation von Mehrwerten für potenzielle Kunden 5 %

Als logische Konsequenz

**haben 89% eine Marketingstrategie**

und 84% von ihnen diese intern erarbeitet.

Die Verantwortlichen für das Thema Marketing und somit diese Strategie:

**Geschäftsführer / Gründer 83%**

Marketing Manager 17%

Die häufigsten Ziele, die Start-ups sich setzen:

**Einen Haufen Geld verdienen**

**Die Welt ein klein wenig besser machen**

Spaß an der Arbeit haben

Diese Ziele kann man auf unterschiedliche Art und Weise erreichen.

Nicht geeignet: Zauberformeln und Tricks. Besser: Ziele konkretisieren und die Vielfalt der Werkzeuge für sich nutzen. Aber wie viele Möglichkeiten ans Ziel zu gelangen kennen Start-ups?

Nach den bevorzugten Marketingwerkzeugen befragt, wählten die meisten folgende Kommunikationsinstrumente:

**Website**

**Soziale Medien**

Visitenkarten

Blog

Online Newsletter

53% holen sich dabei externe Hilfe und

**70%**

von ihnen fragen ihre Freunde oder Bekannte, wo sie diese Hilfe finden können.

Bei der Auswahl achten Start-ups auf

**Preis**

**Zuverlässigkeit**

Qualität

Website-Auftritt

Referenzen

Marketing...

„...sollte nicht vernachlässigt werden, denn die beste Idee wird scheitern, wenn keiner davon erfährt.“

„...ist eine Frage der Wahrnehmung. Marketing erzeugt Emotion.“

Vermutung: Start-ups finden Marketing sei **ein wichtiger, ganzheitlicher Kommunikationsansatz.**

Das erklärt auch den Satz: „Start-ups haben kein Geld für Marketing.“

Es gibt unzählige Möglichkeiten zu kommunizieren und einige von ihnen sind sehr teuer. Deshalb zählt in jeder Entwicklungsphase eines Start-ups vor allem die Fähigkeit, sein Ziel nicht aus den Augen zu verlieren. **Weiß man wo man hin möchte, kann man auch mit wenig Geld dorthin gelangen.**

Kommunikation, Produkt, Preis, Vertrieb, Gestaltung der Kundenbeziehungen und Partnerschaften, Markenaufbau. Marketing bietet eine Fülle von Werkzeugen. Erst wenn man sie sinnvoll verbindet, kommt man mit den Mitteln, die einem zur Verfügung stehen, ans Ziel.