

# ***Erfolgs-Wissen***

---

## **Die 6 Marketing- Strategie-Gesetze:**

Erfolgs-Regeln für die  
Märkte der Zukunft

*von*  
***Alexander Christiani***

## Warum bieten wir Ihnen diesen Erfolgs-Ratgeber zum Null-Tarif?

Liebe Schönherr-Kundin, lieber Schönherr-Kunde!

**Wir freuen uns sehr, dass wir Ihnen diesen hochkarätigen Erfolgs-Ratgeber** zum Null-Tarif präsentieren können. Als Spezialist für professionelles Organisieren, Präsentieren und Verkaufen wollen wir Sie nicht nur mit unseren Produkt-Ideen begeistern, sondern Ihnen auch immer einen zusätzlichen Extra-Nutzen bieten.

### **Wissen ist der Rohstoff der Zukunft!**

Seit vielen Jahren sammeln wir wertvolles Management-Wissen rund um die Themengebiete Organisation, Präsentation und Verkaufen und stellen es unseren guten Kunden in Form von Ratgebern zur Verfügung.

**Aus unserer über 25-jährigen Erfahrung und aus der Fülle der verfügbaren** Informationen unzähliger Management-Bücher, vieler Fachzeitschriften und dem Expertenwissen von Bestseller-Autoren, Referenten und Trainern haben wir inzwischen eine beachtliche Zahl von Ratgebern erstellt und darin die besten Tipps, Ideen und Anregungen für Sie zusammengetragen. Denn wir wollen unsere Kunden mit diesem Know-how noch erfolgreicher machen!

### **Ihr Nutzen liegt auf der Hand...**

- ➔ Sie können schnell und direkt auf Elite-Wissen von Experten zugreifen,
- ➔ Sie bekommen Impulse für Ihr Marketing und Ihre Kundenbindungs-Strategie,
- ➔ Sie erhalten viele wertvolle Tipps und Ideen, die Sie sofort in die Praxis umsetzen können,
- ➔ Sie können alle Ratgeber auch als Schulungs-Unterlage nutzen und
- ➔ natürlich noch vieles, vieles mehr...!

**Wir freuen uns, wenn Sie möglichst viele Tipps und Ideen aus diesem Ratgeber** für sich nutzen können und wünschen Ihnen viel Freude und Erfolg beim Umsetzen!

Viele Grüße aus Seevetal  
Ihr



(Geschäftsführer)

***... denn Know-how ist die entscheidende Ressource!***

**Schönherr: Seit 1983 eine gute Verbindung!**

Bindesysteme Schönherr GmbH

Bestell-Hotline (0180) 112 30 30 (... zum Orts-Tarif)

Rübenkamp 17, 21220 Seevetal

Fax (0180) 112 31 31 (... zum Orts-Tarif)

Online-Shop: [www.schoenherr.de](http://www.schoenherr.de)

E-Mail: [service@schoenherr.de](mailto:service@schoenherr.de)

# **Erfolgsregeln für die Märkte der Zukunft** **Die 6 Magnet-Marketing-Strategie-Gesetze**

von Alexander Christiani, Christiani Consulting KG\*

**In den transparenten Märkten von morgen werden nur diejenigen Unternehmen erfolgreich sein, die es schaffen, einen Experten-Status aufzubauen. Es gilt, einen Nachfrage-Sog für Produkte und Dienstleistungen zu schaffen. Sechs Magnet-Marketing-Gesetze weisen Unternehmen den Erfolgsweg.**

## **1. Kräfte-Konzentration**

**Viele Unternehmer machen von allem etwas,** aber nichts richtig! Die physikalische Grund-Erkenntnis: Je kleiner das Feld, auf das ich meine Energie konzentriere, umso größer die Wirkung, ist für Unternehmer überlebenswichtig. Übertragen wir diesen Grundgedanken auf das Wirtschaftsleben: Wir alle sind in unseren Kräften begrenzt. Wir alle verfügen nur über ein beschränktes Maß an Zeit, Energie, Finanzen, Manpower, Know-how und anderen Ressourcen. Und je größer die Bandbreite des Fach- und Geschäftsgebietes ist, das wir abdecken, umso weniger Durchschlags-Kraft können wir entwickeln.

**Vor einigen Jahren traf ich einen Seminar-Teilnehmer,** der Michael Schumacher noch aus seiner Jugendzeit kennt. Er erzählte mir, dass der kleine Schumacher einer der bewegungsbegabtesten Menschen ist, den er zeitlebens getroffen hat. Der Teilnehmer, der selbst zu Deutschlands Tischtennis-Leistungselite gehört hat, rühmte etwa Michael Schumachers exzellentes Reaktionsvermögen. Er hob seinen unbändigen Siegeswillen hervor und verwies darauf, dass Michael eher bewusstlos vom Rennrad fallen würde, bevor er einem Kollegen beim Pass-hinauf-radeln den Vortritt lassen würde. Darüber hinaus verwies er auf Michael Schumachers einmaliges Ballgefühl und schloss mit der Bemerkung: *„Schumacher ist der kompletteste Athlet, den ich je getroffen habe.“*

### **Seither betone ich in meinen Seminaren:**

Es ist gut, das Michael Schumacher sich nicht entschieden hat, in zehn Disziplinen Kölner Stadtmeister zu werden.

Er wäre damit vermutlich der kompletteste Athlet, würde aber immer noch von der Sporthilfe leben.

Die Tatsache, dass er all seine Talente darauf konzentriert hat, für jeden erkennbar, einige Zehntel mehr im Gasfuß zu haben, als alle anderen, hat ihn zu einem der erfolgreichsten Sportler der Welt gemacht. Der Volksmund würde sagen: Schuster, bleib bei Deinen Leisten!

### **Das bedeutet im Klartext für den Business-Alltag:**

Wann immer jemand als Experte in seinem Spezialgebiet so gut geworden ist, dass seine Stärke alles andere überstrahlt, sind wir bereit, ihm viele Dinge nachzusehen, für die wir andernfalls überhaupt kein Verständnis hätten.

Dies gilt für Produkte genauso wie für Unternehmen oder Menschen:

Viele Jaguar- und Ferrari-Fahrer sind bereit, bei ihren Edelgefährten Qualitätsdefizite zu akzeptieren, die jeden VW-Polo-Fahrer sofort auf die Barrikaden und auf dem schnellsten Wege in seine Vertragswerkstatt bringen würden.

Deshalb: Erkennen Sie, dass Ihre Schonfrist läuft!

Konzentrieren Sie sich auf Ihre Talente und Begabungen!

Schaffen Sie sich eine Marktnische, in der Sie sichtbar besser sind als alle anderen!

## **2. Intelligente Spezialisierung**

### **Auch wenn Kräfte-Konzentration und Spezialisierung**

nach dem oben Gesagten nahe liegen mag, so hat doch unsere christlich-abendländische Erziehung mit ihrem griechischen Kulturideal ihre Spuren hinterlassen:

Sollen wir uns wirklich auf unsere Talente konzentrieren, unser ganzes Leben das machen dürfen, was uns am meisten Spaß macht?

Wirklich durchstarten und dort dazulernen, wo es uns am leichtesten fällt?

Ist das nicht Frevel?

Sollen wir nicht doch besser ein ganzes Leben lang hart an der Überwindung unserer Schwächen arbeiten?

**Unterschätzen wir nicht die Verteidigungs-Strategien unseres Unterbewusstseins, das uns davon zurückschrecken lässt, einen Experten-Status aufzubauen.**

Eine der bewährtesten Bremser-Strategien ist dabei die Angst.

*„Und was passiert, wenn ich mich auf das Falsche spezialisiere?*

*Was passiert, wenn ich mich auf ein Verfahren konzentriere, dass morgen überholt ist? Was passiert, wenn ich mich für eine Zielgruppe entscheide, der es morgen schlechter geht?*

*Wie kann ich dann verhindern, dass ich nicht hineingerate in den Strudel und ebenfalls abgemeldet bin?“*

**Den ebenso einfachen wie klaren Rat, mit diesen Ängsten umzugehen, verdanken wir meines Wissens Wolfgang Mewes, dem Begründer der engpass-konzentrierten Strategie EKS:**

Er erkannte schon in den 70er Jahren, was in der Dynamik des technischen Fortschritts heute noch offensichtlicher ist:

Wer sich auf ein Verfahren spezialisiert, der wird kurz über lang vom technischen Fortschritt überholt.

Wolfgang Mewes wählt das Beispiel des Kohleofens.

Wer sich auf Kohleöfen spezialisiert, guckt in die Röhre, sobald Öl, Erdgas oder Nacht-Speicher-Heizungen „in“ sind.

Wer sich aufs Bausparen konzentriert, ist weg vom Fenster, sobald im Rahmen einer europäischen Rechts-Vereinheitlichung die Bausparförderung eingestellt wird.

**Gleichgültig, wie sehr ein Verfahren oder eine Technik heute**

*„in“* ist, es wird der Tag kommen, an dem diese Technik oder dieses Verfahren durch ein neues, leistungsfähigeres Verfahren abgelöst wird. Und bei der Dynamik des technischen Fortschritts werden die Lebenszyklen von Techniken und Verfahren immer kürzer:

Die Strategie-Empfehlung von Wolfgang Mewes

heißt deshalb: Spezialisierung auf Grund-Bedürfnisse, nicht auf Verfahren!

**Der Unterschied zwischen einem Verfahrens- und einem**

Bedürfnis-Spezialisten mag am Anfang gering sein,

er ist jedoch entscheidend:

*„Ein kleiner Schritt für einen Menschen,*

*ein großer Schritt für die Menschheit“* gilt hier im übertragenen Sinne: ein kleiner Unterschied im aktuellen Fokus führt zu einem Riesenunterschied in der langfristigen Ausrichtung des Unternehmens:

**Der Bäcker - bislang Verfahrens-Spezialist für Brötchen -** erfindet sein Unternehmen neu als Spezialist für wohlschmeckende Frühstücke. Und wenn Baguette und Croissant heute Trend sind, dann bietet er seinen Kunden genau das. Und wenn morgen bei seinem Single-Kunden in Schwabing Siebenkorn-Müslis „in“ sind, weil die den Computer-Spezialisten mehr Energie zum Nachdenken geben, dann wird er seinen Kunden genau dieses maßgeschneiderte Angebot liefern. Vielleicht sogar kombiniert mit einer Dienstleistung wie „*frisches Frühstück am Arbeitsplatz*“.

### **3. Zielgruppen-Besitzer werden**

**Der letzte Macht-Faktor in einer Welt,** in der die Produkte immer gleicher, immer leistungsstärker und immer billiger werden, ist Zielgruppen-Besitz:

Die meisten Märkte von heute und morgen sind durch ein Überangebot auf der Anbieterseite gekennzeichnet. Wer in solchen Märkten Kontakt zu denjenigen hat, die überhaupt noch kaufen wollen, ist King oder Queen.

**Ich verfolgte seit vielen Jahren die Entwicklung des** amerikanischen Marktes in den Branchen, in denen wir unsere Kunden im Marketing- und Verkaufsconsulting betreuen. Seit Beginn der 90er Jahre lässt sich in den USA in vielen Branchen der Trend beobachten, dass sich Unternehmen mit ihren Zielgruppen kommunikativ stark verflechten. Ob Finanzdienstleister, Investmentbanker oder Chiropraktiker: Wer vor 10 Jahren drüben zu den Ersten gehörte, die ihr Angebot ganz gezielt auf besonders interessante und lukrative Zielgruppen ausgerichtet haben, der sitzt heute auf einem Erbhof. Die Networking-Profis, die sich als erste mit den lukrativsten Zielgruppen eng vernetzt haben, haben einen uneinholbaren Vorsprung gewonnen. Ob Autohändler, Rechtsanwälte, Installations-Fachbetriebe oder Beerdigungs-Unternehmer: Keine Zielgruppe, kein Nichts- und niemand war vor den neuen Networking-Architekten sicher.

**Wenn Sie noch irgendeine Motivations-Spritze brauchen sollten,** warum es jetzt an der Zeit ist, im „*Noch-immer-Schlaraffenland-Deutschland*“ damit anzufangen, zum Zielgruppen-Besitzer zu werden, der sollte spaßeshalber seinen Vergleichsmarkt in den USA studieren. Nutzen Sie also den entscheidenden Vorteil, den Ihnen der deutsche Markt zurzeit bietet: Stecken Sie Ihr See-Ufergrundstück ab, solange ihre Nomaden-Kollegen sich noch weiter joggend an die Stirn tippen.

#### 4. Markt-Segmentierung nach Kommunikations-Gemeinschaften

##### **Schauen wir uns jetzt das vierte Magnet-Marketing-Gesetz**

näher an: „*Markt-Segmentierung nach Kommunikations-Gemeinschaften*“ bedeutet, dass wir unseren Markt und unsere Zielgruppe so bestimmen, dass sich aktive Mund zu Mund-Propaganda genau dort herumspricht, wo wir auch unsere neuen Kunden suchen. Obwohl die meisten Unternehmer intuitiv wissen, dass Mund zu Mund-Propaganda die wirkungsvollste Werbung für ein Unternehmen darstellt, verschwenden die meisten keinen Gedanken daran, wie sie solche Mund-zu-Mund-Propaganda für sich und ihr Unternehmen nutzen können.

Dabei gilt es zu beachten: Menschen kennen andere Menschen – von wenigen Ausnahmen abgesehen – nur aus vier Sektoren:

- Familie und Verwandtschaft
- Beruf
- Nachbarschaft
- Hobbys

##### **Das bedeutet im Klartext: Mund-zu-Mund-Propaganda und**

damit Empfehlungen über unseren hervorragenden Experten-Status, unsere Top-Produkte und die Qualität unserer Dienstleistungen verbreiten sich nur:

- Im Familien- und Bekanntenkreis unserer Kunden
- Im beruflichen Umfeld unserer Kunden
- In der Nachbarschaft unserer Kunden
- In den Interessen-Gemeinschaften unserer Kunden, in denen er seine Hobbys pflegt

##### **Die meisten Zielgruppen-Definitionen,**

auf die wir in unserer Consulting-Praxis stoßen, werden diesen Anforderungen nicht gerecht:

*„Unsere Zielgruppe sind Menschen, die als Verheiratete mindestens 80.000 Euro im Jahr verdienen und in den nächsten 10 Jahren weiterhin Einkünfte in gleicher Höhe erwarten“*

erläuterte mir einmal der Inhaber einer Firma, die sich auf Kapitalanlage-Immobilien spezialisiert hatte. So hilfreich das in der Theorie sein mag, so wenig hilft es Ihren Verkäufern.

**Kein Mensch lernt andere Menschen deswegen kennen,**

weil sie in der gleichen Einkommens-Kategorie sind.

Damit wir uns recht verstehen: Es ist völlig in Ordnung und korrekt, wenn Produktmarketing-Spezialisten ihre Zielgruppe zunächst allein nach Sachkriterien bestimmen.

Aber es ist völlig unzureichend, wenn der Vertrieb, der anschließend dieses Produkt effizient verkaufen möchte, darauf verzichtet, die Eigendynamik überzeugender Mund zu Mund-Propaganda überzeugend zu seinen Gunsten zu nutzen.

**5. Erster werden in einer neuen Kategorie**

**Wissen Sie noch, wer 1927 als Erster über den Atlantik geflogen ist?** Oder können Sie sich noch daran erinnern, wie der Neuseeländer hieß, der 1953 als Erster den Mount Everest bezwang?

Oder - letzter Test: Wissen Sie noch, wer als Erster 100 Meter in handgestoppten 10,0 Sekunden gelaufen ist?

Es gibt Seminar-Teilnehmer von mir, deren enzyklopädische Allgemeinbildung ihnen erlaubt, alle drei Fragen richtig zu beantworten:

Charles Lindbergh, Sir Edmund P. Hillary und Armin Harry.

Wenn auch Sie zu denen gehören, die spontan die richtigen Antworten gewusst haben, darf ich ihnen gratulieren.

**Bevor Sie sich jetzt jedoch möglicherweise voreilig entscheiden,**

sich bei Günther Jauch der Millionärsfrage zu stellen, lassen Sie uns Ihre Allgemeinbildung noch einem zweiten, kleinen Härtetest unterziehen.

Wer ist als Zweiter über den Atlantik geflogen?

Wie hießen die Mitglieder der zweiten Expedition, die am Mount Everest erfolgreich war?

Und wer war der Zweite, der 100 Meter in 10,0 Sekunden gelaufen ist?

**Möglicherweise denken Sie jetzt spontan:**

Warum soll ich mir einen solchen Mist merken?

Es ist doch für mich als Nicht-Flieger, Nicht-Bergsteiger und Nicht-Sprinter absolut unerheblich zu wissen, wer die jeweiligen Zweitäter waren. Damit haben Sie Recht.

Doch letztlich ist es für Sie genauso unerheblich zu wissen, wer die Ersttäter waren. Die entscheidende Frage lautet also:

Warum haben Sie sich bei gleicher Bedeutungslosigkeit für Ihr Leben jeweils die Ersten gemerkt, nicht aber die Zweiten?

### **Möglicherweise antworten Sie jetzt:**

„Weil die Ersten eben die Ersten waren!“

Und damit haben sie hundertprozentig Recht!

Eine bessere Erklärung hat auch die Lernpsychologie nicht anzubieten. Warum können sich so viele von uns noch Jahrzehnte später an ihren ersten Schultag erinnern?

Warum wissen wir noch, wie es war, als wir zur Ersten Heiligen Kommunion oder zur Konfirmation gegangen sind?

Warum erinnern sich viele von uns noch an den ersten Kuss oder die erste große Liebe, die erste Wohnung, das erste Auto oder daran, als sie das erste Mal geflogen sind?

### **Wer Erster ist im Kunden-Kopf, genießt einen unschätzbaren**

Wettbewerbs-Vorteil. Fragen Sie sich also eindringlich:

Bei welchen Zielgruppen kann ich einen prägenden Ersteindruck im Kunden-Kopf hinterlassen? Um im Kunden-Kopf Erster zu werden, gibt es mindestens vier erfolgversprechende Strategien:

1. Überlegen Sie, welche neuen und interessanten Zielgruppen für Ihren Markt in Betracht kommen, die mit Ihrer Branche noch überhaupt nicht in Kontakt gekommen sind.
2. Ein weiterer Weg, zu prägenden Ersteindrücken im Kunden-Kopf ist die systematische Suche nach Zielgruppen, die andere aufgegeben haben.
3. Ein dritter Weg besteht darin, aktiv in die Betreuung von Zielgruppen einzusteigen, die von Wettbewerbern seit Jahren sträflich vernachlässigt werden.
4. Strategie: Die Konkurrenz bei der Markt-Einführung auf dem Weg in den Kunden-Kopf überholen.

## **6. Der Bekanntheits-Grad als Experten-Vermutung**

### **Die meisten Experten sind sehr bekannt.**

Unser Gehirn ist deswegen leicht geneigt, vom Bekanntheits-Grad eines Menschen vorschnell auf seinen Experten-Status zu schließen – auch, wenn das eine mit dem anderen nichts zu tun hat.

Es ist gut, ein wahrer Experte zu sein.

Und es ist noch besser, einen Bekanntheits-Grad zu genießen, der in anderen den Glauben an unser Universal-Genie weckt.

Wem es gelingt, bei gleicher Leistung einen höheren Bekanntheits-Grad zu erzielen, der hat im Wettbewerb die Nase vorn.

**Ein besonders gelungenes Beispiel für einen Experten-Status,** der zum Teil auf seinen überragenden Bekanntheits-Grad zurückzuführen ist, liefert auch der Münchener Orthopäde Dr. Hans Wilhelm Müller-Wohlfahrt. Er ist ca. 80% meiner Seminar-Teilnehmer von Flensburg bis Berchtesgaden ein Begriff, obwohl vermutlich nur jeder Zehntausendste nahe genug bei München wohnt, um vom Experten-Know-how dieses Sportarztes zu profitieren. Was zeichnet Dr. Müller-Wohlfahrt aus? Ist er tatsächlich der beste deutsche Orthopäde? Sind ihm geniale Transplantationen geglückt wie dem ersten Herzverpflanzter Christian Bernard? Eines steht sicher fest: Wie ich aus der Einschätzung vieler Bundestrainer und einiger Top- Athleten weiß, die sich bei Sportverletzungen von Dr. Müller-Wohlfahrt behandeln lassen, ist er ein hervorragender Arzt.

**Aber das allein kann seinen Erfolg nicht erklären.**

Sein Marketing-Geheimnis: Müller-Wohlfahrt ist der Vereinsarzt von Bayern München, der Betreuer der deutschen Fußball-Nationalmannschaft und der Sport-Hausarzt einiger Superprominenter wie Boris Becker. Das Geheimnis seines Marketing-Erfolges: Star-Kunden sind oft Sprungbrett zum eigenen Star-Status!

**Zusammengefasst:**

**Der Aufbau eines Experten-Status verlangt von uns allen**

mehr als harte Arbeit. Wir müssen auch bereit sein, unseren teuersten Sprachfehler abzustellen, nämlich: Unsere Unfähigkeit, nein sagen zu können. In der Beschränkung auf das Wesentliche zeigt sich der Meister, sagt der Volksmund. Und damit hat er Recht.

**Wer in den zunehmend transparenter werdenden Märkten**

der Welt von morgen die Nase vorn haben will, der muss einer bestimmten Zielgruppe ein sichtbar besseres Nutzen-Angebot machen als die Konkurrenz. Gelingt ihm dies, wird er nach den Gesetzen des Magnet-Marketings einen Sog auslösen, der im Hochgeschwindigkeits-Netzwerk der neuen Wirtschaft ihm schneller und preiswerter neue Kunden zuführt als je zuvor. Wer diese Chance verschenkt und weiter hofft, mit seinem Bauchladen-Angebot bestehen zu können, in dem er von einer scheinbar interessanten Zielgruppe zur nächsten hüpf, der wird die Schlacht um die Märkte von morgen verlieren.

**Kluge Zielgruppen-Besitzer bestimmen darüber hinaus** ihr Markt-Segment so, dass sich Mund-zu-Mund-Propaganda zu ihren Gunsten auf natürlichem Wege fortsetzen kann. Profis nutzen darüber hinaus auch noch die beiden Abkürzungs-Wege zum Experten-Status: Erster werden in einer neuen Kategorie und Aufbau eines hohen Bekanntheits-Grades als Nutzen-Vermutung.

**Zum Weiterlesen:**

Alexander Christiani

"MAGNET-Marketing. Erfolgsregeln für die Märkte der Zukunft"

Frankfurter Allgemeine Buch 2002

ISBN 3-89843-055-3

\*Alexander Christiani zählt als Europas Top-Experte für Verkauf und Persönlichkeit zu den gefragtesten Beratern führender Spitzenkräfte aus Wirtschaft, Wissenschaft und Sport. Sein eigener und der Erfolg seiner Kunden beweisen es: Berufliche Spitzenleistung ist untrennbar mit persönlichem Wachstum, Balance aller Lebensbereiche, Flexibilität und Offenheit verbunden.

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Christiani Consulting KG

Aduchtstr. 7, 50668 Köln

Tel.: (0221) 99 22 89 0, Fax: (0221) 99 22 89 60

E-Mail: [info@christiani-consulting.com](mailto:info@christiani-consulting.com)

Internet: [www.christiani-consulting.com](http://www.christiani-consulting.com)

# Kostenlose Downloads für Ihren Erfolg

*Wissen ist der Rohstoff der Zukunft!*

*Komprimiertes Experten-Wissen zum Null-Tarif  
erhalten Sie unter [www.schoenherr.de](http://www.schoenherr.de), dort unter „Downloads“  
Keine Anmeldung – einfach klicken und der Download startet!*

<b>Titel</b>	<b>Seiten</b>	<b>Autor</b>
Die Kunst erfolgreicher zu präsentieren	17 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Stress ade! So managen Sie Ihre Prioritäten ohne Stress	62 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
12 Prinzipien für mehr Erfolg	11 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Die Welt in Zahlen	35 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
333 Erfolgs-Prinzipien & Lebens-Weisheiten (Teil 1)	33 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
333 Erfolgs-Prinzipien & Lebens-Weisheiten (Teil 2)	27 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
333 Erfolgs-Prinzipien & Lebens-Weisheiten (Teil 3)	27 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Clever Werben mit Strategie ( <i>Experten-Wissen für Ihren Werbe-Erfolg</i> )	50 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Ideen sind die Grundlage jeden Erfolges	40 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
99 Ideen für mehr Umsatz und Erfolg	99 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Mit Wissens-Management zu deutlich mehr Erfolg!	35 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
333 Tipps: Wie Sie großartige Ideen großartig präsentieren	89 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Besprechungen & Konferenzen	31 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Einsichten, Erkenntnisse & Zitate	40 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Farben und Kleidung	58 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Geld: Geheimnisse des Geldes	70 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Krisen & Chancen als Erfolgs-Bausteine	13 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Mund-zu-Mund-Marketing ( <i>Neukunden-Gewinnung fast zum Null-Tarif</i> )	31 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Präsentation: ABC der wirkungsvollen Präsentation	10 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Total Quality Management	71 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Zeit-Management und Ziele	77 Seiten	(von Reiner Kreuzmann)
Überzeugungsstarkes Präsentieren	17 Seiten	(von Günter u. Gabriele Zienterra)
Stimme A-Z	27 Seiten	(von Günter Zienterra)
Business-Etikette	15 Seiten	(von Günter Zienterra)
Die 10 gefährlichsten Fallen im Marketing und Vertrieb	19 Seiten	(von Walter Eisele)
Die 6 Erfolgs-Prinzipien für wirkungsvolle Unternehmensführung	12 Seiten	(von Dr. Dr. Cay von Fournier)
Hollywoods 10 Gebote für wirkungsvolle Präsentationen	9 Seiten	(von Gerhard & Oliver Reichel)
Warum 27 Mrd. Euro Werbegelder Jahr für Jahr verpuffen	13 Seiten	(von Kay Tangermann)
Die Anti-Stress-Strategie	30 Seiten	(von Dr. med. Kromm & Dr. med. Frank)
Die Moderations-Methode	14 Seiten	(von Prof. Dr. Walter Simon)
Standing ovations: Erfolgs-Tipps rund um die Rhetorik	14 Seiten	(von Gerhard & Oliver Reichel)
Die 10 Schritte zum Glück	15 Seiten	(von Nikolaus B. Enkelmann)
Das Erfolgs-Geheimnis der positiven Ketten-Reaktion	24 Seiten	(von Prof. Wolfgang Mewes)
Mehr Erfolg durch Spezialisierung	20 Seiten	(von Dr. Kerstin Friedrich)
Interview mit Peter Drucker ( <i>manager magazin</i> )	12 Seiten	(von Prof. Peter Drucker)
Erfolgs- und Miss-Erfolgs-Strategien	35 Seiten	(von Erwin Seyfarth)
Die 6 Marketing-Strategie-Gesetze	11 Seiten	(von Alexander Christiani)
Die Nr. 1 Strategie	3 Seiten	(von Nikolaus B. Enkelmann)
Das ABC der erfolgreichen Zukunft	8 Seiten	(von Jörg Löhr)
Der Zukunfts-Manager	8 Seiten	(von Pero Micic)

## **Schönherr**

*... seit 1983 eine gute Verbindung!*

Bindesysteme Schönherr GmbH  
Rübenkamp 17, 21220 Seevetal  
Bestell-Hotline (0180) 112 30 30 ... zum Orts-Tarif  
Produkt-Beratung (0180) 112 40 40 ... zum Orts-Tarif  
Fax (0180) 112 31 31 ... zum Orts-Tarif  
Internet [www.schoenherr.de](http://www.schoenherr.de), E-Mail [service@schoenherr.de](mailto:service@schoenherr.de)



## ***Seit 25 Jahren eine gute Verbindung!***

### **Als mittelständisches Familien-Unternehmen mit über 40 Mitarbeitern**

haben wir uns auf die Fahne geschrieben, unsere Kunden stets mit den besten Produkt-Ideen rund um professionelles Organisieren, Präsentieren und Verkaufen zu begeistern. Als zuverlässiger Partner stehen wir stets an der Seite unserer Kunden.

### ***Worauf sich Schönherr-Kunden stets verlassen können:***

- **Auf Herz und Nieren geprüfte, durchdachte** Produkt-Ideen in erstklassiger Qualität!
  - **Ein umfangreiches Sortiment** in einer faszinierenden Produkt-Vielfalt!
  - **Kunden-Zufriedenheit – ohne Wenn und Aber!**
  - **99 Prozent Lieferverfügbarkeit!**
  - **Liebe fürs Detail und Begeisterung** ohne Kompromisse!
  - **Gelebte Firmenkultur und permanentes** Streben nach Verbesserung!
  - **Kompetente und persönliche Beratung** von Mensch zu Mensch!
  - **Top geschulte und engagierte** Mitarbeiter/innen in allen Bereichen!
  - **Herzlicher und professioneller Service** aus Leidenschaft!
  - **Übersichtliche Produktdarstellung** sowie einfache und klare Bedienungs-Anleitungen!
  - **Professioneller Online-Shop** unter [www.schoenherr.de](http://www.schoenherr.de) im Internet!
  - **Zahlreiche Erfolgs-Ratgeber** als Gratis-Downloads!
  - **Viele zusätzliche Tipps** rund um professionelles Präsentieren!
  - **Einfache und bequeme Bestell-Abwicklung!**
  - **Erst testen, dann kaufen!**
  - **4 Wochen Testen ohne Risiko!**
  - **Heute bestellt - morgen geliefert!**
  - **Exklusive Gratis-Geschenke** ab 50,- Euro Auftragswert!
  - **Einzigartiger Garantie-Service** mit Austausch-Gerät!
  - **Professionelle Versand-Logistik** und perfekter Liefer-Service!
- Kompetent – herzlich – durchdacht!*

### **Für alle diese Werte stehen wir mit großer Leidenschaft Tag für Tag.**

Wir sind stolz darauf, dass wir diese hohen Standards umsetzen und freuen uns, dass so viele zufriedene Kunden diese Werte mit uns teilen und unseren herausragenden Service schätzen.

***Und unser wichtigster Grundsatz lautet: Wir halten stets, was wir versprechen!***