

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN

founders

Deutschland, Österreich, Schweiz

Ausgabe 77

CHIARA HARTMANN

Mentale Skalierung:

Der unterschätzte Schlüssel deines Wachstums

MARKUS ALBERS

Meetings, Mails, Microsoft:

Warum wir nicht mehr zum Arbeiten kommen



FRANK THELEN

über seine Rückkehr zu »**Die Höhle der Löwen**«

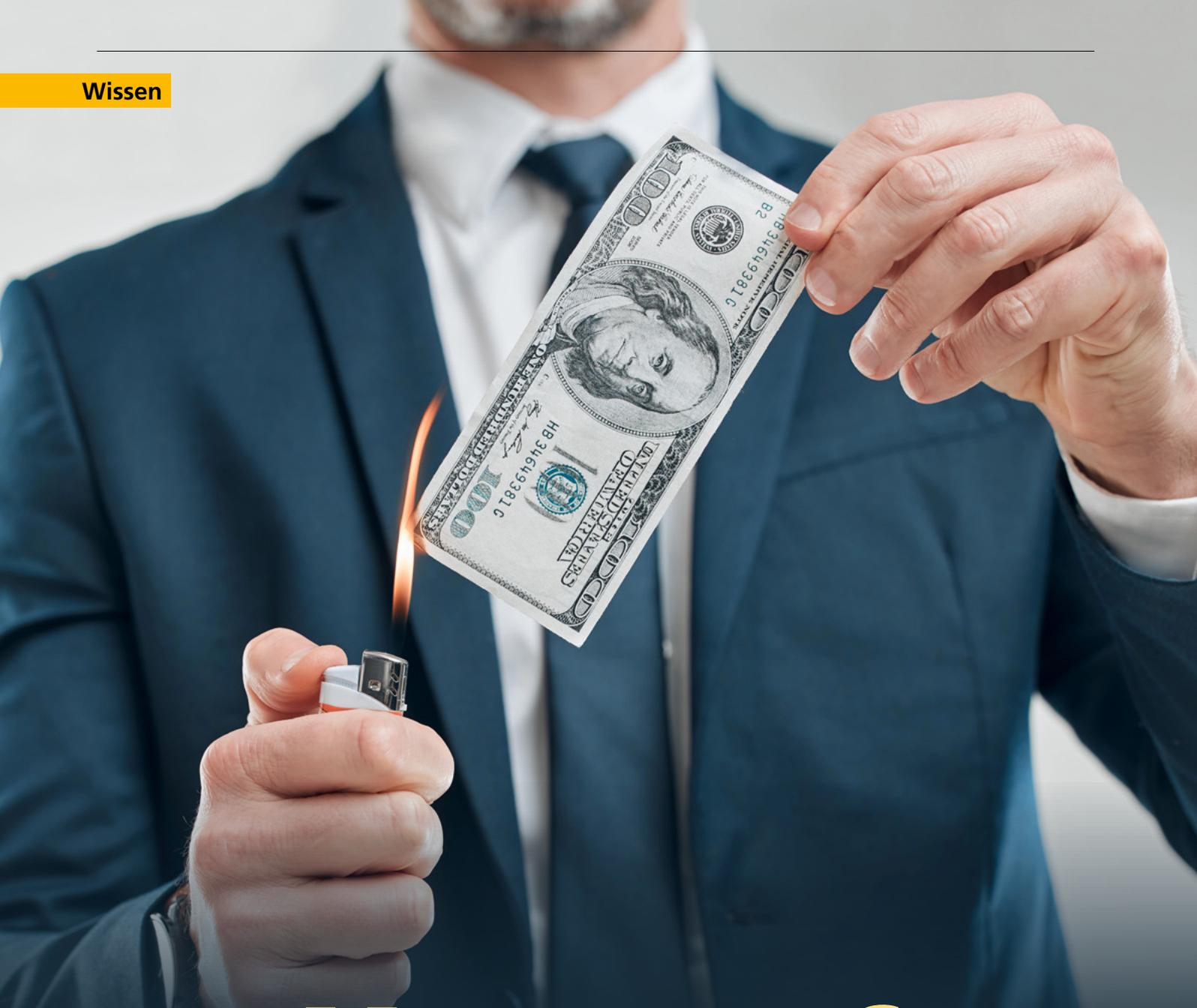
MARTIN LIMBECK

Hör auf, dein **Geld** zu verbrennen!

Die Zielgruppe versammelt sich

Tobias Grüneberg im Interview über die wachsende Bedeutung von Videomarketing





Hör auf, dein Geld zu verbrennen!

So machst du aus Ausgaben echte Investitionen

EIN GASTBEITRAG VON MARTIN LIMBECK

Viele Unternehmer investieren Monat für Monat beachtliche Summen in ihre Marketing- und Vertriebsaktivitäten.

Immer in der Hoffnung, dass davon »schon was hängen bleibt«. Der Haken an der Sache? Ohne klare Kennzahlen bleibt jede Ausgabe ein Glücksspiel. Warum Bauchgefühl allein nicht reicht, wie aus Ausgaben sinnvolle Investitionen werden und welche Kennzahlen du als Unternehmer unbedingt im Blick haben musst, erfährst du in diesem Artikel.

Sichtbarkeit allein bringt keinen Umsatz

Neulich saß ich mit einem Unternehmer zusammen, der einige Monate zuvor ins Mentoring mit mir gestartet war. Stolz erzählt er mir, dass er schon einige Impulse von mir umgesetzt und richtig Geld fürs Marketing locker gemacht hätte. Natürlich war mir aufgefallen, dass sich bei seinem Unternehmen etwas getan hatte: Website-Relaunch, Social Ads, viel mehr Postings ... Mit leuchtenden Augen griff er in seine Tasche, um mir die neuen Flyer und Broschüren zu zeigen. Alles vom Feinsten. Er sprach von einer fünfstelligen Summe, die er bereits in die neue Sichtbarkeit investiert hätte.

Natürlich bin ich zufrieden, wenn ein Mentee sich meine Tipps nicht nur anhört, sondern sie auch direkt in die Tat umsetzt. Was ich jedoch aus eigener Erfahrung weiß: Eine Investition ist immer nur so gut wie das, was du dafür bekommst. Ich fragte ihn also: »Und was hat es dir bisher gebracht? Welchen Return on Invest kannst du schon absehen? Wie viele Leads kommen über die Ads pro Woche rein, wie viele Termine haben deine Verkäufer auf der letzten Messe vereinbart?«

Der Blick des Unternehmers – wie ein Reh im Scheinwerferlicht. »Ähm ... ich weiß nicht so genau. Da muss ich mal nachfragen.« Und genau dort liegt das Problem, über das immer noch viele Entrepreneure stolpern.

Dein Business braucht Steuerung statt Hoffnung!

»Wenn ich nur genug Geld ins Marketing pumpe, dann läuft der Laden schon!« Ein Glaubenssatz, an den sich gerne geklammert wird. Natürlich ist es wichtig, dass deine Kunden dich online finden, du bei Social Media aktiv bist und deine Website nicht aussieht wie ein Überbleibsel aus den frühen 2000er-Jahren. Doch Marketing ohne messbare Ergebnisse ist wie Heizen bei offenem Fenster: Du wirfst immer wieder Geld nach und wunderst dich, warum es kalt bleibt. Ich erlebe das immer wieder. Da werden Leads teuer eingekauft ohne zu wissen, wie viele davon am Ende

kaufen. Rabatte werden rausgehauen, nur um den Auftrag zu bekommen. Ob es am Ende noch rentabel ist, scheint keine Rolle zu spielen. Der Vertrieb läuft rein nach Bauchgefühl. Und dann wundern sich die gleichen Unternehmer, warum ihr Kontostand nicht mit der Auftragslage mithält.

Die Wahrheit ist hart und tut weh: Wenn du deine Zahlen nicht im Griff hast, steuerst nicht du dein Unternehmen – dein Unternehmen steuert dich! Natürlich ist Marketing wichtig. Du brauchst Sichtbarkeit bei deiner Zielgruppe. Doch jede Ausgabe in diesem Bereich muss eine Investition sein. Das heißt konkret: Du musst wissen, was du dafür bekommst. Und wenn du den Eindruck hast, dass das nicht im Verhältnis steht, dann ist es an der Zeit, neue Wege zu beschreiten und andere Kanäle zu testen.

Das 50.000-Euro-Aha-Erlebnis

Ein anderer Kunde von mir hat im vergangenen Jahr rund 50.000 Euro in die Präsenz seines Unternehmens auf Messen investiert. So weit, so gut. Grundsätzlich

Der Autor

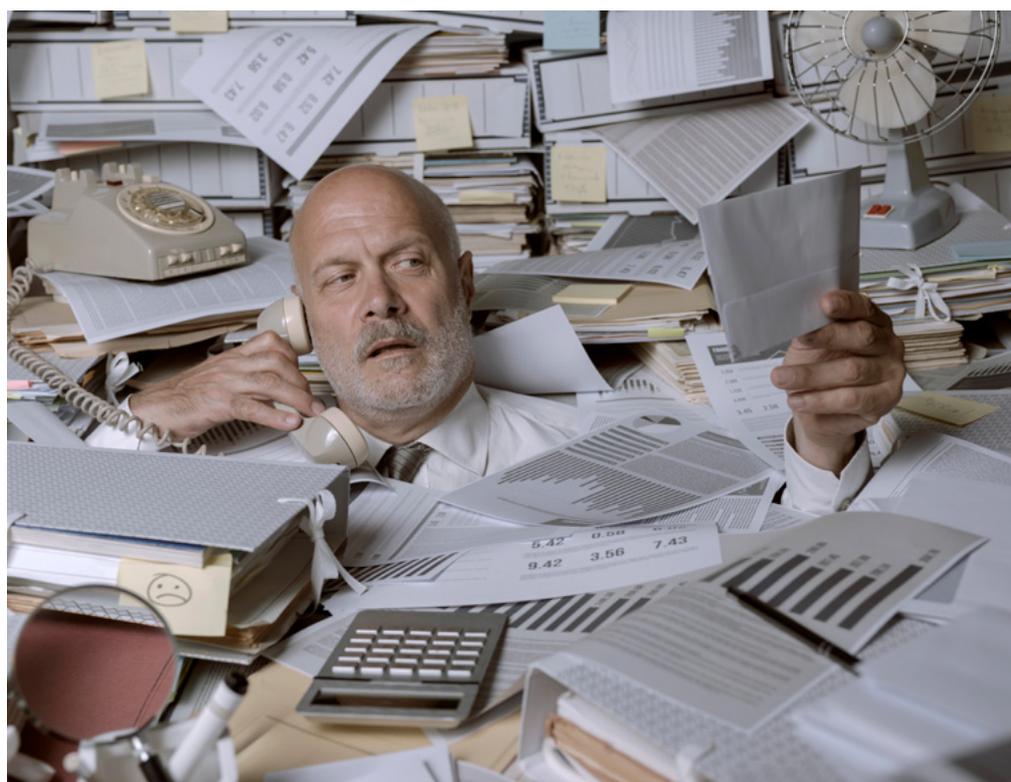


Martin Limbeck ist Inhaber der Gipfelstürmer Mentoring GmbH, Mehrfachunternehmer, Experte für Sales und Sales Leadership sowie fünffacher Bestsellerautor.

bin ich auch ein Freund davon, direkt auf Tuchfühlung mit der Zielgruppe zu gehen. Die Voraussetzung dafür ist allerdings, dass du dir die richtigen Veranstaltungen aussuchst und auch sicher sein kannst, dass dort wirklich Menschen rumlaufen, für die dein Angebot nicht nur interessant, sondern auch relevant ist. Und du musst ▶

»Die Wahrheit ist hart und tut weh: Wenn du deine Zahlen nicht im Griff hast, steuerst nicht du dein Unternehmen – dein Unternehmen steuert dich!«

– Martin Limbeck





an heißen Kontakten, die du dort knüpfst, im Anschluss auch dranbleiben!

Genau das hat mein Kunde nicht getan. Seine Stände waren gut besucht, das Sales-Team sammelte jede Menge Visitenkarten ein. Und dann? Keine Ahnung, wie viele echte Aufträge daraus entstanden sind – oder was überhaupt aus den ganzen Kontakten geworden ist. Nicht mehr nachvollziehbar, ob sie ins CRM eingepflegt wurden oder immer noch in Schreibtischschubladen versauern. Damit ihm das nicht nochmal passiert, haben wir gemeinsam eine simple Kennzahl eingeführt: Kosten pro Auftrag. Plötzlich hatte er es schwarz auf weiß: Jede Messe kostete ihn im Schnitt

4.200 Euro pro gewonnenem Kunden. Das war deutlich teurer als jeder andere Akquisekanal. Das Ergebnis: Er hat mit sofortiger Wirkung das Messebudget halbiert und stattdessen mehr in den profitabelsten Kanal investiert. Umsatz? Gestiegen. Kosten? Gesunken. So einfach kann es sein.

Unternehmer führen mit Zahlen – nicht mit Bauchgefühl!

Versteh mich nicht falsch: Bauchgefühl ist wichtig. Es ist der Instinkt, der dich manchmal schneller vor Fehlentscheidungen bewahrt als jede Excel-Tabelle. Doch immer nur auf den Bauch zu hören, ist halt auch keine gute Idee. Das ist ein bisschen wie Autofahren bei Nebel: Du ahnst, wo

die Straße langgeht, doch du siehst nicht oder fast zu spät, ob da vorne eine Kurve oder ein Abgrund kommt.

Was zeichnet demnach erfolgreiche Unternehmer aus? Sie verbinden Instinkt und Fakten. Du brauchst Kennzahlen, die du regelmäßig trackst und die dir sagen, ob du auf Kurs bist. Das fängt bei den Basics an: Umsatz, Deckungsbeitrag, Gewinn. Das reicht allerdings nicht. Um langfristig ein rentables Business zu haben, musst du genauer hinschauen:

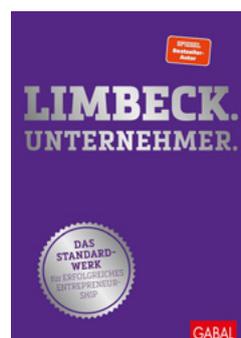
1. **Tracke jeden Lead:** Erfasse, woher er kommt, was er kostet und wie hoch die Abschlussquote ist!
2. **Rechne deine Kanäle durch.** Messe, welche Marketing- und Vertriebsmaßnahmen dir am meisten bringen – nicht nur in Leads, sondern in Umsatz.
3. **Kenne deinen Kundenwert:** Berechne, wie viel ein Kunde dir im Schnitt über die gesamte Geschäftsbeziehung bringt!
4. **Fokussiere dich auf Gewinnbringer:** Investiere mehr in die Kanäle, die den besten ROI liefern, und streiche konsequent die Geldfresser!
5. **Überprüfe regelmäßig:** Märkte ändern sich, Kundenverhalten ändert sich – deine Analyse muss Schritt halten, damit du immer aktuelle Zahlen hast!

»Was zeichnet demnach erfolgreiche Unternehmer aus?

Sie verbinden Instinkt und Fakten.«

– Martin Limbeck

»Limbeck. Unternehmer.«
 von Martin Limbeck
 352 Seiten
 Erschienen: November 2023
 GABAL Verlag
 ISBN: 978-3-96739-153-4



Unternehmer, die ihre Zahlen im Blick haben, treffen keine Bauchentscheidungen mehr. Sie treffen fundierte, strategische Entscheidungen, bei denen ihr Instinkt den letzten Feinschliff gibt. Und weißt du, was das Beste daran ist? Mit klaren Zahlen kannst du nicht nur besser steuern, du kannst auch ruhiger schlafen – weil du weißt, was dein Business trägt – und wo du nachjustieren musst.

Ich kann daher nur wiederholen, was ich auch jedem Teilnehmer meines K2 Summit Mentorings sage: Miss es oder vergiss es! Unternehmer, die ihre Zahlen im Griff haben, steuern ihr Business. Alle anderen werden gesteuert – vom Zufall. Und dafür bist du doch nicht angetreten, oder?

Ich denke, du bist Unternehmer geworden, weil du selbst das Ruder in der Hand haben und entscheiden willst, wohin die Reise geht. Also: Zahlen auf den Tisch – und Kurs setzen Richtung Erfolg! ♦